

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Peneliti Terdahulu

Berdasarkan studi pustaka, peneliti menemukan beberapa referensi penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan peneliti. Studi penelitian terdahulu sangat penting sebagai bahan acuan yang membantu peneliti dalam merumuskan asumsi dasar, agar memberikan referensi bagi peneliti. Berikut yakni beberapa hasil penelitian yang dijadikan sebagai referensi sebagai berikut:

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dan Persamaan
1	Implementasi Strategi Komunikasi Kesehatan dalam Meyakinkan masyarakat agar Pelaksanaan Vaksinasi COVID-19 Kabupaten Barito Kuala Sumber: Rika Apriany Sukmana, Muhamad Iwu Iyansyah, Bambang Adi Wijaya, Marhaeni Fajar Kurniawati (2021) Jurnal Sains Sosio Humaniora Volume 5 Nomor 1 Juni 2021	Kualitatif	Pemerintah menyusun langkah-langkah terkait pelaksanaan vaksinasi, media konvensional yang bisa dipergunakan dalam rangka komunikasi vaksinasi Covid-19 yakni melalui TV nasional, radio dan media cetak dalam menghimbau pada masyarakat agar melakukan vaksin Covid-19, bahwasannya vaksin itu aman.	Pada penelitian terdahulu meneliti fokus penelitian pada media yang digunakan strategi komunikasi, sedangkan peneliti meneliti tentang kebijakan pemerintah. Persamaan dalam penelitian ini yakni meneliti tentang Vaksinasi Covid-19

2	<p>Strategi Humas pemerintah Kota Bandung dalam Menangani Krisis Pandemi Covid-19</p> <p>Sumber: Yulia Segarwati, Almadina Rakhmaniar (2021) Jurnal Komunikasi Nusantara, Vol 3 No 2</p>	Kualitatif	<p>Hasil penelitian adalah strategi komunikasi krisis Humas pemerintah Kota Bandung dalam pandemi Covid- 19, pada tahap awal krisis yakni membentuk pengetahuan tentang krisis pandemi covid 19 lingkungan internal organisasi melalui berbagai media komunikasi. Tahap selanjutnya yakni membentuk persepsi masyarakat Kota Bandung dengan memberikan pesan, informasi, dan edukasi tentang Covid-19, serta melakukan sosialisasi kebijakan dan langkah-langkah dalam menangani krisis pandemi Covid-19. Terakhir memulihkan citra dan reputasi melalui peningkatan kualitas komunikasi antara pemerintah dan masyarakat, dan menjalankan kegiatan media relations agar mempublikasikan berita positif tentang penanganan covid 19 Kota Bandung.</p>	<p>Pada penelitian terdahulu fokus strategi komunikasi pada edukasi Covid-19, sedangkan peneliti meneliti tentang strategi komunikasi pada Vaksinasi Covid-19. Persamaan dalam penelitian ini yakni Strategi Humas pemerintah Kota Bandung</p>
3	<p>Strategi Komunikasi Publik Kemenkes Ri Dalam Membangun Kesadaran dan Partisipasi masyarakat agar Vaksinasi Covid- 19 Melalui Model Sostac</p>	Kualitatif	<p>Hasil penelitian Humas Kemenkes dalam program vaksin ini yakni dengan memberikan informasi dan edukasi dengan menggunakan strategi komunikasi publik melalui berbagai media dan melibatkan</p>	<p>Dalam penelitian ini strategi komunikasi menggunakan model sostac, sedangkan peneliti menggunakan Four Step Public Relations. Persamaan dalam penelitian ini yakni</p>

	Sumber: Rain Gunawan, Ahmad Toni (2022) Jurnal Komunikasi Volume 16 No 1		penggerakan/pemberdayaan masyarakat melalui kolaborasi pentahelix. Kampanye vaksin ini dilakukan dengan menggunakan berbagai media. Humas Kemenkes menggunakan model SOSTAC agar menyusun strategi komunikasi, yakni melalui tahapan situasi analisis, objective, strategi, taktik, aksi dan controlling. Melalui tahapan tersebut, maka strategi komunikasi bisa lebih terarah dan dilakukan secara optimal dan penanganan berita hoax isu negative tentang vaksin.	meneliti tentang Vaksinasi Covid-19.
4	The Effectiveness of @humaskabbdg Instagram Information on Instantiation Perceptions Among Followers Sumber: Desayu Eka Surya (2021) Proceeding of International Conference on Business, Economics, Social Sciences, and Humanities, 4, 39-48	Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian ini yang menghitung analisis koefisien determinasi, ditemukan bahwa Efektivitas Informasi Instagram @humaskabbdg memiliki pengaruh sebesar 45,3% terhadap Persepsi Instantiasiantara para pengikutnya. Hasil pengolahan uji t menunjukkan bahwa nilai t yang dihitung yakni 9,003, yang lebih besar daripada nilai t tabel sebesar 1,984. Hal ini sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis, mana H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian,	Penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti sekarang yakni penelitian kualitatif. Persamaan pada penelitian ini yakni membahas bagaimana instansi pemerintah seperti Humas Kota dan Kabupaten Bandung dalam berinteraksi dengan masyarakat

			bisa disimpulkan bahwa efeknya signifikan dan positif. Temuan ini menunjukkan bahwa Efektivitas Informasi Instagram @humaskabbdg telah berdampak secara efektif terhadap persepsi instantiasikalangan pengikutnya.	
5	<p>Communication process in order to maintain mental health during the COVID-19 pandemic among Indonesian students</p> <p>Sumber: Melly Maulin Purwanigwulan, Tine Agustin Wulandari, 2022, 8(1). Jurnal Psikologi Pendidikan dan Konseling</p>	Kualitatif	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa berisiko tinggi mengalami gangguan kesehatan mental selama pandemi. Gejala yang mereka alami meliputi gangguan kecemasan, stres, kelelahan, depresi, kesepian, dan masalah hubungan. Keluarga dan teman-teman yakni mitra komunikasi yang paling tepat selama pandemi. Pandemi telah memicu momentum revolusi agar memulihkan peran keluarga bagi anak-anak. Komunikasi interpersonal masih dianggap sebagai pendekatan yang paling ideal. Mayoritas pesan komunikasi bersifat emosional, spiritual, dan motivasional. Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan pemerintah dan universitas meningkatkan kesadaran kesehatan</p>	<p>Penelitian terdahulu dan penelitian yang dilakukan peneliti sama-sama fokus terhadap isu kesehatan masyarakat seperti COVID-19. Perbedaannya ada pada bidang yang diteliti, jika penelitian yang terdahulu berfokus pada komunikasi dan kesehatan mental mahasiswa sedangkan penelitian yang sekarang berfokus pada bagaimana strategi yang dilakukan Humas Kota Bandung dalam mengedukasi masyarakat tentang vaksinasi COVID-19.</p>

			mental mahasiswa karena kurangnya layanan konseling kesehatan mental bagi mahasiswa.	
--	--	--	--	--

Sumber : Peneliti 2023

2.2 Tinjauan Tentang Hubungan Masyarakat

2.2.1 Pengertian Hubungan Masyarakat

Dalam suatu instansi pemerintah maupun suatu organisasi biasanya kegiatan komunikasi antar lembaga maupun masyarakat ditangani oleh humas. Public relations ialah proses yang dilakukan secara berkelanjutan dengan usaha manajemen yang bertujuan agar memperoleh goodwill (itikad baik). Hubungan masyarakat (Humas) atau kerap dikenal dengan Public Relation (PR) yakni sebuah aktivitas komunikasi timbal balik dengan publik eksternal dan publik internal yang dilakukan secara terorganisir dalam lingkup lembaga atau organisasi agar mengembangkan citra positif lembaga atau organisasi. Pengertian dari publik internal maupun publik eksternal dalam memberikan penerangan atau penjelasan, dalam mengadakan analisis, sedangkan keluar memberikan pernyataan (Ardianto, Elvinaro 2016)".

Fungsi dari manajemen yang dilakukan oleh seorang Humas bisa berupa komunikasi, dukungan, pengertian dan kerja sama suatu organisasi atau perusahaan dengan publik internal maupun publik eksternalnya. Seorang public relations. Seorang Humas / Public Relations juga memiliki tugas sebagai penyalur informasi dari publik dan juga menanggapi opini publik, serta bisa menangani masalah isu yang beredar publik.

Pada definisi lain yang menjelaskan bahwa, Public relation officer melakukan perencanaan komunikasi atau informasi yang diarahkan pada masyarakat dengan cara membujuk agar mengubah sikap dan tindakan, maka dari itu seorang yang berprofesi sebagai humas wajib menjadi bagian dari publik yang dominan dalam suatu lembaga sehingga mampu berkontribusi maksimal terhadap lembaga atau organisasi terkait(Kasali, Rhenald, 2003)”. maka dari itu, Public Relations bisa didefinisikan sebagai sebuah kegiatan mengatur/mengelola suatu kegiatan yang bersifat membangun dan mempererat hubungan yang baik dan saling menguntungkan dalam sebuah organisasi maupun luar organisasi.

Humas yakni bagian dari perusahaan atau organisasi yang menjadi acuan dalam menentukan kebijakan yang diambil oleh perusahaan. Ini berarti bahwa PR memainkan peran penting dalam manajemen krisis (Kurniawati, 2019; Ulfa et al., 2019). Dalam hal ini, departemen hubungan masyarakat menyusun rencana agar menghadapi krisis. Rencana ini disebut "manajemen krisis". Dengan bantuan manajemen krisis, juru bicara bisa mengatur dan mengetahui apa yang harus dilakukan ketika krisis terjadi dalam organisasi mereka. Manajemen krisis juga yakni salah satu pekerjaan humas (Yulianti & Boer, 2020).

Keseluruhan dari definisi tersebut ditunjukkan bahwa berapa pentingnya kedudukan publik, kepentingan publik, dan opini public. Public Relation berusaha agar kebijaksanaan dan prosedur suatu organisasi atau perseorangan sesuai dengan kepentingan publik, serta pelaksanaan kerjanya arahkan agar memperoleh pengertian dan pengakuan publik.

Dalam sebuah organisasi seperti halnya organisasi pemerintahan, biasanya kegiatan komunikasi antar lembaga dengan publiknya dilakukan oleh Hubungan masyarakat (Humas). Humas yakni komunikasi dua arah dengan publik (perusahaan/organisasi) yang bertujuan agar menumbuhkan saling pengertian, saling percaya, dan saling membantu/kerjasama (Tuginem, 2018). Berdasarkan beberapa teori diatas, maka bisa disimpulkan bahwa pentingnya komunikasi tak terbatas pada komunikasi personal, tetapi juga dalam tataran komunikasi organisasi itu terdapat komunikasi vertical serta komunikasi lintas saluran.

Strategi komunikasi yang baik yakni kunci kelancaran komunikasi dalam suatu kegiatan dan yang terpenting yakni memastikan bahwa komunikasi tersebut tersampaikan. Komunikasi yakni proses yang dinamis dan selalu bergantung pada situasi masing-masing. Membangun komunikasi yang efektif juga memerlukan strategi komunikasi yang tepat, terutama dalam mensosialisasikan kebijakan-kebijakan yang dijalankan pemerintah, agar pesan yang disampaikan bisa diterima dengan baik.

2.2.2 Fungsi Hubungan Masyarakat

Public Relations (Humas) memiliki fungsi sebagai penyelesai masalah dalam sebuah lingkup organisasi maupun instansi, selain itu berfungsi juga sebagai pendorong berbagai kegiatan internal organisasi atau instansi agar dalam keberlangsungannya bisa terencana dan bekesinambungan. Menurut Effendy, Onong Uchjana (1992)), merumuskan bahwa public relations memiliki 4 fungsi yakni :

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi
2. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik eksternal maupun internal.
3. Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi pada publik dan menyalurkan opini public pada organisasi.
4. Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.

Fungsi yang telah dijabarkan bisa diartikan bahwa seorang Humas / Public Relations memiliki fungsi manajemen dalam sebuah komunikasi yang terjalin pada Internal / eksternal sebuah lembaga yang bisa menciptakan hubungan yang harmonis dan berkesinambungan.

Humas dalam buku yang berjudul Dasar-Dasar Public Relations, Rumanti, Maris Assumpta (2002), menjelaskan bahwasanya Humas yakni salah satu bagian dari satu nafas yang sama dalam sebuah organisasi yang memberikan identitas lembaga atau organisasinya dengan tepat dan benar. fungsi hadirnya seorang Humas dalam lingkungan lembaga yang dimaksud dalam hal ini yakni, humas bisa menjadi sebuah alat bantu dalam memperkenalkan identitas lembaga baik didalam maupun diluar lingkungan lembaga, demi kemajuan dalam aspek komunikasi yang terjalin dengan publik-publiknya, dan memudahkan lembaga dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

Menurut Nova (2009: 38), fungsi utama Public Relations yakni membina hubungan internal dan eksternal yang baik antara lembaga (organisasi)

dan warganya guna membangkitkan pemahaman publik, mendorong motivasi dan partisipasi, serta menciptakan iklim opini (opini publik). agar membangun dan mengembangkan.) agar kepentingan organisasi.

Betram R. Canfield menjabarkan fungsi humas yang dikutip dalam buku Danandjaja yang berjudul “Peranan Humas dalam Perusahaan” yakni sebagai berikut: (Danandjaja, 2011:19) :

1. Melayani kepentingan publik.
2. Mempertahankan komunikasi yang baik.
3. Menekankan moral serta sopan santun yang baik.

Dari sini bisa disimpulkan bahwa kegiatan kehumasan lebih berorientasi pada publik, baik secara eksternal maupun internal. Sasaran utama humas dalam suatu organisasi yakni masyarakat umum. oleh karena itu, agar membentuk opini publik yang bermanfaat bagi organisasi, humas harus melaksanakan tugasnya dengan baik dan benar. Dengan kata lain, peran utama humas yakni mendorong hubungan yang baik dan harmonis dengan masyarakat setempat melalui komunikasi dua arah, dan ketika timbul masalah dengan pihak-pihak tersebut, diharapkan humas bisa menyelesaikannya..

Salah satu fungsi humas yakni agar menciptakan opini publik yang baik dan partisipatif, sehingga humas sendiri tak bisa dipisahkan dari opini publik. Humas dalam suatu pemerintahan biasanya membantu menjalankan program pemerintah agar mencapai tujuan tertentu dari pemerintah. Selain itu, humas pemerintah juga berperan penting dalam mengkonstruksi dan menyebarluaskan informasi secara internal maupun eksternal. Dilihat dari luar, humas biasanya

bertugas memberikan informasi tentang kebijakan pemerintah, mengcounter berita yang mungkin merugikan pemerintah, dan menginformasikan pada publik tentang berbagai kebijakan pemerintah.

Adapun menurut Edward L. Bernay, dalam bukunya yang bertajuk “Public Relation” dan dikutip oleh Rosady Ruslan bahwasanya terdapat tiga fungsi utama Humas, yakni: (Ruslan, 1998:19)

1. Memberikan suatu penjelasan pada masyarakat secara terperinci.
2. Melakukan ajakan pada masyarakat dengan tujuan mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung.
3. Berusaha agar menggabungkan dan menyesuaikan antara sikap lembaga dan sikap masyarakat, dan sebaliknya.

Tugas humas yakni memecahkan masalah melalui organisasi dan strateginya, serta memfasilitasi terbangunnya hubungan baik dengan pihak eksternal maupun internal perusahaan. Kehadiran dan kedudukan humas secara operasional lebih menyatu dengan fungsi dan peran humas dalam suatu perusahaan atau organisasi. Jika pemerintah memiliki kewenangan agar mengontrol masyarakat, humas pemerintah harus memahami masyarakat melalui perilaku komunikasi mereka sendiri dan memberikan informasi penting pada mereka.

2.2.3 Peran Hubungan Masyarakat

Profesi Hubungan masyarakat dalam sebuah instansi, lembaga ataupun perusahaan memiliki peran penting. Peran ini berupa peran manajemen pada aspek komunikasi, bagian humas bertanggungjawab dalam membangun,

mempertahankan, sebuah citra ataupun reputasi antar publik internal maupun eksternal.

Menurut Akhsin Mansyur dan Linggar Anggoro (2011), peran hubungan masyarakat yakni komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik (masyarakat) secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerja sama serta pemenuhan kepentingan bersama.

Menurut Tamin, Indrawadi (2011), menyatakan bahwa ada empat peran yang bisa dimainkan oleh public relations yakni sebagai berikut:

1. *Interpreter*

Humas bertindak sebagai jembatan antara manajemen dan masyarakat umum, baik secara internal maupun eksternal. Juru bicara harus mampu menginterpretasikan dinamika, kebutuhan, dan perilaku publik terhadap manajemen, atau sebaliknya. agar memenuhi peran ini, juru bicara harus memiliki akses manajemen dan bahkan manajemen puncak.

2. *Lubricant*

Public relations berperan sebagai pelumas atau pelicin dalam arti menciptakan hubungan internal yang harmonis dan efisien. Peran ini memungkinkan public relations mencegah timbulnya kemungkinan perpecahan dalam organisasi melalui komunikasi yang efektif.

3. *Monitoring*

Tugas evaluator yakni mengantisipasi perubahan yang bisa berdampak buruk bagi organisasi. Dalam hal ini, humas harus mahir dalam memonitor semua perilaku publik dan mengevaluasi (evaluating) semua kegiatan yang berhubungan dengan publik.

4. Komunikasi

Seorang *public relations* harus bisa menggunakan teknik komunikasi yang efektif dengan orang-orang dalam dan luar perusahaan agar menciptakan saling pengertian.

Peran humas sangat penting dan sangat strategis dalam instansi dan organisasi pemerintahan, namun seringkali dilupakan atau diabaikan, padahal masih banyak peran lainnya. Terlepas dari itu, hanya sedikit yang memikirkan mengapa PR selalu berperan. Salah satu tugas penting humas yakni menciptakan citra yang baik bagi organisasi. Ia harus mampu mengedukasi masyarakat tentang kelebihan dan keunggulan lembaga/lembaga yang beradabawah naungannya. Dalam peran ini, juru bicara berperan sebagai komunikator atau fasilitator yang membuka peluang bagi publik agar menyampaikan pendapat dan gagasannya.

Ada empat peran utama Hubungan masyarakat yang dijelaskan oleh Rosady Ruslan (2005 : 10).

1. Sebagai communicator atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publiknya.
2. Membina relationship, yakni berupaya membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya.

3. Peranan back up management, yakni sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan.
4. Membentuk corporate image, artinya peranan public relations berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya.

Peran dari humas itu sendiri sangat erat hubungannya dengan Fungsi Humas, menurut F. Rachmadi (1992 : 21) :

“Peran utama humas yakni mempromosikan hubungan baik antara lembaga/organisasi dengan publik internal dan eksternalnya guna membangkitkan pemahaman publik, mendorong motivasi dan partisipasi, serta menciptakan iklim opini (opini publik). dan agar berkembang. Kepentingan kelembagaan/organisasi,”

Humas menjadi penting bahwa kegiatan kehumasan dilakukan oleh instansi pemerintah atau swasta. Hal ini terutama berlakulembaga pemerintah dan swasta, mana dia bertindak sebagai jembatan antara organisasi dan masyarakat umum sebagai pengguna layanan ketika timbul insiden sehubungan dengan kebijakan yang diambil oleh lembaga tersebut dan konflik muncul masyarakat umum. agar memainkan peran. Peran humas disini selain badan publik dan pemerintah/swasta yakni memberikan reaksi dan tanggapan terhadap kegiatan yang berlangsung. Oleh karena itu, juru bicara bertanggung jawab agar menjaga keharmonisan dan fungsi dalam perusahaan. Mereka memenuhi tanggung jawab publik mereka dengan mempublikasikan / menginformasikan pada publik tentang tindakan yang diambil oleh lembaga pemerintah dan kepala lembaga agar memastikan bahwa sistem dan pengaturan kerja kondusif agar mencapai tujuan organisasi. Humas tak hanya menjaga hubungan baik dengan khalayaknya, tetapi

juga menjaga hubungan yang harmonis dengan media massa, baik cetak maupun elektronik.

2.3 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi

2.3.1 Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi erat kaitannya dengan perencanaan sebuah perencanaan penyelenggaraan, komunikasi yang dilakukan secara efektif yakni cara yang harus ditempuh oleh seorang Humas agar memberikan pelayanan yang prima. Middleton, John (1980), menjelaskan bahwa strategi komunikasi yakni kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari pembawa pesan (komunikator), pesan, saluran (media), penerima (komunikan) sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang agar mencapai suatu tujuan komunikasi yang optimal, oleh karena itu banyak faktor yang harus dipertimbangkan dalam menyusun sebuah strategi komunikasi agar mencapai tujuan komunikasi atau sebuah pesan yang disampaikan secara optimal.

Menurut Arifin, Anwar (2004), sesungguhnya suatu strategi yakni keseluruhan dari keputusan kondisional terkait tindakan yang dijalankan agar mencapai tujuan, merumuskan strategi komunikasi berarti memperhitungkan situasi dan kondisi yang dihadapi serta dihadapi dimasa depan agar mencapai ke-efektivitasan komunikasi.

Dijelaskan Middleton, John (1980), bahwa strategi komunikasi yakni kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan,

saluran (media), komunikan (penerima) sampai pada pengaruh efek yang dirancang agar mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

Suatu strategi komunikasi memadukan berbagai faktor komunikasi seperti frekuensi, format, isi, dan saluran komunikasi agar merencanakan penyampaian suatu pesan agar pesan yang disampaikan mudah diterima dan dipahami, serta mengubah sikap dan perilaku sesuai dengan tujuannya. agar bisa berkomunikasi. Strategi komunikasi berkaitan erat dengan tujuan yang ingin dicapai dan hasil (masalah) yang harus diperhatikan, merencanakan cara mencapai hasil sesuai dengan hasil yang diharapkan, yakni tujuan yang dicapai.

Strategi pada hakekatnya yakni perencanaan (*planning*) dan pengelolaan (*management*) agar mencapai tujuan. Tetapi agar mencapai tujuan Anda, strategi Anda harus lebih dari sekedar peta jalan agar memandu Anda, itu harus menjadi taktik operasional Anda. (Effendy, 2003: 301). Demikian pula, strategi komunikasi yakni panduan agar perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi agar mencapai tujuan Anda.

Mohr dan Nevin, sisi lain, mendefinisikan strategi komunikasi sebagai penggunaan kombinasi aspek komunikasi seperti frekuensi komunikasi, bentuk komunikasi, isi komunikasi, dan saluran komunikasi. (Kulvisaechana, 2001:17-18). Mengadopsi strategi komunikasi membutuhkan taktik dan metode yang tepat. Ada hubungan yang kuat antara taktik dan strategi. Jika strategi yang dibuat dengan baik benar, yakni mungkin agar mengubah taktik sebelum strategi. Namun, jika Anda merasa ada yang salah pada level taktis, Anda harus mengubah strategi.

Bidang ini harus disusun secara mengalir, sehingga proses bisa beradaptasi dengan kondisi dan faktor yang mempengaruhi. Mencapai tujuan komunikasi yang efektif membutuhkan pemahaman tentang sifat komunikasi dan pesan sehingga mereka yang menerapkan strategi komunikasi bisa menentukan media yang digunakan dan teknik komunikasi yang dibangun. Strategi komunikasi pada hakekatnya yakni upaya menemukan cara atau langkah yang tepat agar melakukan sesuatu.

Dari beberapa pendapat dapat disimpulkan bahwa strategi yakni suatu cara yang direncanakan dengan baik oleh individu atau kelompok agar mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dengan strategi, perencanaan berjalan secara sistematis dan sistematis. Selain itu, strategi memungkinkan identifikasi awal peluang lain. Pada dasarnya, definisi pendapat memiliki inti yang sama. Dengan kata lain, strategi yakni penetapan tujuan jangka panjang bagi suatu lembaga atau organisasi.

2.3.2 Sifat Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi memiliki beberapa sifat-sifat yang saling berhubungan terkait dengan sebuah perencanaan komunikasi. Proses perumusannya memunculkan analisa yang mendalam berkaitan dengan pesan itu sendiri, sumber pesan bagaimana pesan tersebut diolah, saluran (media) seperti apa yang digunakan dan bagaimana pesan yang telah diproses tadi agar kemudian digunakan dalam proses komunikasi.

Menurut Suryadi, Edi (2018), sifat dari strategi komunikasi bisa dijelaskan sebagai berikut :

1. Bagian terintegrasi dari kajian perencanaan komunikasi
2. Membutuhkan peran dari kredibilitas komunikator
3. Membutuhkan setting komunikasi yang jelas
4. Dapat digunakan sebagai salah satu proses komunikasi dalam berbagai situasi
5. Banyak dirasakan implementasinya dalam kajian organisasi
6. Memberikan manfaat yang sifatnya mengukur tingkat efektivitas pesan tersampaikan dan dimengerti oleh komunikan

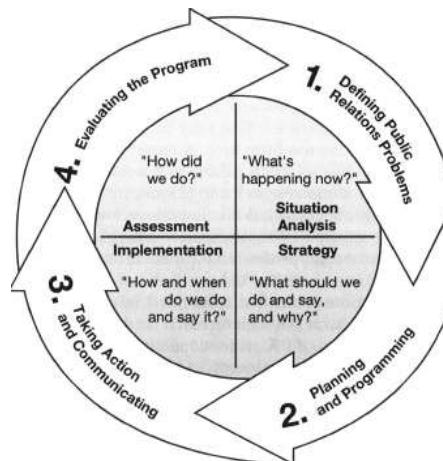
Penjelasan diatas bisa peneliti simpulkan bahwa sifat strategi komunikasi ini saling berkaitan dengan semua pelaku komunikasi, berawal dari sebuah bentuk pemikiran strategis yang dimiliki dari sebuah kerjasama pihak internal dalam sebuah organisasi/perusahaan, semua ini dilakukan agar aktivitas komunikasi yang dilakukan bisa tepat sasaran serta berjalan secara efektif sesuai apa yang diharapkan sedari awal.

2.3.3 Konsep Strategi Komunikasi *Four Step Public Relations*

Strategi komunikasi yang dilakukan seorang Humas Pemerintahan dalam menjalankan fungsinya sebagai penggiring opini yang baik terhadap kinerja vaksinasi yang dilakukan pemerintahan. maka dibutuhkan pendekatan sebagai penunjang aktivitas seorang Humas Pemerintahan yakni dengan menggunakan konsep *Four Step Public Relations*.

Cutlip, Center dan Broom (2006), menjelaskan bahwa terdapat empat langkah yang bisa digunakan agar bisa menunjang seorang public relations dalam menjalankan tugas dan fungsinya, yakni:

Gambar 2. 1
Four Step Public Relations



Sumber: Cutlip, Center and Broom (2006)

1. Pencarian Fakta (*Fact Finding*)

Pertama, pada tahap ini seorang humas menentukan “*what’s happening now*”, yakni dengan melakukan pemantauan dan pencarian fakta pada sebuah permasalahan, opini, serta sikap dari pihak-pihak yang terkait, dalam hal ini seorang humas harus mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya mengenai fakta yang terjadilapangan, sehingga nantinya bisa menyusun perencanaan yang maksimal.

2. Perencanaan (*Planning*)

Kedua, pada tahap ini seorang humas menjawab pertanyaan “*What should we do and why*”, bagian ini dikhususkan agar menentukan dan merencanakan tindakan yang dilakukan oleh seorang Humas terhadap apa yang sudah ditemukanlapangan, dalam hal ini humas harus bisa merencanakan dengan matang tujuan dari program yang dilaksanakan. Perencanaan penting agar dilakukan, karena melalui

perencanaan ini humas bisa mengetahui langkah dan strategi yang digunakan agar menyukkseskan sebuah program agar bisa mencapai tujuan atau goals yang diinginkan.

3. Melaksanakan dan Mengkomunikasikan (*Action and Communication*)

Ketiga, selanjutnya seorang humas menentukan “*How and when do we do and say it*”, yakni dengan melaksanakan, mengimplementasikan serta mengkomunikasikan program yang telah direncanakan agar bisa mencapai tujuan yang sudah ditentukan, dalam tahap ini humas bisa menjelaskan kapan, siapa, dimana, serta bagaimana caranya. Pelaksanaan harus sesuai dengan perencanaan yang sudah dilakukan sebelumnya agar memperoleh hasil yang maksimal sesuai dengan ekspektasi.

4. Pengevaluasian Program (*Evaluating*)

Yang terakhir, setelah melalui tiga tahapan sebelumnya, seorang humas menentukan “*How did we do*”, yakni dengan melakukan penilaian dan evaluasi mengenai program yang sudah terlaksana agar bisa meninjau apa yang kurang dan harusperbaiki dari program yang dilaksanakan agar bisa mencapai tujuan yang sudah ditentukan. Pengevaluasian ini juga bisa menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah program yang dilaksanakan humas agar humas bisa mempertimbangkan kedepannya dalam melanjutkan atau menghentikan program yang sudah dilaksanakan.

2.4 Tinjauan Tentang Vaksinasi Covid-19

2.4.1 Pengertian Vaksinasi Covid-19

Vaksin yakni mikroorganisme mati atau hidup yang dilemahkan, masih utuh atau berupa bagiannya, produk biologis yang mengandung antigen, atau berupa toksoid atau toksin mikroba yang telah diolah menjadi protein rekombinan. Produk biologis yang ditambahkan zat lain yang digunakan dalam vaksinasi dan diberikan pada seseorang agar menginduksi kekebalan khusus agar penyakit tertentu (Kementrian Kesehatan RI, 2022).

Vaksinasi yakni pemberian vaksin yang secara khusus diberikan agar menginduksi atau secara aktif meningkatkan kekebalan seseorang terhadap suatu penyakit, sehingga suatu saat orang tersebut terkena penyakit tersebut dan tak menjadi sakit, atau Anda sembuh dengan gejala ringan. sumber transmisi (Kementrian Kesehatan RI, 2022).

Vaksin berasal dari sebuah virus yang sudah dimatikan/dilemahkan, Karena vaksin berasal dari virus yang dimatikan/dilemahkan, vaksin bisa menghasilkan efek imunologi yang berbeda terhadap patogen (Makmun Armanto, Siti Fadhillah Hazhiyah, 2020). Vaksin menargetkan manusia agar mengurangi infeksi dan meningkatkan kekebalan populasi terhadap penyakit yang disebabkan oleh virus berbahaya.

Program vaksinasi yakni pemberian vaksinasi pada masyarakat dengan dana atau sponsor pemerintah. Vaksinasi Gotong Royong yakni vaksinasi yang dilakukan oleh korporasi dan badan hukum terhadap karyawan, keluarga, dan anggota keluarga lainnya (Kementrian Kesehatan RI, 2022).

Menurut Sudjana, 2021 Vaksin yakni cara paling efektif agar mengurangi morbiditas, mortalitas, dan kecacatan. Sekalipun kemanjuran vaksin bervariasi,

satu hal yang pasti. Vaksin yang beredar pasaran harus disetujui oleh otoritas yang bertanggung jawab dan memenuhi persyaratan keamanan dan kemanjuran. Hal ini sependapat dengan pendapat para ahli vaksinasi dan penyakit dalam, yang mengatakan bahwa meskipun kemanjuran vaksin berbeda-beda, namun tak disetujui atau didistribusikan jika tak memenuhi persyaratan dan standar WHO. (Rambe, 2021).

Berdasarkan beberapa penjelasan diatas, maka bisa disimpulkan bahwa program vaksinasi yakni suatu program pemerintah yang diberikan pada masyarakat agar meningkatkan kekebalan tubuh agar tak mudah terserang virus dalam hal ini Covid-19.

2.4.2 Jenis-jenis Vaksin Covid-19

Berikut yakni jenis vaksin yang digunakan Indonesia (Kemenkes RI dan Direktorat Jenderal P2P, 2021), sebagai berikut:

1. Sinovac Biotech Ltd

Vaksin jenis inactivated virus dengan jumlah 2 dosis (0,5 ml per dosis) diberikan melalui intramuskular pada hari ke-14.

2. Astra Zeneca

Vaksin jenis viral vector (Non-replicating) dengan jumlah 1-2 dosis (0,5 ml per dosis) diberikan melalui intramuskular pada hari ke-28 jika 2 dosis.

3. Pfizer Inc and BioNtech

Vaksin jenis RNA based vaccine dengan jumlah 2 dosis (0,3 ml per dosis) diberikan melalui intramuskular pada hari ke-28.

4. Sinopharm

Vaksin jenis inactivated virus dengan jumlah 2 dosis (0,5 ml per dosis) diberikan melalui intramuskular pada hari ke-21

5. Moderna

Vaksin jenis RNA based vaccine dengan jumlah 2 dosis (0,5 ml per dosis) diberikan melalui intramuskular pada hari ke-28.

2.4.3 Manfaat Vaksinasi Covid-19

Pandemic ini menimbulkan berbagai kebingungan terutama pada masyarakat awam yang tak terjangkau edukasi oleh pemerintah. Beberapa daerah Indonesia bahkan menentang adanya kegiatan vaksinasi ini, mereka belum mengetahui manfaat vaksinasi Covid-19 atau bahkan belum mengetahui bahwa negara ini sedang dilanda pandemic berkepanjangan. Vaksinasi ini bukan hanya melindungi individu yang telah divaksin, tetapi juga memberikan perlindungan bagi orang-orang disekitarnya yang tak bisa divaksin karena beberapa alasan terkait sistem imun mereka sendiri.

Vaksinasi hal yang penting dilakukan mengingat karakteristik sebuah virus semakin bermutasi yang berakibat bertambahnya varian baru virus ini, salah satunya varian Delta. Dewi (2021) Mengatakan, Indonesia telah membawa vaksin Astra Zeneca yang memiliki perlindungan tingkat tinggi terhadap varian Delta. Riset dari Public Health England (PHE) memperlihatkan bahwa, 92% vaksin Astra

Zeneca efektif mencegah rawat inap setelah individu memperoleh vaksinasi dosis ke-2 terhadap varian delta.

Vaksin Astra Zeneca efektif mencegah dan melawan virus corona B.1.1.7 atau Alpha, yang awalnya ditemukan Inggris, dengan angka kesuksesan 86 persen. Data-data ini menunjukkan bahwa manfaat dari vaksinasi yakni hal yang nyata, sisa persoalan pemerintah negara ini hanya pada bagaimana meng-edukasi masyarakatnya agar mengerti manfaat vaksinasi Covid-19. Vaksinasi memicu herd immunity atau sistem kekebalan yang dimiliki manusia bisa meningkat, hal ini yang bisa membawa masyarakat dunia terutama masyarakat Indonesia menemui titik terang dari pandemic berkepanjangan ini.

Pada umumnya manfaat vaksin yakni agar menambah system kekebalan tubuh. Dalam hal ini dengan melakukan vaksin bukan berarti covid-19 hilang. Hal ini sependapat dengan Nasronudin seorang ahli virus sekaligus Dirut RS Unair mengatakan bahwa : Tujuan pemberian vaksin yakni agar memberikan kekebalan pada orang yang divaksinasi. Suntikan vaksin diharapkan bisa menginduksi atau merangsang sel-sel dalam tubuh manusia. Sel B terutama menghasilkan imunoglobulin. Agar individu memperoleh kekebalan terhadap SARS-CoV-2 miliknya. Bahkan jika SARS-CoV-2 menyerang, kekebalan tubuh manusia bisa mengatasinya. Cukup ringan kecuali infeksi serius (Nasronudin,2020)".

Tujuan vaksinasi yakni agar memberikan kekebalan spesifik terhadap suatu penyakit tertentu sehingga suatu saat paparan terhadap penyakit tersebut hanya menimbulkan gejala ringan. Namun, tak divaksinasi tak memberikan kekebalan spesifik terhadap penyakit yang bisa dicegah dengan vaksin. Kekebalan kawanan

berkembang ketika cakupan vaksinasi tinggi dan seragam. Selain itu, vaksinasi COVID-19 juga bisa menjaga produktivitas dan mengurangi dampak sosial dan ekonomi. Vaksinasi virus corona baru diterapkan setelah keamanan dan kemanjuran dikonfirmasi.

2.4.4 Perencanaan Tahapan Prioritas Penerima Vaksin Covid-19

Proses perencanaan yang komprehensif agar meningkatkan cakupan imunisasi dan memastikan distribusi imunisasi yang lebih merata dengan meningkatkan akses terhadap layanan imunisasi yang berkualitas dan terstandar. Proses pembuatan rencana imunisasi dilakukan oleh masing-masing bagian administrasi. Perencanaan yang baik juga mengarah pada kegiatan pelayanan imunisasi yang baik. Sebelum pelaksanaan vaksinasi COVID-19, disusun rencana berdasarkan perhitungan data dasar (jumlah fasilitas kesehatan dan fasilitas vaksinasi, jumlah petugas, daerah yang sulit dijangkau).

Gambar 2. 2
Tahapan Perencanaan Vaksinasi COVID-19



Sumber : (Kementerian Kesehatan RI, 2020)

Vaksinasi COVID-19 dilakukan dalam empat tahap, dengan mempertimbangkan ketersediaan vaksin, waktu kedatangan dan profil keamanan.

Kelompok prioritas orang yang divaksinasi yakni penduduk Indonesia berusia 18 tahunatas. Orang yang berusiabawah 18 tahun juga bisa divaksinasi jika data keamanan vaksin mencukupi dan diterbitkannya *Emergency Use Authorization* atau Nomor Otorisasi Distribusi (NIE) dari *Food and Drug Administration*.

Tahapan pelaksanaan vaksinasi COVID-19 dilaksanakan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Tahap 1 dilaksanakan mulai Januari hingga April 2021. Penerima vaksinasi COVID-19 tahap pertama ini yakni petugas kesehatan, petugas pendukung kesehatan, staf pendukung, dan pelajar yang sedang bekerjabawah pelatihan kesehatan profesional. . Institusi medis memperlakukan mereka sebagai satu kelompok yang sangat besar. Risiko infeksi tinggi.
2. Tahap 2 dijadwalkan berlangsung dari Januari hingga April 2021. Sasaran vaksinasi tahap kedua yakni TNI/Polri, aparat kepolisian, PNS lainnya termasuk staf bandara/pelabuhan/stasiun/terminal, bank dan perusahaan listrik negara. Perusahaan air minum lokal dan pemangku kepentingan lainnya terlibat langsung dalam kepedulian masyarakat. Tingkat 2 juga mencakup lansia atau mereka yang berusiaatas 60 tahun.
3. Tahap 3 berlangsung dari April 2021 hingga Maret 2022. Sasaran atau kelompok sasaran vaksinasi tier 3, yakni populasi rentan, dipertimbangkan berdasarkan aspek spasial, sosial, dan ekonomi.
4. Tahap 4 April 2021 s/d Maret 2022 Sasaran atau subjek vaksinasi Fase 4 yakni warga negara Indonesia dan pekerja ekonomi lainnya, disesuaikan

dengan stok dan ketersediaan vaksin, berdasarkan pendekatan klaster (Dirjen P2P RI, 2021).

2.5 Tinjauan Tentang Pemerintah Kota Bandung

2.5.1 Sejarah Pemerintah Kota Bandung (Pemkot Bandung)

Pada akhir 1808 dan awal 1809, kabupaten dan beberapa orang pindah dari Krapyak lebih dekat pedesaan agar ibu kota baru. Mula-mula bupati tinggal di Cikarintu (kecamatan Cipaganti), lalu pindah ke Balbul Hilir, lalu pindah lagi ke Kampung Bogor (Kebong Kaung, sekarang lokasi pembangunan Pakuan). Bupati memerintahkan banyak rakyatnya, termasuk penduduk Kampung Barbur Hilir, agar membuka hutantanah yang menjadi ibu kota (daerah Cikapundung bawah). tak diketahui secara pasti sejak kapan kota Bandung dibangun. Namun, kota tersebut dibangun bukan atas prakarsa Dandels, melainkan atas prakarsa Bupati Bandung, dan ternyata pembangunan kota tersebut dilakukan atas perintah langsung bupati. Dengan kata lain, Bupati R.A. Wiranathakusma II yakni pendiri (*founding father*) Kota Bandung.

Kota Bandung tak berdiri dengan terbentuknya Kabupaten Bandung. Kota itu dibangun dengan tenggang waktu sangat jauh setelah Kabupaten Bandung berdiri. Kabupaten Bandung dibentuk pada sekitar pertengahan abad ke-17 Masehi, dengan Bupati pertama Tumenggung Wirangunangun. Ia memerintah Kabupaten Bandung beribu kota Krapyak (sekarang Dayeuhkolot), kira-kira 11 kilo meter arah selatan dari pusat Kota Bandung sekarang. Ketika Kabupaten Bandung dipimpin oleh Bupati ke-6, yakni R.A. Wiranatakusumah II (1794-1829) yang dijiluki

"Dalem Kaum", kekuasaan Nusantara beralih dari Kompeni pada pemerintah Hindia Belanda, dengan Gubernur Jenderal pertama Herman Willem Daendels (1808-1811). agar kelancaran menjalankan tugasnya Pulau Jawa, Daendels membangun Jalan Raya Pos (Groote Posweg) dari Anyerujung Jawa BaratPanarukanujung Jawa Timur (\pm 1000 kilometer). Pembangunan jalan raya dilakukan oleh masyarakat adat bawah arahan bupati setempat masing-masing.

Khusus kawasan Bandung dan kawasan Puliangan pada umumnya, Jalan Raya Posu dibangun pada pertengahan tahun 1808 dengan memperbaiki dan melebarkan jalan yang ada. kawasan Bandung, jalan tol sekarang melewati Jalan Jendral Sudirman - Jalan Asia Afrika - Jalan A. Yani dan selanjutnya menuju Sumedang. agar mempercepat pembangunan jalan raya dan memudahkan pejabat pemerintah kolonial agar berkunjung kantor bupati, Deendels mengirimkan surat tertanggal 25 Mei 1810 pada bupati Bandung dan Parakanmunchan agar mendirikan ibu kota provinsi. diminta agar pindah barat. Kawasan Cikapundung dan Andadak (Tanjung Sari) dekat Jalan Raya Posu DeEnders mengatakan, Pemkab Bandung sudah merencanakan pemindahan ibu kota Kabupaten Bandung jauh sebelum surat itu diterbitkan, dan itu menjadi pilihan terbaik bagi mereka. Sepertinya mereka bahkan tak tahu mereka ditemukan lokasi strategis. pusat pemerintahan. Lokasi yang dipilih yakni kawasan hutan kosong tepi barat Sungai Cikapundun. , ujung selatan Jalan Raya Posu (saat ini menjadi pusat kota Bandung) sedang dibangun. Salah satu alasan pemindahan ibu kota yakni karena Krapyak bukan pusat pemerintahan yang strategis karena terletak sebelah selatan kawasan Bandung dan sering dilanda banjir saat musim hujan.

Pada akhir 1808 dan awal 1809, bupati dan beberapa orang meninggalkan Krapyak dan mendekati lokasi ibu kota baru. Mula-mula bupati tinggal di Cikarintu (kecamatan Cipaganti), lalu pindah ke Balbul Hilil, lalu pindah lagi ke Kampung Bogor (Kebong Kaung, sekarang lokasi pembangunan Pakuan). Bupati memerintahkan banyak rakyatnya, termasuk penduduk Kampung Barbur Hilir, agar menebangi hutantanah yang menjadi ibu kota (daerah Cikapundung bawah). tak diketahui secara pasti sejak kapan kota Bandung dibangun. Namun, kota tersebut dibangun bukan atas prakarsa Dandels, melainkan atas prakarsa Bupati Bandung, dan ternyata pembangunan kota tersebut dilakukan atas perintah langsung bupati. Dengan kata lain Bupati R.A. Wiranatakusumah II yakni pendiri (The Founding Father) Kota Bandung. Kota Bandung diresmikan pada tanggal 25 September 1810 sebagai ibu kota baru Kabupaten Bandung dengan Besluit (Proklamasi). Dengan kata lain, tanggal 25 September 1810 bisa dianggap sebagai “*Bandung Memorial Day*” sampai ditemukan sumber lain yang memberikan fakta lebih akurat tentang berdirinya kota Bandung.

2.5.2 Profil Kota Bandung

Kota Bandung terletak di wilayah Jawa Barat dan merupakan Ibukota Propinsi Daerah Tingkat I Jawa Barat. Kota Bandung terletak diantara 107 0 Bujur Timur dan 6 0 55' Lintang Selatan. Lokasi Kotamadya Bandung cukup strategis, dilihat dari segi komunikasi, perekonomian maupun keamanan.

Gambar 2. 3
Peta Kota Bandung



(Sumber, <https://www.bandung.go.id/about>)

2.7 Kerangka Pemikiran

2.7.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Vaksinasi yakni kegiatan pemerintahan yang tak bisa diganggu gugat, Kegiatan wajib bagi setiap masyarakat yang hidup diatas negara yang berdaulat. Dalam sebuah negara, pemerintahan menjadi stakeholders (pemangku kepentingan). Menurut Nutt, Paul C. dan Robert Backoff (1992), yang dikutip dalam buku Strategi pemerintah (Manajemen Organisasi Publik), pemerintahan tak seperti sebuah organisasi bisnis yang memiliki kekuasaan penuh dalam menentukan secara tajam posisi pemangku kebijakan yang lebih dominan dalam sebuah negara, pemerintahan memiliki ketergantungan tinggi dan merata pada setiap pemangku kepentingan negara.

Kegiatan vaksinasi bagi pemerintah yakni sebuah upaya preventif. Upaya ini juga dilakukan oleh beberapa negara diseluruh dunia, hal ini dilakukan dengan tujuan agar membangkitkan perekonomian dan aspek-aspek lainnya dalam sebuah negara, terutama rakyatnya. Selain membuat sendiri vaksin, Indonesia juga

mendatangkan vaksin yang dibuat oleh negara asing. Pemerintahan selalu memiliki kebutuhan yang jauh lebih tinggi, termasuk pada kegiatan vaksinasi ini, dimana kegiatan vaksinasi ini yakni kegiatan yang dilakukan pemerintah agar masyarakatnya, hanya pemerintah yang bisa melakukan dan mengizinkan kegiatan vaksinasi ini berjalan serempak pada berbagai daerah Indonesia khususnya program vaksinasi Kota Bandung.

Konsep yang dikembangkan oleh Cutlip, Center & Broom (2006), ini membahas proses yang bersifat dinamis dari seorang humas dalam merencanakan komunikasi yang dibangun, adapula 4 proses tersebut yakni Research / Fact Finding, Planning, Action, & Evaluation. Dalam melaksanakan kegiatan khususnya dalam hal kegiatan vaksinasi ini, kami lebih banyak bekerja sama dengan berbagai instansi dan kelompok lain. Strategi yakni alat agar mencapai tujuan. Perlu pemikiran dan konsep yang matang agar ketika strategi terbentuk bisa dijalankan sesuai dengan kegiatan yang sedang berlangsung.

2.7.2 Kerangka Pemikiran Konseptual

Kerangka pemikiran teoritis diatas digunakan dalam kerangka pemikiran konseptual sesuai dengan penelitian yang diteliti yakni mengenai Strategi Humas pemerintah Kota Bandung Dalam Mengedukasi masyarakat Tentang Vaksinasi Covid-19.

Dalam penelitian ini, strategi sebagai fokus dalam penelitian ini menjelaskan sub fokus mengenai tahapan strategi humas pemerintah Kota Bandung yakni Pencarian Fakta (Fact Finding), Perencanaan(Planning), Melaksanakan dan Mengkomunikasikan (Action and Communication),

dan Pengevaluasian Program (*Evaluating*). Penentuan sub fokus penelitian ini didasarkan pada tujuan yang ingin peneliti capai. Sub-sub fokus yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yakni :

1. Pencarian Fakta (*Fact Finding*)

Pada tahap ini seorang humas melakukan pemantauan dan pencarian fakta pada sebuah permasalahan, serta sikap dari masyarakat yang terkait vaksinasi covid-19, dalam hal ini seorang humas harus mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya mengenai fakta yang nantinya disusun dengan perencanaan yang maksimal.

2. Perencanaan (*Planning*)

Setelah pencarian fakta dan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya, Langkah selanjutnya yakni perencanaan yang dilakukan humas terhadap permasalahan tersebut dengan merencanakan tujuan dari program yang dilaksanakan agar mencapai tujuan yang diinginkan.

3. Melaksanakan dan Mengkomunikasikan (*Action and Communication*)

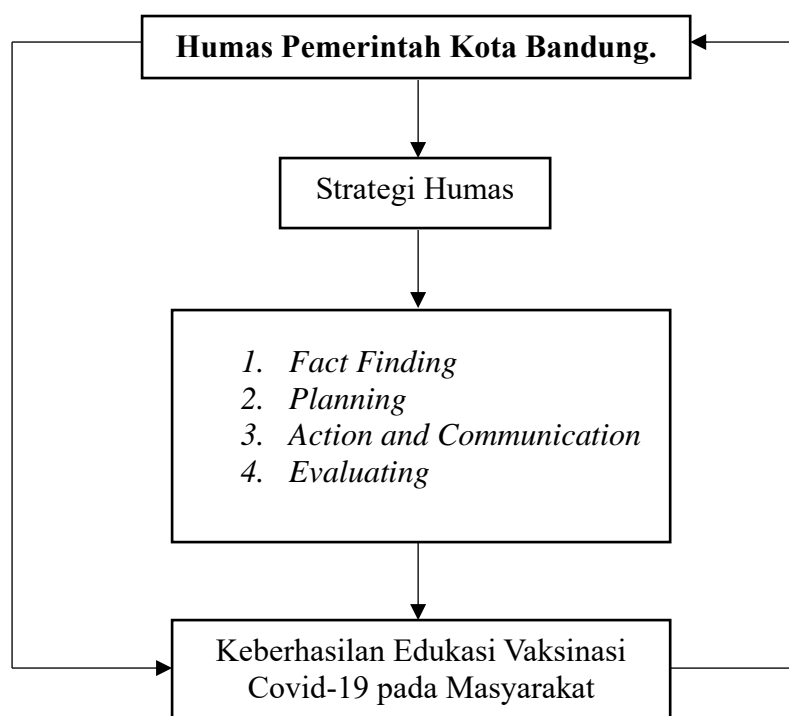
Selanjutnya, seorang humas melaksanakan, mengimplementasikan serta mengkomunikasikan program yang telah direncanakan pada masyarakat agar bisa mencapai tujuan yang sudah ditentukan. Dalam tahap ini humas bisa menjelaskan kapan, siapa, dimana, serta Bagaimana caranya.

4. Pengevaluasian Program (*Evaluating*)

Yang terakhir, seorang humas melakukan penilaian dan evaluasi mengenai program yang sudah terlaksana agar bisa meninjau apa

yang kurang dari program tersebut dan apa yang harusperbaiki agar bisa mencapai tujuan yang sudah ditentukan. dan pengevaluasian ini juga bisa menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah program yang dilaksanakan humas agar humas bisa mempertimbangkan kedepannya dalam melanjutkan atau menghentikan program yang sudah dilaksanakan.

Gambar 2. 4
Alur Pemikiran



(Sumber, Hasil Olah Data Peneliti 2023)