



Strategi Komunikasi Humas Yakesma Sumsel Dalam Meningkatkan Eksistensi Sebagai Lembaga Filantropi

Suryati^{1*}, Anita Trisiah², Kgs M Fauzan Azima³

¹²³ Universitas Islam Negeri Raden Fatah

DOI:

<https://doi.org/10.47134/converse.v1i3.3687>

*Correspondence: Suryati

Email: suryati_uin@radenfatah.ac.id

Received: 30-11-2024

Accepted: 30-12-2024

Published: 30-01-2025



Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas Yakesma Sumatera Selatan dalam upaya meningkatkan eksistensinya sebagai lembaga filantropi di tengah masyarakat. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Yakesma Sumsel telah menerapkan sejumlah kegiatan publik dan pelatihan yang dirancang untuk memperkuat keterlibatan masyarakat serta memperluas jaringan sosial. Strategi komunikasi yang diterapkan berfokus pada tiga elemen utama: pertama, memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh khalayak (to secure understanding); kedua, membina penerimaan pesan di kalangan target audiens (to establish acceptance); dan ketiga, memotivasi tindakan yang sesuai dengan tujuan organisasi (to motivate action). Model komunikasi Lasswell digunakan untuk menganalisis elemen-elemen komunikasi, mencakup komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek yang diharapkan. Penelitian ini juga mengidentifikasi berbagai hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi komunikasi, seperti kesulitan dalam memberikan umpan balik kepada donatur anonim, terjadinya miskomunikasi dengan masyarakat, serta keterbatasan relevansi program yang ditawarkan terhadap kebutuhan organisasi lain di Sumatera Selatan. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan pentingnya strategi komunikasi yang efektif dan adaptif untuk Humas Yakesma Sumsel dalam menghadapi berbagai tantangan yang ada dan mempertahankan eksistensinya sebagai lembaga filantropi yang kredibel serta berpengaruh. Temuan ini memberikan wawasan penting untuk pengembangan strategi komunikasi lembaga filantropi lainnya dalam konteks yang serupa, serta kontribusi dalam meningkatkan praktik komunikasi yang lebih baik di sektor filantropi, dengan penekanan pada pentingnya adaptasi dan responsivitas dalam menghadapi dinamika lingkungan sosial.

Keywords: Strategi Komunikasi, Humas, Lembaga Filantropi, Metode Kualitatif, Hambatan Komunikasi, Eksistensi Organisasi

Pendahuluan

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan kepada orang lain dengan tujuan mencapai tujuan tertentu. Ini berfungsi sebagai alat untuk memperbaiki hubungan atau situasi sulit baik bagi individu maupun kelompok. Komunikasi dapat terjadi secara efektif ketika komunikator mempunyai pemahaman yang sama tentang apa yang dikomunikasikan.

Menurut Arifin, ada beberapa teknik yang dapat digunakan sebagai strategi komunikasi, antara lain: 1) Redundansi (pengulangan), yaitu mempengaruhi khalayak dengan menyampaikan pesan secara berulang-ulang, 2) Kanalisasi, yang mengacu pada mempelajari dan memahami dampak pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak, 3) Informatif, yang fokus mempengaruhi khalayak dengan memberikan informasi, 4) Persuasif, dimana komunikator mempengaruhi audiens dengan menarik pikiran dan emosi mereka, 5) Edukatif, yang berupaya mempengaruhi khalayak melalui pernyataan-pernyataan umum yang memuat opini, fakta, dan pengalaman; dan 6) Koersif, yaitu memberikan pengaruh dengan menggunakan kekerasan atau tekanan terhadap penonton.

Jika suatu strategi komunikasi diterapkan secara efektif, maka dapat memberikan dampak positif dan bermanfaat bagi banyak orang. Dalam ranah filantropi berbasis Islam, prinsip gotong royong merupakan hal mendasar dalam misi membantu masyarakat. Islam menekankan pentingnya membantu orang lain, dan ajaran ini sangat dihargai dalam agama. Sebagai hamba-Nya, adalah tugas kita untuk menerapkan ajaran-ajaran ini dalam kehidupan kita sehari-hari.

Ketika strategi komunikasi diterapkan secara efektif, hal itu dapat membawa hasil positif dan membantu banyak orang. Dalam konteks filantropi berbasis Islam, prinsip gotong royong menjadi inti dalam upaya mendukung masyarakat. Membantu orang lain adalah ajaran inti dalam Islam, dipandang sebagai tindakan yang luar biasa dan berbudi luhur. Sebagai pengikut agama, adalah tanggung jawab kita untuk mewujudkan dan mempraktikkan ajaran-ajaran ini dalam kehidupan kita (Faiza dkk, 2018).

Eksistensinya dapat terjalin secara efektif bilamana dikelola oleh kelompok kecil dalam suatu organisasi atau lembaga, yang biasa disebut dengan Public Relations (PR). Humas menjalankan tiga fungsi utama: pertama, sebagai “penjelas”, di mana profesional PR bertindak sebagai konsultan dengan mendefinisikan permasalahan, memberikan rekomendasi, dan mengawasi implementasi kebijakan. Kedua, sebagai “fasilitator komunikasi”, peran ini melibatkan pemeliharaan hubungan dan memastikan komunikasi dua arah antara organisasi dan lingkungan eksternalnya. Terakhir, PR bertindak sebagai “fasilitator pemecahan masalah,” yang bekerja bersama para pemimpin senior untuk mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah (Herlina, 2015:493).

Strategi humas yang efektif dapat membangun reputasi positif bagi suatu organisasi, lembaga, atau lembaga. Namun, jika kepercayaan masyarakat terganggu karena kesalahan langkah dalam membangun kehadiran lembaga, reputasi negatif dapat terjadi, dan humas harus berupaya mengatasi hal ini dan memulihkan citra lembaga.

Di era digital saat ini, penting bagi humas untuk sepenuhnya memanfaatkan media sosial guna membangun dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap institusi. Berbagai platform digital seperti Instagram, YouTube, dan TikTok bisa dimanfaatkan untuk tujuan tersebut. Konten kreatif yang dihasilkan oleh humas dapat membantu membangun, meningkatkan, dan mempertahankan kehadiran dan citra institusi. Terlepas dari potensi ini, banyak institusi kesulitan mengembangkan strategi komunikasi yang efektif, khususnya di media sosial.

Media sosial menawarkan peluang besar bagi berbagai entitas, termasuk organisasi filantropi seperti Yakesma Sumsel. Didirikan pada tahun 2011, Yakesma Sumsel telah aktif mendukung masyarakat melalui inisiatif seperti zakat, infaq, sadaqah, dan program beasiswa untuk masyarakat kurang mampu. Program-program Yakesma Sumsel dikelola oleh divisi-divisinya, termasuk humas, yang bertugas mempublikasikan dan menyebarkan informasi tentang organisasi. Konten-konten yang dihasilkan humas Yakesma Sumsel sangat mempengaruhi kehadiran, citra, dan kontribusinya kepada masyarakat luas. Namun masih ada beberapa hal yang memerlukan evaluasi dan perbaikan.

Metodologi

Metodologi penelitian mengacu pada prosedur sistematis dan terorganisir untuk menyelidiki masalah penelitian. Pada dasarnya, ini adalah pendekatan ilmiah untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan penerapan tertentu. Metode penelitian mencakup serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk mengungkap kebenaran di balik suatu penelitian. Proses ini dimulai dengan merumuskan masalah, mengarah pada pengembangan hipotesis awal, berdasarkan wawasan dari penelitian sebelumnya. Pada akhirnya, metodologi ini memungkinkan data untuk diproses dan dianalisis, yang berpuncak pada suatu Kesimpulan (Sahir). Menurut Andi, metode penelitian adalah upaya menemukan, mengembangkan, dan menguji keabsahan ilmu pengetahuan melalui pendekatan ilmiah (Andi)

Berdasarkan penjelasan tersebut, metodologi penelitian terdiri dari serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk mencari, menemukan, mengembangkan, dan menguji keabsahan pengetahuan melalui penyelidikan terstruktur untuk mengungkap kebenaran. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, karena pendekatan ini menekankan pada observasi mendalam. Penggunaan metode kualitatif memungkinkan eksplorasi suatu fenomena secara lebih komprehensif dan memudahkan pengumpulan data yang berpijak pada lingkungan alam sebagai sumber informasi utama. Dalam metodologi ini, manusia dijadikan sebagai instrumen utama pengumpulan data, dan analisis data dilakukan secara induktif.

Lokasi penelitian adalah tempat dimana akan dilakukan penelitian. Penetapan lokasi penelitian merupakan tahap yang paling penting dalam penelitian kualitatif, oleh sebab itu dengan ditetapkannya lokasi penelitian berarti objek dan tujuan sudah ditetapkan sehingga mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian. Lokasi penelitian berada pada Kantor Cabang Yakesma Sumatera Selatan. Jln. Kol. H. Burlian No. 72 KM. 5, Kelurahan Sukabangun, Kecamatan Sukarami, Kota Palembang, Sumatera Selatan, 30151.

Hasil dan Pembahasan



Gambar 1. Wawancara bersama Pak Ayat Wijaya

Yakesma Sumsel adalah lembaga filantropi yang mendedikasikan program untuk para guru, da'i dan sebutan lain yang berjasa terhadap masyarakat dalam pengajaran, pendidikan, keterampilan, pemberdayaan dan dakwah. guru, da'i dan pembina masyarakat yang mempunyai peran penting dalam upaya mencerahkan, mendidik, membimbing dan mendampingi masyarakat, menuju kehidupan yang lebih baik, sejahtera dan diridhoi Allah SWT. Pada wawancara dengan Pak Ayat Wijaya di Gambar 4.1, beliau menjelaskan tujuan untuk membuat Lembaga Yakesma, untuk mencoba mengedepankan dan berkosentrasi dalam kepedulian untuk kesejahteraan para guru, da'i, relawan, aktivis pembinaan komunitas masyarakat dengan memberikan bantuan layanan kesehatan, pendidikan, dan pemberdayaan masyarakat yang tersebar di seluruh Indonesia dengan harapan agar mereka memiliki peranan kontribusi dalam membangun masyarakat rabbani.

Yakesma didirikan pada bulan Maret 2019, dan sejak awal menghadapi tantangan besar dalam membangun kehadirannya, terutama karena pandemi COVID-19. Selama periode ini, pergerakan sangat dibatasi karena perlunya penjarakan sosial untuk mengekang penyebaran virus. Menanggapi hal tersebut, Yakesma Sumatera Selatan mengadopsi strategi yang terutama mengandalkan platform media sosial, seperti WhatsApp Blasting, Facebook, dan Instagram. Mereka menganggap saluran-saluran ini cukup efektif dalam meningkatkan visibilitas dan keterlibatan mereka dengan komunitas selama masa-masa sulit ini (Wijaya, Wawancara 13 maret 2024), Selain itu, peran Humas sangat penting selama pandemi COVID-19 karena memberikan tantangan besar dalam meningkatkan visibilitas Yakesma. Aktivitas tim Humas terhambat oleh arahan pemerintah untuk meminimalkan pertemuan dan aktivitas untuk mengendalikan penyebaran virus. Meski terdapat pembatasan, Humas Yakesma berhasil menavigasi situasi, mempertahankan bahkan meningkatkan kehadirannya tanpa melanggar peraturan pemerintah.

A. Pelaksanaan Strategi Komunikasi Humas Yakesma Sumsel

Untuk mengkomunikasikan informasi mengenai kegiatan Yakesma Sumatera Selatan secara efektif, humas harus menerapkan strategi yang memastikan pesan tersebut diterima dengan baik oleh masyarakat, sehingga menghasilkan penyebaran informasi yang positif dan meningkatkan kehadiran organisasi di masyarakat. Menurut teori Hafied Cangara dan Middleton, strategi komunikasi mencakup kombinasi optimal berbagai elemen komunikasi, termasuk komunikator, pesan, media, penerima, dan efek yang diinginkan, semuanya ditujukan untuk mencapai tujuan komunikasi yang efektif.

Strategi komunikasi yang digunakan oleh humas untuk meningkatkan visibilitas Yakesma Sumsel didasarkan pada teori strategi komunikasi Harold Laswell yang mengajukan pertanyaan: "siapa mengatakan apa melalui saluran apa kepada siapa dengan dampak apa?" Dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan ini, kita dapat menguraikan strategi komunikasi yang digunakan oleh humas, dengan menetapkan kriteria berikut: siapa humas Yakesma Sumsel; di saluran mana media sosial; kepada siapa masyarakat Sumatera Selatan; dan apa dampaknya meningkatkan visibilitas Yakesma Sumsel dan keberhasilan humas dalam menjalankan strategi komunikasinya.

Oleh karena itu, strategi komunikasi yang dilakukan humas untuk meningkatkan kehadiran Yakesma Sumsel sangat erat kaitannya dengan metode yang digunakan. Pada akhirnya, kuncinya terletak pada mengartikulasikan metode yang digunakan untuk mencapai hasil yang diinginkan melalui strategi komunikasi yang secara jelas mendefinisikan peran komunikator.

1. Strategi Komunikasi humas

Strategi komunikasi yang digunakan oleh humas tidak hanya terbatas pada keterlibatan langsung dengan publik; mereka juga memerlukan partisipasi media untuk memfasilitasi komunikasi yang efektif antara pemerintah dan masyarakat. Pada akhirnya, melalui upaya kehumasan yang efektif, visibilitas Yakesma Sumsel dapat ditingkatkan di mata masyarakat.

Sustaria, perwakilan humas Yakesma Sumatera Selatan, menguraikan strategi komunikasi yang diterapkan untuk memperkuat kehadiran organisasi. Menurut Sustaria, "Humas Yakesma Sumsel berfungsi sebagai jembatan antara Yakesma dengan mitranya yang mencakup empat jenis pemangku kepentingan: donor, perusahaan, influencer, dan organisasi masyarakat." Oleh karena itu, sangat penting bagi humas untuk menghubungkan Yakesma dengan mitra-mitranya secara efektif guna mencapai tujuan utama dalam meningkatkan visibilitasnya secepat dan seefisien mungkin (Sustaria, Wawancara 13 maret 2024).

Lebih lanjut Sustaria menegaskan, "Selain itu, tim humas Yakesma Sumsel memanfaatkan media sosial untuk berbagi informasi mengenai program kerja, mendokumentasikan kegiatan, dan lainnya. Upaya ini bertujuan agar seluruh masyarakat di Sumsel mendapat informasi tentang Yakesma Sumsel, dengan harapan untuk terus meningkatkan visibilitas organisasi." (Sustaria, Wawancara 13 maret 2024).

Berdasarkan wawasan wawancara, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan Humas Yakesma Sumsel sangat efektif dalam

meningkatkan visibilitas organisasi. Peneliti percaya bahwa agar strategi tersebut berhasil meningkatkan visibilitas, harus ada dukungan yang memadai untuk memastikan efektivitasnya.

2. Pendekatan yang dilakukan humas dalam meningkatkan eksistensi

Sebagai komponen krusial dalam sebuah lembaga filantropi, humas Yakesma Sumsel berperan penting dalam menumbuhkan lingkungan yang kondusif melalui pendekatan kolaboratif. Peneliti akan membahas secara singkat pentingnya kolaborasi sebagai berikut:

Pendekatan kolaboratif merupakan inisiatif kehumasan Yakesma Sumatera Selatan untuk meningkatkan visibilitas organisasi dengan menjalin hubungan yang kuat dengan berbagai kalangan. Upaya ini bertujuan untuk menciptakan hubungan kerjasama dan komunikatif yang bermanfaat bagi masyarakat Sumsel.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Sustaria, seperti tergambar pada Gambar 4.3, "Salah satu strategi Yakesma Sumsel untuk meningkatkan kehadirannya adalah dengan melakukan kolaborasi dengan masyarakat (donor), mitra (perusahaan), dan berbagai organisasi. Kolaborasi ini diwujudkan dalam beberapa cara, termasuk pendanaan program kerja (melalui infak atau zakat), program kerja bersama, dan penyaluran bantuan secara kolaboratif kepada pihak yang membutuhkan. Inisiatif-inisiatif tersebut merupakan upaya kami untuk mendongkrak kehadiran Yakesma di Sumsel." (Sustaria, Wawancara 13 maret 2024).



Gambar 2. Wawancara dengan Bu Sustaria

Untuk menerapkan strategi komunikasi yang mendorong kolaborasi antar seluruh komunitas dan organisasi di Sumatera Selatan, penting untuk menumbuhkan loyalitas di seluruh struktur manajemen. Loyalitas tersebut dapat mendorong berkembangnya ide-ide kreatif yang menjadi acuan untuk tetap produktif dan meningkatkan daya tarik lembaga, khususnya sebagai organisasi kemanusiaan yang diakui oleh masyarakat Sumsel.

Bagian Humas Yakesma Sumsel menjalankan beberapa program sebagai bagian dari strategi komunikasinya. Strategi yang dilakukan Humas Yakesma Sumsel untuk meningkatkan visibilitasnya sebagai lembaga filantropi antara lain:

a) Mengadakan *Open Recruitment Heroes For Humanity*

Sebagai bagian dari strategi komunikasinya, tim humas Yakesma Sumsel menyelenggarakan acara rekrutmen terbuka tahunan Heroes For Humanity yang menyasar masyarakat Sumsel. Kegiatan ini biasanya dilakukan pada bulan suci Ramadhan.

Rekrutmen terbuka ini, seperti ditunjukkan pada Gambar 4.4, memiliki daya tarik yang unik, termasuk sesi pelatihan menarik yang jarang ditawarkan dalam inisiatif rekrutmen lainnya. Peserta dapat memperoleh manfaat dari pelatihan di berbagai bidang seperti fotografi, fiqh zakat, teknik motivasi, dan keterampilan komunikasi. Selain itu, ada insentif seperti sertifikat, bonus kinerja, dan tunjangan selama masa kerja. Untuk menambah pengalaman pelatihan, Humas Yakesma Sumsel mengundang tokoh masyarakat untuk menjadi mentor.



Gambar 3. Pelaksanaan Open Recruitment Heroes For Humanity Humas Yakesma Sumsel

b) Mengadakan Pelatihan Desain Grafis (Photoshop)

Yakesma Sumsel telah menerapkan strategi komunikasi dengan menyelenggarakan pelatihan desain grafis, khususnya fokus pada Photoshop. Inisiatif ini dilakukan bekerja sama dengan KAMMI, organisasi dari kampus UIN Raden Fatah Palembang. Kemitraan ini merupakan contoh upaya komunikasi yang bertujuan membina koneksi untuk berbagi informasi, pengetahuan, dan keahlian dalam desain grafis.

Pelatihan ini terbuka bagi seluruh mahasiswa yang berminat mempelajari desain grafis melalui Photoshop. Gambar 4.5 di bawah ini menggambarkan kegiatan pelatihan desain grafis humas yang dilakukan oleh Yakesma Sumsel.



Gambar 4. Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Desain Grafis Humas Yakesma Sumsel

Media yang digunakan humas untuk meningkatkan eksistensi Yakesma Sumsel

Dalam strategi komunikasi yang diterapkan tim humas Yakesma Sumsel, pemilihan saluran dan media komunikasi memegang peranan yang krusial. Pemanfaatan media memungkinkan pesan menjangkau masyarakat dengan cepat, terutama melalui platform seperti media sosial. Saluran media yang digunakan Humas Yakesma Sumsel antara lain sebagai berikut:

A. Media internet (website)

Humas Yakesma Sumsel memiliki situs resmi di (<https://yakesmasumsel>) yang memuat informasi tentang sejarah organisasi, program kerja, dan dokumentasi kegiatan masa lalu. Tujuan utama dari website ini adalah untuk memberikan akses informasi yang cepat dan mudah kepada masyarakat Sumsel mengenai program kerja Yakesma, sehingga pada akhirnya meningkatkan visibilitas dan kehadiran organisasi tersebut di masyarakat.

B. Media sosial

Selain website, Yakesma Sumsel memanfaatkan media sosial untuk berbagi informasi kepada masyarakat luas. Media sosial sering digunakan oleh masyarakat dan menjadi sumber utama individu dalam mencari informasi.

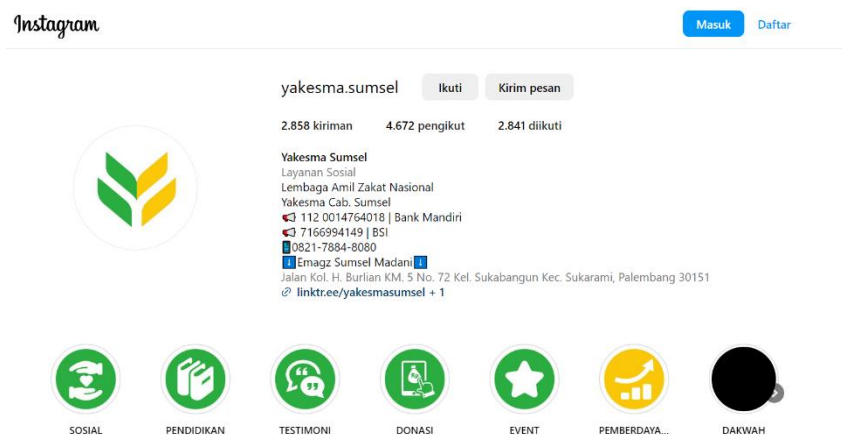
Muhammad Nurkholis menyoroti hal tersebut sebagai media komunikasi, dengan menyatakan pada Gambar 4.6: "Selain website, Humas Yakesma Sumsel juga memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi mengenai organisasinya. Media sosial merupakan salah satu saluran yang paling efektif untuk berbagi informasi dengan masyarakat. publik." Ia mencatat, mayoritas masyarakat Sumsel mengandalkan media sosial sebagai bagian dari rutinitas sehari-hari. Platform yang digunakan antara lain Instagram, TikTok, Facebook, dan WhatsApp Blasting (Nurkholish, Wawancara 16 maret 2024).



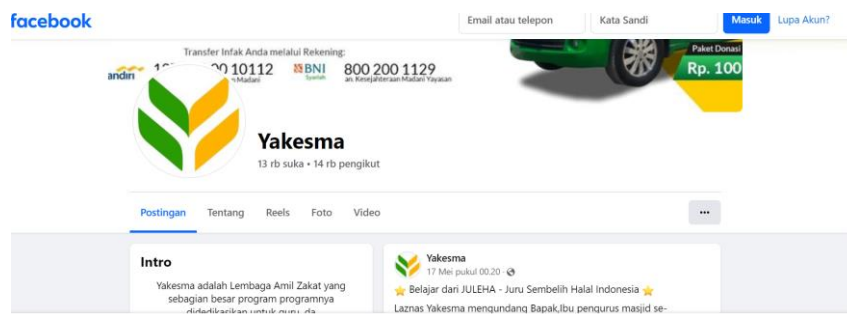
Gambar 5. Wawancara dengan Pak Muhammad Nurkholish

Yakesma Sumsel memiliki beberapa akun media sosial yang memberikan informasi terkini mengenai aktivitasnya. Di Facebook, pengikut dapat terus mendapatkan informasi terbaru tentang berbagai pengumuman dan acara. Instagram menampilkan update dan highlight kegiatan yang sedang berlangsung, sementara Yakesma Sumsel juga aktif di TikTok, menawarkan konten menarik untuk publik. Berikut adalah username media sosial Yakesma Sumsel seperti pada Gambar 4.7:

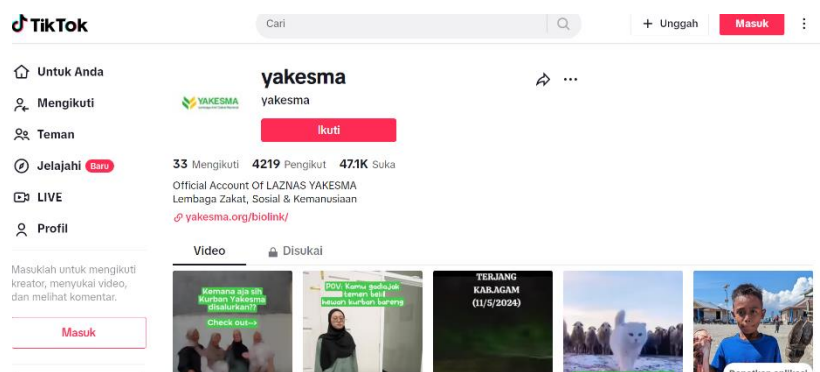
1. Facebook : Yakesma Sumsel
2. Instagram : yakesma.sumsel
3. Tiktok : yakesma.sumsel



Gambar 6. Akun Instagram Yakesma Sumsel



Gambar 7. Akun Facebook Yakesma Sumsel



Gambar 8. Akun Tiktok Yakesma Sumsel

Faktor Penghambat Humas dalam Menerapkan Strategi Komunikasi

Dalam upaya meningkatkan visibilitasnya sebagai lembaga filantropi di Sumatera Selatan, tim humas Yakesma menghadapi beberapa tantangan dalam menerapkan strategi komunikasinya. Sustaria, perwakilan humas dari Yakesma Sumatera Selatan, menguraikan kendala-kendala tersebut:

“Pertama, kami menghadapi kesulitan dalam mengidentifikasi donatur. Banyak donatur yang memilih untuk tetap anonim untuk menghindari persepsi mencari pengakuan atau pamer (riya). Mereka sering meminta agar kontribusi mereka diakui hanya sebagai 'Hamba Allah' di Yakesma Sumatera Selatan Kontak yang tidak disebutkan namanya ini menyulitkan kami untuk mengingat nama-nama donatur kami, terutama karena kami mempunyai banyak donatur. Akibatnya, hal ini membatasi kemampuan kami untuk memberikan informasi terkini mengenai program kami dan menunjukkan penghargaan kami melalui hadiah seperti hadiah ulang tahun, parcel, dan parcel. .

Kedua, ketika kita mengkomunikasikan program bantuan kepada masyarakat, ada kalanya pesan yang disampaikan tidak dipahami dengan jelas. Hal ini memerlukan penjelasan berulang-ulang untuk memastikan masyarakat memahami pesan kami sepenuhnya, sehingga meminimalkan risiko miskomunikasi antara Yakesma dan masyarakat.

Terakhir, tidak semua program kami sejalan dengan kerja organisasi atau komunitas di Sumatera Selatan. Oleh karena itu, kita harus hati-hati memilih institusi atau komunitas yang bekerja sama dengan kita.” (Sustaria, Wawancara 13 maret 2024).

Muhammad Nurkholis, yang menjabat sebagai perwakilan media komunikasi, menyoroti tantangan signifikan terkait penjangkauan media sosial:

"Kendala yang kami temui di media sosial adalah terbatasnya penyebaran pesan kami ke masyarakat. Permasalahan ini muncul karena banyak masyarakat di Sumsel, terutama di komunitas kecil, tidak memiliki akses terhadap ponsel pintar. Oleh karena itu, kami harus terlibat secara langsung. penjangkauan untuk menyebarkan informasi kepada mereka secara efektif." (Nurkholish, Wawancara 16 maret 2024)

Berbagai aktivitas yang dilakukan Humas Yakesma Sumsel dalam strategi komunikasinya bertujuan untuk menjaga konsistensi dalam meningkatkan visibilitas lembaga filantropi di masyarakat Sumsel. Salah satu strategi utama yang digunakan adalah penyelenggaraan acara dan kegiatan yang dirancang untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan kehadiran Yakesma sebagai lembaga filantropi yang mampu mengatasi permasalahan lokal.

Untuk semakin memperkuat kehadirannya di Sumsel, Humas Yakesma Sumsel mengandalkan strategi komunikasi yang terdefinisi dengan baik. Pendekatan ini memungkinkan mereka mendapatkan wawasan mengenai situasi terkini di kawasan, memastikan bahwa pesan-pesan yang mereka sampaikan dapat diterima secara lebih efektif oleh masyarakat.

Setelah selesai melakukan penelitian dan penyajian data, penulis melanjutkan dengan reduksi data mengenai strategi komunikasi yang dilakukan Humas Yakesma Sumsel. Proses reduksi data ini dilakukan dengan memilah-milah informasi yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan metode dokumentasi untuk mengekstraksi data yang relevan dan valid, yang telah disajikan sebagaimana mestinya. Dari data yang telah disempurnakan tersebut, penulis mampu menarik kesimpulan.

Menurut Onong Uchjana Effendy, strategi komunikasi diartikan sebagai perpaduan antara perencanaan dan pengelolaan komunikasi yang bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi ini harus menunjukkan bagaimana operasi praktis harus dilakukan, sehingga memungkinkan adanya fleksibilitas dalam pendekatan berdasarkan perubahan situasi dan kondisi (Effendi, 2015).

Penulis mengidentifikasi beberapa strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas Yakesma Sumsel. Berdasarkan teori-teori yang dibahas pada Bab Dua, strategi komunikasi yang dilakukan Humas Yakesma Sumsel berfokus pada tiga aspek utama:

1. Mengamankan Pemahaman: Memastikan pesan diterima secara efektif oleh audiens.
2. Membangun Penerimaan: Mempromosikan penerimaan pesan di antara audiens sasaran.
3. Tindakan Memotivasi: Mendorong audiens untuk mengambil tindakan yang diinginkan berdasarkan pesan yang dikomunikasikan.

Dimana relawan Humas Yakesma Sumsel Sumatera Selatan melaksanakan To secure Understanding yaitu mampu memahami pesan yang akan disampaikan kepada mahasiswa melalui berbagai program kegiatan seperti Open Recruitment Heroes For Humanity, Pelatihan Desain Grafis dan Pelatihan Public Speaking sehingga dapat diterima dengan

mudah, yaitu dengan melakukan pendekatan, kemudian setelah pesan yang disampaikan diterima, maka penerimaan tersebut diberikan pemahaman (To build a Acceptance), dan dapat dimotivasi (To motivation action) untuk mengambil tindakan atau mengimplementasikannya ke dalam suatu karya atau keterampilan dari ilmu yang telah diberikan.

Setelah melakukan ketiga poin di atas, peneliti juga dapat mengetahui strategi yang digunakan humas Yakesma Sumsel melalui rumus Lasswell yaitu Siapa? (Siapa komunikatornya?), Mengatakan Apa? (Pesan apa yang disampaikan?), Di Saluran Mana? (Media apa yang digunakan?), Kepada Siapa? (Siapa yang melakukan komunikasi?), Dengan Pengaruh Apa? (Efek apa yang diharapkan?)

1. *Who?* (Siapa Komunikatornya?)

Dalam strategi komunikasi, komunikator memegang peranan penting karena berperan sebagai sumber dan pengawas seluruh aktivitas komunikasi. Efektivitas komunikasi tidak hanya bergantung pada keterampilan komunikator tetapi juga pada komunikator itu sendiri. Fungsi utamanya adalah menyampaikan pikiran dan emosi melalui pesan yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku audiens. Penerima pesan akan mempertimbangkan identitas komunikator ketika menerima informasi. Jika informasi yang diberikan tidak sesuai dengan identitas komunikator, apapun teknik komunikasi yang digunakan, hasilnya tidak akan sesuai dengan harapan (Effendy, 2014). Pada Bab Dua, efektivitas seorang komunikator dalam menjalankan strategi komunikasi bergantung pada beberapa faktor penting yang harus dipahami selama proses komunikasi.

Dari wawancara dan dokumentasi kegiatan Humas Yakesma Sumsel terlihat bahwa mereka sangat cermat dalam memilih komunikator atau narasumber. Diantaranya adalah anggota tim humas Yakesma Sumsel, staf bagian program, relawan Yakesma, dan tokoh masyarakat yang terkait dengan Lembaga Yakesma Sumsel.

2. *Says What?* (Pesan apa yang disampaikan)

Untuk mencapai tujuan meningkatkan kehadirannya di Sumsel, tim humas Yakesma Sumsel harus membina hubungan yang kuat dengan masyarakat setempat dan pemerintah daerah. Kedekatan ini penting untuk membina kerja sama antara pemerintah dan Yakesma Sumsel, sehingga memungkinkan mereka berintegrasi secara efektif ke dalam masyarakat Sumsel dan memperkuat kehadiran mereka di wilayah tersebut.

3. *In Which Channel?* (Media apa yang digunakan)

Kegiatan strategi komunikasi dilaksanakan melalui media komunikasi massa dengan memanfaatkan pendekatan penghubung. Apabila ada informasi mengenai kegiatan atau agenda yang akan datang, maka dikomunikasikan melalui struktur organisasi Humas Yakesma Sumsel. Informasi tersebut kemudian disebarluaskan melalui pamflet dan leaflet yang dipasang di akun media sosial resmi Yakesma Sumsel antara lain Instagram, TikTok, Facebook, dan WhatsApp. Cara ini memastikan informasi tersebar dengan cepat sehingga masyarakat Sumsel tetap terinformasi mengenai acara yang diselenggarakan oleh Yakesma Sumsel.

4. *To Whom?* (Siapa Komunikannya)

Dalam proses mengidentifikasi komunikan, penting untuk membedakan apakah audiens terdiri dari individu atau kelompok. Berkomunikasi dengan individu pada dasarnya berbeda dengan berinteraksi dengan kelompok, karena mengelola audiens individu cenderung lebih sederhana dibandingkan mengelola dinamika kelompok. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang ditujukan kepada masyarakat Sumsel disampaikan melalui agenda atau kegiatan tertentu, yang menjadi sarana utama untuk menjangkau masyarakat.

5. *With What Effect?* (Efek apa yang diharapkan)

Humas Yakesma Sumsel bertujuan agar organisasi ini dapat menjadi solusi permasalahan sosial yang dihadapi masyarakat di Sumsel. Selain itu, mereka berharap Yakesma dapat diterima dan tetap mempertahankan perannya sebagai lembaga filantropi yang bergerak di bidang kegiatan sosial. Dengan menerapkan teori tersebut, Humas Yakesma Sumsel dapat mengembangkan strategi komunikasinya secara efektif. Hal ini termasuk menyelenggarakan berbagai acara, seperti rekrutmen terbuka, untuk membina hubungan dalam masyarakat Sumsel. Dengan melakukan hal ini, Yakesma Sumatera Selatan dapat mengintegrasikan diri ke dalam masyarakat, memastikan bahwa kehadirannya diakui dan dipertahankan melalui beragam inisiatif. Memahami isi pesan yang ingin disampaikan dan mengidentifikasi target audiens sangat penting untuk mempertahankan eksistensinya melalui strategi komunikasi tersebut.

Simpulan

Temuan penelitian berdasarkan data lapangan mengungkapkan bahwa bagian humas Yakesma Sumatera Selatan menerapkan beberapa strategi untuk memotivasi keterlibatan. Salah satunya adalah menyelenggarakan rekrutmen terbuka untuk “Pahlawan untuk Kemanusiaan,” sebuah kampanye yang bertujuan untuk mendorong generasi muda di Sumatera Selatan untuk berkontribusi pada kegiatan amal, khususnya selama bulan Ramadhan. Selain itu, mereka mengadakan berbagai pelatihan untuk mahasiswa, seperti workshop Public Speaking dan Desain Grafis. Humas Yakesma Sumsel juga berkolaborasi dengan organisasi lokal, influencer, dan komunitas untuk mendorong itikad baik. Media sosial berperan penting dalam berbagi informasi mengenai program kerja dan mendokumentasikan kegiatan yang sedang berlangsung. Upaya-upaya ini menjadi model bagi Yakesma Sumatera Selatan untuk meningkatkan kehadiran dan dampaknya di wilayah tersebut.

Tantangan yang dihadapi humas Yakesma Sumsel antara lain para donatur yang lebih memilih untuk tidak disebutkan namanya sehingga sulit memberikan masukan yang tepat kepada mereka. Selain itu, terkadang terjadi miskomunikasi dalam penyampaian informasi kepada masyarakat sehingga pesan yang disampaikan tidak lengkap. Selain itu, tidak semua program kerja Yakesma Sumsel selaras dengan organisasi lokal sehingga mempersulit upaya mencari mitra kolaborasi. Terlepas dari kendala-kendala tersebut, berbagai strategi komunikasi yang dilakukan Humas Yakesma Sumatera Selatan bertujuan

untuk meminimalkan permasalahan tersebut dan meningkatkan kehadiran organisasi di wilayah tersebut.

Daftar Pustaka

- Andika, R. (2018). "Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Suara Surabaya Dalam Mempertahankan Eksistensi". Skripsi. Surabaya: Universitas 17 Agustus 1945.
- Cangara, H. (2018). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Effendy, O. U. (2003). Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung.
- Faiza, A. & Firda, S. J. (2018). Arus Metamorfosa Milenial, Kendal: Ernest.
- Fajar, M. (2009). Komunikasi Efektif dalam Organisasi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hakki, N. & Ahmad, S. R. (2017). Pengantar Ilmu Komunikasi, Yogyakarta: Deepublish.
- Hasil Wawancara dengan sustaria selaku Humas Yakesma Sumsel, pada tanggal 13 Maret 2024 pukul 16.00 WIB.
- Herlina, S. (2015). Strategi Komunikasi Humas dalam Membentuk Citra Pemerintahan di Kota Malang. Jurnal Ilmu Sosial dan Politik, 4, 493.
- Kholisoh, N. (2015). Strategi Komunikasi Public Relations dan Citra Positif Organisasi (Kasus Public Relations Rumah Sakit "X" di Jakarta). Jurnal Ilmu Komunikasi, 13, 208.
- Kotaniartha, I. W.. & Wanda, Y. A. (2020). Strategi Manajemen Radio Republik Indonesia Dalam Membangun Eksistensi Sebagai Lembaga Penyiaran Publik. Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi, 20, 43
- Kurnia, W. F. (2020). "Strategi Komunikasi Unit Kegiatan Mahasiswa Dalam Meningkatkan Eksistensi di IAIN Purwokerto". Skripsi. Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Masriani. (2021). "Eksistensi Barzanji Di Tengah Modernisasi (Studi Kasus Di Kelurahan Cabenge Kecamatan Lilirilau Kabupaten Soppeng)". Skripsi. Makasar: Fakultas Ushuluddin Dan Filsafat Universitas Islam Negeri Alauddin.
- Mulyana, D. (2005). Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nurdiant, S. R. (2014). Analisis Faktor-Faktor Hambatan Komunikasi dalam Sosialisasi Program Keluarga Berencana pada Masyarakat Kebon Agung-Samarinda. eJournal Ilmu Komunikasi, 2(2), 145-159. PT. Citra Aditya Bakti.
- Ponco, D. K. (2018). Ilmu Komunikasi, Yogyakarta: Samudra Biru.
- Sajidah, K, dkk. (2021), Strategi Kepemimpinan Dalam Islam, The First On-Publisher in Indonesia : Guepedia.
- Salanggon, M. L. & Sitti, M. K. (2020). Peran Humas Pemerintah Kota Palu Dalam Menangani Isu Negatif Mengenai Penanganan Pasca Bencana di Kota Palu 2018. Jurnal Kinesik, 7, 254.
- Sugiono. (2018). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suprawoto. (2018). Government Public Relations, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Tanzeh, A. (2011). Metodologi Penelitian Praktis, Yogyakarta: Teras
- Onong, U. E. (2015). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Onong, U. E. (2014). Dinamika Komunikasi, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Wursanto, I. (2005). Pengantar Ilmu Komunikasi. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Zaid, Hanif, dkk. 2021, Teori Komunikasi Dalam Praktik, Jawa Tengah: Zahira Media Publisher.