

STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF ULAMA YANG BERPOLITIK

Daden Fikruzzaman

Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam Bogor
Email: dafikhambarowetn@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya citra positif yang terbentuk ditengah masyarakat, kepada ulama yang terjun ke dunia politik. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan pendukung para ulama untuk ikut andil dan bergabung dengan partai politik. Citra sendiri merupakan salah satu faktor penting yang menunjang kesuksesan sebuah lembaga atau perusahaan, yang mana biasanya dikelola oleh seorang humas. Penelitian yang berjudul “Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Ulama Yang Berpolitik”, memiliki rumusan masalah pokok bagaimana strategi yang dilakukan humas dalam meningkatkan citra positif para ulama yang berpolitik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan humas untuk meningkatkan citra positif yang telah dimiliki seorang ulama. Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis metode pendekatan kualitatif deskriptif. Adapun sumber data pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu observasi, dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan antara lain mereduksi data, mendisplay data, serta verifikasi data.

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh humas dalam meningkatkan citra positif ulama adalah humas antara lain; Pertama, melakukan kegiatan sosial untuk menarik simpati khalayak. Kedua, yang dilakukan humas adalah mempublikasikan profil ulama berpolitik dengan jejak digital yang positif kepada khalayak dengan menggunakan media massa. Ketiga, jika muncul opini negatif dari public, maka humas langsung menanggapi dan menyelesaikan secara profesional. Humas juga berperan menjadi fasilitator dalam menjembatani ulama dan partai politik dengan pihak eksternal, menjalin kerjasama dengan pihak di luar perusahaan dan membina hubungan baik kepada pihak eksternal maupun di internal perusahaan sendiri, serta menjadi pihak yang dipercaya untuk melakukan komunikasi dua arah antara pihak internal dan eksternal partai. Faktor pendukung humas dalam meningkatkan citra positif antara lain adalah partisipasi ulama dalam memanfaatkan partai politik, potensi dan profil ulama yang baik, media dan waktu yang digunakan, materi yang disampaikan, metode yang digunakan, masyarakat setempat, pemerintah setempat. Adapun faktor yang menjadi penghambat humas dalam meningkatkan citra positif partai adalah aktivitas humas partai dalam membentuk citra positif ulama yang berpolitik hanya baik dalam citra di media massa atau pers saja.

Kata Kunci: *Humas, citra positif, Partai politik, Ulama, Strategi*

PENDAHULUAN

Citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertian tentang fakta-fakta atau kenyataan. Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu objek dapat diketahui dari sikapnya terhadap objek tersebut (Soleh Soemirat, 2007).

Citra tersebut tentu tidak terbentuk dengan sendirinya pada berbagai proses yang dilakukan sehingga citra tersebut dapat terbentuk, baik citra itu positif atau negatif. Citra yang positif sangat diharapkan oleh perusahaan untuk mendapat simpati dari

khalayak sekaligus menjadi pemicu bagi konsumen untuk tertarik menggunakan produk ataupun jasa perusahaan tersebut. Menyadari akan pentingnya hal tersebut perusahaan-perusahaan di Indonesia melakukan berbagai cara demi mendapatkan citra yang positif dari khalayak. Salah satu organisasi yang cukup memperhatikan hal yang berkaitan dengan citra adalah partai politik. Perusahaan.

Momen pemilu adalah momen dimana semua partai politik berlomba meningkatkan citra positif merek untuk persiapan kampanye. Partai politik yang menggandeng ulama

menjadi kader mereka tidak dipungkiri menjadi salah satu faktor dapat dipercaya dan memiliki citra yang positif di tengah masyarakat. Hal ini dapat dibuktikan dengan peningkatan jumlah dukungan terhadap partai politik tersebut.

Citra positif yang terbentuk tersebut tidak lepas dari adanya peran humas yang berjasa dalam mengendalikan opini publik sehingga menghasilkan citra positif dari khalayak kepada partai politik juga memiliki seorang yang bertugas ataupun menjalankan tugas sebagai seorang humas. Seorang humas memiliki tugas salah satunya yaitu menciptakan hubungan yang baik secara internal maupun eksternal agar terciptanya citra yang positif terhadap partai dan ulama. Untuk memenuhi tugas yang telah diamanahkan tersebut maka seorang humas dituntut untuk memiliki berbagai macam keahlian, salah satunya teknik komunikasi yang baik kepadakhalayak atau komunikannya. Image atau gambaran seorang humas mewakili image lembaga ataupun perusahaannya, sehingga apabila buruk citra dari humas tersebut maka buruk pulalah citra perusahaannya.

Sebaliknya apabila humas tersebut memperoleh citra yang positif daripada khalayak maka citra yang positif pulalah yang akan di dapat perusahaannya. Selain cara berkomunikasi yang baik humas juga harus mempunyai strategi yang dinilai tepat dalam upaya menciptakan perusahaannya. Banyak langkah langkah yang dapat ditempuh agar tugas humas dapat terlaksana dengan baik seperti memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk berhubungan dengan khalayak maupun bekerjasama dengan media untuk memuluskan jalannya tugas seorang humas.

Menurut Zaenal Mukarom (2015) Humas diadakan untuk tujuan strategis, yaitu membaca rintangan yang muncul dari luar, misalnya ketentuan pemerintah yang mematikan, ketidakpahaman karyawan atas sikap penduduk sekitar perusahaan sehingga penduduk bersikap melawan, tindakan pesaing, boikot dari konsumen, sampai pada kesalahan perusahaan yang dibuat tanpa sengaja terhadap publiknya, maupun dari dalam seperti pemogokan karyawan, perusakan, dan sebagainya.

Dengan itu humas memberikan sumbangan yang sangat besar bagi perusahaan dengan mengembangkan hubungan yang harmonis dengan stakeholders-nya agar perusahaan dapat mengembangkan

kemampuannya mencapai misinya (Zaenal Mukarrom, 2015).

Humas merupakan nyawa bagi sebuah lembaga ataupun perusahaan, sehingga apabila di dalam kehidupannya perusahaan hanya berfokus terhadap barang atau jasa yang merupakan produknya tetapi tidak mementingkan keberadaan seorang humas sebagai penunjang keberhasilan perusahaannya, maka perusahaan tersebut ibarat mati suri dan keberlangsungan perusahaan tersebut cenderung stagnan atau mungkin saja justru mengalami kemunduran.

Banyak perusahaan yang mengalami kehancuran akibat tidak adanya manajemen kehumasan yang baik dan juga tidak memiliki keberadaan seorang humas. Sebaliknya banyak pula perusahaan yang mengalami krisis dan mampu melewati krisis tersebut karena jasa daripada seorang humas. Menyadari akan pentingnya keberadaan seorang humas tersebut maka banyak perusahaan yang sangat memperhatikan humas dari pada perusahaannya. Hal itu tidak lain adalah demi memajukan perusahaan tersebut dan juga agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya terutama yang mempunyai produk yang sama.

Melihat hal ini penulis tertarik untuk mendalami lebih jauh tentang masalah ini, dikarenakan keberadaan humas yang begitu strategis di dalam sebuah lembaga atau organisasi di dalam menunjang keberhasilannya khususnya pada ulama yang berpolitik. Di tengah kepercayaan serta citra positif yang didapatkan Ulama yang berpolitik tentu tidak lepas daripada adanya peran humas partai yang berhasil meraih hal tersebut. Oleh karena itu, penulis ingin melihat sejauh mana kontribusi serta strategi yang dilakukan humas perusahaan dalam menunjang keberhasilan meningkatkan citra positif dan juga kepercayaan yang diberikan khalayak kepada ulama yang berpolitik.

METODE

Metode yang digunakan dalam analisis ini adalah deskriptif kualitatif, dimana data yang ada digunakan untuk menganalisis, menggambarkan, dan meringkas berbagai kondisi, situasi dari berbagai data yang dikumpulkan berupa wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini membahas tentang 3 hal yaitu: (1) peran humas partai politik dalam meningkatkan citra positif ulama yang berpolitik. (2) faktor pendukung dan penghambat humas dalam meningkatkan citra positif ulama yang berpolitik. (3) langkah-langkah yang dilakukan humas dalam meningkatkan citra positif ulama yang berpolitik.

Peran Humas

Di Dalam setiap organisasi ataupun lembaga baik itu berupa instansi pemerintah maupun perusahaan swasta, pasti mempunyai program-program yang sudah dirancang dengan sedemikian rupa guna untuk mencapai tujuan utama daripada adanya suatu instansi maupun perusahaan itu sendiri. Pembagian job atau pendeskripsian pekerjaan secara khusus pun dilakukan agar cita-cita dan tujuan yang telah ditentukan serta menjadi hal pokok dalam keberlangsungan perusahaan dapat tercapai.

Dalam ruang lingkup yang besar seperti negara pun dalam menjalankan keberlangsungan sebuah negara tersebut, seorang kepala negara juga dibantu oleh orang-orang yang dapat membantu menjalankan program nya guna untuk mencapai hasil yang dituju contohnya seperti para menteri di Indonesia yang membantu tugas seorang presiden dengan pembagian pekerjaan yang berbeda-beda. Tidak jauh berbeda dengan negara dalam sebuah instansi, lembaga ataupun sebuah perusahaan dalam mencapai tujuannya seorang kepala instansi ataupun seorang direktur perusahaan dibantu oleh orang-orang yang menjadi perpanjangan tangan nya dalam mencapai tujuan.

Berdasarkan penjelasan diatas maka, partai politik dalam memudahkan untuk mencapai tujuan ataupun cita-cita partainya dibantu oleh beberapa orang yang menjadi staf di partainya, salah satunya adalah adanya seorang humas yang secara khusus menjalankan fungsi kehumasan guna mencapai tujuan perusahaan agar masing-masing staf dapat fokus dengan setiap tugas yang menjadi kewajiban utamanya.

Banyak perusahaan yang sudah mengalami kemunduran bahkan kehancuran akibat tidak memiliki keberadaan seorang humas ataupun tidak adanya yang menjalankan fungsi daripada seorang humas. Namun banyak

juga perusahaan perusahaan yang hampir jatuh terpuruk ataupun sedang berusaha untuk mengembangkan perusahaannya, menjadi bangkit dan berjaya berkat bantuan daripada seorang humas. Humas partai politik memiliki posisi yang sangat strategis dan memainkan peranan penting dalam menentukan kesuksesan perusahaan, mengingat seorang humas mempunyai tugas salah satunya yaitu meningkatkan citra positif perusahaan/instansi tempat ia berada.

Berikut peran yang dilakukan humas partai politik dalam meningkatkan citra positif ulama yang berpolitik:

1. Menjadi fasilitator

Didalam ilmu kehumasan untuk dapat menghasilkan citra positif itu tidak terjadi begitu saja, banyak proses yang dilakukan sehingga citra positif dapat terbentuk. Untuk menarik simpati dari pada pemangku-pemangku kepentingan salah satunya dengan cara membina hubungan baik pada orang ataupun masyarakat tersebut dengan cara menghadiri setiap even serta acara yang diadakan oleh masyarakat. Selain menghadiri acara yang dibuat masyarakat ulama dan partai politiknya juga sering membuat acara pengajian yang mengundang tokoh masyarakat dan masyarakat umum.

Ulama dan Partai politik dalam menimbulkan citra yang positif dari khalayak, atau pihak-pihak eksternal pemangku kepentingan diluar perusahaan, berusaha untuk mencapai hasil tersebut dengan proses yang dilakukan secara jangka panjang. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan agar citra positif yang dihasilkan terhadap ulama yang berpolitik serta partainya dapat lebih terjaga dan hubungan baik yang dilakukan dapat berkelanjutan. Kemudian humas dalam hal tersebut berperan sebagai fasilitator dalam menjembatani hubungan baik tersebut.

2. Menjalin Kerjasama

Menjalin Kerjasama dan hubungan baik dari aspek sosial sudah menjadi ketetapan bahwa di dalam kehidupannya manusia tidak bisa berdiri sendiri. Manusia adalah makhluk yang bergantung kepada manusia lainnya dan saling membutuhkan antara satu manusia terhadap manusia yang lain. Tidak jauh beda dengan pernyataan tersebut dalam menjalani kehidupannya, partai politik tidak dapat berdiri sendiri sekalipun partai politik tersebut memiliki sisi finansial yang cukup. Perusahaan tersebut tetap tidak bisa untuk hidup mandiri,

karena pasti suatu saat ulama dan partai tersebut akan mengalami kendala dan meminta bantuan kepada orang ataupun lembaga lain.

Di dunia politik juga bergantung atau menjalin kerjasama dengan lembaga maupun instansi lainnya. Hal tersebut bertujuan agar partai dapat terbantu dengan kerjasama-kerjasama yang dilakukan. Dari kerjasama yang dilakukan ini diharapkan selain menjadikan keuntungan tersendiri bagi ulama dan partai politiknya, hal tersebut juga bisa menjadi keuntungan bagi lembaga atau perusahaan yang bekerjasama dengan partai politik tersebut.

Kerjasama yang dilakukan antara pihak partai dengan perusahaan atau lembaga ataupun tokoh masyarakat tersebut tentu saling berkaitan dan mempunyai manfaat timbal balik.

Oleh karena itu, kerjasama yang dilakukan pihak partai bersama perusahaan lainnya selain bertujuan agar sama-sama mendapatkan keuntungan dan tujuan dari perusahaan tersebut tercapai. Nilai plus lainnya juga agar tumbuhnya citra yang positif yang diberikan masyarakat, maupun pemangku lain kepada ulama yang berpolitik melalui jalinan hubungan baik yang dilakukan.

3. melakukan komunikasi dua arah

Humas menyampaikan visi misi dan tujuan partai dan profil dari ulama yang berpolitik menggunakan saluran komunikasi berupa media massa, baik media luar ruang berupa baliho dan poster, pidato dan presentasi pimpinan, website, publikasi khusus maupun dengan hubungan dengan media massa lainnya. Humas juga melakukan upaya komunikasi untuk mendapatkan respon dari masyarakat terhadap ulama yang berpolitik.

Humas partai juga melaksanakan evaluasi kerja berdasarkan berita-berita dan umpan balik yang terdapat pada media massa, kemudian hasil evaluasi tersebut disampaikan kepada forum partai yang menjadi umpan balik terhadap visi misi dan tujuan yang akan menjadi program partai selanjutnya.

Strategi Humas

Untuk mempermudah dan melancarkan rencana ataupun program-program yang telah disusun, demi terwujudnya tujuan yang sudah ditentukan maka perlu adanya strategi atau dengan kata lain cara khusus agar tujuan tersebut dapat dengan mudah tercapai. Kata strategi memang erat kaitannya dengan dunia militer/peperangan ataupun hal-hal yang berbau kompetisi dan sebagainya, yang mana

penggunaan strategi dengan harapan agar tujuan yang sudah ditetapkan dapat tercapai. Begitu pula dalam dunia bisnis strategi sangat diperlukan kalau tidak ingin usaha yang dijalankan mengalami kemerosotan bahkan kegagalan.

Dalam suatu lembaga atau partai strategi yang dilakukan biasanya ditugaskan kepada satu orang. Mengingat seiring waktu berlalu semakin banyak partai yang telah berdiri dengan visi misi yang hampir sama yaitu. Hal ini membuat setiap partai harus mencari cara jika tidak ingin partai dan kandidatnya kalah bersaing dengan kandidat dari partai lainnya. Seluruh petugas partai harus mencari ide-ide kreatif di luar daripada hal umum yang ditawarkan sebuah lembaga yang bergerak dibidang politik. Adapun strategi yang diterapkan humas membangun citra positifnya antara lain;

1. Melakukan kegiatan-kegiatan seperti kegiatan kesehatan, pendidikan, dan kebersihan, ini bertujuan untuk melakukan pendekatan kepada masyarakat dalam upaya membina hubungan baik dan menumbuhkan rasa percaya public kepada partai
2. Mengusung calon atau pasangan calon legislatif dengan teliti dan hati-hati seperti ulama atau tokoh agama dengan cara publikasikan dan penyebaran berita baik kepada khalayak dengan menggunakan pihak media massa.
3. Jika dalam kegiatan yang dilakukan partai terjadi citra negatif mereka langsung menanggapi dengan baik dan mencari permasalahan terlebih dahulu kemudian mengklasifikasikan masalah tersebut melalui media atau konferensi.

Faktor-Faktor Pendukung Humas dalam Membangun Citra positif Ulama yang Berpolitik

- a. Partisipasi ulama dalam memanfaatkan partai politik
Ulama yang berpolitik memiliki tahapan-tahapan dakwah jauh sebelum mendirikan partai politik sebagai sarana dakwahnya atau dikenal dengan istilah mihwar muassasi(dakwah dengan melalui kelembagaan politik). Dimana sebelumnya berada pada mihwar tanzhimi dan mihwar sya'bi. Jadi, partisipasi politik pada tahap mu'assasi ini menjadi bagian yang harus dilakukan untuk semakin memperkuat eksistensi dakwah melalui kelembagaan

Negara. Kemampuan ulama untuk mendirikan partai politik tentu sudah mempertimbangkan segala hal termasuk salah satunya adalah partai yang memiliki keunggulan normatif dan aplikatif serta visi misi partai yang sesuai dengan tujuan dan visi misi ulama tersebut.

Adanya struktur kepengurusan di setiap Kecamatan yang ada bahkan sampai pada tingkat desa/kelurahan menjadi kekuatan tersendiri bagi strategi dakwah ulama yang berpolitik. Berdasarkan hasil penelitian penulis ditemukan bahwa sudah terdapat kader-kader partai yang membangun kepemimpinan di masyarakat dengan menjadi tokoh-tokoh agama.

b. Potensi dan profil ulama yang baik.

Kader adalah aset yang utama untuk aktivitas dakwah, sehingga dengan tersedianya kader dakwah yang berkualitas maka dakwah akan berkembang sesuai dengan masalahnya. Jadi kompetensi kader merupakan salah satu faktor pendukung yang sangat penting dalam melaksanakan kerja-kerja Humas. Secara lebih rinci proses mengembangkan potensi dan membentuk kepribadian kader dalam Partai dikenal dengan istilah tarbiyah. Dalam proses pembentukan kepribadian setiap kader harus memenuhi 10 aspek yaitu salimul aqidah(bersih aqidahnya), shahihul 'ibadah (benar ibadahnya), matnul khuluq (kokoh akhlaknya), qawiyul jism(kuat fisiknya), mutsaqqal fikr(berwawasan pemikirannya), qadirun 'alal kasbi(mampu berekonomi), munazhamun fi su'unihi(terorganisir segala urusannya), harisun 'ala waqtihi(cermat mengatur waktunya), mujahidun fi nafsii(kuat kesungguhan jiwanya), dan naafi'un li ghairihi(bermanfaat bagi selainnya). Hal tersebut dilakukan untuk mempersiapkan kader yang kokoh secara ruhiyah, fikriyah, dan jasadiyah. Karena menurut mereka kader yang memiliki kebugaran jasmani tanpa disertai dengan kekuatan ruhiyah, maka tidak akan mampu melaksanakan kerja-kerja dakwah. Kekokohan ruhiyah merupakan daya dorong untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan operasional dan beban dakwah. Oleh karena itu, dalam pembinaan terhadap kader-kadernya termasuk Ulama yang berpolitik selalu menekankan membangun kekuatan ruhiyah untuk menjaga keikhlasan dalam

medan dakwah partai. Baik yang berkaitan dengan dimensi aqidah, ibadah dan akhlak. Begitupun dengan kekokohan fikriyah dalam perjalanan dakwah harus dipenuhi, sebab tanpa wawasan dan keilmuan yang memadai, kader dakwah tidak akan mampu berinteraksi dengan dunia kemajuan, era global dan teknologi informasi yang dihadapinya. Kesepuluh aspek kualitas kader tersebut dicapai melalui berbagai kegiatan pembinaan di berbagai sarana yang digariskan oleh manhaj tarbiyah.

c. Materi yang disampaikan

Berkaitan dengan materi yang disampaikan pada proses tarbiyah, pada umumnya yaitu ajaran Islam sendiri yang terdiri dari aqidah, syariah, muamalah dan akhlak. Berbicara materi tarbiyah memiliki kurikulum tersendiri yang disesuaikan dengan jenjang kader. Meskipun demikian, materi tersebut dalam penyampaian tidak terikat akan tetapi selalu disesuaikan dengan situasi dan kondisi. Namun yang perlu diketahui bahwa kader harus memahami dan menamatkan seluruh materi yang tertera dalam kurikulum sebelum naik pada jenjang kader selanjutnya. Oleh karena itu, materi yang disampaikan ini merupakan salah satu faktor pendukung strategi humas dalam partai.

d. Media dan waktu yang digunakan

Media dan waktu yang digunakan adalah termasuk faktor pendukung strategi humas partai. Media yang dimaksud disini yaitu sarana yang berupa program atau bentuk acara yang digunakan untuk merealisasikan kurikulum tarbiyah. Berdasarkan penelitian penulis bahwa PKS memiliki sarana-sarana dan waktu yang digunakan dalam melaksanakan strategi dakwahnya antara lain: pertama, halaqah sebagai sarana pembentukan aqidah, fikrah, ibadah, akhlak, dan penguasaan amal jama'i. Jumlah normal satu halaqah maksimal 12 orang dan dipimpin oleh seorang Murabbi dan biasanya dilakukan satu kali dalam sepekan. Kedua, mabit sebagai sarana tarbiyah ruhiyah dalam bentuk menginap bersama dengan menghabiskan malam untuk memperkuat hubungan dengan Allah serta meningkatkan kecintaan kepada Rasulullah, memperkuat ukhuwah dan menambah bekal dakwah. Hal ini didasarkan pada tingkatan jenjang kader,

untuk pemuda biasanya sekali dalam 3 bulan. Ketiga, rihlah merupakan suatu perjalanan rekreasi yang disiapkan untuk mencapai sasaran pemulihan dan penyegaran potensi ruhi, fikri dan jasadi. Dilaksanakan sekali dalam setahun. Keempat, daurah sebagai sarana tarbiyah fikriyah yakni forum intensif untuk mendalami suatu tema atau keterampilan tertentu.

- e. Metode yang digunakan
Metode adalah salah satu faktor pendukung utama dalam pelaksanaan strategi humas. Karena metode merupakan cara untuk menyampaikan pesan atau materi kepada kader atau mad'u guna mencapai tujuan seperti yang telah ditetapkan. Berdasarkan hasil penelitian penulis bahwa dalam proses menyampaikan materi atau pesan hampir semua menggunakan metode belajar yang dikenal secara umum yakni metode ceramah, diskusi, tanya jawab, demonstrasi, eksperimen, simulasi, partisipasi, penugasan, sosiodrama, pengembangan kelompok dan sejenisnya. Dan semuanya itu dipergunakan oleh para murabbi sesuai dengan objek, jenis materi, lingkungan dan faktor lainnya.
- f. Masyarakat setempat
Keterlibatan masyarakat setempat dalam mendukung strategi humas sangat penting karena dengan adanya dukungan masyarakat setempat maka besar kemungkinan dapat memperlancar jalannya berbagai program kegiatan partai. Dalam melaksanakan program kegiatan partai di wilayah Sulawesi Tenggara, khususnya ditingkat wilayah dan daerah didukung oleh masyarakat setempat sehingga pelaksanaan program partai berjalan dengan baik. Rekrutmen tokoh masyarakat sehingga dengan bergabungnya mereka menjadi kekuatan tersendiri bagi strategi humas.
- g. Pemerintah setempat
Partai Dengan merekrut kader ulama selain sebagai partai politik juga merupakan bagian dari lembaga sosial dan dakwah yang keberadaannya sudah diakui oleh pemerintah. Oleh karena itu, dalam kehidupan sehari-hari pemerintah setempat yang berwenang dalam lingkungan masyarakat harus ikut serta dalam mendukung kegiatan-kegiatan pembinaan dalam masyarakat agar dapat tercipta suasana lingkungan yang aman, damai, dan

tentram. Sehubungan dengan hal tersebut, ketika penulis melakukan penelitian ditemukan bahwa salah satu faktor eksternal yang mendukung jalannya program-program atau kegiatan pembinaan dalam masyarakat yaitu adanya dukungan dari pemerintah setempat. Seperti ketika akan diadakan ta'lim terbuka, tarhib ramadhan, halal bi halal selalu didukung dan disetujui oleh pemerintah setempat sehingga kegiatan tersebut dapat berjalan dengan lancar.

Faktor-Faktor Penghambat Humas dalam Membangun Citra positif Ulama yang Berpolitik

Namun dalam pelaksanaannya informasi yang menjadi masukan bagi ulama dan partai politik yang dalam hal ini gubernur tidaklah direspon secara maksimal.

Aktivitas Humas partai dalam membentuk citra positif Ulama yang berpolitik memang terlihat masih belum optimal. Sebagian besar masyarakat masih menganggap citra citra ulama yang berpolitik dan partainya belum begitu baik atau malah ada kecenderungan memiliki citra yang negatif. Hal ini disebabkan aktivitas Humas partai dalam membentuk citra positif ulama yang berpolitik hanya baik dalam citra di media massa atau pers saja. Menurut Arifin (2009) Humas selalu mengundang wartawan (84%) sebagai cara untuk menyampaikan informasi daripada melakukan dialog interaktif pada elemen masyarakat (8%).

Dari hasil penelitian ini terlihat bahwa komunikasi yang dilakukan humas partai kepada masyarakatnya cenderung searah, karena lebih banyak menggunakan media massa. Sementara evaluasi kinerja dan riset tentang opini masyarakat tentang ulama dan partai politik juga tidaklah menjadi perhatian serius dari humas, sehingga apa yang menjadi persepsi masyarakat tentang ulama dan partainya tidaklah dipahami dengan baik. Hal ini tentu saja citra positif yang ingin dibentuk oleh ulama dan partai tidaklah optimal. Sehingga Masih banyak pandangan-pandangan negatif masyarakat terhadap ulama dan partai terus berlangsung.

Temuan penelitian ini mendukung teori Lattimore (2010) bahwa kegagalan peran humas dalam membentuk citra positif pemerintahan disebabkan peranan humas dalam menyebarkan informasi tentang kegiatan pemerintahan tidak berdasarkan model

komunikasi simetris dua arah. Selaku “corong” partai, bagian humas hendaknya tidak hanya bertugas mengkliping berita atau mengkoordinasi para jurnalis untuk ikut kunjungan rombongan kegiatan ulama dan partai politik ke lapangan. Tapi, bagaimana mereka juga bisa mengarahkan sekaligus menyiapkan materi berita yang layak untuk konsumsi publik. Sebab, tidak semua agenda kegiatan dan program partai memiliki nilai jual bagi media. Tapi, kalau program atau kegiatan partai itu dianggap memiliki momen dan nilai penting menurut kacamata partai, tentu bisa dilakukan dengan cara memasang advertorial (iklan berita) di media. Salah satu tujuannya, agar masyarakat tahu apa saja program yang telah direalisasikan oleh partai dan kader-kadernya untuk rakyat.

Mengharapkan media sebagai corong Ulama yang berpolitik dalam membentuk citranya, akan memperkecil kemampuan partai dalam mengembangkan kepentingan sendiri, sehingga senantiasa hanya dianggap sebagai representasi pergulatan kepentingan dalam masyarakat. Produk media hanyalah rekaman atas pola relasi dinamis antara partai dan kekuatan-kekuatan dalam masyarakat (Abdul Firman Ashraf, 2006). Konsep citra seperti yang dikemukakan Hifni Alifahmi (2005) merupakan persepsi yang membentuk citra suatu organisasi.

Dengan demikian, apabila peran Humas partai dalam membentuk citra partai yang hanya mengandalkan media massa, maka eksistensi Humas dalam menyebarkan informasi mengenai program partai dianggap tidak mempunyai peranan yang berarti dalam menampung aspirasi masyarakat, sehingga lama kelamaan timbul rasa ketidakpercayaan masyarakat pada partai dan ulama yang digunakan sebagai kader partai (public trust).

Oleh karena itu seorang humas harus memahami betul apa yang dibutuhkan dan kepentingan masyarakat. Untuk itu humas haruslah secara aktif menyerap informasi yang ada dari masyarakat. Seperti yang ada pada model humas simetris dua arah humas pemerintah dan masyarakat dapat saling menyesuaikan diri dengan tercapainya saling pengertian serta komunikasi dua arah antara pemerintah dengan masyarakat. Jika humas hanya mengandalkan media massa dalam melaksanakan fungsinya tentu saja menyebabkan fungsi tersebut tidak terlaksana dengan optimal. Humas haruslah memahami

apa yang terjadi di masyarakat dengan memanfaatkan secara optimal informasi dari kliping berita di media, menganalisisnya serta menginformasikannya kepada forum partai.

Pelaksanaan kegiatan pada Humas partai ini juga mengalami beberapa hambatan: a) Kedudukan Humas pada ulama sangat membatasi aktivitas dan ruang gerak Humas. Banyak Kegiatan yang dilakukan hanya didasarkan pada struktur dan peraturan yang ada, sehingga sulit untuk lebih kreatif dalam mengembangkan kegiatan yang dilakukan; b) kurang memadainya infrastruktur dan sarana pendukung kegiatan kehumasan; c) kurangnya koordinasi yang terdiantara humas yang ada dengan ulama dan kader-kader partai yang lain. Sehingga menyebabkan kurangnya pertukaran informasi dari tiap-tiap instansi yang ada, yang menyebabkan kurangnya informasi dan komunikasi yang terjadi pada humas yang ada pada partai; d) adanya faktor-faktor kebijakan yang bersifat politis, sangat menghambat aktivitas humas dalam pembentukan citra, dimana terbatasnya ruang lingkup aktivitas humas dikarenakan adanya kecenderungan ulama berpolitik untuk selalu menjadi sorotan media, dimana adanya keinginan dari kader-kader lain untuk mendapatkan perhatian kembali.

Melihat perkembangan partai yang pasang surut terutama di kanca perpolitikan maka memaksimalkan dakwah siyasah sebagai strategi dakwahnya sangat diharapkan. Oleh karena itu, dalam menjalankan strateginya tentu dibutuhkan kualitas dan kuantitas yang memadai. Dalam upaya merealisasikan strategi dakwah, tidak lepas dari adanya berbagai faktor yang mempengaruhinya. Selain faktor pendukung juga ada faktor penghambat.

Terkait dengan hal tersebut faktor penghambat dakwah siyasah sebagai strategi dakwah ulama yang berpolitik dapat uraikan sebagai berikut: Ketidakmampuan para ulama dalam memikul beban dakwah dalam perjuangan partai yang menjadikan dakwah siyasah sebagai strategi dakwahnya merupakan tantangan tersendiri bagi internal partai.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa strategi yang dilakukan humas dalam meningkatkan citra positif ulama yang berpolitik antara lain; Pertama, melakukan kegiatan sosial untuk menarik simpati khalayak.

Kedua, yang dilakukan humas adalah mempublikasikan profil ulama berpolitik dengan jejak digital yang positif kepada khalayak dengan menggunakan media massa. Ketiga, jika muncul opini negatif dari publik, maka humas langsung menanggapi dan menyelesaikan secara profesional. Penulis juga dapat menarik beberapa kesimpulan dari penelitian yang penulis lakukan antara lain sebagai berikut:

1. Peran humas dalam meningkatkan citra ulama berpolitik antara lain adalah menjadi fasilitator dalam menjembatani ulama dan partai politik dengan pihak eksternal, menjalin kerjasama dengan pihak di luar perusahaan dan membina hubungan baik kepada pihak eksternal maupun di internal perusahaan sendiri, serta menjadi pihak yang dipercaya untuk melakukan komunikasi dua arah antara pihak internal dan eksternal partai.
2. Dalam upaya meningkatkan citra positif ada beberapa faktor yang mempengaruhi upaya humas partai dalam mencapai tujuan tersebut yaitu faktor pendukung dan faktor penghambat. Faktor pendukung humas dalam meningkatkan citra positif antara lain adalah Partisipasi ulama dalam memanfaatkan partai politik, Potensi dan profil ulama yang baik, Media dan waktu yang digunakan, Materi yang disampaikan, Metode yang digunakan, Masyarakat setempat, Pemerintah setempat. Adapun faktor yang menjadi penghambat humas dalam meningkatkan citra positif partai adalah aktivitas humas partai dalam membentuk citra positif ulama yang berpolitik hanya baik dalam citra di media massa atau pers saja Komunikasi yang dilakukan humas partai kepada masyarakatnya cenderung searah, karena lebih banyak menggunakan media massa

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman Oemi, Dasar-Dasar Public Relations, Bandung: Citra Aditya Bakti, 1993.
- Adrianto, Elvinaro. Metode Penelitian Untuk Public Relation Kuantitatif Dan Kualitatif, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011.
- Ali, Muhammad. Metodologi Dan Aplikasi Riset Pendidikan, Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Arifin, Anwar. Opini Publik, Jakarta: Gramata Publishing, 2010.
- Arifullah, Mohd Dkk. Panduan Penulisan Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ushuluddin IAIN STS Jambi: Fak. Ushuluddin IAIN STS Jambi, 2016.
- Arikunto. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Jakarta: Rineka, 2006.
- Bajari, Atwar. Metode Penelitian Komunikasi, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Bungin, M. Burhan. Sosiologi Komunikasi, Jakarta: Kencana, 2006.
- Cangara, Hafied. Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010.
- Effendy, Onong Uchjana. Komunikasi Teori dan Praktek, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.
- Margono. Metode Penelitian Pendidikan, Jakarta: Rineka, 2000.
- Maria Assumpta Rumanti OSF Sr., Dasar-Dasar Public Relations Teori Dan Praktik, Jakarta: Grasindo, 2002.
- Moore, Frazier. Humas Membangun Citra Dengan Komunikasi, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- Moleong, Lexy J. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014.
- Mukarrom, Zaenal Dkk. Manajemen Pelayanan Publik, Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Nova, Firsan. Crisis Public Relation, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.
- Poerwadarminta, W.J.S. Kamus Umum Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka, 2007.
- Ruslan, Rosady. Kiat Dan Strategi Kampanye Publik Relation, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013.
- Simanjuntak, John P Dkk. Public Relation, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2003.
- Soemirat, Sholeh Dkk. Dasar-Dasar Public Relation, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- Soemirat, Sholeh Dkk. Dasar-Dasar Public Relation, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012.
- Sugiono. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2008.
- Solihin, Ismail. Corporate Social Responsibility: From Charity to Sustainability, Jakarta: Salemba Empat, 2015