



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Komunikasi massa dapat dijelaskan dari dua sudut pandang, yakni bagaimana orang memproduksi pesan dan menyebarkannya melalui media di satu pihak, dan bagaimana orang-orang mencari serta menggunakan pesan-pesan tersebut di pihak lainnya. Secara sederhana, komunikasi massa dapat diartikan sebagai proses komunikasi melalui media massa.

Komunikasi massa adalah proses seni menyampaikan informasi (pesan, ide, sikap, gagasan) dari komunikator untuk mengubah serta membentuk perilaku komunikan (pola, sikap, pandangan dan pemahamannya) ke pola dan pemahaman yang dikehendaki komunikator. Ciri komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik media audio visual maupun media cetak. Komunikasi massa selalu melibatkan dua pihak atau lebih serta komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks (Romli, 2017).

International Public Relations Associations (IPRA) mendefinisikan humas adalah fungsi manajemen dari ciri yang terencana dan berkelanjutan melalui organisasi, lembaga swasta atau publik (umum) untuk memperoleh pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang terkait atau mungkin ada hubungannya dengan penelitian opini publik di antara mereka.

Humas atau PR (*Public Relations*) merupakan fungsi manajemen dari sikap budi yang direncanakan dan dijalankan secara berkesinambungan oleh organisasi-organisasi, lembaga umum, dan pribadi dipergunakan untuk memperoleh dan membina saling pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang ada hubungan dan diduga ada kaitannya, dengan cara menilai opini publik mereka, dengantujuan sedapat mungkin menghubungkan kebijaksanaan dan ketatalaksanaan, guna mencapai kerjasama yang lebih produktif (Sari, 2017).

Humas merupakan suatu bidang yang kaitannya sangat luas mengenai hubungan antara sebuah organisasi, kelompok, perusahaan, Institut dengan masyarakat luas atau publik yang saling bersinergi. Humas tidak hanya sekedar sebuah relasi akan tetapi humas juga memiliki strategi khusus sehingga suatu perusahaan memiliki kredibilitas maupun citra yang baik atau positif di hadapan khalayak yang nantinya akan membuat masyarakat menyukai Institusi terkait. Humas memiliki berbagai fungsi, salah satunya yaitu fungsi manajemen yang khas dalam mendukung pembinaan dan pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya mengenai komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerjasama, melibatkan manajemen dalam permasalahan dan persoalan; membantu manajemen memberikan penerangan dan tanggapan dalam hubungan dengan opini publik; menetapkan dan menekankan tanggung jawab manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif (Musi, 2020).

Humas sebagai fungsi manajemen yang menilai sikap, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seorang atau organisasi demi kepentingan publik,serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan, humas juga didefinisikan sebagai usaha terencana untuk memengaruhi pandangan melalui karakter yang baik serta tindakan yang bertanggung jawab, didasarkan atas komunikasi dua arah yang saling memuaskan. Humas adalahsuatu kegiatan yang diatur sedemikian rupa, berlangsung secara terprogram, kontinudan



teratur dalam sebuah program organisasi dan bukan kegiatan yang dilakukan secara sembarangan, dilakukan oleh pihak-pihak yang ahli dalam mengatur tatakelola komunikasi yang baik sehingga terciptanya kepercayaan dan citra positif dari masyarakat (Juhji, 2020).

Fungsi dari humas yaitu meningkatkan citra yang baik dan positif, Citra yang baik dan positif merupakan salah satu komponen atau poin yang sangat berpengaruh dalam kemajuan sebuah atau instansi. Tentunya hal ini tidak terlepas dari kontribusi divisi humas yang selalu berfokus pada komunikasi massa dan informasi. Hubungan Masyarakat (humas) yang menjadi jembatan antara pihak institusi dengan khalayak luas, seperti pemerintah, media massa dan pers, dan juga komunitas. Citra (*image*) merupakan gambaran yang ada dalam benak publik tentang organisasi. Citra adalah persepsi publik tentang organisasi menyangkut pelayanannya, kualitas produk, budaya organisasi, perilaku perusahaan atau perilaku individu-individu dalam organisasi. Citra positif mengandung arti kredibilitas perusahaan di mata publik adalah baik (kredibel) (Kriyantono, 2021).

Banyak hal yang harus diperhatikan oleh divisi humas sebuah institusi, yang paling pertama dan utama yaitu pihak humas harus menjalin hubungan dan komunikasi yang baik serta efektif dengan berbagai komponen penting ataupun dengan individu terkait serta masyarakat luas dan media, hal ini berfungsi karena sebuah institusi harus memperoleh banyak kepercayaan dan dukungan dari berbagai pihak, dukungan dan kepercayaan ini hanya akan didapat jika pihak institusi memiliki hubungan yang baik dengan berbagai pihak, selain itu institusi juga harus memiliki hubungan yang baik dengan media karena media lah yang dapat memuat berbagai informasi. Banyak kegiatan yang dilakukan oleh humas seperti membantu memberikan informasi kepada publik internal (dalam organisasi) dan publik eksternal (luar organisasi) dengan menyediakan informasi akurat dalam format yang mudah untuk dimengerti. Selain itu humas juga berperan sebagai komponen yang mempublikasikan suatu informasi atau berita ke media massa, kegiatan ini disebut dengan *press release*.

*Press release* atau siaran pers adalah kegiatan penyampaian informasi yang dikemas dalam bentuk sebuah berita yang dimuat oleh pihak lembaga atau institusi terkait. Sekolah Vokasi IPB rutin menerbitkan *press release* dari berbagai kegiatan yang diselenggarakan sebagai upaya peningkatan citra positif di mata khalayak luas, salah satunya penggunaan *press release* pada kegiatan Pengajian Ramadhan Seri 2, diadakannya kegiatan ini untuk menyampaikan pada masyarakat bahwa Sekolah Vokasi IPB tidak hanya berfokus pada kegiatan akademik, tetapi juga kegiatan lain seperti kegiatan keagamaan terutama pada saat bulan suci Ramadhan.

### Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, rumusan masalah yang akan diangkat adalah :

- 1) Bagaimana proses produksi *press release* pada kegiatan Pengajian Ramadhan Seri 2 di Sekolah Vokasi IPB?
- 2) Apa hambatan yang terjadi pada proses produksi *press release* kegiatan Pengajian Ramadhan Seri 2 di Sekolah Vokasi IPB dan bagaimana solusi untuk hambatan tersebut?

## Tujuan

- 1) Menjelaskan proses produksi *press release* pada kegiatan Pengajian Ramadhan Seri 2 di Sekolah Vokasi IPB.
- 2) Menjelaskan hambatan pada saat proses produksi *press release* kegiatan Pengajian Ramadhan Seri 2 di Sekolah Vokasi IPB beserta solusinya.

## METODE

### Lokasi dan Waktu

Lokasi pengumpulan data untuk Laporan Tugas Akhir dikerjakan bersamaan dengan Praktik Kerja Lapangan di Sekolah Vokasi IPB yang beralamat di Jl. Kumbang No.14, RT. 02/06, Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat.

Proses pengumpulan data ini berlangsung selama tiga bulan, dimulai pada tanggal 04 Februari 2021 sampai 30 April 2021. Praktik Kerja Lapangan ( PKL ) dilaksanakan lima hari dalam seminggu, yaitu dari hari senin sampai hari jumat.

### Data dan Instrumen

- 1) Data Primer  
Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya berupa wawancara, atau pendapat dari narasumber terkait atau pembimbing lapangan pada saat pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan ( PKL ) di divisi humas Sekolah Vokasi IPB.
- 2) Data Sekunder  
Data sekunder merupakan data yang diperoleh dalam mendukung data primer. Data ini juga dapat diperoleh melalui internet, lebih tepatnya pada *website* yang dimiliki oleh Sekolah Vokasi IPB.
- 3) Instrumen  
Instrumen merupakan yang digunakan dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir yang menunjang untuk mendapatkan suatu informasi antara lain laptop, alat tulis serta kamera.

### Teknik Pengumpulan Data

- 1) Observasi  
Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara langsung pada objek yang dituju yang dilakukan langsung di lokasi Praktik Kerja Lapangan (PKL) yaitu di Sekolah Vokasi IPB, kegiatan observasi dilakukan dengan pengamatan langsung dalam proses pengerjaan *press release* di Sekolah Vokasi IPB yang dimulai dari tahap pra produksi, proses produksi hingga pasca produksi.
- 2) Partisipasi  
Partisipasi merupakan keterlibatan atau keikutsertaan dalam proses produksi yang dilakukan dengan cara ikut serta membantu proses kerja humas dalam pembuatan *press release* dan segala bentuk kegiatan dokumentasi di Sekolah Vokasi IPB.
- 3) Wawancara  
Wawancara merupakan kegiatan tanya jawab yang dilakukan dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan penting terkait humas Sekolah Vokasi IPB dan *press release* kepada ketua humas Sekolah Vokasi IPB.