

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di dunia moderen saat ini, aktivitas humas telah menjadi penting bagi perusahaan dan organisasi. Dimana sebenarnya di posisi humas sangat dibutuhkan untuk mendukung kemajuan sebuah perusahaan, humas juga sebagai penunjang perkembangan perusahaan oleh seorang humas harus mampu membangun hubungan baik dengan publik. Dengan cara ini peran petugas hubungan masyarakat akan berdampak besar pada perusahaan dan organisasi. Cutlip-Center -Broom mendefinisikan humas sebagai “*the planned effort to influence opinion through good character and responsible performance, based on mutually satisfactory two-way communications*” atau Usaha terencana untuk memengaruhi pandangan melalui karakter yang baik secara tindakan yang bertanggung jawab, didasarkan atas komunikasi dua arah yang saling memuaskan.¹

Humas menawarkan alternatif yang efektif dan dapat diandalkan untuk mendukung dan memperkaya berbagai aspek, terutama dalam upaya menciptakan citra baik bagi perusahaan atau organisasi. Humas bukan lagi sekedar gambaran tentang jenis-jenis hubungan yang telah ada, tetapi merupakan suatu kegiatan praktis yang bertujuan untuk mengelola, bekerja secara sah, dan meningkatkan hubungan. Hasil dari kegiatan kehumasan tersebut sering disebut *image* (citra). Citra suatu organisasi penting untuk memperoleh dukungan masyarakat, terutama dalam rangka mendukung tujuan yang telah ditetapkan. Sederhananya, citra adalah pandangan masyarakat, organisasi atau tentang suatu organisasi itu sendiri.

Begitu pada Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro yang selalu melibatkan humasnya yang sebenarnya bertujuan untuk menjaga dan membentuk rasa saling pengertian, menjaga dan membentuk rasa percaya serta menciptakan kerja sama, yang mana kegiatan humas yayasan pemberdayaan

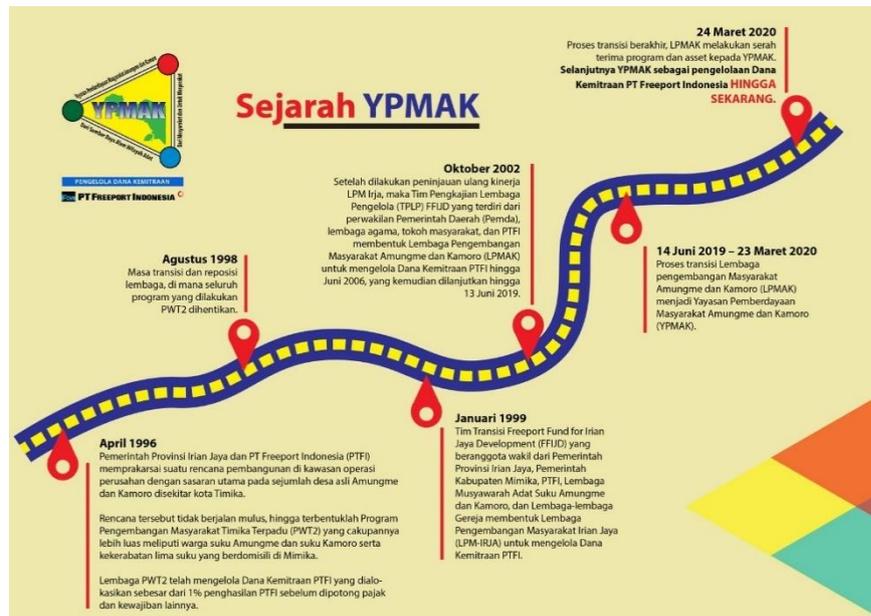
¹ Morissan, M.A. “Manajemen Public Relations: Strategi menjadi humas profesional.” Kencana (2010). Hlm 7.

masyarakat amungme dan kamoro saat ini mempunyai pengaruh yang sangat besar bagi kelangsungan pada yayasan pemberdayaan masyarakat amungme dan kamoro. Kegiatan humas YPMAK biasanya membantu dalam melaksanakan program yayasan untuk mencapai tujuan dari visi dan misi yayasan. Selain itu, humas YPMAK juga berperan penting dalam membangun dan menyediakan informasi baik secara internal maupun eksternal. Dari sudut pandang luar, humas biasanya berfungsi untuk memberikan informasi tentang kebijakan dari yayasan, menyangkal berita yang berpotensi merugikan yayasan pemberdayaan masyarakat amungme dan kamoro, dan memberi informasi kepada masyarakat tentang berbagai kebijakan dan program serta penerapannya. Strategi humas ypmak sendiri tidak hanya dapat menjaga citra positif tetapi juga membangkitkan kepercayaan publik.²

Mengingat bahwa adanya peralihan nama instansi Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro (YPMAK) sebagai Lembaga Pengembangan Masyarakat Amungme dan Kamoro (LPMAK) yang sudah berubah menjadi YPMAK pada 14 Juni 2019 dan sering sekali adanya pro dan kontra ditengah masyarakat yang belum menerima program dan kebijakan yayasan, pada tanggal 14 Juni 2019 hingga 23 Maret 2020 telah berlangsung proses transformasi Lembaga Pengembangan Masyarakat Amungme dan Kamoro (LPMAK) menjadi Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro (YPMAK). Pada tanggal 24 Maret 2020, Proses transisi berakhir, LPMAK menyerahkan program dan sumber daya kepada YPMAK, dan YPMAK selaku pengelola Dana Kemitraan PT Freeport Indonesia hingga saat ini³.

² Herlina, Sisilia. "Strategi komunikasi humas dalam membentuk citra pemerintahan di kota malang." *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)* 4.3 (2015).

³ <https://www.ypmak.or.id/sejarah-ypmak/> diakses pada 21 Oktober 2023



Gambar 1.1 Sejarah YPMAK Sumber: <https://www.ypmak.or.id/sejarah-ypmak/>

Lembaga Pengembangan Masyarakat Amungme dan Kamoro sebuah lembaga non profit yang menjalankan suatu misi layanan pada tiga bidang pendidikan, ekonomi, dan kesehatan untuk memberi manfaat yang lebih besar kepada masyarakat amungme dan kamoro yang pada oktober 2002 mulai mengelola dana kemitraan PT Freeport Indonesia sehingga 24 Maret 2020 berubah dan memberikan tanggung jawab kepada Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro untuk mengelola dana kemitraan PT Freeport Indonesia dengan adanya perubahan dari LPMAMK menjadi YPMAK ini beruba juga kebijakan dan penambahan program program baru sebagai program kerja dari yayasan pemberdayaan masyarakat amungme dan kamoro. Dan untuk meningkatkan citra dari YPMAK sendiri humas terus berupaya melalui strategi humas ditengah-tengah masyarakat agar terus membangun dan meningkat citra yayasan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Peneliti memilih pendekatan kualitatif karena ingin adanya eksplorasi secara langsung dan mendalam melalui narasumber terkait serta sumber-sumber yang relevan dan tepat untuk dapat mengambil pelajaran sebagai temuan dari penelitian ini mengenai strategi-strategi yang digunakan untuk membangun dan

meningkatkan citra yayasan pemberdayaan masyarakat amungme dan kamoro di mata masyarakat amungme dan kamoro. Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro tentunya mempunyai harapan agar kebijakan dan program serta kegiatan yang ada saat ini dapat bertahan dan berkembang sehingga informasi dan edukasi kepada masyarakat dapat bermanfaat besar bagi masyarakat amungme dan kamoro melalui program-program yayasan dan menjadi bukti yang dapat dipertanggungjawabkan.

Ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian di YPMAK karena ingin mengetahui proses pembentukan citra instansi dalam membangun dan meningkatkan citra positif yayasan pemberdayaan masyarakat amungme dan kamoro melalui empat tahapan strategi publik relations. Humas dalam melakukan tugasnya memiliki kaitan erat dengan opini publik, sehingga humas ypmak berupaya untuk memengaruhi publik agar memberikan opini yang positif bagi yayasan pemberdayaan masyarakat amungme dan kamoro, sisi lain humas ypmak harus mampu mengumpulkan informasi dari masyarakat, menginterpretasikan informasi dan melaporkannya kepada manajemen yayasan dinilai informasi itu memiliki pengaruh terhadap keputusan dan kebijakan manajemen terhadap program yayasan. Humas ypmak memiliki kaitan erat dengan komunikasi karena humas bertanggung jawab menjelaskan tindakan yayasan pemberdayaan masyarakat amungme dan kamoro kepada masyarakat penerima manfaat, sehingga humas ypmak menjadi fungsi manajemen yang membantu manajemen ypmak dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapai serta menyesuaikan diri terhadap lingkungan ditengah-tengah masyarakat.⁴

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat diketahui strategi apakah yang digunakan humas untuk meningkatkan citra positif dari Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro sebagai pengelola dana kemitraan PT Freeport Indonesi dengan tiga program fokus ialah Pendidikan, Kesehatan, dan Ekonomi Berdasar latar belakang diatas, peneliti tertarik meneliti mengenai “Strategi Humas

⁴ Morissan, M.A. “ Manajemen Public Relations: Strategi menjadi humas profesional.” Kencana (2010).Hlm 8-9

Dalam Meningkatkan citra positif Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro sebagai yayasan pengelola dana kemitraan PT Freeport Indonesia”

1.2 Rumusan Masalah

Didasari pada latar belakang diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa rumusan masalah sangat penting untuk tolak ukur penelitian yang dilakukan peneliti, dan diajukan dalam karya ini. “Bagaimana strategi humas dalam meningkatkan citra positif yayasan pemberdayaan masyarakat amungme dan kamoro sebagai yayasan pengelola dana kemitraan PT Freeport Indonesia?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi humas dalam meningkatkan citra positif Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro sebagai Yayasan Pengelola Dana Kemitraan PT Freeport.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk adanya manfaat yang dapat diterima kepada pihak yang dijadikan pedoman bagi penelitian ini terdaoat 2 (dua) manfaat yaitu secara akademis dan praktis, sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai sumbangan keilmuan informasi dalam ilmu komunikasi bagi peneliti berikutnya dengan topik yang relevan dengan strategi humas dalam meningkatkan citra positif yayasan pemberdayaan masyarakat amungme dan kamoro sebagai yayasan pengelola dana kemitraan PT Freeport Indonesia.

1.4.2 Manfaat Praktis

- Peneliti mengharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dan penambah wawasan para pembaca atau peneliti berikutnya dengan topik yang berkaitan dengan strategi humas dalam meningkatkan citra positif

yayasan pemberdayaan masyarakat amungme dan kamoro sebagai yayasan pengelola dana kemitraan PT Freeport Indonesia.

- Dapat menjadi saran untuk meningkatkan strategi humas dalam meningkatkan citra positif yayasan pemberdayaan masyarakat amungme dan kamoro sebagai yayasan pengelola dana kemitraan PT Freeport Indonesia secara praktis untuk menjadikan masukan dan saran untuk Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pada penelitian kualitatif deskriptif lebih fokus kepada data penelitian dalam bentuk kata-kata, gambar, dan juga data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi serta jurnal yang terkait.

1.5.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif yaitu peneliti akan fokus menganalisis, menggambarkan, dan meringkas berbagai kondisi, situasi dari berbagai data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti khususnya dalam strategi humas dalam meningkatkan citra positif yayasan pemberdayaan masyarakat amungme dan kamoro sebagai yayasan pengelola dana kemitraan PT Freeport Indonesia secara mendalam.

1.5.3 Subjek/Objek Penelitian

Subjek penelitian, khususnya batasan penelitian dimana peneliti dapat mengidentifikasi objek, benda atau orang yang menjadi sumber informasi yang dibutuhkan peneliti untuk mengumpulkan data penelitian. Dalam buku Penelitian Komunikasi Praktik, responden atau subjek penelitian disebut dengan informan,

informan tersebut merupakan sumber penggalian data-data relevan yang dibutuhkan peneliti untuk dapat menunjang dan mendukung hasil penelitian⁵

Peneliti menentukan subjek sebagai narasumber pada penelitian ini ada tiga subjek yaitu humas Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro beliau ialah Yeremias Imbiri selaku kepala biro humas dan komunikasi, sudah mulai bekerja pada instansi tersebut dari tahun 2002 hingga sekarang, beliau bertanggung jawab akan kegiatan dan berita terkait Yayasan pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro pada media sosial online maupun media konvensional. Kedua Pak Miskan selaku staff humas yang mengelolah media sosial instagram Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro beliau kerja pada instansi tersebut dari 2003 hingga sekarang. Ketiga ialah Pak Thobias Maturbongs selaku staff humas.

Objek penelitian merupakan suatu masalah yang diteliti oleh peneliti, objek penelitian pada penelitian ini adalah Strategi Humas dalam meningkatkan citra positif yayasan pemberdayaan masyarakat amungme dan kamoro sebagai yayasan pengelola dana kemitraan PT Freeport Indonesia.



Gambar 1.2 YPMak Sumber: <https://www.ypmak.or.id/profil/profil-ypmak/>

⁵ Surokim dkk, Riset Komunikasi (Strategi Praktik bagi Peneliti Pemula),(Pusat Kajian Komunikasi Publik, 2016) hal 128-120

Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro (YPMak) sebuah yayasan pengganti Lembaga Pengembangan Masyarakat Amungme dan Kamoro (LPMAK) dan sebagai pengelola dana kemitraan PT Freeport Indonesia, Yayasan ini adalah untuk mendukung pelestarian, pengembangan dan pemberdayaan keberlanjutan masyarakat asli Papua yang berasal dari suku Amungme dan suku Kamoro serta masyarakat asli Papua lainnya dalam bidang, sosial, kemanusiaan, dan keagamaan dan untuk mendukung pemerintah mewujudkan masyarakat asli Papua yang berasal dari suku Amungme dan suku Kamoro serta masyarakat asli Papua lainnya agar dapat menjalankan kehidupan yang sehat, berpendidikan, bersaing dalam sistem ekonomi modern, melestarikan sumber daya alam, budaya dan warisan masyarakat asli Papua sesuai kearifan lokal menuju masyarakat asli Papua yang berkeadilan dan sejahtera.⁶

1.6 Jenis Data

1.6.1 Data Primer

Data Primer merupakan data yang terbentuk verbal yang didapatkan dari subjek yang dapat dipercaya. Subjek yang dimaksudkan tersebut ialah narasumber, terkait penelitian ini informasi tersebut⁷ bisa didapatkan melalui staff pegawai Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro (YPMak), dan website resmi ypmak.or.id

1.6.2 Data Sekunder

Berdasarkan buku Dasar Metodologi Penelitian, menyebutkan bahwa data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada.⁸ Data sekunder dari penelitian ini bersumber dari dokumentasi berupa foto, dari strategi humas dalam meningkatkan citra positif Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro sebagai

⁶ <https://www.ypmak.or.id/profil/profil-ypmak/> diakses pada 29 april 2024

⁷ Sandu Siyoto, M.Kes & M. Ali Sodik. Dasar Metodologi Penelitian. (Kediri, 2015) hal. 28

⁸ Ibid

yayasan pengelola dana kemitraan PT Freeport Indonesia serta peneliti juga mengambil beberapa data yang relevan dari jurnal ataupun buku yang mendukung penelitian ini.

1.7 Teknik Pengumpulan Data

1.7.1 Teknik Observasi

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan sistematis terhadap fenomena yang diamati dari subjek aktivitas dilakukan oleh staff humas YPMAK di tengah masyarakat baik secara internal maupun eksternal. Observasi juga dilakukan dari objek yang diteliti yang menjadi sasaran secara langsung di Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro.

1.7.2 Teknik Wawancara

Dalam penelitian ini peneliti akan mewawancarai humas mengenai strategi humas dalam meningkatkan citra positif Yayasan Pemberdayaan masyarakat Amungme dan Kamoro sebagai yayasan pengelola dana kemitraan PT Freeport Indonesia. Peneliti disini menggunakan jenis wawancara, semi struktur yang merupakan wawancara yang berlangsung mengacu pada satu rangkaian pertanyaan terbuka, sehingga memungkinkan pertanyaan baru muncul karena jawaban yang diberikan oleh informan sehingga selama sesi berlangsung penggalian informan dapat dilakukan lebih mendalam.

1.7.3 Teknik Dokumentasi

Peneliti mengumpulkan data dokumentasi berupa foto, video, rekaman audio dengan humas mengenai strategi humas yayasan pemberdayaan masyarakat amungme dan kamoro. selain itu juga peneliti menggunakan dokumen cetak, dokumen online atau file. Dokumen cetak antara lain adalah profile lembaga, program kerja, serta data yang berkaitan dengan Strategi humas dalam meningkatkan citra positif Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro sebagai yayasan pengelola dana kemitraan PT Freeport Indonesia.

1.8 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif analitik, yaitu mendeskripsikan data yang dikumpulkan lewat kata-kata, gambar, dan bukan angka dari hasil pengamatan, wawancara yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto dan sebagainya sehingga dapat memberikan kejelasan terhadap realitas atau kenyataan yang ada. Pada penelitian deskriptif ini dilakukannya wawancara mendalam dengan berbagai kelompok pemangku penting dari staff humas Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro mengenai strategi humas dalam meningkatkan citra positif Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro sebagai yayasan pengelola dana kemitraan PT Freeport Indonesia dilakukan agar menemukan data jenuhnya.⁹ Ada tiga alur tahapan dalam analisis data menurut Miles dan Huberman ialah reduksi data, Penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi.

1. Redusi Data

Reduksi data didefinisikan sebagai proses memilih untuk fokus pada penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan tertulis lapangan. Reduksi diawali dengan pengumpulan data, dimulai dengan merangkum, mengkode, mengeksplorasi tema, membuat memo, dengan tujuan menghilangkan data atau informasi yang tidak relevan, kemudian memvalidasi data tersebut.

2. Penyajian Data

Penyajian data diartikan sebagai kumpulan informasi terskruktur yang memberikan kemungkinan untuk menarik kesimpulan dan mengambil tindakan. Penyajian data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif yang menarik, semuanya bertujuan untuk menyatukan informasi dan disusun

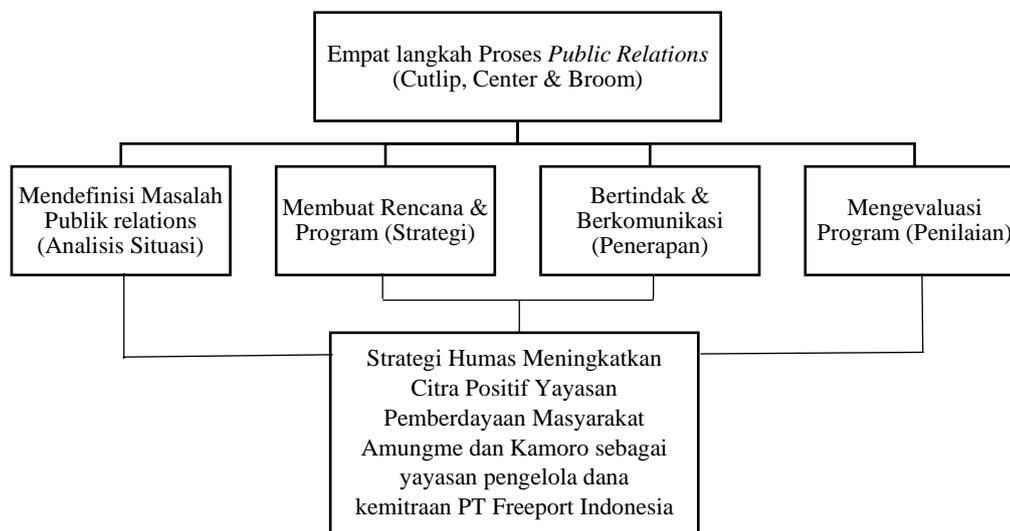
⁹ Mardawani, M.Pd. (2020).Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar dan Analisis Data dalam Perspektif Kualitatif. Penerbit Deepublish (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA)

dalam bentuk yang ringkas dan mudah dipahami. Hal ini memudahkan peneliti untuk menarik kesimpulan.

3. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Menarik kesimpulan atau validasi merupakan tahap akhir dari penulisan kualitatif. Peneliti harus mencapai tahap di mana kesimpulan diambil dan validasi harus berhati-hari dalam mengambil kesimpulan, dan maknanya tidak dapat ditafsirkan menurut sudut pandang peneliti, serta harus mendapat persetujuan dari tempat penelitian

1.9 Kerangka Konsep



Gambar 1.3 (Kerangka konsep penelitian dibuat oleh peneliti)

1.9.1 Definisi Konsep

1. Strategi Humas

Strategi pada hakikatnya merupakan perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan.¹⁰ Humas Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro dalam menjalankan fungsi manajemen dengan ciri kegiatan yang direncanakan dan dijalankan secara berkesinambungan oleh organisasi-organisasi dan lembaga umum dan swasta dipergunakan untuk memperoleh dan membina saling pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka terkait cara mengevaluasi opini publik dengan tujuan untuk sedapat mungkin menghubungkan kebijaksanaan dan ketatalaksanaan guna memenuhi kepentingan bersama yang lebih efisien dengan penerangan yang berencana dan tersebar luas. Sehingga untuk hubungan dengan publik internal dan juga eksternal, humas

¹⁰ Effendy, Onong Uchjana. "Komunikasi teori dan praktek." *Bandung: PT Remaja Rosdakarya* (2009).

Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro harus mampu membentuk hubungan yang harmonis dengan publik internal maupun eksternal. Ada empat langkah dan proses yang harus dilakukan humas Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro ialah:

- a. Riset Penemuan Fakta (*Fact Finding and Feedback*), dilakukan penemuan fakta dilapangan atau hal-hal yang berkaitan dengan opini, sikap, dan reaksi publik dengan kebijakan Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro. Setarakah menemukan fakta di lapangan, maka data, fakta, dan informasi tersebut dievaluasi untuk dapat dijadikan pedoman pengambilan keputusan berikutnya.
- b. Perencanaan dan Penyusunan Program (*Planning and Programing*) Upaya yang dilakukan Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro untuk menentukan langkah selanjutnya yang sejalan dengan kepentingan publik.
- c. Tindakan dan Komunikasi (*Actions and Communicating*) Humas Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro harus bisa melakukan tindakan berdasarkan rencana matang yang telah dibuat. Tindakan dilakukan sesuai dengan fakta yang ada sehingga dapat menyampaikan pesan efektif yang bisa mempengaruhi opini publik melalui media yang digunakan.
- d. Evaluasi
Penilaian hasil dari riset awal hingga perencanaan program yang dilakukan oleh Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro, serta keefektifan dari proses manajemen dan bentuk komunikasi yang digunakan Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro.

2. Empat Tahap Publik Relations

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan empat tahapan *Public Relations* yang diperkenalkan oleh Cutlip, Center dan Broom yaitu

mengidentifikasi masalah publik relations (analisis situasi), membuat rencana dengan program (strategi), bertindak dan berkomunikasi (penerapan), mengevaluasi program (penilaian).¹¹ Empat tahapan ini digunakan untuk menggali permasalahan dan merencanakan program kerja. Dalam penelitian ini terkait dengan kajian kajian terkait strategi humas dalam meningkatkan citra positif yayasan pemberdayaan masyarakat amungme dan kamoro di tengah masyarakat penerima manfaat. Adapun tahapan tersebut ialah:

Pertama, ketika mendefinisikan masalah, langkah pertama yang dilakukan hanyalah menyelidiki dan memantau pengetahuan, pendapat, sikap dan perilaku para pemangku kepentingan yang terkait dalam strategi humas dalam meningkatkan citra positif ypmak. Adapun langkah dari mendefinisi masalah ialah:

1. Masalah, Perhatian, atau Peluang “Apa yang sedang terjadi saat ini?”
2. Analisis Situasi (Internal dan Eksternal) “Apa kekuatan positif dan negatif yang sedang beroperasi?” “Siapa yang terlibat dan/atau dipengaruhi?” “Bagaimana mereka terlibat dan/atau dipengaruhi?”

Kedua baik dalam perencanaan dan program, informasi yang dikumpulkan pada tahap pertama, digunakan untuk mengambil keputusan mengenai program publik, strategi tujuan, tindakan dan komunikasi, taktik dan sasaran. Langkah ini memperhitungkan hasil temuan dalam membuat kebijakan dan program dari Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro. Proses perencanaan dan pemrograman biasanya menggunakan langkah-langkah berikut:

1. Tujuan Program “Apa solusi yang diharapkan?”
2. Publik sasaran “Siapa dalam lingkungan internal dan eksternal yang harus direspons, dijangkau, dan dipengaruhi oleh program?”
3. Sasaran “Apa yang harus dicapai pada setiap publik untuk mencapai tujuan program?”

¹¹ Cutlip. Center, broom. Effective Public Relations. Edisi kesembilan. Kencana. (2011). Hlm 365.

Ketiga, mengambil tindakan dan berkomunikasi langkah ini melaksanakan program aksi dan komunikasi yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu bagi setiap audiens untuk mencapai tujuan program. Untuk tindakan dan berkomunikasi ada langkah-langkah tertentu sebagai berikut:

1. Strategi Aksi “Perubahan apa yang harus dilakukan untuk mendapatkan hasil sebagaimana dinyatakan dalam sasaran program?”
2. ”Strategi Komunikasi “Apa isi pesan yang harus disampaikan untuk mencapai hasil seperti sebagaimana dinyatakan dalam sasaran program?”
3. ”Rencana Implementasi Program “Siapa yang akan bertanggung jawab untuk mengimplementasikan setiap tindakan dan taktik komunikasi?”

Kempat, mengevaluasi program langkah terakhir dalam proses ini adalah melakukan penilaian atas persiapan, implementasi, dan hasil dari strategi humas dalam meningkatkan citra positif yayasan pemberdayaan masyarakat amungme dan kamoro dan didasarkan pada evaluasi atas umpan balik tentang bagaimana strategi humas itu berhasil atau tidak dalam penerapannya di masyarakat dalam meningkatkan citra.¹² Sebagai langkah dari mengevaluasi program langkah sebagai berikut:

1. Rencana Evaluasi “Bagaimana hasil yang disebutkan dalam tujuan dan sasaran program akan diukur?”
2. Umpan Balik dan Penyesuaian Program “Bagaimana hasil evaluasi akan dilaporkan ke manajer program dan dipakai untuk membuat perubahan program?”

3. Meningkatkan Citra

Citra merupakan persepsi seseorang atau kelompok yang terbentuk dari suatu aktivitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Citra ini menjadi sangat diperhatikan oleh perusahaan karena persepsi masyarakat terhadap suatu perusahaan bergantung pada cara perusahaan mengkomunikasikan kegiatan

¹² Cutlip, canter, dkk. (2016), Efektivitas publik relations edisi kesembilan. Prenadamedia grup

yang dilakukannya.¹³ Citra merupakan aset yang sangat berharga karena mewakili opini atau persepsi masyarakat terhadap suatu perusahaan. Baik atau buruknya citra suatu perusahaan ditentukan oleh perusahaan itu sendiri. Citra merupakan kesan yang timbul dari pemahaman kepada khalayak dengan memberikan informasi yang dapat dipahami, bermakna, dan relevan. Citra yang baik membantu suatu perusahaan dapat mengembangkan kreativitasnya dan menjalain hubungan yang harmonis dengan masyarakat. Sebaliknya jika citra dari masyarakat kurang baik, hal ini menunjukkan adanya ketidakpuasan yang dapat berujung pada hilangnya kepercayaan, maka masyarakat menarik diri dan hal ini akan merugikan perusahaan.¹⁴

1.9.1 Operasionalisasi Konsep

Batasan konseptual yang diberikan peneliti pada penelitian “Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Yayasan Pemberdayaan Masyarakat Amungme dan Kamoro di Tengah Masyarakat Penerima Manfaat yaitu¹⁵:

Table 1.1 (Operasionalisasi Konsep)

Definisi Konsep	Operasionalisasi Konsep
Mendefinisikan Masalah <i>Publik Relations</i> (Analisis Situasi)	Analisis situasi internal dan eksternal mencari tahu apa yang menjadi kekuatan positif dan negatif yang sedang beroperasi.
Membuat Rencana & Program (Strategi)	Sasaran yang harus dicapai pada setiap publik untuk mencapai tujuan program.
Bertindak & Berkomunikasi (Penerapan)	Strategi aksi dan komunikasi yang dilakukan dan disampaikan untuk mendapatkan hasil sebagaimana dinyatakan dalam sasaran program dan rencana implementasi program yang akan bertanggung jawab untuk memngimplementasikan setiap tindakan dan taktik komunikasi.

¹³ Strategi Komunikasi Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan Summertide Melalui Perubahan Kemasan Ramah Lingkungan

¹⁴ Sandyakala, Mutiara Cendekia. "Peran Public Relations dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan." *Jurnal at-Tadbir: Media Hukum dan Pendidikan* 30.2 (2020): 184-198.

¹⁵ Cutlip. Center, broom. *Effective Public Relations*. Edisi kesembilan. Kencana. (2011). Hlm 365

Evaluasi Program (Penilaian)	Hasil evaluasi yang akan dilaporkan ke manajer program dan dipakai untuk membuat perubahan program.
---------------------------------	---