

**PERAN HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA DI DINAS
PENCEGAHAN DAN PEMADAM KEBAKARAN KOTA MEDAN**

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Medan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom)



Oleh:

Nur Halizah Marpaung
0105171065

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA

2022

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada
Yth. Dekan,
Cq. Ketua Prodi,
Fakultas Ilmu Sosial
UIN Sumatera Utara Medan
Di Medan

Assalamu'alaikum WrWb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa proposal skripsi Saudari:

Nama : Nur Halizah Marpaung

NIM : 01051701065

Judul Skripsi : Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Di Dinas
Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial, Jurusan Ilmu Komunikasi / Konsetrasi Humas UIN Sumatera Utara sebagai gagasan untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu dalam (S.I.KOM)

Dengan ini kami mengharap agar Skripsi Nur Halizah Marpaung dapat segera di Munaqasyahkan di Program Studi Ilmu Komunikasi. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Medan, Agustus 2022

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Nursapiah Harahap, MA
NIP. 1971111041997032002

Neila Susanti, Sos. M.Si
NIP. 196907281999032003

ABSTRAK

Nama : Nur Halizah Marpaung
NIM : 01051701065
Judul : Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Di Dinas
Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan
Pembimbing I : Dr. Nursapiah Harahap, MA
Pembimbing II : Neila Susanti, Sos. M.Si

Penelitian ini membahas tentang peran Humas dalam meningkatkan citra Di Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan. Sehingga memberikan hasil bahwa humas berperan penting untuk meningkatkan citra positif Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan. Berikut memaparkan hasil dalam dua bagian yaitu : (1) Peran humas dalam meningkatkan citra di Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan yaitu membangun identitas dengan cara aktif di sosial media dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat, menghadapi dan menangani keluhan masyarakat dengan cara memberikan suasana yang kondusif kepada masyarakat, memberikan penanganan dengan secepatnya, mempromosikan program – program Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan melalui kerja sama dan membangun hubungan baik dengan berbagai institusi. (2) Faktor pendukung dan penghambat peran humas dalam meningkatkan citra Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan yaitu faktor pendukung internal antara lain sarana dan prasarana serta para petugas, faktor eksternal yaitu keterlibatan berbagai aspek secara langsung ataupun tidak langsung dan peran serta seluruh komponen masyarakat. Media yang digunakan untuk membantu dalam meningkatkan citra Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan yaitu *Instagram, Facebook, Tiktok..* Untuk penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian membuktikan bahwa humas berperan dalam membangun citra positif di masyarakat dengan berbagai program yang mereka miliki.

Kata Kunci : Peran Humas, Citra Positif, Pemerintah.

Pembimbing I

Dr. Nursapiah Harahap, MA
NIP.1971111041997032002

ABSTRACT

Nama : Nur Halizah Marpaung
NIM : 01051701065
Judul : Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Di Dinas
Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan
Pembimbing I : Dr. Nursapiah Harahap, MA
Pembimbing II : Neila Susanti, Sos. M.Si

This study discusses the role of Public Relations in improving the image of the Medan City Fire Prevention and Service Office. Thus giving the result that public relations plays an important role in increasing the positive image of the Medan City Fire Prevention and Fighting Service. The following describes the results in two parts, namely: (1) The role of public relations in improving the image of the Medan City Fire Prevention and Fire Department, namely building identity by being active on social media in providing understanding to the public, dealing with and handling public complaints by providing a conducive atmosphere. to the community, provide immediate treatment, promote the programs of the Medan City Fire Prevention and Fighting Service through cooperation and build good relations with various institutions. (2) Supporting and inhibiting factors for the role of public relations in improving the image of the Medan City Fire Prevention and Fighting Service, namely internal supporting factors, including facilities and infrastructure as well as officers, external factors, namely the involvement of various aspects directly or indirectly and the participation of all community components. The media used to assist in improving the image of the Medan City Fire Prevention and Combating Service are Instagram, Facebook, Tiktok. For this study using descriptive qualitative research methods with data collection techniques using interviews, observation and documentation. The results of the study prove that public relations plays a role in building a positive image in the community with the various programs they have.

Keywords: *The Role of Public Relations, Positive Image, Government.*

Pembimbing I

Dr. Nursapiah Harahap, MA
NIP.1971111041997032002

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur senantiasa penulis sampaikan kepada Allah Subhanahuwataalah, atas berkat dan rahmat-Nya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Adapun judul skripsi ini adalah “ PERAN HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA DI DINAS PENCEGAHAN DAN PEMADAM KEBAKARAN KOTA MEDAN”. Penulis skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Dalam penulisan skripsi ini, penulis mengalami banyak kesulitan namun berkat bimbingan berbagai pihak lainnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagaimana mestinya.

Keberhasilan penulisan skripsi ini tidak lepas dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Syahrin Harahap, MA selaku rektor UIN Sumatera Utara dan Wakil Rektor I,II Dan III UIN serta segenap jajarannya yang telah memberikan kemudahan sehingga penulis dapat belajar dengan baik.
2. Bapak Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dr. Marimbang Daulay, MA beserta stafnya dan jajarannya yang telah memberi kesempatan untuk penulis meraih gelar sarjana di Fakultas Ilmu Sosial UIN-SU.
3. Dosen pembimbing I penulis Ibu Dr. Nursapiah, MA dan Dosen Pembimbing II Ibu Neila Susanti,S.sos,M.Si yang telah meluangkan waktunya guna memberikan bimbingan, bantuan, pengarahan, serta perbaikan terhadap penulisan skripsi ini.
4. Bapak Ketua Jurusan Dr. Muhammad Alfikri Matondang, S.sos, M.si dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Ibu Dr. Solihah Titin Sumanti, MA yang telah memberikan kemudahan dalam pengurusan Administrasi sehingga skripsi ini selesai.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta segenap Civitas Akademika Fakultas Ilmu Sosial UIN SU yang selama ini telah mendidik & memberikan Ilmunya

kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Fakultas Ilmu Sosial UIN SU.

6. Ibu Ririn yang telah membantu saya dalam melakukan izin penelitian di Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan, Pak Leo Sebagai Kepala Seksi Pengendalian Komunikasi yang telah membantu saya dalam melakukan penelitian di Dinas Pencegahan Dan pemadam Kebakaran Kota Medan.
7. Kedua orang tua saya bapak Khairul Anwar Marpaung dan Ibu Sri Ramila wati yang selalu mendoakan dan memberi semangat kepada penulis serta kasih sayang yang tiada henti agar penulis dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini.
8. Keluarga besar saya terutama Kakek dan Nenek saya serta Muhammad Arifin yang selalu membantu dan memberi semangat kepada saya dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Saya ucapkan terima kasih untuk diri saya sendiri karena sudah bertahan dan mampu berjuang sampai titik ini.
10. Sahabat-sahabat saya Fahira Fatonah Pane, Jihan Nurul Rizky Hsb, Nita Aulia, Wilma Dearní Ocenia Saragih, Ani Juni Marni Koto, Mawaddah Triana Hsb, Farah Ayasa Medina, Nurul Harvirna, Zanela Dwi Mega, Shania Puspa, Hafsa adelia, Novita putri, Novika Devi, July Susanti, Ika Widia utami, Melia Safitri, Annisa Sulfi. Irma novita dewi. Riva Arweni Sinaga. Yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini dan yang sama-sama menyelesaikan S1.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih untuk semua pihak yang telah berperan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dalam dua Public Relation.

Medan, 27 Agustus 2022

Nur Halizah Marpaung

DAFTAR ISI

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Kegunaan/ Manfaat Penelitian	3
E. Sistematika Penulisan	4
BAB II KAJIAN TEORI	5
A. Teori Citra dan Struktur Fungsional	5
B. Humas	10
C. Humas Dalam Islam	14
D. Citra.....	21
E. Penelitian Terdahulu	27
F. Kerangka Berfikir	28
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	29
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	29
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	29
C. Subjek Penelitian.....	30
D. Sumber Data	30
E. Instrumen penelitian	30
F. Teknik Pengumpulan Data	31
G. Teknik Analisis Data	32
H. Teknik Keabsahan Data	33
BAB IV PERAN HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA DI DINAS PENCEGAHANAN DAN PEMADAM KEBAKARAN KOTA MEDAN. 34	

A. Profil Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan	34
B. Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan.....	42
C. Faktor Pendukung dan Penghambat Humas dan Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan.....	50
BAB V PENUTUP	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN.....	63

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah .

Badai, gempa bumi dan banjir dengan kemajuan teknologi yang ada biasanya dapat didahului dengan peringatan dini. Bencana ini bukanlah fenomena alam melainkan kelalaian. Manusia tidak akan bisa memprediksi kapan bahaya kebakaran akan menimpa mereka? Atau, di mana kebakaran akan terjadi? Pertanyaan tersebut dapat dijawab dengan melakukan persiapan antara lain berupa penyediaan alat pemadam kebakaran dan melakukan pemeriksaan peralatan perlengkapan antisipasi kebakaran.

Dengan latar belakang kondisi bahaya kebakaran yang dapat dicegah, peran pemerintah harus menyediakan Badan Pencegahan dan Pemadam Kebakaran. Pencegahan dan pemadaman kebakaran yang ada di berbagai kota di Indonesia pada dasarnya memiliki kesamaan program yang sudah mapan dari berbagai kota dimana kebakaran tidak selalu dapat dikendalikan oleh manusia dan memberikan manfaat.. Kadang kala api menjadi sumber bencana yang dapat membahayakan kehidupan manusia dan ekologi lingkungan, yaitu saat api tidak dapat dikendalikan oleh manusia. Bahaya kebakaran merupakan salah satu bencana yang tidak dapat diduga dan tidak dapat diperkirakan kapan datangnya, namun bahaya kebakaran dapat dikurangi akibat dengan cara memberikan kewaspadaan yang penuh terhadap barang-barang yang dapat mengakibatkan sumber api dan barang-barang elektronik yang sudah rusak.

Pemerintahan Kota Medan sendiri menempatkan Dinas Pencegahan dan Kebakaran pada Dinas Penelitian dan Pengembangan Kota Medan bertujuan untuk menyamakan perkembangan kota dengan strategi mengantisipasi sumber-sumber kebakaran yang baru dan mengetahui tingkat pelayanan publik lainnya.

Ada beberapa statement masyarakat tentang dinas pencegahan kebakaran menyatakan bahwa mereka bekerja dengan lambat dan kurang respon, maka

dari itu perlu adanya pembuktian kinerja serta *public relation* pada setiap instansi atau dinas agar meminimalisir statement tersebut menjadi sebuah pandangan yang baik. Mungkin beberapa masyarakat belum mengetahui seberapa sigapnya pemadam dalam menangani masalah kebakaran, dan masyarakat pun tidak mengetahui kendala apa saja yang dihadapi pemadam dalam melakukan perjalanan ke tempat kejadian.

Public relations bertujuan untuk menciptakan, memelihara, dan meningkatkan citra yang baik dari organisasi atau perusahaan atau instansi kepada publik yang disesuaikan dengan kondisi-kondisi dari pada publik yang bersangkutan dan memperbaikinya jika citra itu menurun/merusak. Disebut pula bahwa tujuan *public relation* melangkah pada adanya *image/citra* perusahaan yang positif sehingga tercipta kerja sama yang harmonis di antara kedua pihak baik itu dari publik ke Organisasinya maupun dari Organisasinya ke publik sehingga dari hal tersebut diharapkan keberhasilan untuk mencapai tujuan perusahaan secara keseluruhan dapat di capai.

Humas memiliki peranan yaitu dalam menyelenggarakan komunikasi timbal balik dua arah antara instansi dengan publik sebagai sasaran yang akhirnya dapat menemukan sukses tidaknya tujuan citra yang hendak dicapai oleh instansi yang bersangkutan.

Jadi setiap instansi atau perusahaan sangat penting dan wajib memiliki sebuah divisi *Public Relation* karena divisi ini yang menjalin hubungan antara pihak internal dan eksternal dengan tujuannya untuk menciptakan citra yang baik.

Dalam hadirnya citra positif dalam dinas Pemadam Kebakaran ini tentu ada kerja humas yang baik kepada publik. Serta pelayanan yang baik dan program-program yang berjalan dengan baik itu menjadi goal setiap instansi pemerintahan maupun swasta. Dengan berjalan nya program dengan baik membuat publik atau masyarakat menjadi antusias dan sangat terlayani atau terlayani dengan baik.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana peran humas dalam meningkatkan citra positif Di Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan ?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat humas Di Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan dalam meningkatkan citra positif ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui peranan humas dalam meningkatkan citra positif Di Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan.
2. Untuk mengetahui apa saja faktor pendukung dan penghambat humas Di Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan dalam meningkatkan citra positif.

D. Kegunaan/ Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut dapat diungkapkan manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Akademis
 Penelitian ini dapat menambah dan memperluas khasanah penelitian di Departemen ilmu komunikasi khususnya pada konsentrasi humas dan menambah pengetahuan serta memberikan sumbangasih pemikiran bagi para pembaca.
2. Secara Teoritis
 Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai Peran humas pada Instansi yang bergerak dibidang pelayanan
3. Seacara Praktisi
 Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan serta sumbangan pemikiran kepada pihak-pihak yang tertarik mengenai penelitian tentang Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Di Kota Medan

E. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan uraian mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN TEORI

Bab ini berisikan uraian mengenai kajian teori, penelitian terdahulu, dan kerangka berpikir.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan uraian mengenai pendekatan dan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis dan teknik keabsahan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini membahas deskripsi data penelitian, pelaksanaan penelitian, dan hasil penelitian

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Teori Citra dan Struktur Fungsional:

Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini menjadi landasan dalam penelitian. Penelitian ketika suatu peneliti tersebut tanpa landasan sehingga dapat mengakibatkan penelitian tersebut menjadi gamblang belum terselesaikan bahkan dapat melenceng dari tujuan awal. Teori yang digunakan tidak satu teori saja, akan ada tambahan atau kombinasi dengan teori lain sesuai dengan kondisi lapangan. Adapun Teori yang digunakan peneliti adalah :

1. Teori Citra

Menurut Frank Jefkins dalam buku *public relation*, definisi citra adalah konteks humas citra diartikan sebagai “Kesan, gambaran, atau impresi yang tepat (sesuai dengan kenyataan) atau sosok keberadaan berbagai kebijakan personil atau jasa-jasa dari suatu organisasi atau perusahaan.

Jefkins (2003) menyebutkan beberapa jenis citra (image).

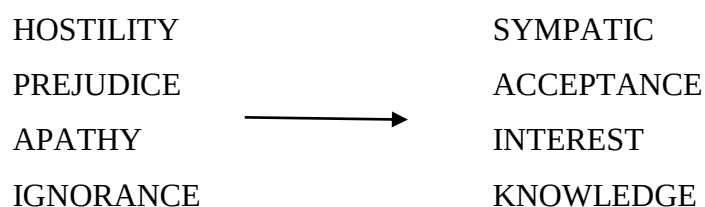
- a. *Mirror Image* (Citra bayangan), citra ini melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasinya biasa adalah pemimpinnya mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya.
- b. *Current Image* (Citra yang Berlaku) citra ini adalah suatu citra atau pandangan yang dianut oleh pihak-pihak luar mengenai organisasi.
- c. *Multiple Image* (Citra majemuk) yaitu adanya Image yang bermacam-macam dari publik terhadap organisasi tertentu yang menimbulkan oleh mereka yang mewakili organisasi kita dengan tingkah laku yang berbeda-beda atau tidak seirama dengan tujuan organisasi kita.
- d. *Corporate Image* (Citra perusahaan) citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya.
- e. *Wish Image* (Citra yang diharapkan) citra ini adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen atau suatu organisasi.

Lalu terdapat empat komponen pembentuk citra yaitu, persepsi, kognisi, motivasi dan sikap.

Public Relations adalah sebuah sistem komunikasi untuk membangun sebuah perilaku yang baik. Untuk membangun sebuah citra, kesan yang baik sebuah lembaga kepada publiknya, maka yang dibutuhkan adalah memberikan informasi diantara lembaga dan publik agar tidak terjadi perbedaan pandangan. Informasi tersebut harus berdasarkan kenyataan lembaga tersebut meliputi :

- a. Siapa yang menjadi publik bagi lembaga tersebut
- b. Apa yang mereka ketahui tentang lembaga tersebut
- c. Bagaimana pandangan mereka terhadap lembaga tersebut
- d. Apa yang harus lembaga tersebut lakukan untuk publiknya
- e. Kenapa lembaga harus melakukan hal tersebut
- f. Apa perbedaan lembaga tersebut dengan lembaga lainnya.

Publik harus mendapat informasi tentang kebijakan yang sudah dilakukan oleh lembaga tersebut dan apa yang menjadi kebijakan tersebut. Apakah kebijakan tersebut mendukung kenyamanan publik. Lembaga membutuhkan citra untuk mendapat dukungan dari publiknya. Dan kegiatan yang dilakukan *public relations* berorientasi pada pembentukan citra dan pembentukan publik internal. Langkah-langkah PR harus mengacu pada enam pokok rencana kerja PR. Acuan ini menggunakan proses komunikasi untuk mempengaruhi individu dan menghasilkan niat baik serta saling pengertian demi sebuah perubahan. Proses transfer perilaku dijelaskan dengan gambar berikut :



Pola 6 pokok kerja PR sebagaimana di kemukakan Frank Jefkins sebagai berikut :

- a. *Appreciation of the situation*, dalam tahap ini riset atau penelitian adalah bagian yang penting dalam proses ini. Riset yang dilakukan akan membantu lebih memahami masalah yang sedang terjadi lalu mencari solusi atas masalah tersebut. Setelah memahami masalah, praktisi PR akan membuat perencanaan program yang terbaik untuk mengatasi masalah. Riset juga untuk melihat apakah program yang dibuat atau dilaksanakan itu membawa perubahan, identifikasi yang akurat membantu mengantisipasi masalah yang sama tidak terjadi lagi.
- b. *Definition of objectives*, praktisi PR harus mengetahui sasaran program yang dibuat dan dapat memprioritaskan masalah yang perlu diselesaikan termasuk mempertimbangkan budget. Lalu praktisi PR tersebut menentukan tujuan yang ingin dicapai dengan cara mengubah situasi negatif menjadi positif.
- c. *Definition of public*, pada tahap ini praktisi PR harus mampu mengerti karakteristik public dengan siapa PR melakukan komunikasi. Dengan demikian tujuan yang telah dibuat pada tahap ke dua tercapai.
- d. *Selection of media and techniques*, praktisi PR memilih media yang tepat untuk berkomunikasi. Tercakup juga di sini PR membuat strategi dan taktik komunikasi. Salah satu media akan mengakibatkan tidak terselesaikannya masalah bahkan memungkinkan menimbulkan masalah baru baik public maupun manajemen nya .
- e. *Planning of budget*, pelaksanaan strategi komunikasi yang telah tentang dalam program – program memerlukan biaya. seorang praktisi PR yang baik akan berusaha menjalankan program yang efektif tetapi menghabiskan biaya minimum.
- f. *Assessment of result*, pada tahap akhir , praktisi PR harus mengevaluasi seluruh program yang telah dilaksanakan. Evaluasi dapat dibuat dengan menyebarkan angket, kuisioner, atau bentuk survei lainnya. (Jefkins, 1992: 44)

2. Teori Struktur Fungsional

Radcliffe Brown berpendapat bahwa suatu struktur dan fungsi sosial didalamnya merupakan total dari jaringan hubungan antar individu-individu, dan kelompok-kelompok individu, yang mempunyai dua dimensi, yaitu : hubungan pihak kesatu (individu atau kelompok individu) dengan pihak kedua, hubungan diferensial yang artinya hubungan dengan satu pihak dengan beberapa dengan pihak lainnya yang berbeda-beda, atau sebaliknya.

Teori fungsionalisme struktural adalah suatu bangunan teori yang paling besar pengaruhnya dalam ilmu sosial diabad sekarang. Tokoh –Tokoh yang pertama kali mencetuskan fungsional yaitu *August Comte*, *Emile Durkheim* dan *Herbet Spencer*.

Teori struktural Fngsional ini awalnya berangkat dari pemikiran *Emile Dur Kheim*, dimana pemikiran durkem ini dipengaruhi oleh *August Comte* dan *Herbet Spen Cer. Dur Kheim* mengungkapkan bahwa masyarakat adalah sebuah kesatuan dimana didalamnya terdapat bagian-bagian yang dibedakan. Bagian-bagian dari sistem tersebut mempunyai fungsi masing-masing yang membuat sistem menjadi seimbang.

(<http://nurdewisetyowati.blogspot.com/2012/03/teori-struktural-fungsional.html?m=1>)

Fungsionalisme struktural atau lebih populer dengan struktural fungsional merupakan hasil pengaruh yang sangat kuat dari teori sistem umum di mana pendekatan fungsionalisme yang di adopsi dari ilmu alam. Menekankan perangkaiaan tentang cara – cara mengorganisasikan dan memertahankan sistem. Fungsionalisme struktural atau “analisa sistem“ pada prinsip nya berkisar pada beberapa konsep, namun yang paling penting adalah konsep fungsi dan konsep struktural. (Graham, 2009 : 188)

Fungsionalisme strktural adalah sebuah sudut pandang yang luas dalam sosiologi dan antropologi yang berupaya menafsirkan masyarakat sebagai sebuah struktur dengan bagian – bagian yang saling berhubungan. Fungsionalisme menafsirkan masyarakat secara keseluruhan dalam hal fungsi

dari elemen – elemen konstitusi nya : terutama norma, adat, tradisi dan institusi. (Agung & Eko, 2012 : 71)

Dalam paradigma strktural fungsional semua unsur pembentuk masyarakat terjalin satu sama lain yang di kenal dengan sistem. Sehingga jika ada salah satu unsur nya tidak bekerja maka masyarakat terebut akan terganggu dengan adanya saling ketergantungan, kerja sama menunjukkan bahwa masyarakat terintergrasi utuh dan bertahan lama.

Perkataan fungsi di gunakan dalam berbagai bidang kehidupan manusia, menunjukkan kepada aktifitas dan dinamika manusia dalam mencapai tujuan hidup nya. Di lihat dari tujuan hidup, kegiatan manusia merupakan fungsi dan mempunyai fungsi. Secara kualitatif fungsi di lihat dari segi kegunaan dan manfaat seseorang, kelompok, organisasi atau asosiasi tertentu. Fungsi juga membujuk pada proses yang sedang atau yang akan berlangsung, yaitu menunjukkan pada benda tertentu yang merupakan elemen atau bagian dari proses tersebut, sehingga terdapat perkataan “masih berfungsi“ atau “tidak berfungsi“ . fungsi tergantung pada predikatnya secara kuantitatif, fungsi dapat menghasilkan sejumlah tertentu sesuai dengan target, proyeksi, atau program yang telah di tentukan. (George, 2012 : 121).

Bagaimana berfungsinya sebuah strutur menjadi sasaran penjelasan teori struktural fungsional. Setiap struktur, baik struktur mikro maupun struktur makro masyarakat, akan tetap ada sepanjang ia memiliki fungsi. Fungsi dasar strutural fungsional menyatakan bahwa masyaraat terintegrasi berdasarkan kesepakatan nilai bersama yang mampu mengatasi perbedaan pendapat dan kepentingan anggota. Setiap anggota masyarakat berada atau hidup dalam struktur sosial yang saling terkait antara satu dengan yang lain. Orientasi dasar paradigma fungsionalisme struktural adalah keteraturan, ekuilibrium, harmoni dan integrasi

Paradigma fungsionalisme struktural adalah keteraturan, ekuilibrium, harmoni dan dan integrasi. Asumsi dasar yang digunakan dalam teori struktural fungsional dapat kita pahami dari apa yang dijelaskan Ralp Dahrendorf, sebagaimana di paparkan Prof. Damsar, sebagai berikut :

1. Setiap masyarakat terdiri dari berbagai elemen yang terstruktur secara relative mantap dan stabil. Kegiatan setiap individu yang dilakukan secara setiap hari, melakukan fungsi asing-masing dan saling berinteraksi diantara mereka, selalu dilakukan setiap hari, relatif sama dan hampir tidak berubah.
2. Elemen-elemen terstruktur tersebut terintegrasi dengan baik. Elemen-elemen yang membentuk struktur memiliki kaitan dan jalinan yang bersifat saling mendukung dan saling ketergantungan antara satu dengan yang lainnya.
3. Setiap elemen dalam struktur memiliki fungsi, yaitu memberikan sumbangan pada bertahannya struktur itu sebagai suatu sistem. Semua elemen masyarakat yang ada memiliki fungsi. Fungsi tersebut memberikan sumbangan bagi bertahannya suatu struktur sebagai suatu sistem.
4. Setiap struktur yang fungsional dilandaskan pada suatu konsensus nilai diantara anggotanya. Konsensus nilai tersebut berasal baik dari kesepakatan yang telah ada dalam suatu masyarakat seperti, adat, kebiasaan, perilaku, maupun kesepakatan yang dibuat baru. (Damsar: 2017 :165)

B. Humas

1. Pengertian Humas

Humas atau bisa disebut sebagai public relations merupakan proses interaksi untuk mencapai opini publik sebagai input yang menguntungkan kedua belah pihak dan menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi, dan partisipasi publik. Proses tersebut bertujuan menanamkan keinginan baik, kepercayaan, pengertian dan citra yang baik bagi publik nya. Salah satu definisi menyebutkan, bahwa public relation adalah komunikasi untuk menciptakan citra positif dari mitra organisasi atas dasar menghormati kepentingan bersama.

Franks Jefkins, menyatakan bahwa public relations adalah suatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik kedalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik berlandaskan pada saling pengertian. Pada intinya *public relations* senantiasa berkenan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui informasi yang membagi pengetahuan. Melalui kegiatan tersebut diharapkan akan muncul suatu dampak perubahan yang positif. (Jefkins, 2004 : 10)

Marston mengatakan bahwa *public relations* adalah seni untuk membuat perusahaan anda disukai dan dihormati oleh para karyawan, konsumen, dan para penyalurnya.

Keutamaan dari *public relation* dalam mewakili top manajemen suatu lembaga atau organisasi tersebut, merupakan bentuk kegiatan *two ways communication* adalah ciri khas dari fungsi dan peranan public relations. Hal tersebut dikarenakan salah satu tugas *public relations* adalah bertindak sebagai narasumber informasi dan merupakan saluran informasi. (Rosaday, 2006 : 14)

Dari beberapa definisi yang dikemukakan para ahli, dapat dilihat adanya kesamaan pokok pikiran mengenai public relations yaitu :

- a. Public relations merupakan kegiatan yang bertujuan memperoleh goodwill, kepercayaan, saling pengertian, dan citra yang baik dari publik atau masyarakat.
- b. Sasaran public relations merupakan unsur yang sangat penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik dari organisasi atau perusahaan
- c. Public relations adalah usaha untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara suatu badan atau organisasi dengan masyarakat melalui suatu komunikasi timbal balik antara dua arah. Hubungan harmonis ini timbul dari *mutual understanding*, *mutual confidence*, dan *image* yang baik untuk mencapai opini publik yang positif.

- d. *Public relation* adalah suatu proses yang keluar dan kedalam organisasi atau perusahaan dari usaha-usaha manajemen dan proses penetapan serta pelaksanaan kebijakan demi kepentingan langganannya, pegawai, dan publik umumnya.

2. Peran dan Fungsi Humas

Keberadaan *public relations* di dalam Organisasi sangat penting. Urusan kerja yang ditangani humas juga sangat Fundamental, terkait nama baik dan perkembangan Organisasi. Oleh sebab itu, *public relation* sudah selayaknya memahami fungsi dan tujuan kerja secara baik. Ada beragam pandangan mengenai fungsi *public relation* dalam organisasi. Betrand menguraikan ada tiga fungsi pokok *public relations*. Pertama mengabdikan kepada kepentingan publik, kedua memelihara komunikasi yang baik, ketiga menitik beratkan pada aspek moral dan etika yang baik. (Syarifuddin, 2016 : 103).

Sementara itu, Edward L. Bernays juga mengungkapkan ada tiga fungsi penting *public relation* dalam organisasi. Pertama, memberikan penerangan kepada publik. Kedua, membujuk publik untuk mengubah sikap dan tindakan. Ketiga, berusaha mempresentasikan sikap organisasi terhadap publik dan sebaliknya. Ketiga hal tersebut antara lain :

- a. Mengetahui secara pasti dan mengevaluasi pendapat umum yang berkaitan dengan organisasi.
 - b. Memberikan nasihat kepada eksekutif mengenai cara-cara menangani opini publik yang setiap saat dapat berubah.
 - c. Melakukan upaya komunikasi untuk mempengaruhi opini publik.
- (Syarifudin, 2016 : 105)

Sedangkan menurut *Cutlip and Center*, terdapat empat fungsi *publik relations* yang harus dipahami. Pertama, menunjang kegiatan manajemen untuk mencapai tujuan organisasi. Kedua, menciptakan komunikasi dua arah antara organisasi dengan publiknya. Ketiga, melayani publik dan memberikan nasihat kepada pimpinan terkait kepentingan umum. Keempat, membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya.

3. Ruang Lingkup Tugas Humas

Tugas *public relation* secara umum adalah menyampaikan pesan atau informasi dari perusahaan secara lisan, tertulis atau visual kepada publiknya. Sehingga masyarakat (publik) memperoleh pengertian yang benar dan tepat mengenai kondisi perusahaan atau lembaganya. Tujuan dan kegiatannya melakukan studi dan analisis atau reaksi serta tanggapan publik terhadap kebijakan dan langkah tindakan perusahaan, termasuk segala macam pendapat publik yang mempengaruhi perusahaan, memberi informasi kepada pejabat (eksekutif) tentang publik acceptance dan non acceptance atau cara-cara dan pelayanan kepada perusahaan.

Humas dalam melaksanakan tugasnya membutuhkan media sebagai alat untuk menyampaikan informasi perusahaan atau instansi, begitu pula dengan kegiatan humas yang menyangkut publisitas. Adapun ruang lingkup tugas public relations dalam sebuah organisasi atau perusahaan antara lain meliputi aktifitas yaitu :

a. Membina Hubungan Kedalam (*Internal*)

Publik Internal adalah publik yang menjadi bagian dan unit /badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri. Seorang public relations harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif dimasyarakat, sebelum kebijakan ini dijalankan oleh organisasi.

b. Membina Hubungan Keluar (*External*)

Publik Ekternal adalah publik umu (Masyarakat). Bagi suatu perusahaan atau organisasi, hubungan dengan publik diluar perusahaan atau organisasi merupakan suatu keharusan. Dengan demikian, public relations hendaknya mampu melaksanakan tugas-tugas berikut ini didalam organisasi atau perusahaannya.

Terdapat pula lima pokok tugas public relations dalam meningkatkan citra instansi yaitu :

a. Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar (visual) kepada publik.

Supaya publik mempunyai pengertian yang benar tentang tujuan serta kegiatan perusahaan atau instansi.

- b. Memonitor, merekam dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum atau masyarakat.
- c. Memperbaiki citra perusahaan atau instansi
- d. Tanggung jawab sosial terhadap semua kelompok yang ada hubungannya dan memerlukan informasi.
- e. Komunikasi. (Rumanti, 2002 : 25)

C. Humas Dalam Islam

Humas dalam Islam merupakan falsafah sosial yang harus diikuti oleh setiap individu dan berbagai status sosial yang tergabung dalam sebuah masyarakat. Hubungan publik dengan islam mengandung kaidah perilaku yang mewajibkan setiap individu untuk melakukan interaksi sosial dengan baik, dibangun dengan nilai-nilai kejujuran dan keikhlasan ketika bermuamalah dengan orang lain. Dengan harapan akan menciptakan rasa saling percaya, terdapat kesepahaman dan kerjasama dalam islam dan telah diterapkan oleh Rasulullah dan para Sahabat, yakni nilai atau akhlak mulia interaksi sosial yang baik dan kejujuran.

1. Karakteristik dan Keistimewaan Humas dalam Islam

a. Kejujuran

Kejujuran merupakan sifat utama yang dibutuhkan oleh seorang da'i atau pemimpin. Karena sifat ini akan melahirkan kepercayaan publik (rakyat), dan sosialisasi dan kebijakan akan berjalan lancar. Diri Rasulullah merupakan contoh ideal yang berpegang teguh pada nilai-nilai kejujuran semenjak kecil, sehingga beliau mendapat julukan 'al-Amin'. Dengan adanya kejujuran dalam setiap upaya sosialisasi, akan memperkaya wawasan rakyat tentang informasi yang akurat terkait dengan kebijakan atau program yang akan dijalankan pemerintah. Rakyat akan mendapatkan gambaran yang sebenarnya tentang kinerja pemerintah tanpa ada sesuatu apa pun yang di tutup-tutupi, baik

itu berupa kemajuan yang telah dicapai, atau persoalan yang sedang dihadapi tanpa ada penambahan atau pengurangan fakta.

b. Transparansi

Transparansi merupakan derivasi dari adanya kejujuran dalam melakukan sosialisasi kebijakan kepada rakyat. Diawal perkembangan Islam, hubungan yang terjadi antara pemerintah dan rakyat berjalan secara transparan, tanpa ada sesuatu pun yang ditutup-tutupi, dengan penuh kesungguhan, tanpa dibumbui dengan kata-kata manis atau basa basi terhadap masyarakat. (Ahmad, 2006 : 162-163)

c. Responsif Terhadap Aspirasi Rakyat

Public relations yang di tunjukan di awal kemunculan Islam, mencerminkan sikap pemerintah yang responsif terhadap tuntutan, aspirasi atau persoalan rakyat kisah Rasulullah bersama kaum Anshar memberikan indikasi yang jelas tentang tindakan responsif Rasulullah terhadap tuntutan dan keluhan dari kaum Anshar. Rasul bertindak cepat menghadap kaum Anshar, seraya menjelaskan sebab pembagian harta fa'i kepada kaum Quraisy. Akhirnya kaum Anshar kembali dengan perasaan tenang dan bahagia. (Ahmad, 2006 :166)

d. Suri Teladan

Rahasia kesuksesan mengenalkan pemikiran, konsep, keyakinan atau falsafah hidup bergantung pada sejauh nama pemilik pemikiran atau konsep tersebut mampu menerapkan sesuatu yang dikenal dalam bentuk perilaku dan akhlak kehidupannya. Public relations akan menuai sukses jika menggunakan suri tauladan sebagai media untuk mempopulerkan sesuatu. Jika para pemimpin atau pegawai yang berada dilingkungan pemerintah memberikan contoh perilaku yang baik, maka hal ini akan memberikan pengaruh positif terhadap sikap dan perilaku masyarakat.

2. Mekanisme Humas Dalam Islam

Hubungan sosial dalam masyarakat Islam menggunakan beberapa media komunikasi untuk mempopulerkan apa yang sedang terjadi dalam manajemen pemerintahan. Di masa Islam terdapat dua media yang cukup efektif untuk melakukan komunikasi dengan masyarakat publik yakni pertemuan individu secara langsung dan pertemuan publik secara langsung. Terdapat alternatif media komunikasi yang memungkinkan bagi pemerintah untuk berkomunikasi dengan rakyat yakni pertemuan dengan media massa, baik cetak maupun elektronik. (Ahmad, 2006 : 168-169)

Dalam berbagai literatur tentang kaidah humas dalam Al-Quran kita dapat menemukan enam jenis gaya berbicara atau pembicaraan (qaulan) yang di kategorikan sebagai kaidah, prinsip hubungan masyarakat (public relations) dalam Al-Quran. Public relation yang terdapat dalam Al-Quran adalah sebagai berikut :

- a. Quulan Ma'rufa (selalu berkata dan berbuat baik)

Ma'rufa selalu identik dengan kata budaya, menurut M. Quraish Shibab, ma'ruf secara bahasa artinya baik dan diterima oleh nilai-nilai yang berlaku di masyarakat. Quulan ma'rufa berarti perataan yang sesuai dengan norma dan nilai yang berlaku dimasyarakat. Selain itu, quulan ma'rufa berarti pula perkataan yang pantas. Sebagaimana Allah berfirman dalam surah Annisa ayat 36 :


 وَأَعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَنًا وَبِذِي
 الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ
 الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ
 أَيْمَانُكُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَن كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا

Artinya : “ Sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan Nya dengan sesuatupun dan berbuatlah baiklah kepada dua ibu-bapa, karib-kerabat, dan anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga yang dekat dan tetangga yang jauh, dan teman sejawat, Ibnu Sabil dan

hamba sahayamu. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membangga-banggakan diri “

Ayat diatas menunjukan bahwa hubungan antara manusia yang satu dengan yang lainnya merupakan sunnatullah. Manusia berhak bekerjasama dengan yang lain dalam rangka mencapai tujuan hidup yang di cita-citakan dengan selalu berharap ridho Allah swt. (Dapartemen Agama RI : 84)

b. Qaulan Sadidan (perkataan yang benar, jujur)

Sadidan berarti jelas, jernih, terang. Quaulan Sadidan merupakan perkataan yang benar dan tidak mengada-ngada, sebagaimana dijelaskan Allah swt dalam surah An-Nisa ayat 9, sebagai berikut :

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ
فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

Artinya : “ Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertaqwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar. “

Muhammad Sayyid Thantawi berpendapat bahwa ayat diatas ditunjukan kepada semua pihak, siapa pun karena semua diperintahkan untuk berlaku adil, berucap yang benar dan tepat.

Kata qaulan sadidan (perkataan yang benar), menurut Syaikh Al-Alusi adalah perkataan yang benar yang disertai dengan lemah lembut dan adab yang baik. Maka hendaklah humas mengkomunikasikan suatu kepada publik hendanya dilakukan dengan benar dan tidak kasar juga dengan tatakrama yang sopan dan paling penting info yang akurat.

c. Qaulan Balighan (mudah dimengerti)

Balighan berarti sampai. Dalam konteks nya ayat dalam suatu surah An-Nisa, Qaulan balighan dimaknai sebagai perkataan yang sampai dan meninggalkan bekas didalam jiwa seseorang. Sebagaimana dijelaskan Allah dalam surah An-Nisa ayat 63, sebagai berikut :

أُولَٰئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ
وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا ﴿٦٣﴾

Artinya : “ Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakan kepada mereka Perkataan yang berbekas pada jiwa mereka. “

Kata balighan (membekas pada jiwa), hal ini dapat kita pahami bahwa seorang humas hendaknya dalam berkomunikasi mempunyai rasa atau membekas pada lawan bicara atau pada publik. (Departemen RI :88)

d. Qaulan Kariman (perkataan yang mulia)

Dilihat dari segi bahasa, kariman berasal dari kata karumu yakrumu karman karimun yang bermakna mulia, yakni perkataan yang memuliahkan dan memberi penghormatan kepada orang tua yang diajak bicara seagaimana Allah swt berfirman dalam surah Al-isra' ayat 23 yaitu :

❖ وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ
الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا
قَوْلًا كَرِيمًا ﴿٢٣﴾

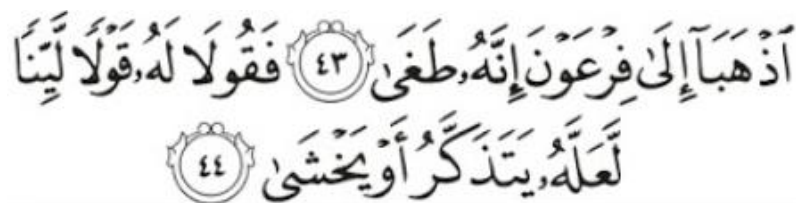
Artinya : “ Dan Tuhan mu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu

bapakmu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seseorang diantara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, Maka sekali-kali jangan lah kamu mengatakan kepada Keduanya Perkataan “ah” dan jangan lah kamu membentak mereka dan ucapkan lah kepada mereka Perkataan yang mulia. “ (Dapartemen RI : 284)

Dari ayat tersebut jelas bahwa kita diperintahkan untuk mengucapkan perkataan yang baik atau mulia karena perkataan yang baik dan benar adalah suatu komunikasi yang menyeru kepada kebaikan dan merupakan bentuk komunikasi yang menyenangkan.

e. Qaulan Layyinan (perkataan yang lembut)

Secara bahasa layyinan artinya lemah lembut, layyin adalah kata-kata sindiran bukan kata-kata terus terang atau ugas apalagi kasar. Seperti yang dijelaskan Allah swt dalam surah Thaha ayat 43-44 sebagai berikut :



Artinya : “Pergilah kamu berdua kepada Firaun, Sesungguhnya dia telah melampaui batas, maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan dia ingat dan takut. “

Perintah Allah ini menunjukkan bahwa manusia hendak selalu menyampaikan ajakan dengan menggunakan kata-kata yang lembut. FirmanNya لا اله الا الله ياتاذكارو اءو ياكسءال artinya mudah-mudahan ia ingat atau takut. Dengan pengertian yang dikemukakan diatas, mengisyaratkan bahwa peringkat zikir terus menerus mengantarkan kepada kehadiran Allah dalam hati dan kekaguman kepada-Nya merupakan peringkat yang lebih tinggi dari pada

peringkat takut. Ini karena kekaguman menghasilkan cinta dan cinta memberikan tanpa batas serta menerima apapun dari yang dicintai.

Dari ayat diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa Qaulan layyinan berarti pembicaraan yang lemah-lembut, dengan suara yang enak didengar dan penuh keramahan, sehingga dapat menyentuh hati maksud nya tidak mengeraskan suara, seperti membentak, meninggikan suara. Siapapun tidak suka jika berbicara dengan orang-orang yang kasar. Dengan qaulan layyinan komunikasi (orang yang diajak komunikasi) akan merasa tersentuh dengan jiwanya tergerak untuk menerima pesan komunikasi kita. Dengan demikian sebagai orang yang berprofesi sebagai humas dalam berkomunikasi semaksimal mungkin menghindari kata-kata dan suara yang bernada keras dan tinggi tetapi harus lemah lembut.

f. Qaulan Maysura (perkataan yang ringan)

Masyura artinya mudah. Qaulan maysura berarti perkataan yang mudah. Seperti yang dijelaskan Allah swt dalam surah Al-isra' ayat 28 sebagai berikut :

وَإِذَا تَعَرَّضْنَهُمْ ابْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَّهُمْ قَوْلًا
مَّيسُورًا ﴿٢٨﴾

Artinya “ Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhan mu yang kamu harapkan. Maka kata kan lah kepada mereka ucapan yang pantas. “

Kaliat ihrigha'a rahatiin min rabbika untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu, bisa juga dipahami berkaitan dengan perintah mengucapkan kata-kata yang mudah untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu.

Berdasarkan arti dan penjelasan dari ayat diatas kaitannya dengan komunikasi humas dapat disimpulkan bahwa seorang huas dalam menyampaikan pesan informasi kepada publiknya sebaiknya

menggunakan kata-kata yang ringan dan mudah dipahami oleh komunikasinya.

Itulah ayat-ayat Al-Quran yang menjeaskan secara umum mengenai hubungan masyarakat (*pubic relations*) yang harus dijalankan oleh manusia khusus nya pada humas. (Quraish : 74)

D. Citra

1. Pengertian Citra

Citra adalah peta anda tentang dunia. Tanpa citra anda akan selalu berada dalam suasana yang tidak pasti. Citra adalah gambaran realitas dan tidak harus selalu realitas. Citra adalah dunia menurut persepsi kita. (Jalaludin, 2009 : 221).

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian citra adalah 1) Kata benda : gambar, rupa, gambaran 2) gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk. 3) kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frase atau kalimat dan merupakan unsur dasar yang khas dalam karya proses puisi.

Sementara menurut Katz dalam Soemirat dan Ardianto, citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang suatu komite atau suatu aktivitas. Setiap perusahaan mempunyai citra sebanyak orang yang memandangnya. Berbagai citra perusahaan datang dari pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, banker, staf perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi dagang dan gerakan pelanggan disektor perdagangan yang mempunyai pandangan terhadap perusahaan. (Soemirat & Elvinaro, 2002 : 113)

Citra (*image*) adalah sebuah pandangan mengenai suatu perusahaan atau instansi yang bersifat penilaian objektif masyarakat atas kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap instansi, kesan yang diciptakan dari suatu objek orang atau organisasi.

Pengembangan citra merupakan salah satu bagian yang terpisahkan dari strategi marketing. Citra akan datang dengan sendirinya dari upaya yang

ditempuh sehingga komunikasi dan keterbukaan merupakan salah satu faktor utama untuk mendapatkan citra yang positif.

Selanjutnya beberapa definisi citra yang dikemukakan oleh para ahli antara lain :

Bill Canton mengatakan bahwa citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi.

Philip Hanslowe, citra adalah kesan yang diperoleh dari tingkat pengetahuan dan pengertian terhadap fakta (tentang orang-orang, produk atau situasi). *Rhenald Kasali* mendefinisikan citra sebagai kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan. Pemahaman itu sendiri timbul karena adanya informasi.

Sedangkan *Franks Jefkins* mengartikan citra sebagai kesan, gambaran atau impresi yang tepat (sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya) mengenai berbagai kebijakan, personal, produk atau jasa-jasa suatu organisasi atau perusahaan.

Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia public relations. Pengertian citra itu sendiri abstrak dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dan dari hasil penelitian baik atau buruk. Penelitian atau tanggapan masyarakat dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat, kesan-kesan yang baik dan menguntungkan terhadap suatu citra perusahaan, yayasan atau produk barang jasa yang pelayanannya diwakili oleh pihak public relations. Biasanya landasan citra itu berakhir dari nilai-nilai kepercayaan yang kongkretnya diberikan secara individual, dan merupakan pandangan atau persepsi, serta terjadinya proses akumulasi dari kepercayaan yang telah diberikan oleh individu-individu tersebut mengalami proses cepat atau lambat untuk membentuk suatu opini publik yang lebih luas dan abstrak yang sering dinamakan citra (*image*).

Jadi citra adalah gambaran yang ada dalam benak publi tentang suatu lembaga. Citra mencerminkan wajah dan budaya institusi sejalan dengan

strategi institusi. Jelas dan konsisten. Sasaran pencitraan adalah bagaimana terciptanya opini publik dalam kaitanya dengan keberadaan suatu lembaga yang melayani atau memperjelas lembaga tersebut yang bergabung dalam istilah public relations atau humas.

2. Jenis citra

a. Citra Bayangan

Citra ini biasanya melekat pada orang dalam atau anggota –anggota organisasinya, biasanya adalah pimpinannya mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya. Dalam kalimat lain, citra bayangan adalah citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar, terhadap organisasinya. Citra ini sering kali tidak tepat bahkan hanya sekedar ilusi, sebagai akibat dari tidak memadainya informasi, pengetahuan ataupun pemahaman yang dimiliki oleh kalangan dalam organisasi itu mengenai pendapat atau pandangan pihak-pihak luar.

b. Citra yang Berlaku

Citra yang berlaku adalah suatu citra atau pandangan yang dianut oleh pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi. Citra ini sepenuhnya ditentukan oleh banyak sedikitnya informasi yang dimiliki oleh mereka yang mempercayainya.

c. Citra Majemuk

Citra majemuk yaitu adanya image yang bermacam-macam dari publiknya terhadap organisasi tertentu yang ditimbulkan oleh mereka yang mewakili organisasi kita dengan tingkah laku yang berbeda-beda atau tidak seirama dengan tujuan atau asas organisasi kita.

d. Citra perusahaan

Citra perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya.

e. Citra Harapan

Citra harapan adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen atau suatu organisasi. Citra yang diharapkan biasanya dirumuskan dan diterapkan untuk sesuatu yang relatif baru, ketika

khalayak belum memiliki informasi yang memadai mengenainya.
(Jefkins,1998 : 412)

3. Faktor Pembentukan Citra

Citra sebuah organisasi terbentuk dari beragaman sebab, antara lain :

a. Identitas Fisik

Secara fisik, sebuah organisasi atau individu dapat dilihat dari pengenal visual, audio dan media komunikasi yang digunakan. Pengenal visual misalnya nama yang melekat, logo, gedung dan lobi sebuah kantor. Pengenal audio misalnya sebuah organisasi memiliki jingle atau lagu yang mencerminkan cirak organisasi. Pengenal media berhubungan dengan media yang digunakan dengan organisasi untuk memperkenalkan citra diri, misalnya berupa company profile, brosur, laporan tahunan, berita dan lain-lain. Beragam pengenal tersebut biasanya mencerminkan identitas, visi, misi, dan sifat sipemilik.

b. Identitas Nonfisik

Identitas nonfisik berhubungan dengan identitas organisasi yang tidak dapat dilihat dengan mata telanjang. Misalnya, sejarah filosofi, budaya didalam organisasi, sistem punish and reward, susunan manajemen, kepercayaan dan nilai-nilai kemansiaan yang ditanamkan dan lain sebagainya.

c. Kualitas Hasil, Mutu dan Pelayanan

Selain identitas, citra sebuah organisasi juga dibentuk oleh hasil dan mutu produk. Artinya, sebuah produk yang dirancang baik barang dan jasa, mencerminkan kualitas manajemen. Semakin baik sebuah hasil kerja dengan dibarengi mutu yang terjaga, citra organisasi tentu semakin baik. Untuk menunjang hasil dan menjaga kebaikan mutu dimata konsumen, organisasi harus memaksimalkan pelayanan.

d. Aktivitas dan pola hubungan

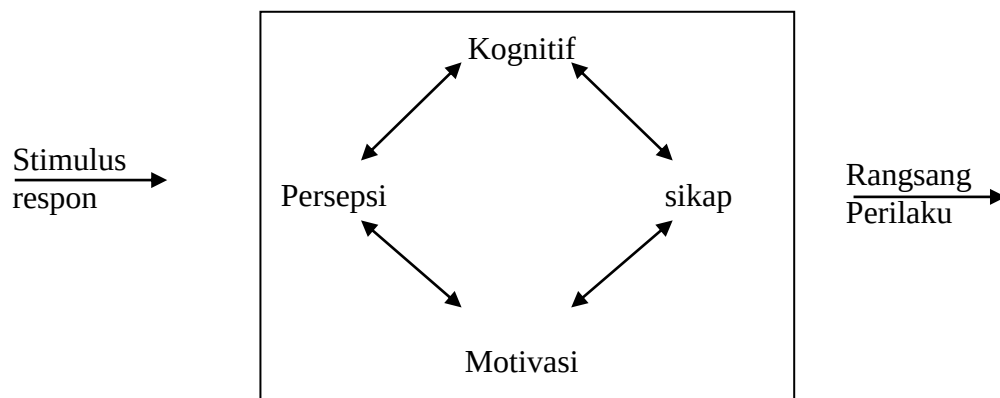
Jika sebuah organisasi sudah mempunyai produk dengan mutu terjaga, maka menjaga hubungan dengan konsumen dan rekan bisnis tentu harus selalu dicatat. Aktivitas dan Pola hubungan dengan individu,

jaringan dengan sumber daya diluar organisasi mencerminkan tanggung jawab adalah pola dasar.

4. Proses Pembentukan Citra

Solomon dalam rakhmat, menyatakan bahwa semua sikap sumbernya ada pada organisasi kognitif pada informasi dan pengetahuan yang kita miliki. Tidak ada teori sikap sosial maupun aksi sosial yang tidak didasari pada penyelidikan tentang kognitif. Efek kognitif dari sebuah komunikasi dapat mempengaruhi proses pembentukan citra seseorang. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan pengalaman seseorang dengan intensitas informasi yang didapat. Komunikasi memang tidak akan secara langsung menimbulkan sebuah prilaku tertentu, tetapi lebih mempengaruhi cara kita mengatur citra kita tentang lingkungan sekitar. Dana saputra(1995) dalam setyawati(2017:53).

Terdapat proses pembentukan citra dalam struktur kognitif yang sesuai dengan pengertian sistem komunikasi yang dijelaskan oleh John S. Nimpoe dalam laporan penelitian tentang tingkah laku konsumen, seperti yang dikutip oleh Dana saputra dalam penelitian setyawati (2017 : 54), sebagai berikut :



Public relations di ibaratkan dengan input-output, proses internal dimodel ini adalah pembentukan citra, sedangkan inputnya adalah stimulus berupa respon. Output memberikan tanggapan atau berupa prilaku tertentu, dan citra itu sendiri digambarkan melalui persepsi kognitif – motivasi - sikap.

Model pembentukan citra tersebut menunjukan bagaimana respon yang dipengaruhi oleh stimulus (rangsangan) yang bersal dari luar diorganisasikan. Dan stimulus dapat diterima ataupun juga ditolak, jika stimulus ditolak maka proses selanjutnya tidak bisa berjalan. Hal ini menunjukan bahwa stimulus tidak efektif dalam mempengaruhi individu karena tidak adanya perhatian. Namun sebaliknya, jika stimulus dapat diterima oleh individu maka terdapat komunikasi dan perhatian dari organisme, dengan itu proses selanjutnya dapat berjalan.

Kemudian empat komponen lainnya yaitu, persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap dapat diartikan sebagai citra individu terhadap stimulus. Jika rangsangan mendapat perhatian dari individu tersebut, maka individu akan berusaha untuk mengerti tentang rangsangan tersebut. Sedangkan persepsi adalah hasil pengamatan terhadap lingkungan yang dikaitkan dengan proses pemaknaan. Kemampuan mempersepsi itulah yang dapat melanjutkan pembentukan citra. Pandangan individu mengenai sesuatu akan positif apabila informasi yang diberikan oleh stimulus dapat memenuhi keyakinan pada diri sendiri dan individu.

Kognitif adalah suatu keyakinan individu terhadap sesuatu melalui proses berpikir. Keyainan individu akan muncul apabila telah dimengertinya rangsangan, sehingga individu harus diberikan informasi-informasi yang bagus agar dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya. Sedangkan motivasi dan sikap akan menggerakan respon seperti yang diharapkan oleh pemberi rangsangan. Motif adalah keadaan dalam pribadi individu yang mendorong keinginan individu untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Sikap adalah kecenderungan bertindak dan berfikir dalam menghadapi kejadian. Sikap berbeda dengan prilaku tetapi ada kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu. (Setyawati, 2017 : 56)

E. Penelitian Terdahulu

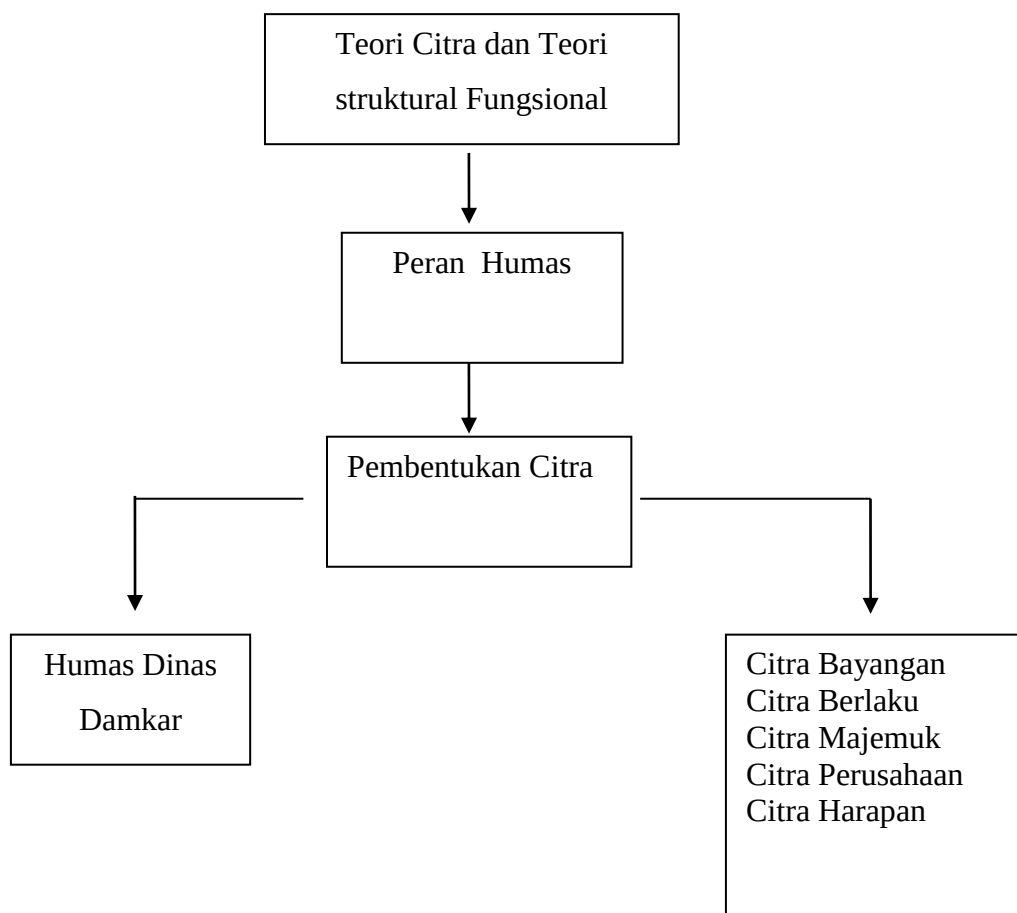
Adapun beberapa penelitian yang sudah dilakukan terkait dengan peran humas, sebelum peneliti melakukan penelitian terhadap Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Indonesia Regional Medan. Penelitian – penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

1. Skripsi penelitian “ Peran Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Citra Polres Gowa” yang ditulis oleh Nur Alwiyah Jaya pada tahun 2017. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Menggunakan teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. Subjek penelitian pada peneliti terdahulu adalah orang-orang yang berada di bagian Humas Polres Gowa serta beberapa karyawan. Adapun perbedaan yang dilakukan oleh peneliti dengan peneliti terdahulu adalah teori yang digunakan, dimana peneliti terdahulu tidak menggunakan teori yang dipakai dalam penelitian tersebut, namun dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teori Citra dan Teori Fungsional.
2. Skripsi penelitian “ Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Universitas Teknologi Sumbawa” yang ditulis oleh Muhammad Fariz Al Multazim pada tahun 2019. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data nya menggunakan studi kepustakaan, observasi, dan wawancara. Adapun perbedaan yang dilakukan peneliti dengan peneliti terdahulu adalah teori yang digunakan, dimana peneliti terdahulu menggunakan teori media massa dan media relations, sedangkan peneliti menggunakan Teori Citra dan Teori Struktur Fungsional.
3. Skripsi penelitian “ Strategi Public Relation dalam mempertahankan citra perusahaan (studi pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Bengkulu) yang ditulis oleh Siti Humairah pada tahun 2019. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, lalu teknik pengumpulan data nya menggunakan observasi, wawancara serta dokumentasi. Adapun perbedaan yang dilakukan oleh peneliti dengan peneliti terdahulu adalah

teori yang digunakan. Dimana peneliti terdahulu tidak menggunakan teori yang dipakai dalam penelitian namun peneliti ini menggunakan Teori Citra dan Teori Struktur Fungsional.

F. Kerangka Berfikir

Menurut sugiono Kerangka Berfikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting jadi dengan demikian maka kerangka berfikir adalah sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman-pemahaman yang lainnya. Sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk dari keseluruhan dari penelitian yang akan dilakukan. (Sugiono: 2011:60)



BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Lexy Moleong, penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan. (Moleong, 2006:6).

Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu dengan cara mengumpulkan data berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Serta semua yang dikumpulkan memungkinkan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Sehingga demikian laporan penelitian akan berisi data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan lisan dari hasil pengamatan.

Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Metode penelitian deskriptif kualitatif memusatkan diri pada suatu unit tertentu dari berbagai fenomena yang ada dimana kedalaman data menjadi pertimbangan dalam penelitian ini (Bungin, 2007:68). Penelitian kualitatif bertujuan untuk melakukan penafsiran terhadap realitas sosial atau fenomena sosial. Penelitian ini bersifat kualitatif dimana mendeskripsikan kenyataan yang secara jelas melibatkan subjek penelitian terkait dengan penelitian ini yaitu keefektifitasan humas. Penelitian ini bermaksud untuk memahami dan mendeskripsikan bagaimana keefektifitasan humas dalam meningkatkan pelayanan kepada nasabah. Karena itu peneliti menggunakan wawancara mendalam.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dinas Pencegahan dan Kebakaran Kota Medan di Jalan Candi Borobudur No. 2, Petisah Tengah, kec. Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara 20149. Waktu penelitian terhitung sejak bulan Oktober 2021.

C. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah Humas yang ada di Dinas Pencegahan dan Kebakaran Kota Medan.

D. Sumber Data

Dalam penelitian ini ada dua jenis data penelitian yang peneliti lakukan, yaitu data primer dan skunder.

1. Data primer

Data primer adalah data peneliti yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara) dan data dikumpulkan secara khusus untuk menjawab pertanyaan pertanyaan peneliti sesuai dengan keinginan peneliti. Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh dari hasil wawancara yang mendalam dengan informan kunci dan hasil observasi. Dalam pemilihan peneliti, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Purpoisive sampling adalah teknik pengambilan informan peneliti yang didasarkan pada mksud yang telah ditetapkan sebelumnya, teknik ini dapat diartikan sebagai maksud,tujuan ataupun kegunan (Yusuf, 2015: 369).

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data sebagai data pendukung dari data primer yang diperoleh dari literatur dan dokumen serta data yang di ambil dari suatu organisasi atau perusahaan dengan permasalahan dilapangan yang terdapat pada lokasi penelitian berupa bahan bacaan,bahan pustaka dan laporan-laporan penelitian.

E. Instrumen penelitian

1. Alat rekaman/ recorder
2. Buku catatan
3. Kamera
4. Peneliti

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian adalah untuk mendapatkan data (Sugiyono, 2016:224).

1. Wawancara

Wawancara mendalam adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan tanya jawab secara lisan baik langsung maupun tidak langsung dengan sumber data. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan secara langsung dengan sumber data. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan secara langsung (tatap muka) dengan jumlah pertemuan yang tidak ditentukan tergantung pada informan yang dibutuhkan. Wawancara yang dilakukan secara mendalam, wawancara relatif tidak mempunyai kontrol atas respon informan, artinya informan bebas memberikan jawaban. Karena itu peneliti mempunyai tugas berat agar informan bersedia memberikan jawaban-jawaban lengkap, mendalam bila perlu tidak ada yang disembunyikan. (Bungin, 2007:115)

2. Observasi

Observasi yaitu saat peneliti turun lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas-aktivitas individu di lokasi penelitian. Observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja panca indera mata serta dibantu dengan panca indera lainnya. Observasi yang dilakukan adalah bentuk observasi partisipasi pasif (passive participation) dilakukan dengan cara penelitian datang langsung ditempat kegiatan informan yang akan diamati. Tapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut. Peneliti akan melakukan observasi langsung ke kantor Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan.

3. Dokumentasi

Selain dengan menggunakan metode wawancara mendalam dan juga observasi, peneliti juga menggunakan metode dokumentasi. Metode ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data (Bungin,2007:115) dokumentasi dalam penelitian ini berupa foto-foto dari kegiatan Peran Humas dalam meningkatkan Citra di Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan.

G. Teknik Analisis Data

Teknik Analisis Data Menurut Sugiyono(2012:244),analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang didapatkan dari hasil wawancara,catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam pola dan memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain. Analisis data yang digunakan yaitu model analisis Miles dan Hubermn yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data,penyajian data dan penarikan kesimpulan. (Pujileksono,2015:152)

1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya. Reduksi data merupakan proses pemillihan, pemusatan perhatian melalui penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis dilapangan. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran lebih jelas dan memudahkan peneliti melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencari jika diperlukan.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, selanjutnya penyajian data dalam kalitatif bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat. Bagan, hubungan antr katagori,daftar dan sejenisnya. Dalam penelitian ini penyajian data

dilakukan dengan teks karena lebih mudah dalam memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami.

Alasan penulis memilih penyajian data sebagai teknik analisis data adalah karena penyajian data sangat penting untuk mengkatagorikan data dengan jelas dan efektif sehingga dalam rangka memudahkan proses pengkajian atau analisa.

3. Penarikan Kesimpulan

Yaitu aktivitas berupa menarik inti pokok bahasan dikerucutkan dalam bahasan yang ringkas, padat dan jelas atas kegiatan hasil analisa antar unit yang diteliti dengan teori-teori relevan yang telah didesain. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang dapat berupa hubungan kausal atau interaktif hipotesis atau teori. Menjadi kunci penarikan hasil proses analisa pada fokus penelitian, tentu menjadi sekian proses panjang yang diharapkan menjawab rumusan masalah dengan maksimal dan memuaskan.

H. Teknik Keabsahan Data

Agar data peneliti kualitatif dapat dipertanggung jawabkan sebagai penelitiann ilmiah maka perlu diadakan uji keabsahan data. Uji keabsahan data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif anatara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, trianglasi dengan teman sejawat, analisis kasus negative dan membercheck. (Siddiq,2919:90)

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan keabsahan data dengan menganalisis jawaban subjek penelitian yaitu dari informan kunci. Selain itu untuk menguji kredibilitas data peneliti melakukan triangulasi sumber, yakni dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber. Triangulasi dilakukan dengan mewawancarai beberapa sumber Humas di Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan.

BAB IV
PERAN HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA
DI DINAS PENCEGAHANAN DAN PEMADAM KEBAKARAN
KOTA MEDAN

A. *Profil Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan*

1. Sejarah DAMKAR Kota Medan

Pemerintah Kota Medan sejak tahun 1963 telah menyediakan suatu badan dengan tugas pokoknya adalah khusus Pencegahan dan pemadaman kebakaran. Medan sebagai salah satu kota terbesar di Sumatera dan ibu kota Sumatera Utara, sejak masa pendudukan Belanda di Indonesia menyebabkan kota ini selalu diperlengkapi dengan alat-alat Pencegahan dan pemadam kebakaran. Pada tahun 1919 Pemerintah kolonial Belanda telah membentuk suatu badan pemadam kebakaran yang dinamakan dengan *Brandwier*. (Arsip Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan)

Sebagai badan yang bertugas dalam memadamkan api pada bangunan-bangunan, badan ini lebih banyak menggunakan tenaga manusia disamping tenaga pompa sederhana. Petugas yang masuk dalam kelompok ini pada dasarnya adalah anggota dari tentara Belanda yang sudah teruji terhadap kondisi yang terjadi. Pembagian anggotanya ditempatkan pada pos-pos yang telah disediakan. Badan ini berakhir bersamaan dengan berakhirnya masa pendudukan Belanda di Indonesia.

Selama tahun 1945 hingga tahun 1962 pemadam kebakaran di Kota Medan hanya sebagai pelengkap tata kota yang di bebaskan kepada Dinas Pemerintah Pekerjaan Umum. Pemerintah kota Medan mempertimbangkan perkembangan kota yang harus diimbangi dengan antisipasi terhadap bahaya-bahaya yang dapat menimbulkan kerusakan atau gejala yang dapat menghambat perkembangan kota. Demikian halnya dengan Dinas Pemadam Kebakaran maka sejak tahun 1963 badan yang

bertugas untuk Pencegahan dan pemadaman kebakaran mulai dipisahkan.

Meskipun masih dalam bagian Dinas Pekerjaan Umum namun tugas masing - masing dinas tersebut mulai berbeda. Dinas Pemadam Kebakaran yang baru dinamakan dengan Unit Pencegahan Pemadam Kebakaran Kota Medan. Sebagai pimpinan pertama dinas ini dipercayakan pemerintah Kota Medan kepada Mohammad Dahlan yang menjabat sebagai pimpinan sejak tahun 1963 hingga tahun 1967, merupakan periode yang tergolong berat dalam Dinas Pencegahan dan Pemadam kebakaran Kota Medan.

Pemadam kebakaran hanya memperoleh perlengkapan yang sangat sederhana, yaitu peralatan pemadam kebakaran yang digunakan hanyalah peralatan hasil perbaikan terhadap perlengkapan yang sudah lama dengan keadaan mesin sangat tidak memungkinkan lagi. Mobil yang efektif digunakan untuk pemadam hanya berjumlah dua unit, sedangkan mobil pengangkut pasukan, mobil pembantu dan mobil yang jenisnya bertangga jumlahnya masing-masing satu unit.

Unit Pencegahan Pemadam Kebakaran Kota Medan yang baru berupaya keras dalam merancang tugas dalam menghadapi bahaya kebakaran untuk peristiwa kebakaran masa yang akan datang. Hal inilah yang menjadikan tahun 1963 sampai tahun 1967 sebagai tahap paling penting dalam Dinas Unit Pencegahan Pemadam Kebakaran Kota Medan. Keberadaan Dinas Unit Pencegahan Pemadam Kebakaran Kota Medan pada dasarnya berada dalam pengelolaan pemerintah kota Medan. Segala kebijakan yang berkaitan dengan perubahan atau pun kegiatan yang telah dilakukan oleh dinas tersebut didasarkan pada kebijakan pemerintah Kota Medan.

Seperti perubahan yang terjadi tahun 1967, Unit Pencegahan Pemadam Kebakaran Kota Medan dipisahkan dari Dinas Pekerjaan Umum kepada Dinas Sub Direktorat Ketertiban Umum. Perubahan yang signifikan dalam perpindahan tugas dari Dinas Pekerjaan Umum ke Dinas

Sub Direktorat Ketertiban Umum tidak terlalu terlihat, hal ini dilatarbelakangi dengan penyesuaian antara perlengkapan kota dengan perkembangannya.

Sejak perubahan terjadi, pimpinan dalam Unit Pencegahan Pemadam Kebakaran Kota Medan dipercayakan kepada Salamuddin Siregar, namun dua tahun kemudian ia diganti oleh Baharuddin Nur. Pada masa pimpinan J.L. Girsang terjadi suatu perubahan dalam pengelolaan dalam Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran, perubahan yang tampak ditandai perubahan nama Unit Pencegahan Pemadam Kebakaran Kota Medan di bawah Dinas Sub Direktorat Ketertiban Umum menjadi Unit Linmas. J.L. Girsang menduduki jabatan sebagai pimpinan Dinas Pencegahan dan pemadam kebakaran dimulai sejak tahun 1972 hingga tahun 1979.

Dasar pergantian nama ini adalah sebagai fokus pekerjaan dari Universitas Sumatera Utara pemadam kebakaran yang diarahkan sebagai perlindungan terhadap jiwa manusia (masyarakat) dari bahaya kebakaran. Tahun 1972 hingga tahun 1979 kebijakan yang tampak dari Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran berupa efektivitas Pencegahan terhadap bahaya kebakaran. Keputusan ini merupakan sebagai langkah menutupi kekurangan perlengkapan yang terjadi di tubuh Unit Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan.

Perubahan nama Pemadam Kebakaran Kota Medan, terakhir kali dilakukan pada tahun 1979, yaitu menjadi Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan (DP2K). Nama ini berlaku hingga tahun 2008, dimana Dinas Pemadam Kebakaran ini di gabung dengan Badan Penelitian dan Pengembangan kota Medan. Pergantian nama dan penggabungan Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran ke bidang Penelitian dan Pengembangan kota Medan menyebabkan semakin luasnya tugas yang akan dilaksanakan oleh Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan.

Sebagai pimpinan baru dalam dinas tersebut adalah P.T. Girsang. Jabatan ini diduduki oleh PT Girsang hingga tahun 1991. Aktivitas yang terlihat dari kebijakan pimpinan P.T. Girsang saat menduduki jabatan DP2K berupa pemulihan suasana darurat bahaya kebakaran kota Medan yang terjadi sejak 1980. Strategi tersebut salah satunya ditandai penempatan hidran air di berbagai sudut kota yang mudah dijangkau oleh mobil pemadam guna mengatasi kekurangan peralatan yang dimiliki oleh Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran.

Luas kota Medan pada tahun 1990 yang menjadi tugas DP2K telah mencapai 26.510 Ha, dengan jumlah penduduk telah mencapai 1.3 juta jiwa. Atas dasar penambahan luas kota dan jumlah penduduk inilah yang membuat DP2K lebih mengutamakan Pencegahan sebagai tugas pokok yang telah dilaksanakan oleh dinas tersebut. Seiring dengan pergantian nama ini Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan selalu diimbangi dengan perubahan-perubahan program kerja yang telah dilaksanakan Dinas ini.

Hal ini disesuaikan dengan perkembangan Kota Medan, baik dari segi bangunan, jumlah penduduk, dan pembangunan sektor-sektor fisik di sekitar wilayah kota yang menjadi wilayah tugas Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan. Perkembangan kota yang terus menerus mengharuskan pemadam kebakaran melakukan peningkatan alat siram (pompa) maupun alat Pencegahan kebakaran lainnya.

Seperti bertambah tingginya bangunan yang setiap tahunnya tinggi tingkatan suatu bangunan selalu mengalami peningkatan. Di sisi lain perkembangan fisik, seperti pertambahan jumlah bangunan hunian dan bangunan untuk kegiatan yang lainnya selalu meningkat, mengharuskan Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran memperlengkapi peralatan dan teknis-teknis pemadaman terhadap bahaya kebakaran yang terjadi.

Susunan organisasi yang berlaku sejak tahun 1979-1991 pada Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan adalah:

- a. Kepala Dinas
- b. Sub Bagian Tata Usaha
- c. Sub Dinas Perencanaan
- d. Sub Dinas Operasi
- e. Sub Dinas Pemeliharaan Peralatan
- f. Sub Dinas Pengendalian
- g. Sub Dinas Retribusi
- h. Kelompok Jabatan Fungsional

Secara umum, semua bagian yang berada dalam struktur organisasi Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan adalah untuk mempermudah pekerjaan dinas tersebut

2. Informasi Mengenai Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan.



Arti dan makna Logo Damkar :

1. kelopak Bunga Wijaya melambangkan kemenangan dalam setiap pelaksanaan tugas pemadaman dan penyelamatan. 5 kelopak melukiskan 5 sila Pancasila.
2. Tali melingkar dan lingkaran melambangkan bahwa tugas pemadam kebakaran bagaikan lingkaran yang tidak berujung dan tak berpangkal. Tali melukiskan peralatan penyelamatan sebagai kesiagaan dan kesiapan memberi pertolongan kepada korban.

3. tangkai 19 lidah api yang menyala melambangkan bahwa bahaya kebakaran selalu mengintai. 19 lidah api melukiskan lahirnya Instansi Pemadam Kebakaran pada tanggal 1 Maret 1919
4. Air melambangkan terpenuhinya bahan pokok dalam pemadaman kebakaran.
5. Kelengkapan kerja berupa helm, kampak, pemancar dan selang melambangkan perlengkapan atau peralatan kerja pemadam kebakaran dalam menjalankan tugas pokoknya.
6. Pita bertuliskan YUDHA BRAMA JAYA. Yudha berarti perang, Brama berarti api, Jaya berarti menang. Jadi YUDHA BRAMA JAYA bermakna kemenangan dan keberhasilan dalam perang mealawan kebakaran.
7. Warna putih, merah, kuning dan biru. Putih berarti kesucian/kebenaran, merah berarti keberanian/semangat yang membara, kuning berarti kemuliaan/keluhuran hati dan biru berarti kesetiaan.

1. **Nama Unit Kerja dan Kepala Dinas** : **Dinas Pencegah Pemadam Kebakaran Kota Medan**
Kepala Dinas : M.TAMPUBOLON
2. **Alamat/Telp. Kantor** : **Jl. Candi Borobudur No. 2 Medan**
Telp. (061) 4557067
3. **Tugas Pokok** :
 1. Dinas Pencegah Pemadam Kebakaran adalah unsur pelaksana Pemerintah Kota Medan dalam bidang pencegahan pemadam kebakaran yang dipimpin oleh seorang kepala dinas yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Daerah melalui Sekretaris Daerah.
 2. Dinas Pencegah Pemadam Kebakaran mempunyai tugas melaksanakan sebagian urusan rumah tangga daerah dalam bidang pencegahan pemadam kebakaran dan

melaksanakan tugas pembantuan sesuai dengan bidang tugasnya.

4. Fungsi

- : 1. Merumuskan dan melaksanakan kebijakan teknis dibidang pencegahan pemadam kebakaran;
2. Melaksanakan kegiatan pencegahan terhadap bahaya kebakaran atau bencana alam;
3. Melaksanakan kegiatan operasional penanggulangan/pemadaman kebakaran atau bencana alam;
4. Menyelenggarakan pengawasan atau pengendalian terhadap pengolahan, penyimpanan, peredaran, kegiatan bongkar muat, pengangkutan barang dan bahan (material) yang mudah terbakar sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
5. Mengkoordinir kegiatan unit pemadam kebakaran pada instansi pemerintah dan swasta, perusahaan, perhotelan, perbankan, tempat-tempat vital/non vital, pusat perbelanjaan pasar dan lain-lain;
6. Melaksanakan kegiatan retribusi racun api;
7. Melakukan pengawasan dan pemeriksaan pada semua bangunan, gedung pertunjukan / pameran, tempat usaha, tempat hiburan dan tempat keramaian yang ramai dikunjungi orang yang rawan terhadap bahaya kebakaran;
8. Melaksanakan seluruh kewenangan yang ada sesuai dengan bidang tugasnya;
9. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Daerah.

3. Visi dan Misi Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan.

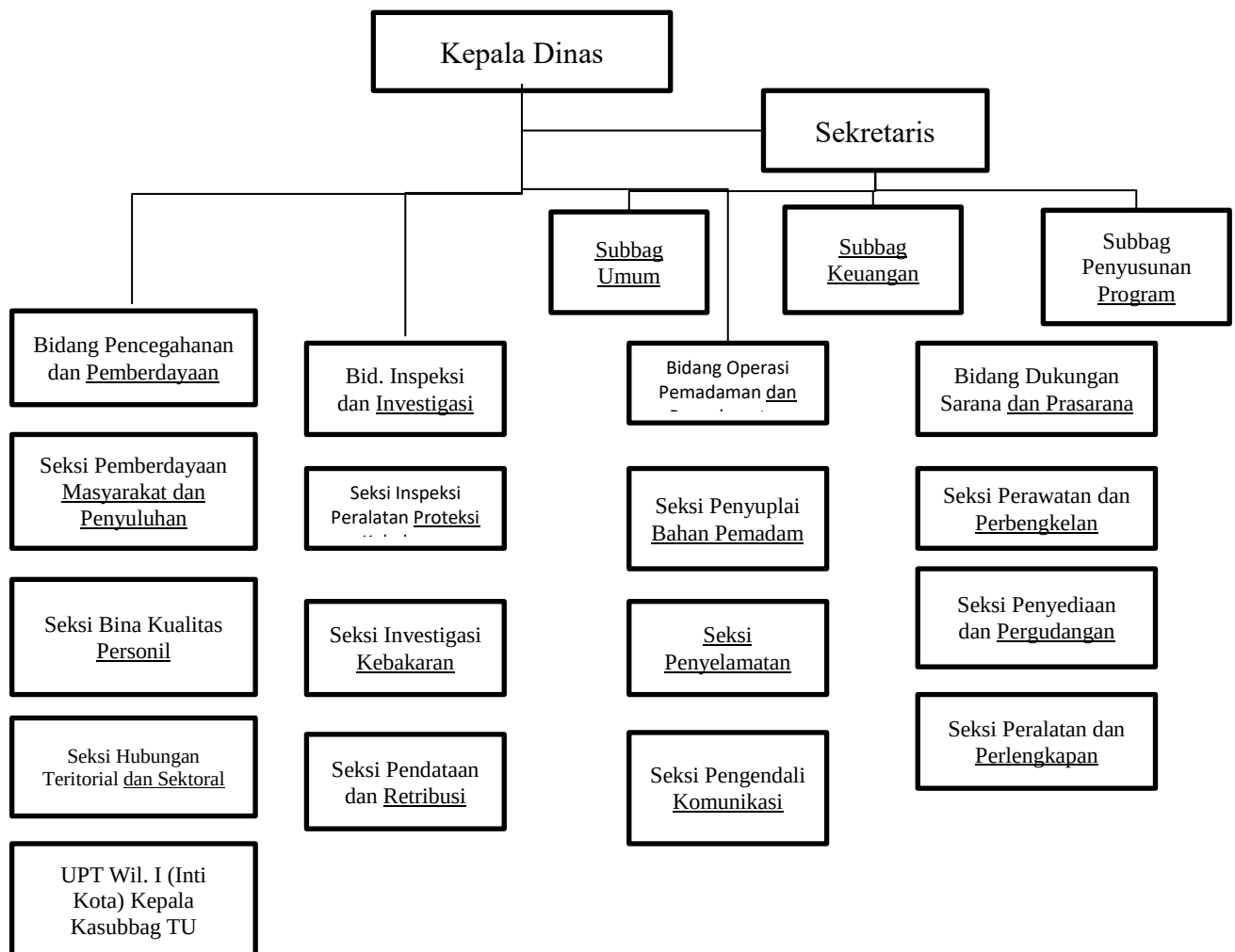
a. Visi Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan.

Terwujudnya Kota Medan yang Sigap Mencegah dan Mengatasi Kebakaran serta Bencana lainnya” atau disingkat “Medan Siaga Bencana.

b. Misi Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan.

1. Mendorong Partisipasi Masyarakat dan Swasta serta Pihak Kelurahan dan Kecamatan dalam Pencegahan dan Penanggulangan Bencana;
2. Meningkatkan Mutu Layanan ke Masyarakat;
3. Meningkatkan Sarana dan Prasarana Alat Pencegahan dan Pemadam Kebakaran;
4. Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia.

4. Struktur Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan.



5. Tujuan Humas Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan.

Menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga/organisasi dengan publiknya, internal maupun eksternal, dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga/organisasi.

B. Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan.

Semua lembaga atau institusi pemerintah tentu ingin berhasil dalam mencapai tujuannya. Keberhasilan tersebut tidak dapat dicapai hanya berdasarkan kemampuan yang ada pada institusi itu saja. Disamping itu perlu adanya pengertian, penerimaan dan keikutsertaan publiknya. Sama halnya dengan yang dilakukan Humas Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan dalam meningkatkan citra. Harus memperhatikan dan mengikutsertakan publik dalam menjalankan peran yang akan dilaksanakan.

Publik yang dimaksud adalah public intern dan ekstern dimana adanya unit kehumasan pada setiap institusi merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka penyebaran informasi tentang aktivitas institusi tersebut, baik kedalam maupun keluar. Karena humas merupakan alat atau jembatan untuk memperlancar jalannya interaksi serta penyebarluasan informasi.

Peran humas dalam meningkatkan citra di Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan sebagai berikut :

1. Membangun Identitas Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan.

Untuk membangun identitas sebuah institusi terkhusus Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran kota Medan, maka bidang humas sering berhubungan langsung pada setiap program yang telah ada baik internal maupun eksternal. Humas merupakan bagian dari institusi yang memiliki tujuan untuk menciptakan citra positif atau opini

positif yang dapat menguntungkan pihak institusi, memberi informasi, menumbuhkan kesadaran serta partisipasi dari masyarakat. Maka dari itu, Humas Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan membangun identitas mereka melalui tugas – tugas yang sudah mereka kerjakan serta fungsinya untuk menyusun strategi dalam meningkatkan citra dari institusi dan kesadaran bagi masyarakat.

Seperti yang disampaikan oleh Kepala Seksi Pengendalian Komunikasi bapak Leorencius Manurung, M.Si :

“Untuk strategi dari humas sendiri lebih banyak mempublish tentang kegiatan penyelamatan karena biasanya saat melakukan pemadaman, masyarakat biasanya menilai image negatif kepada damkar karena secepat apapun sampai pemadam pasti dinilai lama namun disaat penyelamatan biasanya positif karena tidak berburu dengan waktu. Yang penting kita bantu dan selesai dari itu kemudian mereka akan berterima kasih. Maka dari itu penyelamatan itu cenderung mendapatkan nilai positif. Minus di pemadaman tertutupi dengan penyelamatan. Itu yang membuat kita berjuang sampai munculnya tagar #LebihBaikLaporPemadam ataupun tagar #GakPercumaLaporPemadam karena kita mau memperbanyak hal – hal yang seperti itu”.

Dari pemaparan tersebut memberi penjelasan bahwa begitu pentingnya peran dari humas dalam membangun identitas DAMKAR. Seperti yang kita ketahui selain fungsi humas sebagai komunikator atau penyampai informasi, tugas pokoknya adalah untuk meraih tujuan serta sasaran bagi institusi ataupun lembaga pemerintah yang berhubungan, serta memiliki kegiatan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat terkait sebuah peristiwa supaya masyarakat lebih tau apa yang sebenarnya.

Begitu juga yang disampaikan oleh bapak Ezra N. Barus selaku bidang THL (Penata Pemadam Kebakaran / Personel Commencenter) sebagai berikut:

“Kita tetap memposting hasil kerja kita jadi masyarakat bisa menilai keefektifan pemadam dalam melayani masyarakat juga dari artikel contohnya jika mau mendekati lebaran, rumah jangan

ditinggal jika ditinggal maka matikan semua peralatan listrik yang tidak dibutuhkan dan mencabut regulator gas sehingga memudahkan masyarakat dalam menilai kinerja dari DAMKAR itu sendiri”

Dari pemaparan tersebut memberi penjelasan bahwa humas lebih menggunakan media sosial dalam meningkatkan identitas serta citra dari DAMKAR itu sendiri melalui segala aktivitas penanganan baik kebakaran ataupun memberi informasi – informasi yang berguna untuk masyarakat sehingga masyarakat merasa bahwa DAMKAR memperhatikan masyarakat.

2. Menghadapi dan Menangani Keluhan dari Masyarakat kepada Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan.

Menghadapi dan menangani keluhan dari masyarakat tentang penilaian negatif mengenai Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan yang hingga sekarang ini masih menjadi penilaian negatif terutama pada penanganan kebakaran yang ada di Kota Medan. Dimana masyarakat sering mengeluh mengenai keterlambatan DAMKAR sampai ke lokasi kejadian meski pihak DAMKAR sudah semaksimal mungkin dalam penanganan terutama mengenai pemadaman kebakaran. Dengan harapan masyarakat bisa memperoleh pengetahuan atau wawasan baru terkait penyebab dan kendala saat pelaksanaan tugas.

Seperti yang disampaikan oleh bapak Ezra N. Barus selaku bidang THL (Penata Pemadam Kebakaran / Personel Commencer) sebagai berikut:

“Untuk statement bahwa pemadam selalu datang terlambat karena memang benar pasti selalu terlambat. Karena kan pemadam kebakaran ditelfon saat sudah terjadi kebakaran jika di telfon sebelum kebakaran itu namanya direncanakan. Dan saat api masih kecil biasanya masyarakat berinisiatif untuk memadamkan sendiri namun jika api sudah tidak bisa dikendalikan, mereka baru menelfon pemadam kebakaran. Hal tersebut yang membuat

lambatnya pemadaman namun yang namanya penilaian ya kita berusaha untuk sebaik mungkin”

Hal tersebut menjelaskan bahwa citra negatif DAMKAR saat melakukan pemadaman masih terus terjadi meski penyebabnya tidak selalu dari pihak DAMKAR itu sendiri. Namun informasi yang lambat membuat kebakaran yang harusnya masih bisa di minimalisir menjadi cepat meluas karena menunda untuk menginformasi ke pihak DAMKAR. Tetapi pihak damkar terus giat untuk melakukan sosialisasi dan membangun citra positif juga informasi mengenai penanganan pertama dalam pemadaman api dan sebagainya. Karena DAMKAR memiliki program – program untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai tugas DAMKAR itu sendiri.

Seperti yang disampaikan oleh Kepala Seksi Pengendalian Komunikasi bapak Leorencius Manurung, M.Si :

“Dalam penyampaian informasi dan biasanya kita melalui media sosial dengan membuat beberapa slide video atau artikel kemudian kita publis namun ada juga yang langsung turun ke lapangan untuk memberikan informasi itu bagian pencegahan dan pemberdayaan dimana tugas mereka adalah memberikan sosialisasi kepada masyarakat tentang tugasnya damkar termasuk melatih para relawan sehingga kalau masyarakat sudah dilatih, kemudian ditanya apakah minat untuk menjadi relawan? Nah itu kita jalankan setiap tahun ada programnya.”

Berdasarkan penyampaian tersebut menjelaskan bahwa pihak DAMKAR rutin memberi penyuluhan baik melalui media sosial maupun secara langsung turun ke lapangan. Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan juga rutin mengadakan pelatihan setiap tahunnya untuk mencari masyarakat yang berminat menjadi relawan dari Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan.

a. Memberi rasa aman kepada masyarakat.

Humas Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan berfungsi sebagai gerbang informasi mengenai tugas serta fungsi dari DAMKAR itu sendiri. Dengan melakukan sosialisasi harapannya masyarakat lebih memahami bahwa tugas dari DAMKAR bukan hanya untuk memadamkan api disaat adanya kebakaran. Melainkan banyak tugas yang lainnya.

Seperti yang disampaikan oleh Kepala Seksi Pengendalian Komunikasi bapak Leorencius Manurung, M.Si mengenai tugas dari seorang pemadam:

“Tugas pemadam adalah melakukan pemadaman dan penyelamatan juga mengevakuasi bahan berbahaya dan beracun jadi yang paling sering kita kerjakan adalah pemadaman dan penyelamatan ini. Selain kebakaran berarti kita juga menolong orang untuk yang paling umum mengevakuasi hewan peliharaan kalau misalnya ada kucing, lebah, ular masuk ke rumah seperti itu. Kemudian ada juga yang meminta tolong jika ada yang tidak bisa membuka pintunya, kuncinya itu juga ada yang seperti itu atau ada yang pingsan di lantai dua rumahnya kemudian minta diturunkan karena bobotnya berat itu juga pernah kita kerjakan. Intinya penyelamatan manusia, hewan dan benda itu boleh jika memang hal tersebut penting”.

Berdasarkan pemaparan tersebut menjelaskan bahwa pemadam bukan hanya tugasnya untuk memadamkan api ketika adanya kebakaran melainkan juga melakukan penyelamatan baik kepentingan individu maupun masyarakat luas sehingga masyarakat dapat merasakan keamanan.

b. Memberi penanganan yang cepat.

Dinas Pencegah dan Pemadam Kebakaran Kota Medan memiliki tugas yang tidak mudah juga dituntut untuk membutuhkan kecepatan dalam menyelesaikan tugasnya demi keselamatan dan keamanan masyarakat.

Seperti yang disampaikan oleh bapak Ezra N. Barus selaku bidang THL (Penata Pemadam Kebakaran / Personel Commencenter) sebagai berikut :

“Kalau masyarakat menelpon masukkan ke sini semua commencenter atau ke WA. Jadi kita infoin lokasinya dimana, biasanya kita minta share lokasi kemudian dilihat mana yang terdekat dari google map untuk mencari lokasi terdekat dari pos ke lokasi pelapor itu yang diberangkatkan. Karena kita juga punya aturan bahwa paling lama 15 menit sampai ke lokasi setelah adanya pelaporan oleh masyarakat”.

Hal tersebut menjelaskan bahwa DAMKAR memiliki kemampuan cepat dalam memberikan informasi kepada anggota yang dekat dari lokasi untuk memberikan penanganan yang cepat dalam lingkungan masyarakat. Dengan demikian kejadian-kejadian yang berpotensi menjadi besar dapat dihindarkan. Hal ini menjadi bentuk bahwa Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan memiliki penanganan yang cepat dalam menciptakan citra positif.

Koordinasi yang baik mampu memudahkan serta mempercepat penanganan dari laporan masyarakat. Seperti yang disampaikan oleh Kepala Seksi Pengendalian Komunikasi bapak Leorencius Manurung, M.Si :

“Kota Medan dibagi ke dalam lima titik jadi disitu ditempatkan pos – pos pemadam, di Belawan, Kawasan Industri Medan (KIM) , Jl. Candi Borobudur Petisah, Terminal Amplas, dan di Pasar Induk Loci jadi dibagi lima untuk mengcover wilayah kota Medan serta kedepannya akan ditambah lagi karena kebutuhan di Kota Medan ini harusnya ada paling tidak 9 titik untuk mengejar respond time 15 menit sudah sampai ke lokasi. misalnya terjadi kebakaran di Jl. SM Raja, yang berangkat pertama kali itu dari Mako Amplas 20 namanya kemudian kebakarannya nanti akan di foto dan di videokan dan mereka akan menyampaikan bahwasannya api tidak dapat mereka tanggulangi, mereka butuh bantuan lalu mereka panggil kita melalui grub whatsapp, melalui radio ht kemudian kita arahkan siapa lagi yang terdekat. Kalau misalnya di daerah AH Nasution, yaudah kita berangkatnya 206 nanti

kita menyusul dari pos 10 kalau tidak sanggup juga, kita berangkatkan dari mako. Mana wilayah yang terdekatlah yang kita arahkan lebih utama untuk membackup”

Hal itu juga turut memperjelas bahwa Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan melakukan hal semaksimal mungkin untuk kecepatan dalam tugasnya namun beberapa kendala yang mempengaruhi DAMKAR dalam memaksimalkan lebih terhadap pelayanannya. Seperti minimnya armada, personel serta pos yang sedikit dengan kondisi lalu lintas macet membuat tak jarang petugas DAMKAR kesulitan mengakses jalan menuju lokasi.

3. Mempromosikan Informasi ataupun Edukasi kepada Masyarakat.

Media sosial merupakan salah satu cara mempromosikan atau menyampaikan pesan-pesan kebaikan kepada publik atau himbauan dan visi misi suatu lembaga atau institusi, tidak terkecuali di Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan. Dalam meningkatkan suatu citra terutama di DAMKAR, maka divisi Humas secara aktif dan efektif melakukan pengenalan melalui promosi hal-hal yang terkait dengan kepentingan masyarakat luas dan mendukung kampanye sosial.

Kegiatan ini adalah kegiatan yang terus menerus dengan rentang waktu yang terjadwal setiap tahunnya. Informasi terkait pencegahan menjadi salah satu faktor pendukung dalam mempromosikan keberhasilan peran humas di Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan dalam meningkatkan citranya. Seperti halnya yang dipaparkan oleh bapak Ezra N. Barus selaku bidang THL (Penata Pemadam Kebakaran / Personel Commencenter) sebagai berikut :

“Melalui media sosial instagram, facebook, aplikasi pelaporan, nomor WA dan Telfon. Biasanya dilakukan informasi dan edukasi

melalui media sosial instagram dan facebook juga whatsapp grup relawan yang kita bentuk”

Berdasarkan hal tersebut membuktikan bahwa media sosial masih menjadi media yang efektif dan efisien dalam menyampaikan informasi ataupun promosi. Cara yang di anggap paling cocok dan efektif untuk menyampaikan pesan-pesan positif tentang DAMKAR kepada masyarakat luas yaitu dengan melalui media sosial. Program ini dilakukan karena citra DAMKAR tidak lepas dari sudut pandang masyarakat terhadap apa yang di lihat.

Begitu juga yang disampaikan oleh Kepala Seksi Pengendalian Komunikasi bapak Leorencius Manurung, M.Si yakni :

“Setelah selesai pemadaman, kita ambil penyebabnya dan dokumentasinya penyebabnya, kita desain kita tampilkan itu di media sosial kita supaya diterima oleh masyarakat bahwasannya ada kejadian kebakaran di jam sekian dan semua itu kita jelaskan di situ. Itu yang membuat kita berjuang sampai munculnya tagar #LebihBaikLaporPemadam atau #GakPercumaLaporPemadam karena kita mau memperbanyak hal – hal yang seperti itu”

“Tujuan dari humas adalah mempublish kegiatan meskipun pada bidang tersebut tidak terlalu menjadi hal utama bagi tugas humas karena hal tersebut jadi tanggung jawab penambahan pos namun humas memiliki peran penting ketika melakukan live di Instagram untuk membuat masyarakat memahami kondisi bahwa keadaan jalanan di Kota Medan sempit dan macet di jam tertentu sehingga mereka memberi jalan ketika ada petugas damkar yang sedang bertugas supaya lebih cepat sampai ke lokasi tapi untuk mencapai tujuan organisasi seperti SPM itu tidak dapat karena tida bisa hanya menggunakan media sosial. Seperti contohnya pihak damkar sudah mempublish nomor namun saat adanya kebakaran, tapi lokasi macet dan kendala lainnya itu bisa saja membuat petugas damkar bisa lebih dari 15 menit sampai ke lokasi. Humas hanya membantu mempublish dan mencapai tujuan dinas”

Hal tersebut menjelaskan bahwa pengaruh dari media sangat besar untuk meningkatkan citra dari Dinas Pencegah dan Pemadam Kebakaran Kota Medan. Adapun contoh publikasi melalui media

sosial yang umumnya dilakukan yaitu membagikan aktivitas saat penanganan maupun informasi dan edukasi yang berhubungan dengan DAMKAR. Dengan harapan bahwa masyarakat bisa lebih peka dan mau untuk mengetahui bagaimana penanggulangan serta tugas dari DAMKAR itu sendiri. Memberikan akses prioritas bagi mobil – mobil yang memang urgent dan butuh akses jalan yang cepat.

C. Faktor Pendukung dan Penghambat Humas dan Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dari proses wawancara diatas, dapat diketahui bahwa setiap program dan strategi yang dikeluarkan Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan tidak terlepas dari berbagai faktor lain yaitu pendukung juga penghambat.

Penjelasan terkait faktor pendukung dan penghambat saat pelaksanaan Humas dan Petugas DAMKAR terkadang melibatkan dua faktor yaitu internal dan eksternal.

Penjelasan mengenai faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan peran Humas Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan melibatkan faktor eksternal dan internal.

1. Faktor Penghambat

a. Faktor Internal

Seperti yang disampaikan oleh Kepala Seksi Pengendalian Komunikasi bapak Leorencius Manurung, M.Si :

“Media yang kita gunakan untuk menyebarkan informasi yaitu hanya facebook dan instagram juga sudah ada tiktok dan youtube namun contact creator kita masih terbatas jadi kalau misalnya ada ide boleh sampaikan”

“Kita bekerja 12 jam dan istirahat 24 jam jadi hari ini saya masuk pagi jam 8 dan saya akan pulang nanti jam 8 malam kemudian besoknya saya akan masuk lagi jam 8 malam jadi bekerja 12 jam, istirahat 24 jam. Sebenarnya jika dibilang ready kapan saja atau sigap itu bukan karena sigap melainkan pekerjaan kita melebihi jam kerja normal, berdasarkan peraturan menteri itu idealnya kita bekerja 40 jam per minggu namun kita bekerja sudah sampai 48 jam atau 60 jam per minggu udah terjadi

overtime namun itu mengurangi fisik tapi itu dibutuhkan supaya kita standby terus dengan jumlah yang terbatas ini, jumlah petugas kita kan masih terbatas dari kondisi idealnya 4 regu sekarang hanya ada 3 regu”

“Beberapa mungkin belum bisa mengikuti serta perlengkapan juga belum memadai karena memang yang kita tau biaya untuk pengadaannya itu cukup tinggi harganya”

Penjelasan tersebut membuktikan bahwa masih minimnya petugas untuk mengelola media sosial agar lebih maksimal memberi informasi mengenai DAMKAR itu sendiri kepada masyarakat. Faktor internal lainnya juga selain minimnya pengelola media sosial, juga personel DAMKAR itu sendiri belum mencukupi yang mengakibatkan kinerja dari personel kurang maksimal dengan jam kerja yang melebihi jam normal lainnya. Serta anggaran yang dibutuhkan sangat besar untuk memaksimalkan fasilitas – fasilitas pendukung media.

Seperti halnya yang dipaparkan oleh bapak Ezra N. Barus selaku bidang THL (Penata Pemadam Kebakaran / Personel Commencenter) sebagai berikut :

“Karena kita setiap tahun itu ada penyuluhan ke kecamatan dan perekrutan relawan hanya saja relawan kalau tidak diasah jadi tumpul atau orangnya sudah pindah domisili dan tidak bekerja di situ lagi dan mungkin terbentur masalah dana sementara disini jauh lebih butuh dana untuk melengkapi peralatan personil maka sebenarnya kita menyesuaikan dengan dana yang ada. Mungkin bertahap hingga bisa tercapai biasanya sudah ada indikasi dan bisa dikatakan berhasil karena tingkat kebakaran di kota Medan sudah berkurang. Dan jika ada kebakaran sekarang tidak sampai membesar karena mereka sudah tau untuk langsung menghubungi pihak damkar jadi bisa dengan cepat memadamkan kebakaran itu”.

Pemaparan tersebut membuktikan bahwa banyak faktor penghambat internal demi memaksimalkan kinerja DAMKAR. Namun karena kuatnya pengaruh media sosial untuk meningkatkan citra juga menyebarkan informasi dan edukasi mampu menekan tingkat kebakaran yang ada di kota Medan saat ini. Meski begitu, Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan terus berbenah ke arah yang lebih baik lagi demi

memaksimalkan pelayanan kepada masyarakat kota Medan juga untuk memberi citra positif kepada institusi.

Seperti halnya yang dipaparkan oleh pak Fachry Adrian selaku bidang THL (Penata Pemadam Kebakaran / Personel Commencenter) mengenai keterbatasan armada :

“Di Pos 00 Jl. Candi Borobuddur yang siap beroperasi ada 10 unit , Amplas ada 3 unit, Lauce ada 2 Unit, KIM ada 3 Unit, dan di Belawan ada 2 Unit maka totalnya ada 20 unit”.

“Kurang lebih hampir 350 orang dibagi di kantor ada 100 orang serta operasional ada 250 orang.”

Dengan jumlah armada dan personel itu, masih belum mencukupi dalam mengatasi masalah di kota Medan yang memiliki 2,5 juta jiwa.

Seperti halnya yang dipaparkan oleh pak Fachry Adrian selaku bidang THL (Penata Pemadam Kebakaran / Personel Commencenter) sebagai berikut :

“Kedepannya akan ditambah lagi karena kebutuhan di Kota Medan ini harusnya ada paling tidak 9 titik untuk mengejar respond time 15 menit sudah sampai ke lokasi”

Dengan jumlah penduduk 2,5 juta jiwa membuat akses jalanan menjadi macet terutama pada jam – jam tertentu sehingga membuat kinerja pemadam tidak maksimal.

b. Faktor Eksternal

Seperti halnya yang dipaparkan oleh pak Fachry Adrian selaku bidang THL (Penata Pemadam Kebakaran / Personel Commencenter) sebagai berikut :

“Pertama adalah arus lalu lintas dan minimnya kesadaran pengguna jalan umum dalam memprioritaskan mobil urgent. Kedua adalah kondisi rumah atau gedung yang terbakar misalnya ruko yang memiliki banyak keamanan rumah misalnya pagar, jerjak yang banyak jadi harus memotong dan membobol gembok supaya bisa masuk ke akses rumah tersebut. Ketiga adalah penumpukan warga atau masyarakat disekitar lokasi yang sedang mengalami kebakaran

mengakibatkan keterlambatan sampai ke lokasi seperti kerumunan warga. Dan keempat dimana seharusnya memberikan akses bagi petugas agar cepat sampai ke lokasi.”

Hal tersebut membuktikan bahwa masih banyaknya hambatan juga tidak semua masyarakat mengerti tentang mobil – mobil prioritas yang ada di jalan. Faktor tersebut sangat berpengaruh dan menghambat petugas dalam melaksanakan tugasnya. Meski petugas berusaha semaksimal mungkin dengan minimal 15 menit harus sampai ke lokasi namun jika kondisi lalu lintas serta akses yang tidak memadai itu dapat menghambat kesesuaian target yang sudah ditentukan.

2. Faktor Pendukung

a. Faktor Internal

Semua bentuk atau hal yang berasal dari Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan. Faktor internal sangat membantu dan memiliki pengaruh terhadap program dalam meningkatkan citra yang positif. Faktor internal terdiri dari:

Sarana dan prasarana adalah salah satu fasilitas pendukung dalam pelaksanaan kegiatan-kegiatan di bidang humas. Fasilitas yang mendukung menjadi suatu kunci keberhasilan tercapainya suatu kegiatan yang akan dilaksanakan seperti :

- a) Tersedia armada serta peralatan untuk melakukan segala bentuk pelayanan terhadap laporan dari masyarakat.

Seperti halnya yang dipaparkan oleh pak Fachry Adrian selaku bidang THL (Penata Pemadam Kebakaran / Personel Commencenter) :

“Untuk alat pemadaman salah satunya selang, nojel, kopling cabang, kampak, tang pemotong, gerendra, seling, linggis, tangga, tandu, helm safety, senter, baju tahan panas, sarung tangan, sepatu safety, brighting aparatus untuk membantu pernapasan jika dipenuhi asap beracun”.

Berdasarkan penjelasan tersebut bahwa alat – alat yang dimiliki oleh petugas sudah memadai dalam menunjang kinerja yang ada.

- b) Memaksimalkan sarana dan prasarana terutama pada bidang komunikasi dalam menyebarkan informasi yang telah ada.

Seperti halnya yang dipaparkan oleh pak Fachry Adrian selaku bidang THL (Penata Pemadam Kebakaran / Personel Commencenter) :

“Untuk komunikasi biasa menggunakan HT dari mobil agar diberi akses utama untuk menuju ke lokasi kebakaran. Kemudian HT untuk komunikasi di lapangan antara si supir yang handle air dengan petugas di lokasi jadi jika ingin dinyalakan atau di hidupkan, atau kebakaran sudah selesai kita komunikasi melalui HT”

Berdasarkan pemaparan tersebut bahwa sarana dan prasarana pada bidang komunikasi untuk menunjang kinerja petugas sudah cukup memadai sehingga dapat saling komunikasi antara supir dengan petugas yang sedang menanganinya.

- c) Memberi pelatihan rutin setiap tahun untuk meningkatkan jumlah relawan agar memaksimalkan kinerja DAMKAR.

Seperti halnya yang dipaparkan oleh pak Fachry Adrian selaku bidang THL (Penata Pemadam Kebakaran / Personel Commencenter) sebagai berikut :

“Sudah dilakukan pelatihan ke 21 kecamatan di Kota Medan ini juga termasuk ke sekolah – sekolah. Biasanya untuk kecamatan itu kita rekrut untuk relawan – relawan red car untuk membantu perpanjangan tangan dari pemadam kebakaran dari wilayah kecamatannya masing – masing.”

Dari pemaparan tersebut membuktikan bahwa tidak hanya memberikan informasi melalui media sosial namun dalam pelaksanaannya sering mengadakan pelatihan – pelatihan. Tidak hanya itu karena dari peserta pelatihan dapat bergabung menjadi relawan untuk lebih mengedukasi dan mempermudah kinerja dari DAMKAR itu sendiri.

b. Faktor Eksternal

Yaitu bekerja sama dengan berbagai instansi untuk menunjang kinerja Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan. Seperti BKSDA, Pecinta reptil, Dishub, Polisi dan lainnya.

Seperti yang disampaikan oleh Kepala Seksi Pengendalian Komunikasi bapak Leorencius Manurung, M.Si :

“Ya. Pastinya dalam tugas pemadaman kita tidak sendirian, kita butuh PLN untuk mematikan arus listrik, butuh Dishub untuk mengatur lampu merah dan damkar untuk pengamanan dan dinkes atau PMI jika ada korban. Dan dalam grub whatsapp kita itu sudah kita undang dari DinKes, Dishub, dan lainnya yang kira – kira bisa membantu kita di lapangan. Kita juga ada Badan Penanggulangan Bencana yang tugasnya mirip atau sejenis jadi mereka juga melakukan pertolongan bencana hanya saja ini rananya kebakaran mereka sifatnya lebih ke membantu setelah selesai bekerja seperti dinas sosial. Itu yang sifatnya pemerintah, yang non pemerintah bekerja sama dengan LSM misalnya kita menerima laporan penyelamatan kera tadi yaudah kita hubungi BKSDA nanti terhubung dengan LSM dan mereka membantu kita untuk menangkap kera tersebut karena kandangnya mereka yang punya dan mereka yang melepasliarkan bekerjasama dengan BKSDA atau misalnya kita terima ular, dan ada pecinta refil saat kita menangkap ular kita juga bingung mau diletak kemana jadi kita serahkan ke mereka jadi harus memang ada kerjasama dengan pihak – pihak eksternal supaya pekerjaan kita ini bisa berjalan”.

Dengan penjelasan tersebut membuktikan bahwa DAMKAR tidak hanya sendiri melainkan saling membutuhkan dengan berbagai instansi baik pemerintah maupun non pemerintah. Setiap instansi yang bekerja sama dengan Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan memiliki perannya masing – masing sehingga saat adanya laporan mengenai kebakaran maka semua ikut berperan penting dalam penyelesaiannya.

Selain itu juga hal tersebut menunjang citra positif bagi Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan dalam mata masyarakat terutama masyarakat kota Medan. Berdasarkan

wawancara tersebut juga memiliki peranannya masing – masing seperti :

1. Keterlibatan Media

Media adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan kepada masyarakat mengenai suatu peristiwa. Media memiliki peran yang sangat penting sehingga sarana yang paling penting dan efektif untuk penyebarluasan informasi terkait dengan kegiatan dan kebijakan di institusi.

2. Peran Masyarakat

Pada umumnya masyarakat memiliki keingintahuan yang tinggi terhadap segala sesuatu yang terjadi dilingkungan sekitar. Keingintahuan yang tinggi pada masyarakat dapat dimanfaatkan sebagai salah satu cara penanggulangan atau percepatan pengatasan masalah yang terjadi. Selain itu, peluang ini sebagai salah satu cara promosi program kerja dan mempublikasikan hasil kerja ke masyarakat.

3. Peran Polisi

Peran polisi sebagai penjaga keamanan kondisi lokasi agar petugas DAMKAR mendapatkan akses jalan serta mempermudah dalam menyelesaikan tugas dengan keadaan aman. Tak jarang juga pihak damkar ikut membantu proses pemadaman dan penanggulangannya.

4. Peran Dishub

Peran DISHUB yaitu sebagai pengatur lalu lintas agar tetap kondusif sehingga tidak menutup akses jalan dari DAMKAR dalam menanggulangi kejadian yang terjadi. Tak

jarang menimbulkan kemacetan sehingga dishub menjaga untuk meminimalisirnya.

5. Peran Nakes / PMI / Ambulance

Seperti yang kita ketahui bahwa tidak jarang kasus kebakaran menimbulkan korban baik luka – luka maupun meninggal dunia. Nakes / ambulance berperan untuk penanganan di bidang medis sehingga meminimalisir adanya korban jiwa.

6. Peran PLN

Untuk kasus tertentu baik kebakaran maupun mengevakuasi hewan yang ada di kabel listrik membutuhkan peran dari pihak PLN untuk memadamkan listrik agar proses evakuasi maupun pemadaman lebih mudah dan cepat tanpa resiko lebih besar lagi. Melihat sebagian besar masalah dari kebakaran adalah korsleting listrik.

Seperti halnya yang dipaparkan oleh pak Fachry Adrian selaku bidang THL (Penata Pemadam Kebakaran / Personel Commencenter) sebagai berikut :

“Penyebab umum terjadi nya kebakaran karena korsleting listrik. Hampir 90% karena hal tersebut. Kemudian adalah human error atau kelalaian manusia misalnya lupa jika sedang memasak atau mematikan kompor. Serta cairan yang mudah terbakar misalnya bensin, minyak tanah, lem dan parfum”.

7. Pecinta Reptil

Tak jarang ditemui kasus ular masuk rumah, pihak DAMKAR bekerja sama dengan pecinta reptil untuk menampung hasil tangkapan yang mereka miliki.

8. BKSDA (Balai Besar Konservasi Sumber Daya Alam Sumatera Utara).

Bekerja sama dengan DAMKAR karena beberapa kasus yang mungkin DAMKAR tidak terlalu kuasai atau tidak memiliki peralatan khusus seperti pada kasus adanya Kera yang memasuki rumah warga, Pihak DAMKAR bekerja sama dengan BKSDA karena pihak BKSDA lebih mengerti juga memiliki alat dan sarana seperti kandangnya. Sehingga kerja sama dibutuhkan untuk menanggulangi dan melayani masyarakat terkhusus di Kota Medan.

Maka jelas dari hasil wawancara menunjukkan bahwa keterbatasan dukungan anggaran memberikan banyak pengaruh terhadap pelaksanaan kegiatan kehumasan di bidang Humas Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan. Sehingga dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa peran humas di Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan dalam meningkatkan citra institusi tidak lepas dari berbagai faktor yang ada, baik itu faktor pendukung maupun faktor penghambat, baik secara internal maupun eksternal.

Meskipun demikian, upaya dalam meningkatkan citra positif di Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan ditengah masyarakat yang sudah mengenal era digital terus dilakukan oleh bidang Humas Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan, walaupun demikian Humas Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan terus berbenah dalam meningkatkan peran dan pelayanannya untuk tetap menjaga kepercayaan masyarakat kepada Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan di Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan tentang Peran Humas dalam Meningkatkan Citra di Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan, peneliti dapat menarik kesimpulan, yaitu:

1. Peran humas dalam meningkatkan citra di Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan yaitu:
 - 1) Membangun identitas Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan dengan cara aktif di sosial media dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat, membangun hubungan baik dengan berbagai lembaga-lembaga baik pemerintah ataupun non pemerintah serta menjadi fasilitator untuk masyarakat yang ingin gabung menjadi bagian dari Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan.
 - 2) Menghadapi dan menangani keluhan masyarakat dengan cara memberikan suasana yang kondusif kepada masyarakat, memberikan penanganan secepatnya terhadap laporan yang ingin disampaikan sehingga dapat menanggulangi persepsi masyarakat terhadap citra negatif Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan dan memberi solusi atau membantu penyelesaian masalah.
 - 3) Mempromosikan program – program Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan melalui kerja sama dan membangun hubungan baik dengan berbagai institusi.
2. Faktor pendukung dan penghambat peran humas dalam meningkatkan citra Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan yaitu :
 - 1) Faktor pendukung, terdiri dari:
 - a) faktor internal, yaitu sarana dan prasarana.

- b) Faktor eksternal yaitu keterlibatan berbagai aspek secara langsung ataupun tidak langsung dan peran serta seluruh komponen masyarakat.
- 2) Faktor penghambat terdiri dari: personil humas, anggaran, kondisi dan fasilitas yang masih minim yang dimiliki Humas Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan serta pengetahuan masyarakat terkait kendaraan prioritas juga tugas dari Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang telah penulis peroleh selama melakukan penelitian, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Dari penelitian yang telah dilakukan, di harapkan agar peran humas dalam meningkatkan citra Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan lebih dimkasimalkan terutama pada bidang media, karena perlu menciptakan hubungan yang baik antara Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan dengan masyarakat, khususnya meningkatkan kualitas pelayanan.
2. Diharapkan dalam penelitian ini, kepada semua yang mendukung faktorfaktor dalam peran humas Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan dalam meningkatkan citra Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan dapat dipertahankan dan ditingkatkan. Serta untuk faktor penghambat yang ada dan yang pernah terjadi menjadi referensi pembelajaran untuk kemajuan dan pengembangan Dinas Pencegahan dan Pemadam Kebakaran Kota Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arni Muhammad.(2014). Komunikasi Organisasi. Jakarta: Bumi Aksara
- Dapartemenn Agama RI. Al-Hikma Al-Qur'an dan terjemahanmy
- Edrianto Elvinaro. Public Relation Suatu Pendekatan Praktis. Bandung: PT. Pustaka Bani Quraisy
- Frenk Jefkins. (1998). Public Relation Edisi ke V. Jakarta: Erlangga.
- George Ritzer. (2012). Teori Sosiologi Modern terjemahan Ali mandon. Jakarta: Kencana Media Group.
- Graman C. Kinloch.(2009). Perkembangan dan Paradigma Utama Teori Sosiologi. Bandung: Pustaka Setia
- Handoko Tri Agung dan eko suyat miko. (2012). Kamus Sosiologi. Surakarta: Aksara Sinergi Media
- Jalaludin Rakhmat. (2009). Psikologi Komunikasi. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Jefkins Frank. (2004). Public Relation (Ed ke lima). Jakarta: Airlangga.
- M. Linggar Anggoro. (2002). Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasi Di Indonesia. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Muhammad. (2017). Manajemen dana . Jakarta : PT Raja Grafindo
- Mulyana Deddy. (2001). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nurul. (2011). Ekonomi Islam Hukum Bisnis Syariah. Yogyakarta: Teras
- Rumanti, sr. Mario Asumta. (2002). Dasar-Dasar Public Relation: Teori Dan Peraktik. Jakarta: PT.Grasindo
- Saputra Wahidin. (2011). Public Relation 2.0. Depok : Gramata Publishing
- Schein, Edgar H. (1982). Organizational Culture and Leader Ship, jossey Bass:Sanfransisco
- Setyawati. (2017). Strategi Public Relations dalam Mempertahankan Citra Halal Tourism Di Syariah Hotel Solo. Surakarta: Jawa Tengah

Sin, Ahmad Ibrahim Abu. (2006). Manejemen Syariah Sebuah Kajian Historis Dan Kontemporer. Jakarta: PT. Raja Grafindo persada

Skripsi Nur Awliyah Jaya. Peran Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Citra Polres Gowa. UIN Alauddin Makassar.

Soleh Soemirat, Elvinaro Erdinanto. (2002). Dasar-dasar Public Relation. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Sugiono. (2010). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Jakarta: Alfabeta

Suhandang kustadi.Public Relation Perusahaan: Kajian Program dan Implementasi.

Susanto Heri,Khaerul uman.(2013). Manajemen Pemasaran . Bandung: CV Pustaka Setia

Sweeney.(2002). Organizational Behavior:Solution for management . Mc-Graw Hill. International Edition

Syarifuddin. (2016). Public Reltion. Yogyakarta.

Yulianita neni. (2007). Dasar-Dasar Public Relation. Bandung: Pusat Penerbit Universitas.

Damsar. (2017). Pengantar Teori Sosiologi: Jakarta: Kencana.

<http://nurdewisetyowati.blogspot.com/2012/03/teori-struktural-fungsional.html?m=1>)

LAMPIRAN

PERTANYAAN WAWANCARA RISET SKRIPSI

1. Apakah Humas Dinas Pencegahan Dan Pemadam kebakaran Kota Medan sudah melakukan sosialisasi dan menyebarkan informasi kepada masyarakat Kota Medan?
2. Apakah Dinas Pencegahan Dan Pemadam Kebakaran Kota Medan sudah mengikuti teknologi dengan baik?
3. Lalu Media apasaja yang Dinas Pencegahan Kebakaran Kota Medan gunakan?.
4. Bagaimana cara Humas dalam membantu menginformasikan kepada Publik/ Masyarakat?
5. Program apasajakah yang Dinas Damkar punya selain melayani penyiraman kebakaran ?
6. Bagaimana koordinasi bagian penanggulangan pemadan kebakaran dengan sesama teamnya?
7. Pada saat penyiraman di TKP, apa sajakah yang dibutuhkan ?
8. Bagaimana pengaturan jadwal fire fighter sehingga siap siaga dan ready kapanpun?
9. Siapa yang mengelolah informasi kebakaran dan bencana dan bagaimana mekanismenya? (sosial media juga)
10. Bagaimana pelaksanaan koordinasi pemeliharaan, perawatan, dan perbaikan kendaraan, kelengkapan dan peralatan penanggulangan kebakaran dan bencana lainnya?
11. Bagaimana pembagian wilayah Damkar Kota Medan?
12. Damkar Kota Medan dibagi atas beberapa wilayah, sedangkan wilayah yang berada di Jl. Candi Borobudur adalah kawasan wilayah Mako, jadi bagaimana pihak damkar menginformasikan jika ada terjadi kebakaran secara tiba-tiba tetapi tidak dalam wilayah Mako?
13. Solusi apasih yang dilakukan jika saat mobil Damkar meluncur ke TKP tetapi saat di perjalanan mengalami trouble?
14. Apakah Humas Dinas Pencegahan dan Kebakaran Kota Medan sudah berjalan dengan baik? dan apakah sudah mencapai tujuannya?
15. Jika sudah, hal apa saja yang dilakukan Humas sehingga mencapai tujuan tersebut?
16. Bagaimana cara Humas Dinas Pencegahan dan kebakaran Kota Medan ini untuk tetap mempertahankan citra baik dari instansi ini?

17. Apakah Humas Dinas Pencegahan dan Kebakaran Kota Medan ini bekerja sama dengan pihak Eksternal ?
18. Dalam Sosial Media Damkar apasaja yang di posting ?
Jenis – jenis pekerjaan kita dan informasi bagaimana memadamkan api yang ringan saja.

PERTANYAAN WAWANCARA RISET SKRIPSI

Judul skripsi : Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Di Dinas Pencegahan Dan Pemadam Kebakaran Kota Medan

1. apa penyebab umum terjadi nya kebakaran?
2. Apa hambatan bagi petugas pemadam kebakaran?
3. Berapa lama waktu yang di perlukan pemadam untuk menjinakan sijago merah?
4. Berapa banyak mobil pemadam kebakaran kota medan yang saat ini bisa beroperasi untuk membantu bila terjadi musibah kebakaran ?
5. Berapakah jumlah petugas atau anggota pemadam kebakaran saat ini?
6. Bagaimana dengan system pengisian air nya?
7. Apasaja peralatan dan kelengkapan komunikasi yang digunakan saat Fire Fighter di lapangan ?

DOKUMENTASI









