BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Setelah menjabarkan hal-hal yang melatarbelakangi penelitian, teori-teori yang telah mengukuhkan penelitian, dan metode penelitian yang digunakan, maka pada bab ini dipaparkan mengenai hasil dari penelitian. Hasil penelitian akan dijabarkan berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Pembahasan dalam bab ini didapat melalui hasil pengumpulan data melalui studi dokumentasi, observasi, wawancara terhadap informan yang dibutuhkan dalam penelitian, serta diskusi yang terfokuskan terhadap masalah yang diteliti. Pada bab hasil penelitian dan pembahasan ini, akan menguraikan berbagai hal mengenai hasil wawancara pada bulan April hingga Juli 2016 yang dilakukan dengan Humas Organisasi Masyarakat Buah Batu Corps dan beberapa pengunjung event yang diselenggarakan yaitu *carfreeday* yang terkait dengan Strategi Komunikasi Humas Organisasi Buah Batu Corps Bandung Dalam Meningkatkan Citra Dikalangan Masyarakat Kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut (Sugiyono, 2014 : 8) bahwa penelitian kualitatif adalah:

> ”Metode kualitatif metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian lebih menekankan makna dari pada generalisasi.”

Untuk tahap analisis yang dilakukan oleh peneliti adalah membuat daftar pertanyaan untuk wawancara, pengumpulan data, dan melakukan analisis data yang dilakukan sendiri oleh peneliti untuk dapat mengetahui Strategi Komunikasi Humas Organisasi Buah Batu Corps Bandung Pada Kegiatan *Carfreeday* Buah Batu Bandung Dalam Meningkatkan Citra Di Kalangan Masyarakat Kota Bandung. Pertama, menyusun daftar untuk pertanyaan wawancara berdasarkan fokus penelitian mengenai strategi komunikasi humas organisasi buah batu corps bandung pada kegiatan *carfreeday* dalam meningkatkan citra di kalangan masyarakat kota Bandung melalui pengolahan pesan, penggunaan media yang digunakan, dan hambatan yang dialami oleh Humas Organisasi Buah Batu Corps Bandung.

Informan penelitian merupakan Kepala Humas dari organisasi Buah Batu Corps Bandung dan staff Humas, sedangkan untuk informan pendukung peneliti mewawancarai beberapa pengunjung dari event *carfreeday* di Buah Batu Bandung yang dianggap cukup mengetahui mengenai kegiatan tersebut. Selain itu, peneliti melakukan observasi langsung di lapangan untuk melihat dan mengamati Strategi Komunikasi Humas Organisasi BBC Pada Kegiatan CFD Buah Batu Bandung Dalam Meningkatkan Citra Di Kalangan Masyarakat Kota Bandung, serta mendokumentasikan beberapa kegiatan yang berhubungan dengan penelitian. Terakhir, memindahkan data penelitian yang berbentuk daftar dari semua pertanyaan yang diajukan kepada informan.

Hasil dari penelitian ini merupakan bentuk konkrit dari tempat penelitian mengenai Strategi Komunikasi Humas Organisasi Buah Batu Corps Bandung

Pada Kegiatan *Carfreeday* Buah Batu Bandung Dalam Meningkatkan Citra Di Kalangan Masyarakat Kota Bandung. Dalam bab ini akan dibahas dan diuraikan mengenai 3 poin dalam penelitian itu yaitu:

1. Deskripsi Informan
2. Hasil penelitian
3. Pembahasan

4.1.1 Gambaran Objek Penelitian

4.1.1.1 Sejarah Singkat Buah Batu Corps

Terbentuknya Keluarga Besar Buah Batu Corps dilandasi oleh satu cita-cita yang luhur dan memohon Ridho serta perlindungan dan Yang Maha Kuasa, dengan semangat persaudaraan dan persatuan dan para pendahulu yang tak pernah lekang dimakan waktu. Berawal dari tahun 1960-an di daerah seputaran Buah Batu dan sekitarnya di bawah naungan BUAH BATU CORPS, terdapat beberapa kelompok pemuda dengan berbagai nama kebanggaannya untuk berekspresi dan mengabdi kepada masyarakat sekitarnya dengan memberikan wadah bagi kawula muda yang energik dan sportif.

Kumpulan kepemudaan itu umumnya berdasarkan letak geografis atau tempat dimana para pemuda berkumpul. untuk daerah Buah Batu dikenal beberapa kelompok pernuda (Small Group) yang terdiri dari :

1. BACHELORS yang berada di jalan Pelanduk dan sekitarnya.
2. PHANTOM yang berada di jalan Lele dan sekitarnya.
3. G.I yang berada di jalan Beunteur dan sekitarnya.
4. OSYSTERS yang berada di jalan Kerang dan sekitarnya.
5. BARROLS yang berada di jalan Buah Batu Dalam.
6. AGOTAX yang berada di jalan Ancol dan sekitarnya.
7. BANIL yang berada di jalan Nilem dan sekitarnya.
8. MELOS yang berada di jalan Lodaya dan sekitarnya.
9. STATEMEN yang berada di P&K, Gubernuran, Putraco, Turangga, dan sekitamya.
10. MEGAS yang berada di jalan Galunggung dan sekitamya.
11. MOYANG yang berada di jalan Wayang dan sekitarnya.
12. MAG1S yang berada di jalan Solontongan dan sekitarnya.
13. SAKLE yang berada di jalan Sadakeling dan sekitarnya.
14. MACHO yang berada di jalan Macan dan sekitarnya.
15. KUTUB yang berada di jalan Terusan BuahBatu dan sekitarnya.
16. ELZUS yang berada di jalan Malabar dan sekitarnya.

17. BARCELL yang berada di jalan Banteng dan sekitarnya.

18. GAMES yang berada di jalan Kancra dan sekitarnya.

19. MEMOUS yang berada di jalan Titiran dan sekitarnya.

20. COPA yang berada di jalan Paledang dan sekitarnya.

21. SKILLS yang berada di jalan Sekelimus dan sekitarnya.

22. GOYA yang berada di jalan Cilentah dan sekitamya.

23. DANGER yang berada di jalan Sukaresik da sekitarnya.

24. GMBC yang berada di jalan Sriwijaya dan sekitarnya.

Kelompok-kelompok tersebut diatas terkenal dengan nama SMALL GROUP (SG) yang selanjutnya kelompok kelompok tersebut sepakat untuk berhimpun di suatu wadah induk organisasi kepemudaan yg di kenal dengan nama Buah Batu Corps (BBC), sehingga keberadaan Small Group (SG) merupakan bagian yang tak terpisahkan dari induk organisasi kepemudaan BBC. Dengan demikian keberadaan Small Group selain jadi pendiri sekaligus juga sebagai tulang punggung dari berjalannya aktivitas organisasi BBC hingga berkembang menjadi perkumpulan yang cukup terkenal dan disegani Bandung khususnya. Walau aktivitas Organisasi BBC sampai era tahun 80-an, namun kebesarannya dikenang sampai saat ini.

Gambar 4.1

Logo *Small Group* Organisasi Buah Batu Corps



Sumber : Arsip Buah Batu Corps, 2016

Buah Batu Corps yang terbentuk di tahun 50-an, sekarang telah berkembang dan terdiri dari 24 Group diantaranya : AGOTAX, BANILS, BACHELORS, BARROLS, BARCHEL, COPA 1956, DANGER, ELTOR GMBC, GAMES, GI, GOYA, KUTUB, LEXS, MAGIS, MACHO, MEGAS, MELOS, MOYANK, OYSTER, PHANTOM, SAKLE, SKILLS, STATEMEN, dll.

Sekilas Perjalanan Buah Batu Corps (BBC) Era Tahun 50-an Pada tahun 50-an sekelompok pemuda sekitar Jl. Buah Batu yang dipimpin oleh Kang Ade (Jhon Syahrir) alm, Kang Rudi alm, Kang Tosin alm, Kang Ahmad alm, Kang Ahyad alm, Kang Daace, Kang Rikrik, Kang Atang Suherman dan banyak lagi mendirikan klub kebugaran (body building) yang lagi populer waktu itu yaitu BuahBatu Barbell Club (BBC).

Pusat kegiatannya di rumah keluarga AK. Djajasoepena Jl. Buah Batu No. 90, dan kemudian karena klub kebugaran ini semakin meluas tempat latihan dipindahkan ke rumah Koosnadi di Jl. Buah Batu No. 84. Saat berjayanya generasi pertama BBC yaitu mereka-mereka yang tergabung dalam BuahBatu Barbell Club, generasi kedua telah muncul ikut berkumpul dan ikut latihan. Mereka adalah Daman Hendarman, Ammi S. Jayasupena, Adang Farid, Lili Asdjudiredja, Manaf Djaenudin, Ace Aladin, Arifin, Kol (purn) Usman, Idid, Memed, KKO Harri Koesnadi (alm), Toto Koosnadi (alm), Didi

Abah, Ayi Agus, Dedi Rukana, Iyus Admiral (alm), MS. Duni (alm) dan banyak lagi.

BBC Era Tahun 60-an, Akhirnya pada thn 60-an generasi kedua mendominasi kehidupan kelompok BBC dan karena alasan "sedang model" mereka berubah nama BBC dari semula BuahBatu Barbell Club menjadi BuahBatu Boys Club. Itupun didorong faktor makin meluasnya persaingan diantara kelompok-kelompok pemuda di Bandung.

Pada era BuahBatu Boys Club dinamika kepemudaan sangat tinggi karena persaingan antara kelompok sangat kuat. Pada masa jayanya BuahBatu Boys Club pengaruhnya meliputi seluruh Bandung dan bahkan meluas keluar wilayah Jawa Barat sampai keluar Jawa. Kemudian muncul generasi ketiga BBC yang memperkuat generasi kedua. Nama-nama generasi ketiga diantaranya Babam, Rida, Dadan, Eddi, Boy, Kiki (alm), Ade Memous (alm), Dodo, Dade (alm), Freddy (alm), Dadah, Utta, Enuy, Tamsi (alm), Tonton (alm), Zoel, Pipit (alm), Anto (alm), Uce patrom, Udin Kuntung dan banyak lagi menyemarakan nama BBCdengan nama kelompok masing-masing seperti Bachelor, Phantom, Barrol, Banil, Agotax, Mellos, Baskot, Oyster, Memous, GI, Moyang, Megas sebanyak 12 kelompok pada waktu itu dan kemudian dikenal sebagai "Small Group"- nya BBC.

BBC Era Orde Baru, Dengan timbulnya pergulatan politik antara Partai Komunis Indonesia dan Anggatan Darat serta ormas-ormas Islam menggugah kelompok Mahasiswa dan Pemuda Non Komunis bergabung dalam Sekretariat Bersama Organisasi Mahasiswa Lokal (SOMAL), BBCberperan bersama anggota SOMAL Bandung, turut dalam penyusunan statemen politik yang kemudian melahirkan Angkatan '66. Pecahnya Gerakan 30 S PKI, merubah secara dramatis peran generasi kedua BBC, yaitu dengan terjun langsung dalam aksi-aksi penumbangan Orde Lama dan penumpasan PKI serta Antek-anteknya.

Pada tahun 1966 kelompok-kelompok pemuda dari generasi ketiga akhirnya dibentuk dan diresmikan sebagai small group atau SG. Dan saat itu pula nama BBC berubah lagi dari Buahbatu Boys Club menjadi BUAH BATU CORPS. Alasan perubahan yang paling prinsipil adalah meluasnya lingkungan pergaulan dan "batur ulin", dimana pengaruh BBC (sphere of influence) keluar dari faktor kewilayahan menjadi faktor jiwa korps yang tidak terbatas oleh apapun karena para generasi kedua sudah banyak meniti karier dibidang pemerintahan, pendidikan, pengusaha dan berbagai bidang kehidupan lainnya.

Inti dari kekuatan BBC adalah kekuatan batin yaitu rasa kebersamaan dan rasa penghormatan. Rasa kebersamaan dilandasi

oleh kepercayaan diantara sesama dan rasa penghormatan diwujudkan dalam bentuk selalu menghormati senioritas dengan prinsip "yunior menghormati senior, dan senior menghargai yunior".

Dari awal berdirinya di tahun 1956 sampai sekarang inti kekuatan BBC terletak pada terpeliharanya komitmen untuk tetap menjaga keutuhan serta keselarasan antara aspek intelektual dan aspek power. Pada kondisi sekarang ini aspek power yang dimiliki BBC diwujudkan dalam bentuk pengabdian kepada masyarakat. Komitmen yang dimaksud adalah 3 (tiga) komitmen dasar perekat keutuhan, yaitu,

1) Komitmen terhadap Independensi.
2) Komitmen terhadap penghormatan kepada senior dan penghargaan kepada yunior.
3) Komitmen untuk taat dan patuh kepada Keluarga Besar dengan saling percaya dan saling menjaga.

Ketiga komitmen dasar itulah yang menjadi integritas dan perekat bagi keutuhan BBC. Keluarga Besar BBC adalah rumah bersama, mereka yang merasa memiliki BBC adalah mereka yang tetap menghormati dan menjungjung tinggi ketiga komitmen itu. Sekalipun didalam kehidupan mereka sehari-hari mereka menjadi aktifis diberbagai partai politik, tetap saja rumah mereka adalah

BBC, tanpa membawa gerbong BBC yang independent untuk tujuan politiknya.

4.1.1.2 Visi dan Misi Organisasi Buah Batu Corps

Visi Buah Batu Corps :

Buah Batu Corps Sebagai Suatu Organisasi Yang Menjadi Pelopor Dalam Segala Bidang Untuk Membangun Masyrakat Yang Madani.

Misi Buah Batu Corps :

1) Meningkatkan kulitas dan kuantitas anggota Buah Batu Corps.
2) Meningkatkan peran anggota Buah Batu Corps terhadap permasalahan dimasyarakat dan lingkuangan.
3) Meningkatkan kualitas kegiatan Buah Batu Corps melalui sumber daya anggotanya.
4) Meningkatkan jalinan kerjasama Buah Batu Corps dengan pihak pihak yang saling menguntungkan.
5) Meningkatkan apresiasi masyarakat dan pencitraan masyarakat terhadap grup BBC.

4.1.1.3 Logo dan Arti Logo Buah Batu Corps

Gambar 4.2

Logo Organisasi Buah Batu Corps



Sumber : Arsip Buah Batu Corps, 2016

Arti Logo Organisasi Buah Batu Corps :

1. Lambang Garuda, menggambarkan azas keperkasaan dan kekuatan.
2. Motto 4 Ever, menggambarkan azas komitmen atau janji diri terhadap keutuhan dan keberadaan BBC sepanjang masa.
3. Dua sayap dan satu kepala garuda, menggambarkan 3 pilar pelekat yaitu Independensi, Penghormatan, dan Kepercayaan.

4. Perisai di dada burung dengan 5 garis, menggambarkan kekuatan bathin berdasarkan jiwa yang berlandaskan pancasila.

5. Sayap kiri dan kanan masing masing 12 helai, menggambarkan ada 12 smallgroup yang bernaung dibawah panji BBC pada waktu itu.

6. Jari-jari kaki garuda yang berjumlah 8, menggambarkan ada 8 orang pendukung dan penggagas lambang dan artinya.

7. Helai bulu di kaki burung masing masing 6, menggambarkan bbc disahkan tahun 1966.

8. Lingkaran di sayap sebanyak 24 buah, menggambarkan pengesahan BBC dilakukan tanggal 24 September 1966.

9. Warna putih pada burung menggambarkan hati yang suci tanpa pamrih.

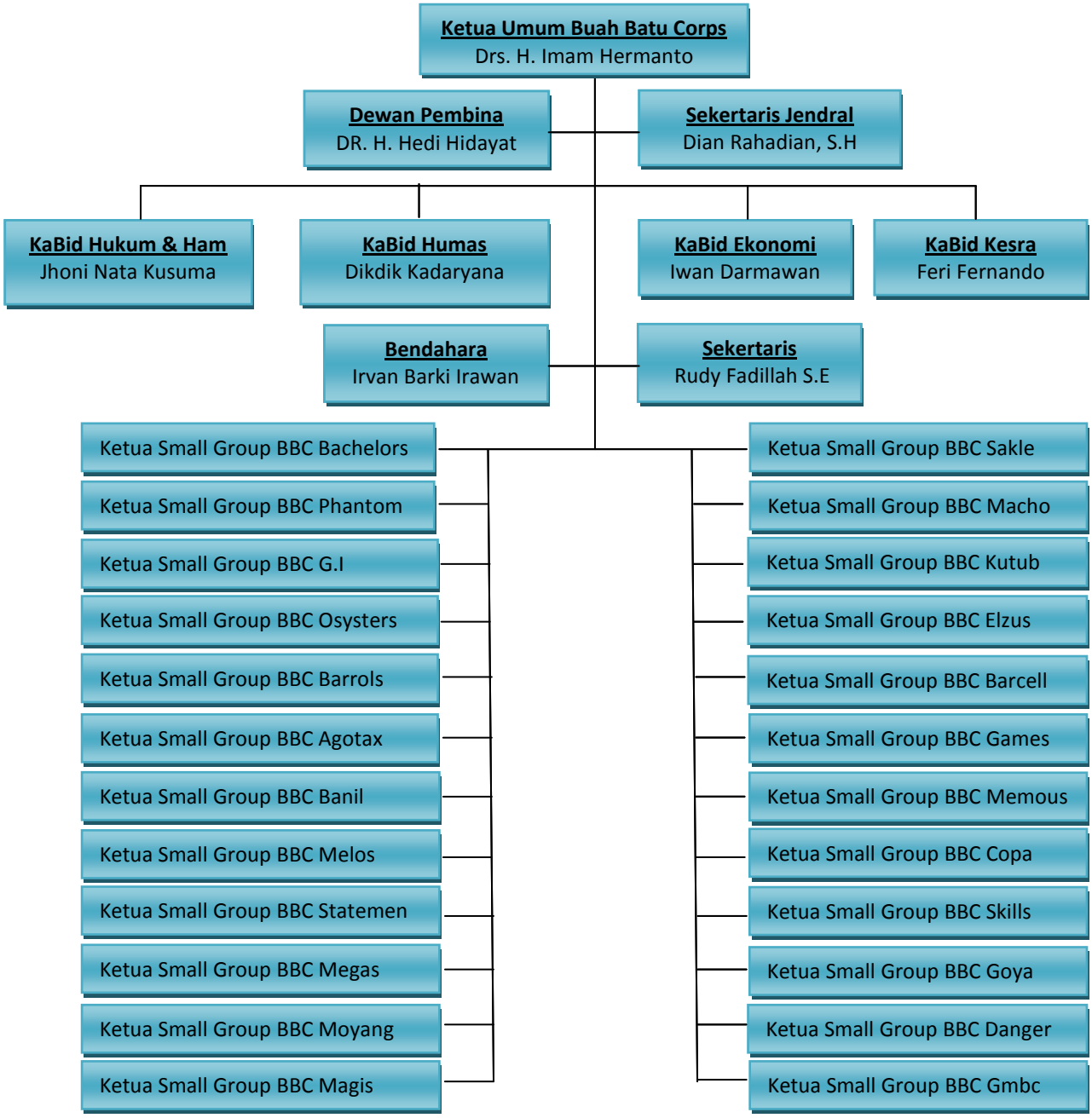
10. Warna kuning pada burung menggambarkan intelektual dan cita-cita luhur.

11. Tulisan Buah Batu Corps, menggambarkan filosofis yang secara terus-menerus diupayakan perwujudannya tanpa mengenal pembatasan masa atau waktu.

4.1.1.4 Struktur Organisasi Buah Batu Corps

Gambar 4.3

Struktur Organisasi Buah Batu Corps



Sumber : Arsip Buah Batu Corps, Juni 2016

4.1.1.5 *Job Description* Humas Buah Batu Corps

1. Menangani masalah hubungan kemasyarakatan dan pengabdian masyarakat.
2. Mengurus fungsi-fungsi organisasi Buah Batu Corps, seperti menghadapi media, komunitas dan hubungan dengan pemerintah.
3. Membangun dan memelihara hubungan yang koperatif dengan jajaran internal organisasi Buah Batu Corps.
4. Menyampaikan informasi kepada publik mengenai kebijakan, aktivitas dan prestasi, serta informasi lainnya yang diperlukan.
5. Mengatur dan mengumpulkan program-program untuk memelihara dan mempertahankan citra yang baik serta kontak antara perwakilan-perwakilan organisasi dan publik.
6. Menyiapkan dan membuat laporan mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan, serta mengevaluasi kegiatan-kegiatan tersebut.

4.1.2 Deskripsi Identitas Informan Kunci dan Informan Pendukung

Informan yang dipilih dalam penelitian ini berjumlah 4 orang, 2 informan utama dan 2 informan pendukung. Informan terdiri atas Kepala Humas Organisasi Buah Batu Corps Bandung dan Staff Humas Organisasi Masyarakat Buah Batu Corps Bandung dalam Membangun Citra. Sedangkan informan pendukung, peneliti

mengambil informan dari beberapa pengunjung event *carfreeday* yang diselenggarakan oleh Humas Buah Batu Corps Bandung.

Tabel 4.1

Data Informan Kunci

NO.	Nama	Jabatan	Usia	Masa Kerja
1.	Dikdik Kadaryana	Kepala HumasBuah Batu Corps.	51 Tahun	22 Tahun
2.	Aldika Karisjanuardi	Staff Humas Buah Batu Corps.	25 Tahun	6 Tahun

Sumber : Peneliti, Juni 2016

Tabel 4.2

Data Informan Pendukung

NO.	Nama	Keterangan	Usia	Pekerjaan
1.	Oki Antoni	Pengunjung *carfreeday*	34 Tahun	Pegawai Swasta
2.	Najiha	Pengunjung *carfreeday*	22 Tahun	Pelajar (Mahasiswi)

Sumber : Peneliti, Juni 2016

1. **Dikdik Kadaryana (Kepala Humas Buah Batu Corps)**

Gambar 4.4

Informan Kunci ke-1



Sumber : Dokumentasi Peneliti, Juni 2016

Bapak Dikdik Kadaryana merupakan ketua dari bagian humas di Organisasi Buah Batu Corps Bandung, Beliau lebih dikenal dengan panggilan "utho" dikalangan masyarakat maupun keluarganya. Bapak Dikdik memiliki dua orang anak laki-laki yang juga merupakan anggota aktif dari organisasi Buah Batu Corps. Anaknya yang pertama merupakan bagian Staff dari divisi humas organisasi BBC. Beliau sangat senang saat peneliti melakukan penelitian mengenai organisasi Buah Batu Corps, sehingga beliau sangat komunikatif saat peneliti melakukan wawancara. Bapak Dikdik tinggal di jalan rajamantri kulon no 1B buah batu Bandung, dimana rumahnya merupakan tempat yang dijadikan sekertariat humas Buah Batu Corps Bandung. Didalam rumah beliau terdapat banyak sekali atribut organisasi BBC, beliau merupakan kolektor pedang antik dan juga berbagai barang barang antik yang tertata rapi didalam rumahnya. Beliau

terlihat sangat akrab dengan kedua anaknya dan juga terlihat sangat kompak dengan sang istri, peneliti merasakan suasana kekeluargan yang erat saat datang ke rumah beliau. Peneliti diminta untuk tidak sungkan sungkan apabila membutuhkan bantuan yang bersangkutan dengan organisasi Buah Batu Corps.

2. Aldika Karisjanuardi (Staff Humas Buah Batu Corps)

Gambar 4.5

Informan Kunci ke-2



Sumber : Dokumentasi Peneliti, Juni 2016

Anak pertama dari Bapak Dikdik Kadaryana ini juga mengikuti jejak ayahnya sebagai humas di Organisasi Buah Batu Corps. Sedari kecil, Aldika sudah sangat akrab dengan kehidupan di Organisasi Buah Batu Corps, sehingga beliau banyak mengetahui seluk beluk organisasi ini dari sang ayah dan juga berdasarkan pengalaman pribadinya yang sudah bertahun-tahun aktif di Organisasi ini. Aldika atau yang biasa dipanggil Dika atau Kaka, merupkan pribadi yang sangat mudah bergaul, awalnya

peneliti merasa canggung saat berkomunikasi, namun karena sifatnya yang ramah, dan mudah bergaul, maka peneliti cepat merasa akrab dengan beliau. Aldika merupaka lulusan dari salah satu perguruan tinggi negeri yang ada di kota Bandung, program studi yang beliau ambil adalah program studi tekhnik pertanian, namun walaupun mengambil jurusan tersebut, beliau merupakan pribadi yang sangat senang untuk bersosialisasi. Sedari kecil, Aldika sudah akrab dengan lingkungan organisasi Buah Batu Corps, sehingga beliau memiliki banyak sekali relasi di Organisasi ini.

3. **Oki Antoni (Pengunjung *Carfreeday*)**

Gambar 4.6

Informan Pendukung ke-1



Sumber : Dokumentasi Peneliti, Juni 2016

Bapak Oki Antoni merupakan salah satu warga Bandung yang tinggal di komplek Kinara Indah, Saat peneliti menemui beliau di

carfreeday Buah Batu Bandung, beliau membawa kedua anaknya yang masih kecil dan juga bersama sang istri, beliau terlihat sedang menemani kedua anaknya bermain di area *carfreeday* saat peneliti datang. Bapak Oki mengaku sangat sering datang ke *carfreeday* bahkan hampir setiap minggu. Saat peneliti meminta izin untuk wawancara, beliau sangat bersikap ramah dan juga tidak sungkan untuk berbagi cerita mengenai pengalamannya selama ini saat datang ke *carfreeday*.

4. Najiha (Pengunjung *Carfreeday*)

Gambar 4.7

Informan Pendukung ke-2



Sumber : Dokumentasi Peneliti, Juni 2016

Mahasiswi dari salah satu perguruan tinggi swasta di Kota Bandung ini beralamat di jalan Cimbeluit Bandung, Najiha mengaku sudah kurang lebih sekitar sepuluh kali datang ke *carfreeday* di Buah Batu Bandung karena rumah sang nenek yang dekat dengan lokasi

diselenggarakannya *carfreeday*. Najiha datang bersama sang adik ke carfreeday Buah Batu Bandung untuk berjalan jalan santai dan untuk sekedar mencari suasana di pagi hari untuk mengisi hari liburnya. Saat peneliti meminta izin untuk mewawancarai, Najiha awalnya cukup canggung karena merasa takut apabila tidak dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan dari peneliti, namun Najiha pada akhirnya mau untuk diwawancarai. Najiha berkomunikasi dengan ramah dan juga terbuka saat peneliti melakukan tanya jawab.

4.1.3 Analisis Hasil Penelitian

Pada sub bab ini peneliti akan menjabarkan hasil dari data penelitian yang diperoleh dari hasil wawancara berupa hasil rekaman dan catatan yang didapat dari informan yaitu Humas Organisasi Buah Batu Corps dan juga pengunjung *Carfreeday* Buah Batu Bandung yang kemudian dijabarkan kedalam sebuah penjelasan secara desktriptif. Analisa yang dideskripsikan berdasarkan identifikasi masalah yaitu : pengolahan pesan, penggunaan media, dan hambatan yang terjadi didalam Strategi Komunikasi Humas Organisasi Buah Batu Corps Bandung. Analisis deskriptif ini berasal dari data yang diperoleh melalui hasil wawancara dengan 4 informan peneliti yaitu kepala bagian humas BBC dan staff humas BBC sebagai informan kunci, serta dua orang pengunjung *carfreeday* sebagai informan pendukung.

4.1.3.1 Pengolahan Pesan Humas Organisasi Buah Batu Corps Pada Kegiatan *Carfreeday* Buah Batu Bandung.

Pengolahan Pesan adalah kegiatan yang akan dilaksanakan di masa yang akan datang untuk mencapai tujuan dan dalam pengolahan pesan yang dilakukan humas organisasi BBC mengandung beberapa unsur, diantaranya sejumlah kegiatan yang ditetapkan sebelumnya, adanya proses, hasil yang ingin dicapai, dan menyangkut masa depan dalam waktu tertentu, Dalam hal ini peneliti menanyakan langsung ke dua informan penelitian mengenai bagaimana pengolahan pesan kegiatan *carfreeday*. Lebih dari itu, pengolahan pesan juga memilih sejumlah kegiatan untuk ditetapkan sebagai keputusan tentang suatu pekerjaan yang harus dilakukan, kapan, bagaimana dan siapa yang melakukannya.

Dari hasil observasi dan wawancara yang telah peneliti lakukan dengan keempat orang informan penelitian, peneliti menemukan beberapa hal dalam Pengolahan Pesan Humas Organisasi Buah Batu Corps Pada Kegiatan *Carfreeday* Buah Batu Bandung dalam meningkatkan citra di kalangan Masyarakat Kota Bandung. Dalam melakukan rencana atas kegiatan yang dilakukan, ada beberapa proses yang harus dilakukan yakni seperti, merancang konsep, berkoordniasi dengan atasan, merangkai beberapa kegiatan yang saling berhubungan, membagi kegiatan yang akan dilakukan kepada pihak internal dan eksternal, menyiapkan persiapan seperti

persiapan desain, tempat lokasi, materi pesan, melakukan kordinasi dengan perwakilan peserta kegiatan.

Dua informan kunci pun memeberikan jawaban yang bervariasi satu sama lainnya seperti yang di katakan Dikdik Kadaryana selaku Kepala Humas Orgnisasi Buah Batu Corps, Yaitu:

> "*Om pas bikin perencanaan di sekertariat pusat, pasti bareng sama ketua umum. Pesan yang kita sampaikan kebanyakan tentang hal-hal positif, misalkan tentang gotong-royong, dan keakraban antar masyarakat. Nah, yang menyampaikan pesannya kita memilih public figure supaya masyarakat lebih tertarik untuk memperhatikan pesan yang disampaikan, misalkan pernah datang Bapak Walikota Bandung, Pa Ridwan Kamil, trus juga ada Andi rif, Doni adaBand, yang pernah berpartisipasi di acara CFD. Biasanya kita kasih arahan dulu untuk mereka, kita kasih tau bahwa nanti di cfd mereka akan dikasih kesempatann untuk ngasih sambutan, otomatis di saat mereka ngasih sambutan, pasti akan ngebahas soal BBC sebagai penyelanggara, nah disitu mereka dengan sendirinya akan menyampaikan pesan-pesan kepada masyarakat mengenai BBC.*" (Kadaryana Dikdik, Minggu, 5 Juni 2016)

Untuk memeperdalam pertanyaan peneliti yang di ajukan pada informan, peneliti pun mewawancarai Aldika Karisjanuardi selaku Staff Humas Organisasi Buah Batu Corps, beliau mengatakan bahwa :

> "*Paling kalo BBC nya mah pengen nyampein ke masyarakat bahwa BBC sebagai penyelenggara dari cfd, kalau masyarakat udah tau cfd sebagai penyelenggara, otomatis kan pandangan masyarakat juga jadi positif. Jadi peyampaian pesan nya lebih menyadarkan masyarakat aja, bahwa penyelenggaraan cfd buah batu itu bukan dari pemerintah. Kebeneran di daerah BuahBatu sini kan lumayan banyak artis nasional, yang sering dateng biasanya Andi rif. Dia kalo manggung ga dibayar, malah dia sendiri yang pengen tampil di CFD. Sambil Manggung, biasanya disela-sela lagu, dia nyampein pesan-pesan positif juga*

> *tentang BBC. Kan kalau dia yang menyampaikan pesan, pasti masyarakat langsung tertarik untuk ngedengerin.*" (Karisjanuardi Aldika, Minggu, 5 Juni 2016)

Dengan menanyakan hal yang serupa agar lebih berwarna, peneliti mencoba meminta pendapat informan pendukung pertama yaitu Oki Antoni dan ia mengatakan bahwa pengolahan pesan humas organisasi BBC tersebut sudah baik karena Bapak Oki sudah berhasil menangkap pesan yang ingin disampaikan oleh Humas BBC, namun harus tetap ditingkatkan. Informan mengatakan :

> *"Kan asalanya citra bbc itu gimanaa gitu ya, nah dengan adanya kegiatan ini jadi tanggapan masyarakat jadi berubah, jadi ngga mikir bbc tuh identik banyak premannya, pokonya banyak kegiatan positif disini jadi merubah citra bbc itu sendiri. Pesan-pesan yang disampaikannya juga banyak dan bervariatif, menggunakan banyak cara yang bisa narik perhatian pengunjung untuk memperhatikan.* "
> (Antoni Oki, Minggu, 17 Juli 2016)

Dengan menanyakan hal yang serupa agar lebih berwarna, peneliti mencoba meminta pendapat informan pendukung kedua yaitu Najiha dan ia mengatakan bahwa pengolahan pesan humas organisasi BBC tersebut sudah baik karena Najiha sudah bisa melihat berdasarkan perkataan Najiha yaitu :

> *"Hebat sama keren sih soalnya kayanya ribet dan banyak dana nya. Jadi hebat deh kreatif. Sebelumnya kan image BBC tuh kayanya banyak negatifnya. BBC memberi manfaat khususnya ke masyarakat buah batu. Dan kalo kata saya keren sih soalnya cfd buah batu satu-satunya di Indonesia yang ga dibantu pemerintah."*
>
> (Najiha, Minggu, 17 Juli 2016)

4.1.3.2 Penggunaan Media Humas Organisasi Buah Batu Corps Pada Kegiatan *Carfreeday* Buah Batu Bandung.

Memilih saluran atau penggunaan media yang tepat terlebih dahulu harus mengetahui informasi lapangan yang telah dipetakan, yakni apakah khalayak yang menjadi target sasaran rata-rata mengetahui dan memeiliki media yang di gunakan dalam kegiatan. Berdasarkan hasil wawancara secara mendalam dan obseravsi dengan informan, hasilnya bahwa Media yang dipakai humas organisasi BBC pada kegiatan *Carfreeday* berlangsung tidak lepas dari peran serta media, baik itu media massa maupun media komunikasi lainnya. Media yang digunakan dalam Kegiatan Carfreeday diantaranya adalah menggunakan Spanduk, Baliho, dan yang paling digemari adalah media hiburan yaitu panggung music, serta senam kesehatan yang mendukung keberlangsungan kegiatan *Carfreeday*, sesuai yang di sampaikan Dikdik Kadaryana ketika di wawancarai oleh peneliti dan beliau memberikan jawaban sebagai berikut :

> *"Media yang digunakan BBC kebanyakan media-media yang bisa langsung diliat langsung di area carfreeday misalkan kan disana ada spanduk, baliho, rata-rata juga ukurannya kan besar-besar, jadi masyarakat bisa langsung ngeliat kalo di area CFD banyak campur tangan BBC. Kalo media yang paling digemari, ya bisa dibilang favorit itu sebenernya panggung music, soalnya yang ngisi acara kan biasanya senior BBC nya langsung, malahan artis Bandung juga banyak yang ngisi acara di CFD dan pada pake atribut kalo tampil. Selain panggung ada juga senam kesehatan ibu-ibu,*

ya sama ibu-ibu juga pake seragam BBC biar kompak."
(Kadaryana Dikdik, Minggu, 5 Juni 2016)

Selajutnya peneliti melanjutkan pertanyaan untuk mendapatkan hasil jawaban yang lebih tajam dengan Aldika Karisjanuardi dengan pertanyaan tentang media yang digunakan oleh humas organisasi BBC pada kegiatan *Carfreedar* Informan menyatakan bahwa:

"Ada media seperti baliho, spanduk juga, ya yang semacam itu pasti ada logo BBC, malah ada baliho besar yang nampilin foto ketua BBC sama senior-senior BBC. Itu juga bisa dibilang sebagai strategi BBC untuk menginfokan ke masyarakat tentang tokoh-tokoh BBC. Nah, kalau media kaya panggung juga itu paling rame, pernah ada Bapak Ridwan Kamil ngisi acara di CFD waktu itu, Band-band dari kota Bandung juga banyak yang manggung di CFD, soalnya banyak artis yang tinggal di daerah sini, misalnya kmaren ada Andi rif, trus Band Kuburan, Ada Band, sama Jambrud yang pernah manggung disini. Kalo media kaya radio juga BBC suka kerjasama, misalnya sama PR fm, biasanya radio lokal."

(Karisjanuardi Aldika, Minggu, 5 Juni 2016)

Dalam kegiatan *Carfreeday* ini media yang digunakan sangatlah berperan penting dalam keberlangsungan kegiatan tersebut, dengan menggunakan alat bantu, komunikator dapat memberikan informasi agar mudah dipahami oleh peserta kegiatan.

Untuk memperjelas dari kedua jawaban informan kunci, peneliti menanyakan langsung mengenai media yang digunakan dalam Kegiatan *Carfreeday* kepada informan pendukung, informan mengungkapkan sebagai berikut :

> *"Saya ngeliat spanduk gede yang pembatas di ujung jalan itu ada logo bbc nya, trus di sini juga banyak baliho yang ada foto ketua bbc, sama foto-foto pengurusnyan juga ada. Rata-rata spanduk yang ada disini pake logo bbc. Kalo kegiatan yang saya liat itu ada band sama senam ibu ibu sih yang paling keliatan, kalo saya sama anak anak sih ya kaya gini aja jalan jalan sambil jajan sih kalo anak anak setiap kesini. Semua hal yang ada disini positiflah. Ada cek darah gratis juga."* (Antoni Oki, Minggu, 17 Juli 2016)

Untuk mendapatkan hasil jawaban yang lebih berfariasi peneliti juga menanyakan hal yang sama pada informan pendukung lainnya yaitu Najiha mengenai media yang digunakan humas organisasi BBC dalam kegiatan *carfreeday* dan informan memaparkan sebagai berikut :

"Oh kalo hari ini ngeliat senam ibu-ibu soalnya tante aku juga suka ikutan sih disitu, selain itu ada band juga dari bapak-bapak senior bbcnya, sambil pake suling suling gitu, trus ada orang-orang bbc yang ngasih rental spedah buat olahraga disini. Sama poster, banner trus sama seragam satgas nya sih yang keliatan."

(Najiha, Minggu, 17 Juli 2016)

4.1.3.3 Hambatan Humas Organisasi Buah Batu Corps Pada Kegiatan *Carfreeday* Buah Batu Bandung.

Hambatan merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi dapat mengganggu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan maupun sebaliknya. Hambatan merupakan sesuatu yang sulit dihindari dalam berkomunikasi. Hambatan yang

terjadi pun bermacam-macam ada hambatan berupa gangguan internal dan gangguan eksternal.

Hambatan sangat penting untuk diperhatikan saat kita berkomunikasi untuk dapat memaksimalkan komunikasi yang dilakukan, begitu juga dengan Humas Organisasi Buah Batu Corps yang merasakan menemui hambatan-hambatan saat melakukan strategi komunikasi pada kegiatan *carfreeday* di Buah Batu Bandung. Hambatan-hambatan yang ditemui di lapangan harus diperhatikan, dievaluasi, dan dilakukan penanganan agar pelaksanaan kegiatan *carfreeday* menjadi terus lebih baik kedepannya. Untuk mengetahui hambatan apa saja yang ditemui di lapangan, peneliti menanyakan hal tersebut kepada dua informan kunci dan dua informan pendukung. Dikdik Kadaryana selaku kepala humas organisasi BBC menyampaikan hambatan-hambatan yang ditemukan dilapangan sebagai berikut :

> *"Dulu hambatan paling waktu diawal-awal aja untuk penyelenggaraannya kan harus minta izin ke pemerintah, harus nurutin Perda, Perwal, sama izin ke Dishub. Kaya sekarang kan mau bulan puasa, nah jadi ngga akan diadain cfd, kalau tahun kmarin sih ada tapi waktunya jadi sore, mulai dari jam 4. Kalau hambatan masalah komunikasi intinya BBC lebih menonjolkan kehadirannya di CFD ini ya dengan cara itu aja media yang tadi, Sama masalah orang yang menyampaikan pesannya. Kalo yang nyampeinnya public figure kan masyarakat pasti lebih tertarik buat dengerin, tapi kalo panitianya langsung kan belum tentu bisa seefektif artis. Apalagi panitia BBC kan biasanya bapak-bapak yang keliatannya serem-serem dari*

> *tampilannya kalo pada pake atribut."* (Kadaryana Dikdik, Minggu, 5 Juni 2016)

Selanjutnya peneliti menanyakan pertanyaan yang sama mengenai hambatan yang ditemui di kegiatan carfreeday guna mendapatkan jawaban yang lebih beragam kepada informan kunci kedua. Hambatan yang ditemui di lapangan juga dirasakan oleh Aldika Karisjanuardi selaku Staff Humas Organisasi Buah Batu Corps. Beliau menyampaikan sebagai berikut:

> "*Jarang sih kalau hambatan yang rumit, soalnya kan di CFD gapernah ada warga yang berani macem-macem mungkin kesannya serem kan panitianya juga pada pake baju dan atribut. Kalau dari pihak luar paling kalo lagi masa-masa kampanye suka banyak banner atau baliho dari partai politik yang dipasang di area CFD, jadi jumlah spanduknya makin banyak, nyampur-nyampur. Selain itu pernah ada pedagang yang salah kaprah masalah uang kebersihan yang kita ambil setiap minggu. Masalahnya kan CFD ini ga dibantu pemerintah jadi dana buat bayar tim kebersihannya kita ambil dari iuran pedagang. Masih ada aja pedagang yang nganggap itu sebagai pungli."*
>
> (Karisjanuardi Aldika, Minggu, 5 Juni 2016)

Untuk memperjelas dari kedua jawaban informan kunci, peneliti menanyakan langsung mengenai hambatan yang dirasakan pengunjung pada saat berlangsungnya kegiatan *Carfreeday* kepada informan pendukung, informan mengungkapkan sebagai berikut :

> *"Cara penutupan atau pembukaan jalannya ditertibin lagi soalnya beres dari cfd ini jam 10 masih acak-acakan, perlu diatur lagi sama bbcnya. Kalo didago kan sama pemerintah trus banyak polisi juga jadi teratur. Pokonya ketertiban itu bisa jadi nilai positif atau malahan bisa jadi negative,*

tergantung dari bbc nya bisa ngatur dengan baik atau ngga."

(Antoni Oki, Minggu, 17 Juli 2016)

Untuk mendapatkan hasil jawaban yang lebih berfariasi peneliti juga menanyakan hal yang sama pada informan pendukung lainnya yaitu Najiha mengenai hambatan yang dirasakan pengunjung dalam kegiatan *carfreeday* dan informan memaparkan sebagai berikut :

"Paling itu sih, suka ada motor yang nerobos, tapi suka diteriakin sama orang bbc nya, langsung ditindak. Trus pedagang sih kayanya yang kurang tertib, soalnya kalo cfd nya udah beres, masih banyak yang jualannya juga. Ketepatan waktunya sedikit ngaret soalnya mungkin karna bukan diselenggarain sama pemerintah. Jadi jangan sampe adanya cfd malah merugikan masyarakat sekitar buahbatu yang malah kena macet. Kalo panitianya menurut saya sih belum bisa dikatalkan sempurna, lebih diatur aja panitianya biar masyarakat yang butuh bantuan jadi lebih gampang ngedatengin panitianya. Trus panitia nya juga banyak nya yang udah bapa-bapa gitu, yang muda nya ga terlalu banyak hahaha." (Najiha, Minggu, 17 Juli 2016)

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

Telah dibahas pada bab metode penelitian, bahwa penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dengan judul Strategi Komunikasi Humas Organisasi Buah Batu Corps Bandung Pada Kegiatan *Carfreeday* Buah Batu Bandung Dalam Meningkatkan Citra Dikalangan Masyarakat Kota Bandung. Dari hasil penelitian yang peneliti dapatkan bahwa Strategi Komunikasi Humas Organisasi Buah Batu Corps Bandung Pada Kegiatan

Carfreeday Buah Batu Bandung sudah cukup baik. Masalah citra Organisasi Buah Batu Corps yang kerap kali dihubungkan dengan premanisme ataupun hal negative lainnya pada saat ini sudah berangsur memudar karena disebabkan banyaknya kegiatan positif yang dilakukan oleh Organisasi Buah Batu Corps salah satunya yaitu kegiatan *Carfreeday* yang diselenggarakan di Buah Batu Bandung.

Salah satu kajian ilmu komunikasi adalah komunikasi organisasi dimana komunikasi yang dilakukan pada suatu instansi Pemerintahan maupun perusahaan saling berhubungan untuk membangun suatu strategi komunikasi yang di susun oleh bidang yang terkait dengan khalayak umum, untuk menyampaikan suatu pesan pada tujuan yang ingin dituju perlu adanya strategi komunikasi yang di susun, merencanakan sesuatu dan memperhatikan beberapa aspek seperti sasaran komunikasi, peranan komunikator, pesan dan media untuk suatu tujuan yang ingin dicapai perlu kematangan dalam membangun strategi komunikasi, karena pada dasarnya untuk suatu kegiatan yang baik adalah kegiatan yang berjalan sempurna oleh karena itu disini strategi komunikasi harus direncanakan terlebih dahulu agar kegiatan tersebut berjalan baik.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan beberapa orang yang sudah di tetapkan sebagai informan kunci dan informan pendukung dalam penelitian ini terkait Strategi Komunikasi Humas Organisasi Buah Batu Corps Pada Kegiatan *Carfreeday* Buah Batu Bandung, lalu melakukan observasi langsung di tempat penelitian, maka peneliti dapat mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Humas Organisasi Buah Batu Corps Pada Kegiatan *Carfreeday* Buah Batu

Bandung Dalam Meningkatkan Citra Dikalangan Masyarakat Kota Bandung. Pada bab ini, peneliti akan menguraikan dan membahas hasil penelitian.

4.2.1 Pengolahan Pesan Humas Organisasi Buah Batu Corps Pada Kegiatan *Carfreeday* Buah Batu Bandung.

Berdasarkan hasil wawancara secara mendalam dan dengan informan, hasilnya bahwa proses komunikasi secara langsung yang dilakukan Humas Organisasi Buah Batu Corps harus mengolah pesan berdasarkan apa saja yang akan disampaikan dan siapa yang akan menyampaikan pesan kepada peserta kegiatan. Pesan sangat penting dalam Strategi komunikasi, dengan memahami tipe khalayak dan tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan tersebut maka perencanaan komunikasi harus mampu memilah pesan apa yang sesuai dengan pengetahuan, kebutuhan, dan pengalaman khalayak yang menjadi target sasaran. Pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada peserta kegiatan harus berfisat umum dan mudah dipahami karena setiap khalayak memiliki keragaman yang berbeda satu sama lainnnya.

Humas Organisasi Buah Batu Corps berupaya mengolah pesan yang akan disampaikan kepada pengunjung *Carfreeday* dengan mempertimbangkan apa isi pesan dan siapa yang menyampaikan pesan tersebut. Untuk isi pesan yaitu berisi mengenai ajakan atau himbauan sederhana kepada masyarakat agar hidup rukun, saling gotong-royong, dan menjauhi hal-hal negatif.

Pesan-pesan ini disampaikan oleh komunikator yang dipilih berdasarkan kesepakatan dari para panitia penyelenggara *carfreeday* mulai dari ketua umum, humas, hingga jajaran lainnya. Dalam menyampaikan pesannya, para komunikator biasanya menyisipkan yel-yel dari BBC berdasarkan arahan atau masukan dari panitia penyelenggara *carfreeday*. Misalkan pada saat sang komunikator diberi kesempatan untuk memberi sambutan diatas panggung, maka komunikator tersebut akan meneriakan "BBC" maka para pengunjung diminta untuk menjawab "forever". Selain pesan yang disampaikan langsung oleh komunikator, ada juga pesan dari pihak BBC yang disampaikan dengan menggunakan alat bantu atau media seperti pesan-pesan ini :

Gambar 4.8

Pesan Dari Ketua Umum Buah Batu Corps.



Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2016

Sasaran khlayak adalah sebagian besar merupakan warga Kota Bandung, Karena itu Humas Organisasi Buah Batu Corps berupaya mengefektifkan penyampaian pesan dengan mengkombinasikan bahasa daerah yaitu bahasa sunda dengan bahasa Indonesia. Usaha ini dilakukan karena penyampaian pesan dengan bahasa daerah dapat mempererat rasa persaudaraan diantara Organisasi BBC sebagai penyelenggara dengan pengunjung kegiatan.

Sedangkan untuk penyampai pesan, Humas Organisasi Buah Batu Corps memilih *public figure* karena dinilai dapat menyampaikan pesan secara lebih efektif. Cukup banyak *Public Figure* yang berpartisipasi di acara *carfreeday* ini, diantaranya adalah Walikota Bandung Bapak Ridwan Kamil, dan ada artis-artis yang berasal dari Kota Bandung Seperti Andi rif. Selain itu juga banyak grup band asal Kota Bandung yang turut berpartisipasi di acara CFD ini, seperti band Jambrud, Ada Band, kuburan Band, dll.

Para komunikator tersebut tidak hanya datang untuk menghibur masyarakat yang hadir di kegiatan carfreday, namun juga para komunikator tersebut berusaha menyampaikan pesan yang telah dipersiapkan sebelumnya bersama pihak BBC. Dengan demikian, pengolahan pesan yang dirancang oleh Humas Organisasi BBC dapat tersampaikan kepada pengunjung.

Gambar 4.9

Ridwan Kamil Sebagai Penyampai Pesan



Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2016

Gambar 4.10

Andi rif Sebagai Penyampai Pesan



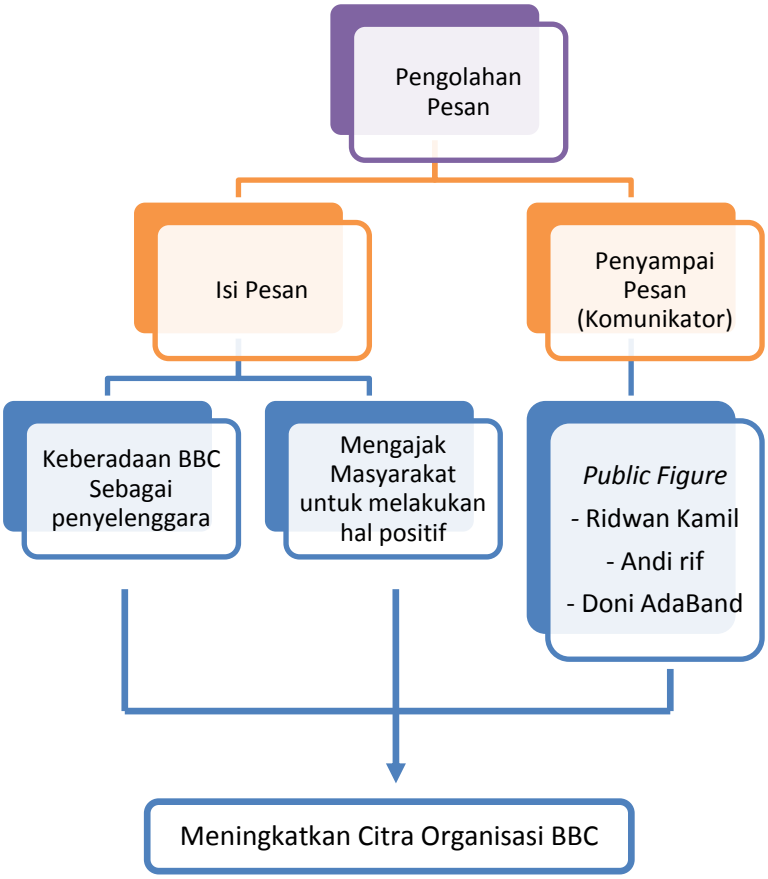
Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2016

Untuk itu diperlukan kunci-kunci pesan yang cocok dengan sasaran khalayak, pada kegiatan carfreeday buah batu Kota Bandung. Sesuai dengan apa yang ditanyakan oleh peneliti kepada informan kunci pertama dan kedua, peneliti memberikan pertanyaan mengenai pengolahan pesan apa saja yang dilakukan

dan disampaikan dalam Kegiatan *Carfreeday* ini, dan informan memberikan jawaban yang bertujuan untuk memberikan informasi yang terkait organisasi BBC kepada peserta kegiatan dan ingin mengubah *mindset* peserta kegiatan agar tidak lagi memandang organisasi Buah Batu Corps sebagai organisasi yang identik dengan premanisme dan hal-hal negative, melainkan BBC saat ini sudah memiliki kegiatan-kegiatan yang positif, salah satunya yaitu kegiatan *carfreeday*.

Gambar 4.11

Model Pengolahan Pesan Humas Organisasi BBC



Sumber : Peneliti, 2016

4.2.2 Penggunaan Media Humas Organisasi Buah Batu Corps Pada Kegiatan *Carfreeday* Buah Batu Bandung.

Penggunaan Media yang tepat terlebih dahulu harus mengetahui informasi lapangan yang telah dipetakan, yakni apakah khalayak yang menjadi target sasaran rata-rata mengetahui dan memiliki media yang di gunakan dalam kegiatan. Berdasarkan hasil wawancara secara mendalam dan obseravsi dengan informan, hasilnya bahwa Media yang dipakai Humas Organisasi Buah Batu Corps tidak lepas dari peran serta media, baik itu media massa maupun media komunikasi lainnya.

Gambar 4.12

Spanduk Sebagai Media Dari Organisasi BBC



Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2016

Salah Satu Contoh Spanduk yang berada di area CFD ini ditempatkan di tengah-tengah area CFD supaya masyarakat dapat melihat Spanduk ini dengan mudah meskipun sambil berolahraga. Spanduk-spanduk yang digunakan BBC, banyak menggunakan

latar hitam supaya para pengunjung mudah membedakan mana spanduk yang berasal dari BBC dan bukan, panitia ingin memiliki ciri khas yang berbeda dari spanduk-spanduk lainnya yang juga terdapat di area *carfreeday.*

Media yang digunakan dalam Kegiatan *Carfreeday* diantaranya adalah menggunakan Spanduk, Baliho, dan yang paling digemari adalah media hiburan yaitu panggung music, serta senam kesehatan yang mendukung keberlangsungan kegiatan carfreeday, karena yang disampaikan oleh informan pendukung kepada peneliti mengungkapkan bahwa media yang digunakan oleh Humas Organisasi BBC bisa diterima pengunjung kegiatan ini dan para pengunjung lebih mudah menyerap informasi yang disampaikan, juga merasa terhibur dengan media yang di gunakan dalam kegiatan *carfreeday*.

Media yang kedua, yaitu panggung music. Di panggung music ini terdapat berbagai hiburan yang diisi oleh *public figure*, seniman Kota Bandung, ataupun para panitia dari organisasi BBC itu sendiri. Panggung merupakan media yang menarik bagi para pengunjung kegiatan karena posisinya berada di tengah-tengah area carfreeday, panggung ini merupakan titik yang paling ramai dan paling mendapat perhatian. Maka dari itu, penyampaian pesan yang dilakukan melalui panggung ini dapat dilakukan dengan efektif karena sebagian besar pengunjung berkumpul disini.

Gambar 4.13

Panggung Sebagai Media Dari Organisasi BBC



Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2016

Para peserta *carfreeday* juga tidak merasa canggung untuk berinteraksi dengan panitia yang terlibat di acara tersebut, selain itu para pengunjung *carfreeday* juga tidak kesulitan untuk menemui panitia penyelenggara acara tersebut karena para panitia menggunakan atribut organisasi BBC seperti kemeja, jaket, topi, ataupun kaos yang bergambar logo organisasi BBC.

Atribut juga merupakan media dari BBC dalam menyampaikan pesannya kepada pengunjung *carfreeday.* Dengan adanya para panitia yang menggunakan atribut, maka para pengunjung dapat melihat organisasi BBC sebagai organisasi yang menyelenggarakan kegiatan ini.

Gambar 4.14

Atribut Sebagai Media Dari Organisasi BBC



Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2016

Penggunaan Media seperti Spanduk, dan Baliho dipilih karena ukurannya yang besar dan mudah dilihat. Hal ini bertujuan untuk mempermudah penyampaian pesan kepada khalayak sasaran yang berada di kegiatan *carfreeday* karena pengunjung kegiatan ini sebagian besar pasti banyak berjalan berlalu-lalang dan juga berolahraga, maka dari itu dibutuhkan media dengan ukuran besar agar mudah dilihat.

Sedangkan penggunaan panggung musik sebagai media penyampaian pesan bertujuan untuk mendapatkan perhatian dan mengumpulkan khalayak sasaran. Dalam usaha menyampaikan pesan, Humas Organisasi Buah Batu Corps bekerja dengan *public figure* atau tokoh yang sudah dikenal dikalangan masyarakat luas. Beberapa public figure yang datang dan berpartisipasi dalam kegiatan *carfreeday* diantaranya adalah Walikota Bandung Bapak

Ridwan Kamil, Andi rif, Doni AdaBand, dan seniman-seniman lainnya yang berasal dari kota Bandung.

Salah satu media lainnya adalah atribut atau seragam dari anggota BBC yang menjadi panitia di kegiatan *carfreeday*. Dengan digunakannya atribut oleh panitia *carfreeday* maka pengunjung dapat mudah menemui para panitia untuk meminta bantuan ataupun meminta informasi apapun yang berkaitan dengan organisasiBBC.

Gambar 4.15

Model Penggunaan Media Humas Organisasi

Buah Batu Corps



Sumber : Peneliti, 2016

4.2.3 Hambatan Humas Organisasi Buah Batu Corps Pada Kegiatan *Carfreeday* Buah Batu Bandung.

Hambatan merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi dapat mengganggu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan maupun sebaliknya. Hambatan merupakan sesuatu yang sulit dihindari dalam berkomunikasi. Humas Organisasi Buah Batu Corps pun mengalami hambatan dalam proses menjalankan strategi komunikasi dalam upaya meningkatkan citra di kalangan masyarakat Kota Bandung.

Secara umum hambatan memang berasal dari internal maupun eksternal Organisasi Buah Batu Corps yang mana ini bisa mempersulit tercapainya tujuan yang ingin dicapai oleh Organisasi Buah Batu Corps yaitu meningkatkan citranya di kalangan masyarakat Kota Bandung. Hambatan yang datang dari masalah internal yaitu seperti pengaturan pelaksanaan *Carfreeday* supaya tertib, dari pembukaan jalan yang masih ramai hingga berhasil steril dari kendaraan bermotor.

Selain itu juga masalah sumber daya manusia dari panitia *carfreeday* ini sebagian besar adalah senior-senior organisasi BBC yang telah berusia diatas 40 tahun, sehingga terlihat kurangnya sumber daya manusia dari kalangan generasi muda organisasi BBC ini saat pelaksanaan *Carfreeday*. Anggota panitia *carfreeday* menjadi salah satu penentu keberhasilan tercapainya tujuan

meningkatkan citra karena para anggota harus dapat menjadi contoh yang baik bagi para pengunjung, apabila para anggota panitia melakukan hal-hal negatif maka tentu saja justru akan memperburuk citra dikalangan pengunjung *carfreeday.*

Gambar 4.16

Ketertiban Sebagai Salah Satu Hambatan



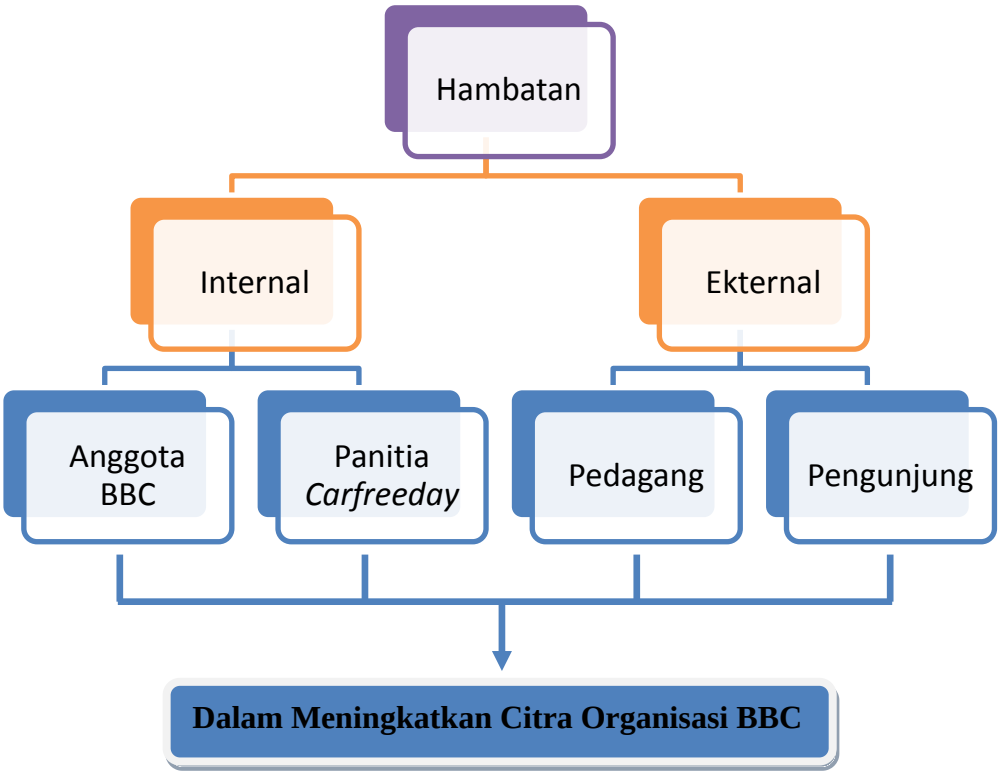
Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2016

Masalah hambatan ekternal adalah seperti pembayaran dana kebersihan yang didapatkan dari para pedagang yang sebagian besar adalah pedagang makanan dan pakaian. Para pedagang kerap kali menganggap iuran kebersihan sebagai pungutan liar, dan hambatan yang terakhir adalah mengenai ketertiban dan kebersihan jalan raya buah batu seusai pelaksanaan acara *carfreeday* yang bisa saja menjadi hambatan tercapainya citra positif dari Organisasi Buah Batu Corps. Apabila ketertiban dan kebersihan area sekitar Buah Batu yang dijadikan wilayah *carfreeday* tidak terjaga, maka hal tersebut akan memperburuk citra BBC karena justru akan merugikan masyarakat dan berarti

BBC tidak dapat memberikan hal yang positif bagi masyarakat sekitar area *carfreeday.*

Gambar 4.17

Model Hambatan Humas Organisasi Buah Batu Corps

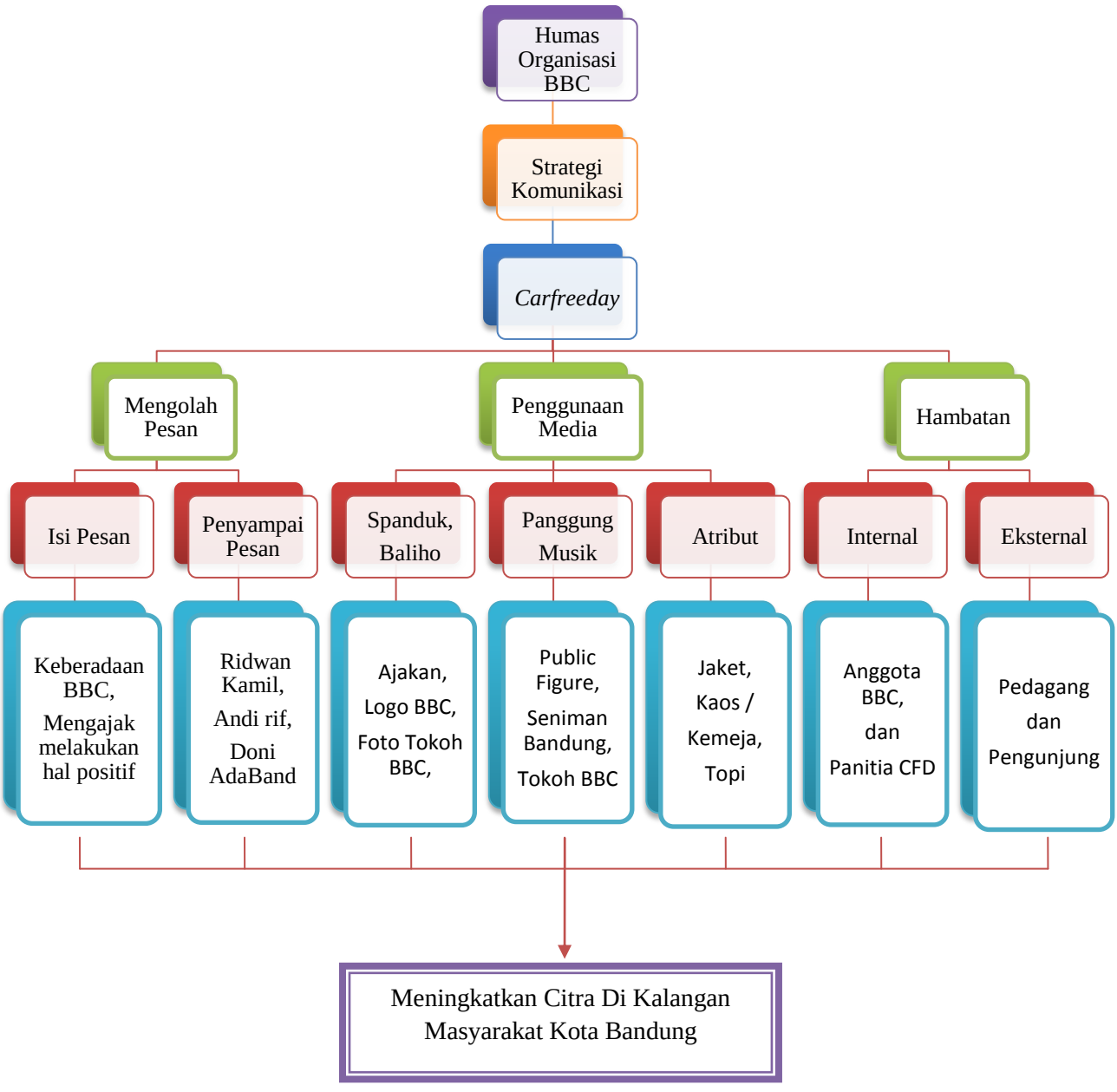


Sumber : Peneliti, 2016

Gambar 4.18

Model Strategi Komunikasi Humas Organisasi

Buah Batu Corps



Sumber : Peneliti, 2016