

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Kantor Agama di Kabupaten Katingan**

##### **1. Profil Kantor Kementerian Agama di Kabupaten Katingan**

Kantor Kementerian Agama di Kabupaten Katingan pada awalnya mengontrak di rumah warga sebagai kantor yang beralamatkan di jalan Katunen no. 36 Kasongan lama, Kecamatan Katingan Hilir. Pada akhir tahun 2007 Kantor Departemen Agama pindah ke kantor baru yang beralamatkan di jalan Soekarno Hatta, kompleks perkantoran Kereng Humbang Kasongan Kabupaten Katingan.

Pembentukan Kabupaten Berdasarkan Undang-undang Nomor 5 tahun 2002 Tentang Pembentukan 8 (delapan) Kabupaten Kota di Provinsi Kalimantan Tengah. Pembentukan Kantor Kementerian Agama Kabupaten Katingan berdasarkan KMA Nomor 472 tahun 2003 tentang pembentukan Kantor Departemen Agama Kabupaten Katingan.

Pada tahun 2004 di lantik Drs. H. Dachril Moch. Syah menjadi Kepala Kantor Departemen Agama Kabupaten Katingan. Kepala Kantor Kementerian Agama saat ini adalah H. Hasan Basri, S.Ag., M.A.P. Kementerian Agama Kabupaten Katingan memiliki tugas untuk memberikan pelayanan tanpa pungutan liar, dan mereka melakukannya dengan bantuan peningkatan infrastruktur dan sumber daya yang bercirikan kejujuran, profesionalisme, inovasi, tanggung jawab, dan perilaku keteladanan.

a. Visi Misi

Kementerian Agama Kabupaten Katingan berharap dapat terwujud “Kementerian Agama yang profesional dan handal dalam membangun masyarakat yang bertakwa, moderat, cerdas, dan unggul guna mewujudkan Indonesia maju seutuhnya yang berdaulat, mandiri, dan berkepribadian berdasarkan gotong royong” (Peraturan Menteri Agama Nomor 18 Tahun 2020). Kantor Kementerian Agama Kabupaten Katingan memiliki beberapa tujuan, antara lain:

- 1) Memupuk kesalehan religius yang lebih besar.
- 2) Mendorong moderasi beragama yang lebih besar dan kerukunan beragama.
- 3) Membina pelayanan keagamaan yang lebih adil, sederhana, merata.
- 4) Pembinaan lembaga pendidikan yang lebih produktif dan berdaya saing.
- 5) Membina tata kelola pemerintahan yang lebih baik (*Good Governance*) (Peraturan Menteri Agama Nomor 18 Tahun 2020)

b. Peran dan Tanggung Jawab

Instansi vertikal Kementerian Agama Kabupaten Katingan menghadapi permasalahan organisasi dan proses kerja sesuai dengan Peraturan PMA Nomor 19 Tahun 2019 sebagai berikut:

c. Tugas

Melaksanakan Tugas dan Fungsi Kementerian Agama di Daerah Kabupaten Sesuai dengan Arah dan Arahan Direktur Wilayah Kementerian Agama Provinsi dan persyaratan Undang-Undang. Tugas-tugas yang diberikan sebagai berikut:

- 1) Perumusan dan penetapan visi, misalnya kebijakan teknis di bidang pelayanan dan pembinaan kehidupan beragama kepada masyarakat di Kabupaten Katingan.
- 2) Pelayanan, bimbingan, dan pengembangan kehidupan beragama.
- 3) Layanan bimbingan, layanan haji dan umrah, serta zakat dan wakaf.
- 4) Madrasah, Pendidikan Agama, dan Kerukunan Umat Beragama.
- 5) Bimbingan Pendidikan, Konseling, dan Pembinaan.
- 6) Penerapan Kebijakan Manajemen, Administrasi, dan Teknologi Informasi.
- 7) Perencana, pengontrol, pemantau, dan evaluator program.
- 8) Dalam rangka pelaksanaan tanggung jawab yang diberikan kepada Menteri Agama Kabupaten.
- 9) Menjalinkan dan memelihara hubungan kerja dengan pemerintah daerah, instansi terkait, dan kelompok masyarakat.

d. Bagian-bagian dan tugas dari masing-masing divisi

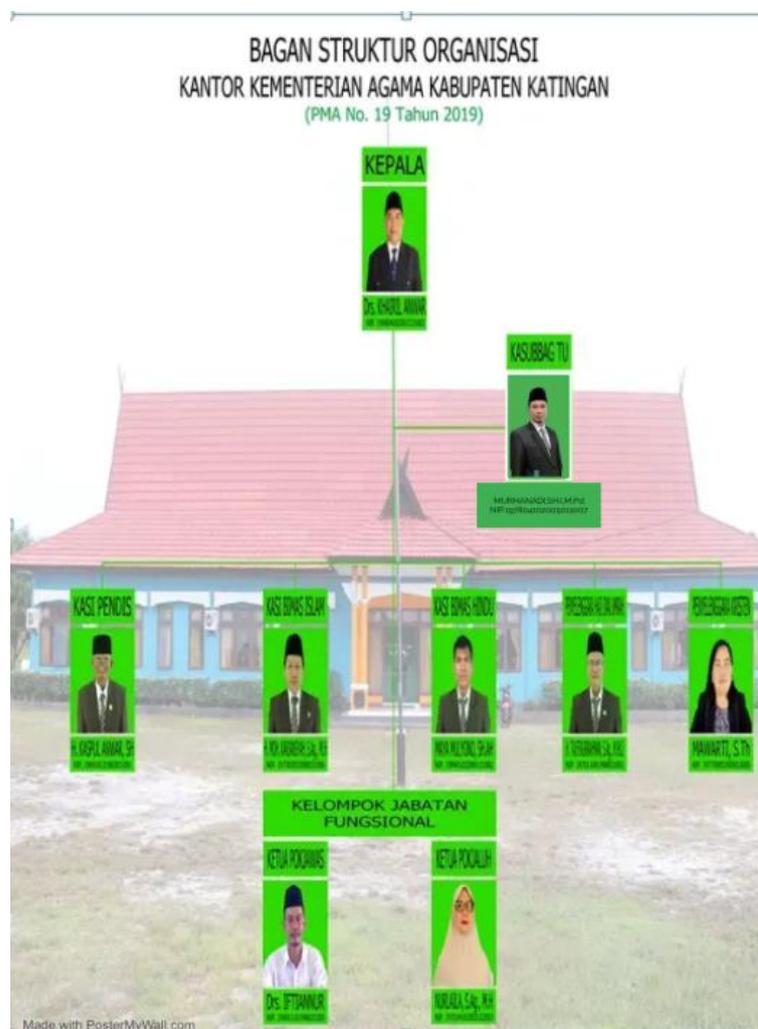
Semua bagian bertanggung jawab atas tugas dan komponen antara lain sebagai berikut:

- 1) Untuk mengkoordinasikan penyusunan kebijakan perencanaan, kepegawaian, keuangan, barang milik negara, susunan organisasi dan tata laksana, kearsipan, kehumasan, publikasi, dan database informasi, Kepala Subbag Tata Usaha harus terlebih dahulu menyusun bahan-bahan yang diperlukan.
- 2) Pendidikan Agama Islam Kementerian Agama bertanggung jawab untuk mengkoordinasikan dan mengawasi semua aspek pendidikan agama Islam di

tingkat pra sekolah, sekolah dasar, sekolah menengah, dan lembaga pendidikan khusus.

- 3) Pelayanan, bimbingan teknis, pengelolaan data dan informasi, serta perencanaan dan pelaporan di bidang Urusan Agama Islam dan bina syari'ah bina KUA sakinah, dan penyuluh Agama Islam semuanya disediakan oleh Bagian Bimbingan Umat Islam.
- 4) Bimbingan Masyarakat Hindu menyediakan layanan bimbingan teknis, mengelola data dan informasi, dan menghasilkan rencana dan laporan yang berkaitan dengan agama Hindu, pendidikan agama, dan pendidikan agama Hindu.
- 5) Layanan saran teknis, pengelolaan data informasi, dan persiapan rencana dan laporan untuk pendaftaran haji dan umrah, bimbingan ritual, pelatihan haji reguler, penyelenggara haji dan umrah khusus, transportasi, dan administrasi keuangan haji semuanya disediakan oleh penyelenggara haji dan umrah.
- 6) Penyelenggara Bimbingan Kristen memberikan layanan, saran teknis, manajemen data dan informasi, serta pengembangan strategi dan laporan yang berkaitan dengan studi agama Kristen dan pengajaran agama Kristen.

e. Struktur Organisasi Kantor Kemenag



## B. Strategi *Public Relation* di Katingan

Strategi komunikasi adalah seperangkat pedoman untuk mengatur dan mengarahkan semua bentuk komunikasi untuk mencapai tujuan atau sasaran tertentu. Strategi komunikasi adalah pendekatan yang dipikirkan dengan matang dan dikelola dengan baik untuk mencapai tujuan itu lebih dari sekadar peta yang menunjukkan ke mana harus pergi; itu juga harus menentukan bagaimana menuju ke sana.

Kementerian Agama Katingan telah menggunakan fase-fase strategi berikut untuk mencapai tujuannya.

#### 1. Mengembangkan Rencana Tindakan

Kementerian Agama di Katingan mengembangkan strateginya dengan menganalisis keuntungan, kerugian, peluang, dan ancaman relatif negara. Peneliti menemukan melalui wawancara mendalam bahwa potensi dalam pendekatan komunikasi ini adalah kelonggaran untuk bekerja dan berkembang dalam mengimplementasikan inisiatif kerja kementerian agama atau kerja komunitas. Kekuatan dari Kementerian Agama di Katingan ini yaitu IT, dimana Kemenag Katingan memiliki web sendiri, IG serta FB dan bekerjasama dengan berbagai media. Kelemahan dari pada strategi yang dilakukan oleh Kementerian Agama di Katingan yaitu kurang maksimal kerjasama antar team, jika terdapat team baru. Ancaman dari strategi yang dilakukan yaitu timbulnya penyebaran berita dari salah satu media yang bukan fakta, dan akhirnya menggiring opini masyarakat yang tidak-tidak akan pandangan terhadap Kementerian Agama di Katingan.

#### 2. Implementasi strategi

Implementasi sendiri adalah strategi yang bertumpu pada struktur atau sistem organisasi yang ada pada lembaga atau sumber mekanisme kepemimpinan yang dijalankan oleh lembaga, terutama kementerian agama di Katingan. Kepala kementerian Agama di Katingan yaitu H. Hasan Basri, S,AG., M.A.P, akan selalu melakukan evaluasi terhadap cara kerja team serta devisi dalam menjalankan tugasnya. Jika dirasa terjadi sesuatu maka pimpinan kemenag Katingan akan mengadakan rapat dengan semua, temanya akan rasa tanggung jawab terhadap

kesalahan–kesalahan tertentu. Komitmen dalam menjalankan tugas sangat dibutuhkan dan harus melekat pada diri seseorang supaya selalu mengemban amanah dan tanggung jawab dalam melaksanakan tugas, hal itu selalu disampaikan oleh pimpinan ketika rapat.

### 3. Evaluasi strategi

Tahap akhir yang dilakukan oleh kemenag Katingan selanjutnya yaitu evaluasi. Evaluasi dilakukan dengan tujuan untuk menjadi tolak ukur atas kerja yang telah dilakukan. Pertimbangkan tiga dasar ini saat menilai strategi:

- a. Mempertimbangkan apakah masalahnya ada di dalam atau di luar. Minimnya kerjasama atau perpecahan di lingkungan Kementerian Agama di Katingan merupakan faktor internal., semisal ada anggota team baru disuatu devisi maka akan menimbulkan kurang kompak kerja, sebab masih butuh penyesuaaian bagi anggota baru. Faktor eksternal, datang dari luar lembaga, seperti terjadi penyebaran informasi yang kurang tepat oleh media tertentu, mungkin humas atau team dalam menjalankan tugas kurang maksimal, sehingga terjadi miskomunikasi dengan pihak media.
- b. Kantor Kementerian Agama selalu mengadakan pengukuran prestasi, yang biasanya diadakan di suatu forum dan dipimpin oleh pimpinan. Kegiatan tersebut pimpinan mengadakan kegiatan presentasi yang akan dilakukan setiap divisi, untuk menjelaskan tentang hasil kerja yang sudah dilakukannya. Setelah semua melakukan presentasi di situlah pimpinan dan stafnya akan mengecek bidang mana saja yang sudah memberikan hasil memuaskan selama kerjanya dan program-program yang telah dilaksanakannya.

- c. Sesuaikan seperlunya untuk mempertahankan kinerja sesuai target. Kementerian agama Katingan selama menjalankan rencana pasti ada hambatan, namun juga pasti menoreh prestasi dari kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan.

### **C. Penerapan Komunikasi di Kantor Agama Katingan**

Ketika dua orang dapat bertukar ide dan informasi menggunakan tanda (seperti kata-kata) dan isyarat non-verbal (seperti gerak tubuh, visual, simbol, dan gaya) yang memiliki arti yang sebanding, mereka dikatakan telah berkomunikasi. Komunikasi yang dijalankan oleh kementerian agama di Katingan selama ini sangat memperhatikan beberapa unsur yang sudah didefinisikan di atas. Komunikasi sendiri dapat dibedakan menjadi beberapa berdasarkan komunitasnya, yaitu:

#### **1. Komunikasi Organisasi**

Organisasi dan komunikasi memiliki hubungan yang kuat. Tujuan organisasi hanya dapat diwujudkan melalui upaya terkoordinasi dari para anggotanya yang terlibat dalam berbagai bentuk komunikasi. Kementerian Agama di Katingan juga menerapkan Komunikasi organisasi yang dimana berlangsung selama ada *event* besar atau *event* biasa, agar terjadi kerja sama yang bagus dan bisa mengajukan berbagai argumen atas komunikasi tersebut, agar tercipta hasil yang memuaskan. Komunikasi yang dilakukan dalam lembaga agama yang ada di Katingan ini agar ada pertukaran informasi antara divisi yang satu dengan divisi lain, agar semua tahu apa yang dibahas untuk kebaikan

Kementerian Agama di Katingan. Komunikasi ini dilakukan karena ada keterikatan diantara bagian-bagian dari kementerian agama di Katingan saling bergantung dengan yang lain.

a. Komponen Komunikasi

Dalam menjalankan komunikasi, kantor kementerian agama di Katingan tidak lepas dengan yang namanya komponen-komponen komunikasi, serta sangat memperhatikan hal tersebut. Menurut Joseph de Vito menambahkan lagi ada faktor lingkungan dan umpan balik. Unsur-unsur ini bisa disebut juga elemen atau komponen komunikasi, yaitu:<sup>7</sup>

1) Komunikator

Komunikator merupakan unsur yang sangat di perhatikan oleh kantor agama di Katingan, sebab komunikator adalah orang yang menyampaikan informasi, atau bisa dikatakan sumber dari pada informasi. Sebagai sumber informasi, maka harus benar-benar memperhatikan berita yang akan disampaikan, secara obyektif, fakta serta harus sesuai lapangan. Hal tersebut dilakukan agar tidak terjadi penyebaran berita hoax tentang kementerian agama di Katingan. Jika terjadi penyebaran berita yang hoax akan mengakibatkan citra baik kementerian agama di Katingan menurun dimata masyarakat. Maka demi terciptanya komunikasi yang baik , para komunikator bisa dari pihak kementerian agama di Katingan dan Kerjasama antar media harus kuat serta terpercaya.

---

<sup>7</sup>Freddy H. Tulung, *Berkomunikasi di Ruang Publik : Implementasi Kehumasan Pemerintah*, (Jakarta: Kominfo, 2014), 1-2.

## 2) Pesan

Saat membahas tindakan berkomunikasi, biasanya merujuk pada "pesan" yang dikirim dari satu pihak ke pihak lain<sup>8</sup>. Bagian penyampain pesan yang ada di kantor agama Katingan selalu hati-hati dalam memilih bahasa yang akan disampaikan kepada masyarakat. Bahkan sebelum pesan disampaikan kepada masyarakat, diadakan rapat atau argumen, dengan memilih bahasa serta tema apa yang nantinya akan mudah dipahami oleh masyarakatnya. Setelah ada keputusan dan dianggap bahasa sudah benar, baru pesan di sampaikan kepada publik.

Berikut firman Allah dalam Al-Qur'an pada Surah Al-Hujurat Ayat 6 tentang media penyampaian berita seperti di bawah ini

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصِبْحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita , maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaan yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu<sup>9</sup>”

## 3) Media

Komunikasi terjadi antara pengirim dan penerima melalui media yang dibicarakan. Kantor kementerian agama memiliki beberapa media dalam menyampaikan berita, seperti memiliki web sendiri, IG, FB, WA, dan melalui seminar atau spanduk, serta media pos. Kantor kementerian agama di Katingan pun dengan adanya media atau penyalur, juga memberikan edukasi kepada publik,

<sup>8</sup>Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajagrafindo, 2016), 27.

<sup>9</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al-Kharim dan Terjemahannya*, (Bandung: Sygma Examedia Arkaleena, 2009), h..56.

bahwa dalam menerima berita jangan langsung diterima saja, namun harus dipahami dan disaring dulu, sebab jika yang disampaikan media itu berita hoax akan berpengaruh pada miss komunikasi antara publik dan kementerian agama sendiri.

#### 4) Komunikasikan

Komunikasikan merupakan penerima berita, dan merupakan sasaran yang paling penting dalam proses komunikasi, sebab jika ada salah satu pesan yang belum diterima atau pesan terpotong akan terjadi permasalahan. Kantor agama Katingan selalu memberikan edukasi kepada komunikasikan dalam menerima berita, serta selalu konsisten dalam menyampaikan berita. Penerima pesan yang ada di Kementerian agama Katingan bisa satu orang, kelompok, atau langsung publik. Maka disini komunikator pun juga harus hati-hati, jika dalam penyampaian pesan ada kekeliruan sesegera mungkin kantor agama Katingan menunjuk humas untuk mengklarifikasinya.

#### 5) Dampak

Dampak atau pengaruh tersebut dapat bersifat kognitif, seperti perolehan informasi baru, atau afektif, seperti induksi perubahan perilaku atau emosional pada komunikator. Kantor Agama Katingan sangat memperhatikan efek yang terjadi setelah adanya penyampaian pesan yang dilakukan oleh pihak tertentu baik dari pihak agama Katingan atau pihak media. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti ada beberapa efek kesalah pahaman tentang pesan yang disampaikan, mungkin bahasanya yang kurang tepat atau publik kurang mencernanya. Akan tetapi kantor agama Katingan tidak tinggal diam, melainkan

langsung sigap melakukan klarifikasi terhadap pihak – pihak tertentu yang belum paham maksud dari pesan yang disampaikan.

#### 6) *Feed Back*

Istilah “umpan balik” mengacu pada “asumsi, jawaban, atau reaksi komunikasi kepada komunikator”, yang menunjukkan bahwa pesan berhasil diterima dan beroperasi. Umpan balik yang diterima kantor agama Katingan selama ini baik-baik saja, walaupun ada kendala sedikit itu hal wajar, sebab pola pikir publik itu berbeda-beda.

#### 7) Lingkungan

Penyampaian informasi yang dilakukan oleh pihak kantor agama Katingan sangat memperhatikan lingkungan juga. Seperti halnya jika pesan disampaikan kepada publik yang tinggalnya masih di daerah perkotaan mungkin bahasa yang digunakan layaknya bahasa resmi dan forma. Akan tetapi jika informasi yang disampaikan kepada masyarakat pedesaan, bahasa harus diolah dan ada campuran bahasa daerah agar lebih dimengerti. Jadi menurut humas Katingan lingkungan juga berpengaruh terhadap bahasa apa yang digunakan dalam menyampaikan pesan. Sebab hal itu dipengaruhi oleh faktor ekonomi, pendidikan serta psikolog. Jadi dalam proses komunikasi, menurut kementerian agama yang ada di Katingan ketujuh unsur itu sangat penting dan saling bergantung satu sama yang lain.

Kantor Kementerian agama Katingan sangat memperhatikan bentuk komunikasi yang nantinya akan dilakukan dalam penyampaian informasi. Bentuk komunikasi yang dimaksud di sini meliputi interaksi tatap muka, presentasi publik skala kecil dan besar, dan media elektronik (Komunikasi Massa).

### 1) Komunikasi Antar pribadi

Komunikasi antar pribadi ini dilakukan oleh kementerian agama Katingan dengan memanggil orang yang bersangkutan secara langsung atau bisa melalui telepon. Komunikasi antar pribadi ini biasanya dilakukan atasan kepada bawahannya atas informasi atau pembahasan seputar *event-event* tertentu yang memang membutuhkan dialog secara *face to face* agar tercapainya keputusan yang benar-benar bisa dijadikan titik acuan dari suatu *event* tersebut atau rencana-rencana yang akan Komunikasi antar pribadi ini biasanya dilakukan secara tertutup atau rahasia, dan hanya dua orang tersebut yang mengetahuinya, hal tersebut dilakukan oleh pihak Kantor Kementerian Agama Katingan agar terciptanya keamanan informasi.

### 2) Komunikasi Kelompok (*Group Communication*)

Komunikasi kelompok ini biasanya dilakukan oleh kementerian agama Katingan dan dibagi menjadi beberapa bagian, seperti komunikasi kelompok yang dilakukan oleh semua divisi yang ada di kementerian agama Katingan, bisa jadi komunikasi yang dilakukan di suatu forum dengan perwakilan dari setiap desa bisa jadi dengan kepala desa yang ada di Kabupaten Katingan.

### 3) Komunikasi Massa

Bentuk media massa modern seperti surat kabar, radio, dan televisi adalah contoh komunikasi massa<sup>10</sup>. Kementerian agama Katingan juga menyampaikan informasi melalui *Web, IG, WA, FB*, Radio, dan melalui media offline seperti

---

<sup>10</sup>Puspo Wardoyo, “Program Jamkesda Resmi Dicabut, Pemkab Karanganyar Dituding Tak Lagi Pro Warga Miskin,” <https://joglosemarnews.com/2019/01/program-jamkesdaresmi-%0Adicabut-pemkab-karanganyar-dituding-tak-lagi-pro-warga-miskin/%0A>.

spanduk. Komunikasi massa yang dilakukan Kementerian Agama ini dianggap masyarakat sangat efektif sebab pesan yang disampaikan akan tercapai lebih cepat dan akurat.

Dalam hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, kementerian agama di Katingan lebih banyak meng update informasi di *FB* sebab masyarakat yang ada dikatingan semuanya mempunyai *FB*. Untuk web biasanya diakses oleh anak-anak remaja yang lebih paham dalam penggunaan teknologi. *IG* biasanya anak remaja yang lebih update. Jadi *FB* menjadi media yang populer bagi kementerian agama dalam menyampaikan informasi seiring dengan perkembangan teknologi saat ini. Komunikasi yang disampaikan melalui media ini hanya berlangsung satu arah saja, sebab hanya bisa mendengar dan membaca tanpa tahu siapa orang yang menyampaikan secara jelas, mungkin hanya sebatas tahu nama dan akunnya saja. Komunikasi massa juga bisa dilakukan dengan melalui spanduk, apabila ada masyarakat yang masih tinggal di daerah terpencil di Kota Katingan yang dimana sulit sinyal dan belum punya *HP* yang canggih.

#### **D. Penerapan Strategi Komunikasi Kantor Agama Katingan**

Strategi komunikasi sangat penting bagi suatu perusahaan atau lembaga, khususnya bagi kementerian agama di Katingan. Strategi komunikasi adalah rencana yang dikembangkan oleh organisasi dengan tujuan akhir dalam pikiran. Pendekatan komunikasi Kementerian Agama Katingan sangat mirip dengan kajian kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT). Analisis SWOT yang kepanjangannya yaitu *Strength* (kekuatan), *Weaknes* (kelemahan), *Oportunity*

(peluang), dan *Treath* (ancaman).

Kementerian agama di Katingan memiliki kekuatan yaitu kekompakan pada team dalam menjalankan tugas dan pekerjaannya, sebab jika ada kekompakan maka akan tercapai hasil yang memuaskan. Kelemahan dari kementerian agama Katingan yaitu SDM, sesuai hasil wawancara seperti adanya anggota baru pada setiap divisi, maka butuh penyesuaian dalam hal kekompakan. Peluang, dalam menyikapi analisis SWOT pada bagian peluang disini, kementerian agama Katingan melakukan yang namanya ide atau gagasan dalam menciptakan *event* dengan melihat peluang yang ada dan menjadi trending topik. Bahaya terbesar adalah ketika media dalam menyampaikan berita tidak sesuai dengan fakta, sehingga jajaran pimpinan harus rajin dalam menjalankan tugas dan menyampaikan berita kepada masyarakat dalam menanggapi ancaman, baik yang berasal dari dalam maupun luar. memicu kesulitan atau bahaya. Maka pimpinan agama Katingan lebih hati-hati dalam memilih media juga.

Strategi komunikasi menurut wawancara, strategi komunikasi ini memberikan kontribusi yang sangat penting untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Fungsi komunikasi seperti memberi informasi, menginspirasi, mengajar, menyebarkan informasi, dan membantu pengambilan keputusan menjadi sangat penting ketika berhubungan dengan bagian dari tindakan kita.

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh kementerian agama Katingan akan memberitahu adanya sesuatu yang terjadi pada lembaga tersebut, akan menjadikan motivasi untuk menjadi lebih lagi, apabila terjadi kesalah pahaman atau ide yang diajukan kurang mendukung bagi publik yang ada di Katingan.

Strategi bisa jadi layaknya *educating* atau mendidik aktivitas yang dilakukan oleh pimpinan beserta para staf yang ada di kementerian agama Katingan, sebab strategi itu selau berpikir kritis akan hal-hal tertentu baik resiko atau dampak dari apa yang sudah dilakukan atau diputuskan.

Strategi juga sangat berhubungan dengan penyebaran informasi, sebab dalam menyebarkan informasi perlu strategi yang bagus agar berita yang disampaikan juga tersampaikan kepada publik dengan bagus (atau publik bisa mencerna tanpa harus ada *miss* komunikasi). Strategi yang dilakukan menurut humas Katingan bisa menjadi pendukung keputusan yang akan menjadi dampak ke depannya, sebab keputusan diambil setelah melakukan pertimbangan yang diikuti dengan strategi-strategi tertentu yang mencangkup nama baik kementerian agama yang ada di Katingan.

#### **E. *Public Relations* di Kantor Agama Katingan**

Humas adalah praktik komunikasi dengan media untuk mempromosikan saling pengertian dan hubungan positif antara organisasi dan pers.<sup>11</sup>. Humas pemerintah dan organisasi nirlaba dapat menggunakan hubungan masyarakat sebagai alat dalam perangkat mereka. Kementerian agama Katingan pun juga memiliki taktik yang dipadukan dengan strategi yang telah dibuatnya. Dalam melakukan taktik tersebut kementerian agama Katingan pasti melakukan rapat dengan orang-orang yang mempunyai kedudukan tinggi demi tercapainya suatu rencana yang diinginkan.

---

<sup>11</sup>Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2012), 38.

Profesional PR bertindak sebagai perantara antara manajemen puncak organisasi dan masyarakat umum, dengan tujuan meningkatkan hubungan antara keduanya.<sup>12</sup> *Public Relations* dalam kementerian Agama Katingan yaitu Media sebagai alat penyalur atau penyampaian berita. Dalam penggunaan media kementerian agama Katingan juga memilih mana media yang tepat yang digunakan untuk kerjasama dalam menyampaikan informasi kepada publik. Kementerian agama Katingan juga memiliki media sendiri sebagai alat untuk menyampaikan informasi seperti web, facebook, instagram dan whatsapp. Namun ketika sudah bekerja sama dengan media supaya lebih banyak publik yang mengetahuinya, akan berpengaruh terhadap citra baik Kementerian Agama di Katingan. Media yang menyampaikan berita kepada publik dengan tepat maka kementerian agama akan mendapatkan citra baik, namun jika berita yang disampaikan media kurang tepat, akan mendapatkan citra buruk. Sesuai hasil wawancara yang dilakukan peneliti selama masa kerjanya kementerian agama semakin kesini semakin mendapatkan citra baik, sebab kerjasama dengan media-media yang tepat.

Kemenag menilai tingkat kepercayaan publik berbanding lurus dengan besarnya akses publik terhadap media massa sehubungan dengan tindakan media tersebut. Upaya humas Kementerian Agama Katingan dimaksudkan untuk mempromosikan citra yang baik bagi kementerian, selain untuk menyebarluaskan informasi.

---

<sup>12</sup>Muhammad Yunus, *Strategi Public Relations Keenterian Agama Republik Indonesia Dalam Mengelola Isu Agama Di Media Massa*, Skripsi, (Jakarta: Universitas Islam Syarif Hidayatullah, 2020), 74.

Seberapa sukses Kementerian Agama Katingan berkomunikasi dengan media akan berdampak signifikan terhadap reputasi Kementerian Agama. Media harus berperan signifikan dalam penyampaian informasi krusial tentang peristiwa di Kementerian Agama Katingan atau peristiwa lainnya. Hal ini dimaksudkan agar setiap orang di Kota Katingan dapat membaca dan memahami berita-berita yang akan disiarkan di seluruh kota.

Hubungan media masa dan lembaga sendiri sangat erat, kementerian agama juga memerlukan media masa dalam menyampaikan informasi, sedangkan media juga butuh informasi untuk disampaikannya, karenanya, kolaborasi yang efektif diperlukan, sebab jika terjadi salah paham akan merusak reputasi kementerian agama itu sendiri. Bukan itu saja hubungan yang kurang baik dengan media, juga akan menyulitkan kementerian agama dalam menyampaikan informasi secara luar saat keadaan atau situasi krisis.

Kemenag Katingan juga menjadi wadah bagi warga untuk menyuarakan harapan dan keprihatinannya kepada pemerintah secara terbuka dan jujur melalui berbagai saluran kontak yang terjalin di sana. Penyampaian aspirasi atau kritik juga bisa dilakukan secara offline dengan ditulis tangan lalu dimasukkan ke kotak kritik dan saran yang sudah disediakan oleh kantor kementerian agama Katingan.

#### 1. Sasaran Kegiatan Media *Relations*

Beberapa tujuan dari upaya media relations Humas adalah sebagai berikut:<sup>13</sup> Upaya Kemenag Katingan dalam Humas:

---

<sup>13</sup>Tamburaka, *Agenda Setting Media Massa*.

- a. Memperoleh publisitas yang luas terkait kegiatan atau *event* yang diadakan di kementerian agama sendiri, seperti acara Hari Bakti Amal (HAB), yang masyarakat Katingan sendiri juga ingin tahu.
- b. Mendapatkan tempat dalam liputan media yang netral, adil, dan seimbang. Selama melakukan kegiatan pers, kementerian agama selalu mendapatkan keuntungan dari apa yang telah disampaikannya, dalam hal citra positif .
- c. Kementerian agama Katingan juga memperoleh umpan balik mengenai kegiatan yang telah dilakukannya, dan umpan balik tersebut selalu positif yang didapatnya, yang menjadikan motivasi buat kementerian agama sendiri untuk bisa berkontribusi terhadap masyarakatnya menjadi lebih baik.
- d. Kementerian agama Katingan juga melakukan pengecekan data, pelengkapan data atau informasi terhadap rekan–rekan kerja setelah ada *event* atau tidak, hal itu dilakukan setiap bulan atau selesai *event* tertentu. Pimpinan kementerian agama melaksanakan tugas ini untuk sampai pada nilai yang akurat tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan pelaksanaannya.
- e. Kementerian agama Katingan selalu memberikan dukungan yang stabil terhadap pihak–pihak yang bersangkutan, agar tercipta kepercayaan dan pengertian serta saling menghargai.

## 2. Pendekatan dalam Relasi Media

Kementerian agama Katingan dalam melakukan kegiatan media relations menggunakan teknik reaktif, proaktif, dan interaktif merupakan taktik pendekatan *Public Relations* yang dapat digunakan:

a. Metode Reaktif

Metode ini hanya memerlukan membalas dan bereaksi terhadap pertanyaan media. Strategi ini mencakup berbagai kriteria PR yang berlaku. yang ada di Katingan dalam menghadapi media, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Humas Katingan selalu menghindari kata-kata yang belum matang persiapannya, hal itu dilakukan agar tidak terjadi asumsi–asumsi lain dari masyarakat.
- 2) Humas Katingan dalam melakukan wawancara selalu mempersiapkan berkas atau catatan-catatan tentang informasi yang menarik perhatian media serta ingin diketahui oleh masyarakatnya juga. Seperti acara HAB dengan berbagai macam kegiatan dan yang pasti juga mengundang media untuk meliputnya.
- 3) Humas Katingan selalu siap jika dibutuhkan, dan selalu *fast respon* dalam mengangkat telepon.
- 4) Berkembang menjadi seseorang dalam hubungan masyarakat yang secara alami ingin tahu dan mengajukan pertanyaan berdasarkan pengetahuan atau kemampuannya. yang nantinya bisa menjadi keuntungan bagi kementerian agama di Katingan.
- 5) Humas Katingan bukan sekedar sebagai orang yang menjawab akan informasi yang akan ditanyakan, namun humas juga bisa memposisikan dirinya sebagai wartawan yang ingin tahu sesuatu seputar isu-isu atau kasus tertentu yang berkaitan dengan kementerian agama.
- 6) Buatlah sebuah keseimbangan antar wartawan dan Humas.
- 7) Humas Katingan sendiri juga tidak akan semena–mena dalam menyampaikan

informasi, jika informasi dirasa masih butuh analisa lagi untuk dicek kebenarannya, maka humas pun tidak akan menyampaikan dulu kepada publik, hal itu dilakukan agar tidak terjadi asumsi tentang kebohongan atau penyebaran berita *hoax*.

b. Metode Proaktif

Pendekatan proaktif di kementerian agama Katingan juga dilakukan oleh humas dengan cara atau strategi yang dilakukan seperti pesan yang disampaikan kepada masyarakat sudah jelas adanya, sasaran pun juga sudah jelas kepada siapa serta bahasa yang digunakan dalam menyampaikan pun sudah benar atau sesuai kondisi saat itu. Humas kementerian agama Katingan dalam menyampaikan berita juga sudah dibuat ringkas jelas agar masyarakat mudah menerimanya.

Pendekatan proaktif sendiri juga berhubungan dengan media, jadi humas pun sangat memperhatikan dalam pemilihan media yang tepat atau diundang saat ada *event* di kementerian agama Katingan. Sebab pemilihan media sangat besar efeknya terhadap masyarakat jika kurang tepat dalam menyampaikannya, maka humas selalu memprioritaskannya juga dalam pemilihan media, baik wartawan atau penyampaian melalui web Kementerian Agama Katingan, *FB* serta *IG*.

c. Metode Interaktif

Pendekatan interaktif dilakukan guna memahami isu lebih luas lagi yang terjadi pada suatu lembaga<sup>14</sup>. Pendekatan ini dilakukan dengan tujuan agar *public relation* bisa bergerak lebih jauh lagi untuk mengetahui informasi mengenai pendapat masyarakat akan kementerian agama di Katingan bahkan diluar

---

<sup>14</sup>Satriani, "Eksistensi media online tribun timur sebagai sumber informasi mahasiswa jurnalistik fakultas dakwah dan komunikasi uin alauddin makassar", (UIN Alauddin makassar, 2015).

Katingan serta untuk menjalin hubungan baik dengan wartawan secara meluas, guna kemajuan lembaga kementerian agama di Katingan kukan untuk mencapai tingkat tersebut.

### 3. Teknik media relations yang berbeda

Aceng Abdullah mencantumkan sejumlah alternatif taktik hubungan media tradisional dalam bukunya Hubungan Pers: Saran untuk Menghadapi Media Massa, di antaranya sebagai berikut:

#### a. Konferensi Pers (*Press Conference*)

Bertemunya antar kementerian agama dan media. Konferensi pers ini dilakukan menjelang acara, atau setelah terjadi kegiatan. Konferensi pers yang dilakukan kementerian agama Katingan biasanya dilakukan saat ada *event-event* besar seperti HAB yang merupakan acara tahunan kementerian agama Katingan. Dalam mewujudkan konferensi pers yang baik kementerian agama Katingan melakukan beberapa strategi yaitu, memberikan tempat yang layak bagi wartawan atau para media, pembicara yang mewakili kementerian agama dalam melontarkan kalimat terhadap wartawan atau menjawab pertanyaan dari wartawan harus jelas dan mudah dipahami.

Konferensi pers di kementerian agama Katingan biasanya diadakan di aula, dengan diberi fasilitas serta kenyamanan, dan juga diberi *snack*. Hal itu selalu rutin dilakukan dengan media guna menjalin kerjasama yang baik agar saling menguntungkan. Kementerian agama Katingan saat berlangsungnya konferensi pers tidak banyak menuntut media, seperti halnya *on camera* boleh dilakukan kapan saja, karena memang dibutuhkan untuk meliputnya, panitia dari

kementerian agama Katingan juga menyediakan makan dan minum bagi wartawan, penanggung jawab dari kementerian Katingan selalu menghargai wartawan dengan selalu di tempat selama wartawan masih ada di kantor atau lembaga. Hal ini dilakukan bukan sekedar karena menghargai saja, namun jika wartawan masih membutuhkan informasi lebih lanjut.

b. Perjalanan Media (*Press Tour*)

Perjalanan media dilakukan oleh pihak kementerian agama Katingan dengan tujuan agar media bisa mendapatkan informasi-informasi baru yang belum di *releasenya*. Dalam kegiatan ini sangat penting agar media dapat melihat langsung kegiatan yang diselenggarakan oleh Kementerian Agama Katingan.

c. Pemetaan Media

Pemetaan media merupakan suatu hal yang harus dilakukan sebelum berita tersampaikan kepada masyarakat, sebab ketika informasi yang tidak benar mencemarkan nama baik Kantor Kementerian Agama, khususnya Kantor Kementerian Agama Kabupaten Katingan. Tujuan dari pemetaan media adalah untuk mengkaji bagaimana media berfungsi dan bagaimana karya tersebut diterima.

Media yang paling efisien dipilih untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat umum setelah pemetaan media. Kantor Kementerian Agama Kabupaten Katingan kemudian mengambil strategi setelah media yang paling efisien dipilih, untuk mendorong kolaborasi dan mencapai tujuan yang dimaksud, yaitu menyampaikan berita aktual kepada masyarakat. Selain juga peran media bisa juga melalui situs web Kementerian Kator Agama Katingan, IG, FB, serta

media offline seperti layaknya dipasang sebuah spanduk di suatu tempat tertentu ketika ada event.

Menurut hasil wawancara di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Katingan media *FB, IG, WA*, situs *web*, merupakan media yang paling cepat dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, sebab hampir semua masyarakat memiliki aplikasi tersebut dan membaca beritanya pada aplikasi yang ia punya.

d. Mengadakan Pelatihan Jurnalistik Bersama

Kantor Kementerian Agama Katingan juga melakukan pendekatan keberbagai media. Pendekatan tersebut bisa dilakukan dengan mengadakan pelatihan jurnalistik, yang dimana pihak kantor agama mengundangnya untuk mengajar atau menjadi mentor untuk para karyawan tentang pengajaran jurnalistik di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Katingan.

e. Secara khusus mengundang pihak media ke acara-acara besar

Kantor Kementerian Agama di Kabupaten Katingan ini memiliki strategi, jika suatu peristiwa tertentu mengundang media dalam upaya membina hubungan yang positif dengan media, seperti halnya pada saat acara HAB (Hari Bhakti Amal), pihak kantor mengundang beberapa media untuk mempublish acara-acara yang telah dilakukannya, supaya tidak terjadi kesalah pahaman antar masyarakat, serta masyarakat menjadi tahu apa saja rangkaian-rangkaian yang dilakukan pada saat acara HAB.

Hasil wawancara Acara HAB pada hari senin, 12 Desember 2022. Dalam rangka memperingati HAB yang ke 77 dimana ada beberapa lomba, seperti lomba

*Idol* (*pop* religi, *pop* religi Hindu, Dangdut), dan perlombaan lain tenis meja, badminton, voli dan juga senam. Dengan berbagai acara tersebut ketika mengundang pihak media untuk meliput acara menjadikan masyarakat awam tahu bahwa Kantor Kementerian Agama juga mengadakan *event* besar setiap tahunnya, dan dengan rangkaian acara yang luar biasa.

f. Melakukan Kunjungan Media

Kantor Kementerian Agama di Kabupaten Katingan bukan hanya sebagai tuan rumah, yang hanya mengundang pihak media, namun juga mengunjungi atau media visit dengan tujuan agar lebih mudah mengakses dan mendapatkan publish serta mempererat silaturahmi.

g. Melakukan kerjasama dengan media masa setempat

Kantor Kementerian Agama Katingan juga bekerja sama dengan kantor pos dan media lokal lainnya. Dari penjelasan strategi yang sudah dilakukan di atas atau bisa dikatakan implementasi sesuai dengan pembahasan yang ada di bab dua, maka kementerian Agama Katingan juga harus melakukan yang namanya evaluasi strategi. Evaluasi ini dilakukan untuk mengukur, apakah suatu tujuan tercapai sesuai rencana atau tidaknya. Untuk mengetahui tentang keberhasilan yang sudah diimplementasikan di atas, maka di tinjau dengan faktor internal, faktor eksternal, mengukur prestasi dan mengembalikan korelatif.

## **F. Hambatan Dalam Membangun *Public Relations***

Hambatan tidak dapat dipisahkan dari organisasi atau bisnis. Hambatan dalam suatu lembaga bisa berasal dari dalam lembaga itu sendiri (*intern*) atau dari

luar lembaga (*ekstern*). Hambatan dari dalam lembaga lebih mengedepankan pada SDM nya. Pada kementerian agama Katingan sesuai hasil wawancara terdapat hambatan pada SDM nya seperti pergantian SDM.<sup>15</sup>

Pergantian SDM akan berpengaruh pada relasi dalam suatu team tersebut. Lembaga sendiri terdiri dari beberapa divisi, maka ketika ada pada divisi lama ada anggota yang *resign* akan di ganti dengan anggota baru. Munculnya anggota baru tersebut bisa memicu masalah seperti adaptasi yang harus disesuaikan serta melakukan pembelajaran atau training terhadap anggota baru akan tugas barunya yang terkadang juga menimbulkan masalah antar pribadi dan yang lainnya, sehingga memicu kurangnya kekompakan team yang akan menimbulkan masalah pada divisi tersebut.

Hambatan ekstrinsik, seperti penyebaran berita yang terkadang bertentangan dengan fakta yang diberitakan oleh media, maka akan menimbulkan kesalah pahaman masyarakat tentang kementerian agama di Katingan. Masyarakat yang sudah salah paham atau belum difilter dulu berita yang didapat namun langsung diterima begitu saja akan menimbulkan tantangan bagi humas terutama untuk melakukan strategi akan hambatan yang didapat tersebut. Strategi itu dapat dilakukan dengan cara lebih hati-hati memilih media, atau menyebarkan media melalui web yang sudah dipunyai oleh lembaga sendiri serta bisa lewat *FB*, *IG* dan *Web*.

Hambatan yang lain seperti komentar masyarakat akan pelayanan. Mungkin hal ini biasanya terjadi secara manusiawi yang dimana dalam melayani,

---

<sup>15</sup>Hasil Wawancara dengan Subbag Tata Usaha. Bapak Murhanadi, S.H.I., M.Pd. 14 Desember 2022

petugas pelayan ada masalah pribadi yang dibawa di lingkup kerja, yang akhirnya keramah tamahan pun menjadi berkurang. Hambatan itu bisa diatasi dengan cara komunikasi *face to face* pada petugas pelayanan tersebut.

### **G. Pelayanan yang Dilakukan kepada Masyarakat**

Kantor Kementerian Agama Kabupaten Katingan menawarkan pelayanan terbaik yang ada, namun yang namanya kepuasan itu sifatnya relatif, beberapa sudah puas namun ada sebagian yang dirasa kurang puas. Pelayanan sendiri tidak terlepas dengan yang namanya komunikasi. Dalam kajian teoritis, ada tiga bentuk komunikasi: komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa.

Komunikasi yang dilakukan secara pribadi biasanya dilakukann secara *face to face* untuk mencapai titik terang antara komunikator dengan komunikan secara langsung. Hal itu juga dilakukan oleh kementerian agama Katingan ketika terjadi kesalah pahaman dalam sistem kerja terhadap anggota dalam suatu team. Komunikasi kelompok dilakukan ketika akan diadakan suatu *event* tertentu, maka pihak yang berwenang melakukan komunikasi kelompok terhadap semua divisi demi kelancaran suatu acara.

Komunikasi massa yaitu komunikasi yang dilakukan terhadap seluruh masyarakat di Kabupaten Katingan seperti halnya saat ada event HAB. Pelayanan pun dilakukan dengan semaksimal mungkin antara petugas dan masyarakat, namun ada juga beberapa yang mungkin kurang puas akan pelayanan tersebut, baik dari komunikasi atau yang lain.

Namun kementerian agama Katingan juga membuka aspirasi kepada masyarakat tentang pelayanan yang dilakukan saat ini. Tapi setelah membuka aspirasi kepada masyarakat tentang kepuasan pelayanan Kantor Kementerian Agama di Katingan, wawancara peneliti telah menghasilkan sekitar 85% kepuasan.

Program Kantor Kementerian Agama sudah mengalami adanya kepuasan pelayanan, sebab informasi yang diperoleh bisa melalui offline dan online. Kantor Kemenag sendiri memiliki situs web, IG, FB serta spanduk dalam menyebarkan informasi. Pihak Kantor Kementerian Agama di Kabupaten Katingan pun juga membuka kritik dan saran terhadap masyarakat, dengan siap mendengar keluhan masyarakat dan siap membantu menyelesaikannya. Pihak Kantor Kementerian Agama dalam menyampaikan berita juga apa adanya, konkret dan tidak mengada-ada, demi menjaga amanah serta citra baik bagi semua pihak, terkhususnya pihak Kantor Kementerian Agama di Kabupaten Katingan.