

Pola Komunikasi Humas PMI di Masa Pandemi

Arshky Muntazmahal*, Mohamad Subur Drajat

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*arshky08@gmail.com, mohamad.subur@unisba.ac.id

Abstract. The Covid-19 outbreak is a very big problem for the community because they cannot carry out their usual activities and are forced to stay at home. Covid-19 requires social distancing, not crowding, and maintaining personal and environmental hygiene. Therefore, the public needs information regarding the prevention of Covid-19. PMI as a health organization contributes to the handling of the Pandemic in Indonesia. This study aims to determine PMI's communication activities with the community during the pandemic, to find out the use of Communication Media, to know about PMI's Public Relations Information Management, and to know PMI's PR in carrying out interactions with the community. The research method used in this study is qualitative with a Case Study approach, and Constructivism Paradigm. The data collection techniques used were in-depth interviews, observations, literature studies, and documentation with data reduction analysis techniques. The results of the research in this study Public Relations of PMI used communication media in conveying information regarding the prevention of Covid-19 to the public. PMI stakeholders take advantage by using social media, print media, and electronic media. PMI manages Covid-19 response messages by obtaining information from credible sources, aligning information, classifying messages, and organizing messages. PMI Public Relations conducts interactions with the community through Customer Service, through social media and obtains feedback from interactions with the community. In PMI Bandung City's PR communication activities, use time in total, interact with the community, and communicate instrumentally.

Keywords: Covid-19 Pandemic, Public Relations, PMI

Abstrak. Wabah Covid-19 menjadi masalah yang sangat besar bagi masyarakat karena tidak bisa beraktivitas seperti biasanya dan terpaksa harus berdiam diri di rumah. Covid-19 mengharuskan untuk menjaga jarak sosial, tidak berkerumun, dan menjaga kebersihan diri maupun lingkungan. Maka dari itu masyarakat membutuhkan informasi mengenai penanggulangan Covid-19. PMI sebagai sebuah organisasi kesehatan berkontribusi dalam penanganan Pandemi di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas komunikasi PMI dengan masyarakat di masa pandemi, mengetahui pemanfaatan Media Komunikasi, mengetahui mengenai Pengelolaan Informasi Humas PMI, dan mengetahui Humas PMI dalam melaksanakan interaksi dengan masyarakat. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini kualitatif dengan pendekatan Studi Kasus, dan Paradigma Konstruktivisme. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara mendalam, observasi, studi pustaka, dan dokumentasi dengan teknik analisis reduksi data. Hasil penelitian pada penelitian ini Humas PMI memanfaatkan media komunikasi dalam menyampaikan informasi mengenai penanggulangan Covid-19 kepada masyarakat. Stakeholder PMI memanfaatkan dengan menggunakan media sosial, media cetak, dan media elektronik. PMI mengelola pesan penanggulangan Covid-19 dengan memperoleh informasi dari sumber yang kredibel, menyelaraskan informasi, klasifikasi pesan, dan mengorganisir pesan. Humas PMI melaksanakan interaksi dengan masyarakat melalui Customer Service, melalui media sosial dan memperoleh umpan balik dari interaksi dengan masyarakat. Pada aktivitas komunikasi Humas PMI Kota Bandung memanfaatkan waktu secara total, interaksi dengan masyarakat, dan melakukan komunikasi secara instrumental.

Kata Kunci: *Pandemi Covid-19, Humas, PMI.*

A. Pendahuluan

Di masa Pandemi Covid-19 yang mewabah diseluruh dunia, banyak masyarakat yang terdampak virus Covid-19. Wabah Covid-19 menjadi masalah yang sangat besar bagi masyarakat karena tidak bisa beraktivitas seperti biasanya dan terpaksa harus berdiam diri di rumah. Covid-19 mengharuskan untuk menjaga jarak sosial, tidak berkerumun, dan menjaga kebersihan diri maupun lingkungan. Selain berdampak bagi kesehatan, Covid-19 juga berdampak bagi perekonomian Dunia.

Dalam upaya menanggulangi Pandemi Covid-19 pemerintah bekerjasama dengan beberapa organisasi/ instansi kesehatan seperti, organisasi kesehatan dunia WHO (*World Health Organization*), Kemenkes (Kementerian Kesehatan), Dinas Kesehatan, dan PMI (Palang Merah Indonesia). Cara tersebut dilakukan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia dalam upaya menangani Covid-19 dengan memanfaatkan teknologi sebagai alat penyampai informasi. Sama halnya dengan PMI (Palang Merah Indonesia) dalam menanggulangi Pandemi dengan cara memanfaatkan teknologi sebagai alat kampanye penanggulangan Covid-19. PMI bukan hanya sekedar organisasi donor darah yang membantu menyuplai darah dan juga menerima darah dari pendonor. Namun, di masa pandemi seperti ini PMI juga membantu menangani Pandemi dengan program bantuan penanganan Covid-19. Penyampaian informasi yang dilakukan PMI, khususnya PMI Kota Bandung melalui media cetak, media elektronik, dan media sosial. Informasi yang disampaikan oleh PMI Kota Bandung mengenai Donor Darah, Protokol kesehatan, informasi seputar kesehatan, seminar mengenai kesehatan, dan informasi mengenai vaksin.

Dalam aktivitas komunikasinya PMI merupakan pengelola informasi yang berupaya untuk memberikan informasi penanggulangan Covid-19 kepada Masyarakat. Hal tersebut dikarenakan PMI bertugas sebagai sukarelawan serta pelayan sosial. Aktivitas komunikasi tersebut bersifat informatif lebih banyak ditujukan pada perluasan edukasi dan kesadaran masyarakat mengenai bahaya Covid-19. Dalam upaya tersebut PMI menjalankannya secara profesional dengan memberikan layanan yang berkualitas kepada masyarakat. Upaya PMI dalam mengelola informasi tersebut dilakukan dengan cara memanfaatkan teknologi sebagai alat kampanye penanggulangan Covid-19. Melansir dari pmi.or.id Peran PMI dalam menangani Covid-19 melibatkan relawan PMI mulai dari Palang Merah Remaja (PMR), Korps Suka Rela (KSR), Tenaga Suka Rela (TSR) dan Donor darah Suka Rela. Selain itu, program kerja yang dijalankan PMI dalam menangani Covid-19 dengan kampanye kesehatan (disiplin protokol kesehatan) baik secara langsung maupun tidak langsung, penyemprotan disinfektan, donor plasma darah, terapi plasma konvalesens untuk perawatan pasien Covid-19 bergejala berat, bantuan logistik, dan bantuan paket kesehatan.

Penyampaian informasi mengenai program-program yang dijalankan oleh PMI dilakukan secara berkala agar masyarakat sadar dan mengetahui informasi seputar penanganan Covid-19. Salah satu kegiatan komunikasi yang dilakukan humas PMI dalam penanggulangan Covid-19 yaitu menangani kebutuhan plasma darah di masa Pandemi. Kegiatan tersebut dilakukan dengan komunikasi bersifat informatif, tentunya dengan tetap mematuhi aturan yang sudah ditetapkan secara internasional yaitu berjarak minimal 1-2 meter untuk menyampaikan pesan secara langsung kepada masyarakat.

Menurut Grunig dan Hunt dalam Kriyantono (2017: 12) Aktivitas Komunikasi PR bisa dilakukan dengan cara:

1. *Model Press Agency* (menekankan pada praktek PR yang fokus pada upaya promosi, publisitas, dan propaganda public)
2. *Model Public information* bertujuan untuk memberi informasi kepada publik.
3. *Model Twoway Asymmetrical* adalah model pertama yang menggunakan riset ilmu sosial untuk mengukur serta menilai publik dari suatu organisasi dan kemudian mempertimbangkannya dalam perumusan program-program PR.
4. *Model Two-Way Symmetrical* menekankan pada adanya kemauan dari dua belah pihak untuk saling menyesuaikan diri.

Cara penyampaian komunikasi PMI di atas sejalan dengan pendapat Efendi dalam Harahap (2020: 46) Interaksi sosial adalah hubungan antara individu satu dengan individu yang lain, individu satu dapat mempengaruhi individu yang lain atau sebaliknya, jadi terdapat adanya hubungan yang saling timbal balik. Hubungan tersebut dapat antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, atau kelompok dengan kelompok.

Maka, semua pihak dalam organisasi PMI sesungguhnya dapat menjadi pelaku humas asalkan memiliki integritas dan kemampuan untuk mengkomunikasikan nilai atau pesan-pesan organisasi berupa isu atau informasi. Pelaku humas harus tanggap dan proaktif dalam mengkomunikasikan informasi tersebut kepada kalangan internal maupun eksternal organisasi. Dia juga harus mampu menghadapi dan mengatasi masalah krisis komunikasi yang dihadapi organisasi dengan meredakan isu negatif yang berpengaruh pada citra organisasi (Reksaningtyas, dkk 2009: 05).

Berdasarkan Konteks Penelitian yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Pola Komunikasi Humas Palang Merah Indonesia dalam menangani penanggulangan Covid-19 di Kota Bandung. Hal ini tentu saja didasarkan pada permasalahan yang ada pada pola komunikasi Humas PMI Kota Bandung.”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Mengetahui Pemanfaatan Media Komunikasi dalam menyampaikan informasi mengenai penanggulangan Covid-19 Kepada Masyarakat.
2. Mengetahui Mengenai Pengelolaan Pesan/ Informasi Humas PMI.
3. Mengetahui Humas PMI dalam Melaksanakan Interaksi dengan Masyarakat.
4. Mengetahui Aktivitas Komunikasi PMI dengan Masyarakat di Masa Pandemi. dikenal oleh masyarakat.

B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan metode kualitatif dan paradigma konstruktivisme dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Subjek yang dipilih dalam penelitian ini adalah Humas, anggota PMI, dan seseorang yang mempunyai pengetahuan dan memiliki kemampuan dalam menyampaikan pendapatnya mengenai Pola Komunikasi Humas PMI.

Pada permasalahan tersebut digunakan metode kualitatif karena penelitian memiliki keunikan dari permasalahan yaitu aktivitas komunikasi yang dilakukan Humas di masa Pandemi kepada masyarakat. Selain itu, metode kualitatif dipilih karena penelitian ini mengkaji dan menunjukkan pentingnya suatu penelitian mengenai pola komunikasi Humas PMI di masa Pandemi sehingga peneliti dapat mengetahui Pola Komunikasi yang dilakukan oleh Humas PMI Kota Bandung. Dengan teknik pengambilan data diperoleh aktivitas komunikasi PMI Kota Bandung dalam menanggulangi Pandemi Covid-19. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam, observasi, studi pustaka dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis reduksi data.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pola Komunikasi Humas PMI Dalam Memanfaatkan Media Komunikasi

Berikut adalah penelitian mengenai Pola Komunikasi Humas PMI dalam memanfaatkan Media Komunikasi, yang diuji menggunakan teknik analisis reduksi data. Hasil pengujian dijelaskan pada bagan 1.

Bagan 1. Pola Komunikasi Humas PMI dalam memanfaatkan Media Komunikasi



Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2022.

Dari bagan di atas, dapat diketahui bahwa Stakeholder PMI Kota Bandung menyampaikan informasi dengan menyebarkan informasi kepada seluruh masyarakat melalui PMI kecamatan, aparat setempat, serta kumpulan PMR (Palang Merah Remaja), KSR (Korps Sukarela), dan PMI Kecamatan. PMI Kota Bandung memanfaatkan media sosial berupa Instagram, Facebook, dan WhatsApp sebagai media komunikasi. Selain itu PMI memanfaatkan media elektronik dengan masuk ke beberapa radio-radio dan juga peneras suara/ speaker sebagai media elektronik penyampai informasi. Brosur, leaflet dan pamflet digunakan PMI agar masyarakat mendapat informasi mengenai penanggulangan Covid-19.

PMI dalam menjalankan peran humas tentunya menjadi pengelola media komunikasi yang ditujukan untuk kepentingan para stakeholder. Penyampaian informasi kesehatan dalam upaya pencegahan penularan Covid disampaikan sesuai dengan kebijakan Lembaga.

Menurut Chandra (2009) Mengelola hubungan Pemangku Kepentingan adalah penting memperhatikan Apa yang terjadi pada pihak pemangku kepentingan sehingga keputusan perusahaan dalam menetapkan strategi misalnya tepat dengan kebutuhan. Sejalan dengan pendapat tersebut stakeholder PMI Kota Bandung memanfaatkan media komunikasi bersama para stakeholder untuk

membuat suatu kebijakan dalam memanfaatkan media komunikasi sebagai alat menyampai informasi. Mengelola stakeholder dalam memanfaatkan media komunikasi bertujuan agar strategi yang ingin dicapai oleh PMI tercapai sesuai dengan target. Sehingga mengelola stakeholder dalam memanfaatkan media komunikasi sangat penting bagi humas PMI Kota Bandung. Stakeholder PMI memanfaatkan media komunikasi sebagai alat penyampai informasi kepada masyarakat bersifat satu arah atau dua arah.

Jefkins (2004: 84-86) menjelaskan terdapat beberapa jenis-jenis media humas sebagai media-media utama bagi kegiatan public relations, diantaranya, (1) Media Pers (Press); (2) Audio-visual. Media ini terdiri dari slide dan kaset video, atau biasa juga gulungan film-film documenter; (3) Radio; (4) Televisi; (5) Pameran; (6) Bahan-bahan cetakan (Printed Material); (7) Penerbitan buku khusus (Sponsored Books). Isi buku ini bisa bermacam-macam, misalnya saja mengenai selukbeluk organisasi, petunjuk lengkap mengenai penggunaan produk-produknya atau bisa juga keterangan tentang berbagai aspek yang berkenaan dengan produk atau organisasi itu sendiri; (8) Surat Langsung (Direct Mail); (9) Pesan-pesan lisan (Spoken Word); (10) Pemberian sponsor (Sponsorship). Organisasi atau perusahaan bisa pula menjalankan kegiatan humasnya melalui penyediaan dana atau dukungan tertentu atas penyelenggaraan suatu acara seni, olahraga ekspedisi, beasiswa universitas, sumbangan amal, dan sebagainya; (11) Jurnal Organisasi (House Journal); (12) Ciri khas (House Style) dan identitas perusahaan (Corporate Identity); dan (13) Bentuk-bentuk media humas lainnya. Masih banyak lagi bentuk-bentuk media humas. Seiring dengan evolusi waktu dan kemajuan teknologi, bisa dipastikan bahwa media tersebut akan semakin bervariasi di masa mendatang.

Sejalan dengan pendapat diatas bahwa humas PMI Kota Bandung memanfaatkan media sebagai media-media utama kegiatan *Public Relations* antara lain memanfaatkan radio, printed material (Brosur, pamflet, dan leaflet), pesan-pesan lisan yang disampaikan melalui pengeras suara, dan media sosial. Media-media tersebut digunakan oleh Humas PMI dalam menyampaikan informasi mengenai penanggulangan Covid-19 kepada masyarakat dengan tujuan agar informasi yang disampaikan dapat tersampaikan secara efektif, efisien, dan mudah di terima oleh berbagai kalangan. Humas PMI Kota Bandung dalam memanfaatkan media sosial di era 4.0 ini merupakan hal yang perlu ditekuni seorang praktisi humas pada organisasi. Pada kegiatan memanfaatkan media sosial di PMI Kota Bandung, media sosial digunakan sebagai alat komunikasi publik untuk mencegah terjadinya disinformasi menyebar kepada masyarakat yang menimbulkan berbagai opini mengenai PMI dari masyarakat. Hal tersebut merupakan kegiatan dari *Public Relations Digital* (PR Digital), artinya seorang PR/ Humas memanfaatkan teknologi digital sebagai penyampai informasi.

Menurut Nasution (2018) *Digital Public Relations* dengan kata lain *e-PR* atau yang dikenal juga *Cyber Public Relations* merupakan persepsi baru yang dewasa ini banyak digunakan dalam meningkatkan dan memperhatikan reputasi sebuah institusi atau organisasi. AKtivitas *Digital Public Relations* merupakan bagian dari implementasi kegiatan kehumasan yang memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi pada sebuah organisasi atau perusahaan. Sejalan dengan pendapat tersebut bahwa humas PMI menjalankan praktik PR di era teknologi komunikasi dengan baik maka humas PMI menyesuaikan keadaan dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat penyampai informasi. Media sosial digunakan sebagai alat penyampai informasi karena media sosial mudah digunakan untuk menyampaikan informasi terutama di masa pandemi.

Pada pemanfaatan Media elektronik yang dimanfaatkan PMI dalam menyampaikan informasi mengenai Covid-19 menggunakan Radio. Radio bersifat heterogen, tidak hanya kalangan tertentu tapi semua kalangan bisa menerima informasi dari radio. Selain itu radio merupakan media audio yang bersifat atraktif atau mengandalkan indera pendengaran untuk menarik audiens. Radio bersifat luas dan fleksibel sehingga penggunaannya yang luas di tengah masyarakat.

Media Komunikasi dapat dipahami sebagai teknologi yang mampu mengirim ataupun menerima pesan yang hendak disampaikan oleh pengirim kepada penerima. Sebuah teknologi dapat dikatakan menjadi media komunikasi apabila teknologi tersebut mampu menyampaikan pesan komunikasi dan mempermudah proses komunikasi (Situmeang, 2020: 14). Sejalan dengan pendapat tersebut bahwa teknologi yang mampu mengirim atau menerima pesan akan mempermudah proses komunikasi. Pemanfaatan media komunikasi sebagai wadah informasi tentunya dibangun oleh sarana komunikasi yang mendukung penyampaian informasi agar lebih cepat sampai kepada masyarakat dengan memperhatikan peralatan yang digunakan sebagai penunjang keberhasilan penyampaian informasi.

PMI Kota Bandung juga menyampaikan informasi mengenai penanggulangan Covid-19 melalui media cetak. Cara memilih media tersebut karena tidak semua masyarakat memiliki sosial media sebagai alat penerima informasi sehingga PMI Kota Bandung melakukannya dengan menyebar leaflet dan semacamnya kepada masyarakat agar semua lapisan masyarakat baik dewasa, remaja, dan anak-anak mendapatkan informasi yang sama.

Situmeang (2020: 15) Media Konvensional merupakan penyampaian pesan yang sifatnya one

way communications (komunikasi satu arah). Komunikasi satu arah adalah penyampaian pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan namun komunikannya tidak dapat atau tidak mempunyai kesempatan untuk memberikan umpan balik kepada komunikator. Komunikasi satu arah bisa dikatakan sebagai komunikasi yang tidak memberi kesempatan kepada komunikan dalam memberikan tanggapan/umpan balik (*feed back*). Dimana pada komunikasi satu arah ini komunikatornya aktif sedangkan komunikannya pasif. Pendapat tersebut membuktikan bahwa media konvensional sifatnya hanya satu arah. Penyampaian pesan yang dilakukan oleh PMI Kota Bandung melalui media konvensional cetak hanya dilakukan dari pihak komunikator dengan tidak memberikan kesempatan kepada komunikan untuk memberikan respon. Keuntungannya, informasi yang disampaikan lebih cepat sampai dan efisien.

Media cetak digunakan sebab media konvensional cetak dapat memudahkan masyarakat yang tidak memiliki akses internet untuk memperoleh informasi. Media cetak dinilai lebih nyaman untuk dibaca tidak menimbulkan radiasi saat membaca diwaktu yang cukup lama, media cetak juga lebih mudah untuk menjelaskan hal-hal yang bersifat kompleks. Sejalan dengan pendapat Siregar dan Pasaribu dalam Situmeang (2020: 49) kualitas dari media cetak dapat dilihat dari kualitas tampilan visual dan kualitas informasi yang disajikan. Hal tersebut merupakan hasil akhir dari serangkaian kerja yang panjang. Rangkaian kerja panjang dapat terlaksana berdasarkan pengelolaan standar yang terarah dan berkesinambungan. Pengelolaan tersebut kemudian bermuara ke tujuan paling akhir dari setiap upaya penerbitan yaitu menghasilkan media yang memuaskan pembaca. Maka PMI Kota Bandung memanfaatkan Stakeholer PMI dalam Menyampaikan Informasi Covid-19, melalui media sosial, media konvensional elektronik dan media cetak sebagai media komunikasi.

Pola Komunikasi Humas PMI Dalam Pengelolaan Pesan

Bagan 2. Pola Komunikasi Humas PMI dalam pengelolaan



Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2022.

Dari bagan di atas, dapat diketahui bahwa PMI Kota Bandung mengelola pesan dengan mendapatkan informasi mengenai Covid-19 bersumber dari Dinas kesehatan, PMI Pusat, PMI kewilayahan, dan pemerintah. Informasi yang telah didapat di koordinasikan bersama unit kerja PMI. Koordinasi dilakukan agar penerima informasi dapat memahami informasi secara baik. Mengelola informasi yang telah di koordinasikan dengan unit kerja PMI Kota Bandung, dirangkum untuk mempermudah pembaca dalam menerima informasi yang didapat. Mengelola informasi yang belum sampai kepada masyarakat dilakukan dengan proses editing. Proses editing juga dapat mempermudah penerima informasi dalam menerimanya. Temuan pada penelitian mengenai pengelolaan pesan ini adalah PMI Kota Bandung mengelola pesan dengan sumber informasi yang kredibel, penyelarasan pesan, kategorisasi pesan, dan mengorganisir pesan.

Pesan atau informasi merupakan hal penting untuk diketahui bagi setiap penerima informasi sesuai dengan kebutuhannya. Di masa Pandemi ini informasi merupakan hal yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat terutama informasi mengenai penanggulangan Covid-19. PMI Kota Bandung menilai bahwa informasi mengenai Covid-19 sangat penting disampaikan karena untuk memutus rantai penularan Covid-19. Strategi untuk menyampaikan informasi mengenai penanggulangan Covid-19 yang dilakukan oleh PMI Kota Bandung dengan membuat tim media informasi untuk mengelola informasi dengan akurat.

Grunig dan Hunt dalam Kriyantono (2017: 12) melihat perkembangan praktik *Public Relations* melalui empat model. Keempat model humas tersebut adalah (1) model *Press Agency* (keagenan pers) atau model propaganda; (2) model informasi publik (*Public Information Model*); (3) model asimetris dua arah (*Two-Way Asymmetrical Model*); dan (4) model simetris dua arah (*Two-Way Symmetrical Model*).

Sependapat dengan pernyataan diatas bahwa mengelola pesan pada PMI Kota Bandung sejalan dengan teknik komunikasi yang dikemukakan Grunig dan Hunt yaitu pada model *Public Information* yaitu bertujuan untuk memberikan informasi kepada publik. Informasi publik yang disampaikan humas PMI Kota Bandung dengan cara yang terbuka untuk publik sehingga keterbukaan informasi bersifat transparan tanpa adanya kerahasiaan. Sesuai dengan teori diatas humas PMI Kota Bandung melakukan pengelolaan pesan dengan Model *Two-Way Symmetrical* dilakukan humas secara konseptual. Maksudnya

pada aktivitas humas sebagai penyampai informasi, humas PMI Kota Bandung melakukan pengelolaan informasi berdasarkan sumber-sumber terpercaya dan menekankan pada adanya kemauan dari komunikator dan komunikan untuk saling menyesuaikan diri atau Komunikasi dua arah dengan efektif yang seimbang.

Sumber informasi yang kredibel harus menjadi fokus utama dalam penyajian pemberitaan sehingga isi dari berita media daring dapat objektif. Idealnya Media Massa bertindak sebagai storyteller dari sebuah peristiwa (Prajarto dalam Handiyani dan Anang Hermawan, 2017: 55). Dapat dibuktikan dengan pendapat tersebut bahwa kredibilitas pesan/ informasi yang menjadi fokus utamanya adalah pada penyajian berita yang isinya bersifat objektif. Objektif berarti pesan tersebut sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, sesuai dengan fakta yang ada dilapangan tanpa dipengaruhi pendapat atau pandangan pribadi mengenai isi pesan tersebut. Pada penyampaian pesan yang dilakukan PMI Kota Bandung kepada masyarakat mengenai penanggulangan Covid-19 dengan sumber yang kredibel atau terpercaya. Mengelola pesan dilakukan sebelum pesan tersebut sampai kepada masyarakat dengan penyesuaian pesan atau menyesuaikan isi pesan dengan keadaan dilapangan merupakan salah satu cara mengelola pesan yang dilakukan humas PMI Kota Bandung.

Pengelolaan pesan dengan teknik penyusunan pesan yang bersifat informatif dan penyusunan pesan yang bersifat persuasif. Penyusunan pesan yang bersifat informatif lebih banyak ditujukan pada perluasan wawasan dan kesadaran khalayak. Proses lebih banyak bersifat difusi atau penyebaran, sederhana, jelas, dan tidak banyak menggunakan jargon atau istilah-istilah yang kurang populer di kalangan khalayak. Penyusunan pesan yang bersifat persuasif memiliki tujuan untuk mengubah persepsi, sikap dan pendapat khalayak. Sebab, penyusunan pesan persuasif memiliki sebuah proposisi (Cangara, 2004: 111). Sejalan dengan pendapat ahli tersebut, PMI Kota Bandung mengelola pesan dengan menyusun isi pesan secara jelas, sederhana, tidak menggunakan istilah-istilah yang sulit untuk dipahami orang lain. Hal tersebut termasuk kedalam pengelolaan pesan yang bersifat informatif. Pesan yang informatif disampaikan PMI Kota Bandung untuk menyakinkan penerima pesan dalam menerima pesan yang diberikan PMI. Pada pengelolaan pesan, PMI menyampaikan pesan yang bersifat informatif yaitu, pesan yang disampaikan kepada masyarakat adalah pesan yang benar-benar berdasarkan informasi yang perlu diketahui masyarakat. Selain pesan yang disampaikan secara informatif, PMI Kota Bandung juga menyampaikan pesan yang bersifat persuasif atau ajakan. Pesan yang disampaikan secara persuasif merupakan pesan yang bernuansa mengajak setiap masyarakat untuk aktif dalam setiap kegiatan PMI.

Dalam mengelola pesan mengenai penanggulangan Covid-19 dilakukan dengan mengkategorikan pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat. Mengkategorikan pesan dilakukan secara efektif yaitu pesan yang disampaikan mudah dimengerti sebagaimana yang dimaksud oleh pengirim pesan, selain itu kategorisasi pesan dilakukan dengan adanya susunan pesan yang sistematis atau pesan dirumuskan secara teratur sehingga membentuk pesan yang runtut/ sesuai. Mengelola pesan pada penanggulangan Covid-19 di PMI Kota Bandung dikemukakan melalui pendapat yang dapat membuktikan kesimpulan dari isi pesan tersebut berdasarkan pengetahuan yang sudah sesuai dengan faktanya. Pengolahan pesan dilakukan dengan berbagai pertimbangan dan strategi yang dilakukan humas PMI agar pesan yang disampaikan kepada masyarakat dapat diterima baik dan mudah dipahami. Pesan yang biasanya dapat disebarluaskan kepada masyarakat berupa pesan yang sifatnya tidak ada unsur kerahasiaan, namun untuk pesan yang tidak di sampaikan kepada masyarakat merupakan pesan yang bersifat rahasia atau hanya pihak internal saja yang hanya boleh mengetahui pesannya maka dilakukanlah pengkategorian pesan.

Sesuai dengan UU Nomor 14 Tahun 2008, Pasal 2, Ayat 1 dan 2, yaitu (1) Setiap Informasi Publik bersifat terbuka dan dapat diakses oleh setiap Pengguna Informasi Publik; (2) Informasi Publik yang dikecualikan bersifat ketat dan terbatas. Dan diperkuat dengan Ayat 4 yang berisi Informasi Publik yang dikecualikan bersifat rahasia sesuai dengan Undang-Undang, kepatutan, dan kepentingan umum didasarkan pada pengujian tentang konsekuensi yang timbul apabila suatu informasi diberikan kepada masyarakat serta setelah dipertimbangkan dengan saksama bahwa menutup Informasi Publik dapat melindungi kepentingan yang lebih besar daripada membukanya atau sebaliknya. Dalam Undang-Undang menjelaskan tentang keterbukaan informasi publik dan informasi yang bersifat rahasia maka, sejalan dengan UU tersebut Humas PMI Kota Bandung melakukan pengkategorian dalam mengelola pesan untuk disampaikan kepada publik. Informasi yang sampai kepada publik telah melewati proses pengelolaan dengan pengkategorian pesan menghasilkan pesan yang baik, informasi yang diterima adalah informasi baru, informasi dapat dengan jelas diterima publik, informasi menjadi daya tarik tersendiri bagi penerimanya, dan informasi tersebut berkualitas.

Pengelolaan informasi sama dengan pengelolaan sistem yang bertujuan untuk menghasilkan informasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Adapun mekanisme pada pengelolaan sistem informasi itu sendiri mengikuti proses tahapan dari transformasi informasi yang merupakan tindak lanjut

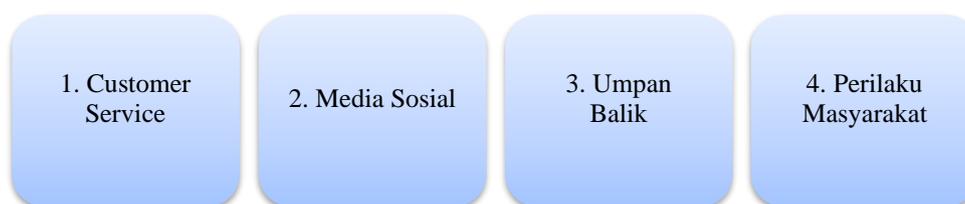
dari tahapan proses data menjadi informasi yang terdiri dari 5 tahapan yaitu pengumpulan data, pengolahan data, analisis, penyajian dan penyebarluasan, serta dokumentasi atau penyimpanan (Hamalik dalam Lestari, dkk, 2016: 62). Sejalan dengan pendapat tersebut bahwa PMI mengelola pesan berdasarkan tahapan-tahapan yang merupakan tindak lanjut dari proses pengiriman pesan yaitu, penyalarsan pesan, kategorisasi pesan, dan mengorganisir pesan. Menurut Siahaan (1991: 73) hal yang perlu diperhatikan komunikator di dalam mengelola pesan yang akan disampaikan pada komunikan yaitu, (1) Jelas (*clear*); (2) Mengandung kebenaran yang sudah diuji (*correct*); (3) Pesan itu ringkas (*concise*); (4) Pesan itu mencakup keseluruhan (*comprehensive*); (5) Pesan itu nyata (*conerete*); (6) Lengkap (*complete*) dan disusun secara sistematis; (7) Pesan itu menarik dan menyakinkan (*convincing*); (8) Pesan itu disampaikan dengan sopan (*courtesy*); dan (9) Nilai pesan itu sangat mantap (*consistent*).

Sejalan dengan pendapat ahli diatas mengelola pesan dengan mengorganisir pesan dilakukan PMI Kota Bandung dengan memperhatikan pengelolaan pesan secara jelas pesan yang disampaikan seperti apa, mengandung fakta sesuai dengan keberadaannya, pesan disampaikan secara singkat namun pesan yang disampaikan menyeluruh, pesan yang disampaikan menarik perhatian penerima pesan dengan menyampaikan pesan melalui foto, video, atau infografis, selain itu pengelolaan pesan melalui tahapan pengorganisir dilakukan guna meminimalisir kesalahan atau informasi yang bersifat rahasia. Mengelola informasi dengan proses organisir pesan dilakukan agar lebih menarik dan mudah untuk diterima masyarakat, terutama pada informasi yang disampaikan mengenai wabah Covid-19.

Pola Komunikasi Humas Pmi Dalam Interaksi Dengan Masyarakat

Berikut adalah penelitian mengenai Pola Komunikasi Humas PMI dalam interaksi dengan masyarakat. Hasil pengujian dijelaskan pada bagan 3.

Bagan 3. Pola Komunikasi Humas PMI dalam Interaksi dengan masyarakat



Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2022.

Dari bagan di atas, dapat diketahui bahwa PMI Kota Bandung berinteraksi dengan masyarakat dengan melakukan interaksi langsung bersentuhan dengan masyarakat atau membuat suatu program pelayanan kepada masyarakat. Interaksi yang dilakukan dengan masyarakat masuk melalui *Instagram* dan melalui telepon *WhatsApp*. Interaksi dengan masyarakat tentunya perlu memperhatikan interaksi dua arah. Interaksi dua arah terjadi saat respon masyarakat terhadap PMI cepat dan sebaliknya respon PMI terhadap masyarakat juga cepat. Interaksi dilakukan dengan karakter masyarakat yang beragam, dibutuhkan cara tersendiri untuk memahami karakter masyarakat yang berbeda-beda. PMI memahami karakter masyarakat dengan pendekatan sosiologis. Maka hasil dari penelitian Humas PMI berinteraksi dengan masyarakat melalui *Customer Service*, media sosial, umpan balik, dan memperhatikan perilaku masyarakat.

Pada pelaksanaan interaksi dengan masyarakat, humas PMI Kota Bandung melakukan interaksi tersebut dengan meyakinkan bahwa interaksi merupakan hubungan timbal balik antar sesama manusia. Interaksi dengan masyarakat dinilai sangat penting dalam PMI karena pada dasarnya PMI membutuhkan masyarakat dan masyarakat juga membutuhkan PMI. Layanan *Customer Service* dilakukan PMI untuk berinteraksi dengan masyarakat. *Customer Service* merupakan layanan dan bantuan yang diberikan kepada masyarakat untuk pengaduan, masukan, saran, dan kritik dari masyarakat. Hal tersebut merupakan tugas humas untuk membangun hubungan baik dengan publik. *Public Relations* atau Humas merupakan salah satu metode untuk berkomunikasi secara strategis dengan seluruh constituent organisasi. Seitel (1998) dalam Sutisna mengatakan bahwa setiap organisasi memiliki hubungan masyarakat baik diinginkan ataupun tidak. *Public relations* atau Humas mempengaruhi hampir pada aktivitas semua orang yang berhubungan satu dengan yang lainnya. Setiap dari kita dengan menggunakan cara tertentu atau cara lainnya mempraktekkan humas setiap harinya (Yuningsih, 2006: 504).

Sejalan dengan pendapat ahli diatas bahwa humas pada setiap organisasi memiliki hubungan dengan masyarakat baik diinginkan maupun tidak diinginkan. Humas memiliki tugas utama membangun hubungan baik dan saling menguntungkan dengan publik untuk membangun citra baik organisai yang

dibinanya. Begitupun fungsi humas dalam melayani masyarakat atau sebagai *Customer Service* dengan melakukan penangangan terhadap keluhan-keluhan yang disampaikan masyarakat, memahami Apa yang menjadi persoalan dari masyarakat, dan membangun hubungan yang baik dengan masyarakat. Interaksi humas PMI Kota Bandung dengan masyarakat dilakukan dengan melayani masyarakat dengan kebijakan yang sudah ditentukan atau tertuang dalam aturan-aturan mengenai pengelolaan komunikasi dengan publik.

Dalam melaksanakan interaksi di media sosial, humas PMI Kota Bandung mengelolanya dengan strategi yang sudah diatur dengan para stakeholder dengan tujuan untuk menghasilkan interaksi yang baik dengan masyarakat. Interaksi tersebut dilakukan PMI Kota Bandung melalui media sosial. Astrid S. Susanto menyampaikan bahwa humas pemerintah atau *Government Public Relations*, menurut tindakan yang ditujukan menghasilkan pendapat dan iklim pendapat yang mendukung instansi. Humas Pemerintah menjalankan fungsi dalam mengelola komunikasi publik untuk penyampaian informasi tentang kebijakan dan program pemerintah. Kita dapat melihat tentang pejabat publik yang menggunakan media sosial untuk menyampaikan informasi tentang kebijakan dan program pemerintah (Ramadani, 2019: 13). Sejalan dengan pendapat Astrid S. Susanto, PMI Kota Bandung melakukan interaksi dengan masyarakat melalui tindakan untuk menghasilkan interaksi dengan masyarakat melalui media sosial. Interaksi di masa Pandemi terus dilakukan walaupun hanya menggunakan media sosial sangat penting mengingat di masa Pandemi ini kebutuhan informasi mengenai penanggulangan Covid-19 sangat dibutuhkan masyarakat menjadi sebuah dorongan bagi PMI untuk terus memberikan informasi kepada masyarakat. Media sosial menjadi sebuah kebutuhan utama masyarakat, sehingga dengan berinteraksi melalui media sosial, PMI lebih mudah untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Interaksi yang dilakukan pada media sosial memiliki manfaat sebagai membangun hubungan lebih luas lagi dengan kalangan yang tidak terbatas baik usia maupun jarak wilayah. Media sosial membantu berkomunikasi menjadi lebih mudah dan dapat dilakukan di waktu dan tempat yang tidak sama. Dalam organisasi, media sosial berguna untuk berinteraksi terutama di masa pandemi yang mengharuskan untuk berkegiatan melalui sistem dalam jaringan.

Interaksi dengan masyarakat yang menghasilkan umpan balik merupakan interaksi dua arah yang terjadi pada PMI. Interaksi dua arah terjadi saat respon masyarakat terhadap PMI cepat dan sebaliknya respon PMI terhadap masyarakat juga cepat. Ketika masyarakat membutuhkan PMI, PMI cepat merespon keinginan masyarakat dalam waktu yang tanggap. PMI menjaga hubungan baik dengan masyarakat melalui komunikasi secara intens dengan masyarakat agar masyarakat tidak menimbulkan kekecewaan. Selain dengan berkomunikasi PMI menjaga profesionalisme pelayanan agar citra PMI tetap baik. Menurut Soerjono Soekanto Interaksi sosial merupakan hubungan sosial yang dinamis menyangkut hubungan antara orang perorangan, antara kelompok manusia, maupun antara orang perorangan dengan kelompok manusia. Syarat terjadinya interaksi sosial adalah adanya kontak sosial dan adanya komunikasi (Burhan Bungin, 2009: 55). Sejalan dengan pendapat Soejono Soekanto bahwa interaksi sosial yang dilakukan PMI Kota Bandung merupakan suatu kegiatan komunikasi orang perorangan, antara kelompok manusia, maupun antara orang perorangan dengan kelompok manusia. Komunikasi dapat mengubah pikiran manusia menjadi lebih terbuka dan luas, serta dapat mempengaruhi individu yang lain atau sebaliknya. Humas PMI mengubah pikiran masyarakat yang tidak patuh akan peraturan yang diberikan mengenai Covid-19, menjadi patuh pada peraturan tersebut. Dalam berinteraksi dengan masyarakat PMI Kota Bandung memiliki tujuan untuk mendapatkan umpan balik. Umpan balik perlu didapat dalam berinteraksi dengan masyarakat karena untuk perbaikan kinerja PMI, kritik yang membangun akan menjadikan tolak ukur hasil kinerja PMI untuk meningkatkan kualitas pelayanan PMI sendiri.

Dalam interaksi, umpan balik yang didapatkan PMI Kota Bandung dalam berinteraksi merupakan suatu keberhasilan sebuah organisasi dalam menjalankan tugasnya sebagai penyampai informasi. Interaksi pada PMI Kota Bandung dengan masyarakat menggambarkan pola komunikasi berupa pola komunikasi sirkular karena komunikasi yang dilakukan secara terus menerus menimbulkan umpan balik yang merupakan suatu keberhasilan berinteraksi. Hal tersebut merujuk pada pendapat J.A Devito dalam Cangara (2006: 36-38), bahwa Pola komunikasi Sirkular merupakan pola komunikasi yang dapat dilakukan secara terus menerus karena dalam komunikasi ini umpan balik menjadi kunci utama keberhasilan pesan yang disampaikan.

Komunikasi sirkular pada interaksi PMI dengan masyarakat merupakan proses komunikasi pengiriman pesan yang terus-menerus dimana setiap pengirim pesan mendapat reaksi dari komunikannya sebagai umpan balik. Umpan balik yang didapat, dapat berupa umpan balik positif atau negative bagaimana komunikasi menanggapi pesanyang disampaikan komunikator, dan sebaliknya. Tidak hanya umpan balik yang bersifat negative atau positif, umpan balik juga bisa didapat dengan umpan balik yang netral. Umpan balik yang netral dapat dipahami bahwa si penerima pesan tidak bisa dipastikan apakah

penerima pesan paham dan sepakat dengan pesan yang disampaikan.

PMI melakukan interaksi dengan masyarakat memperhatikan perilaku masyarakat dengan mempengaruhi penerima pesan. Mempengaruhi penerima pesan tersebut dengan menyampaikan beberapa informasi penting mengenai Covid-19. Pesan yang disampaikan kepada masyarakat tentunya tidak semua masyarakat dapat menerimanya. Karakter masyarakat yang berbeda-beda akan mempengaruhi PMI sebagai komunikator saat memberikan pesan. Karakter masyarakat yang berbeda-beda dalam berinteraksi diatasi dengan memahami perilaku masyarakat. Menurut Soekanto dalam Sihabudin (2008: 341) Interaksi sosial dapat pula dilihat sebagai proses di mana orang mengorientasikan dirinya pada orang lain dan bertindak sebagai respon terhadap apa yang dikatakan dan dilakukan orang lain. Interaksi sosial mempunyai tujuan tertentu. Orang bertindak dan bereaksi terhadap yang lain dalam rangka mencapai tujuan. Dalam beberapa interaksi, partisipan mempunyai tujuan yang berbeda. Suatu interaksi sosial tidak akan terjadi apabila tidak memenuhi dua syarat, yaitu adanya kontak sosial dan komunikasi. Pendapat ahli tersebut sesuai dengan interaksi yang dilakukan PMI Kota Bandung bahwa interaksi sosial dilihat pada orientasi seseorang dalam bertindak pada orang lain dan bertindak sebagai responden terhadap apa yang dilakukan dan disampaikan dalam berinteraksi. Berinteraksi dengan tujuan tertentu akan menghasilkan interaksi yang baik terhadap pelaku interaksi. Akan tetapi jika interaksi tersebut tidak sesuai dengan tujuan yang diharapkan maka interaksi tersebut tidak akan berhasil. Pendekatan yang dilakukan pada interaksi yang dilakukan PMI dengan masyarakat merupakan pendekatan yang mendekatkan pada kehidupan masyarakat dalam memperhatikan karakter masyarakat yang berbeda.

Pola Komunikasi Humas PMI Dalam Aktivitas Komunikasi

Berikut adalah penelitian mengenai Pola Komunikasi Humas PMI dalam melakukan aktivitas komunikasi. Hasil pengujian dijelaskan pada bagan 4.

Bagan 4. Pola Komunikasi Humas PMI dalam Aktivitas Komunikasi



Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2022.

Dari bagan di atas, dapat diketahui bahwa PMI Kota Bandung melakukan aktivitas komunikasi di masa Pandemi dengan masyarakat dilakukan selama 24 jam. Aktivitas komunikasi PMI dengan masyarakat di masa Pandemi melalui media komunikasi baik secara online maupun secara langsung dengan turun ke lapangan. Dalam aktivitas komunikasi, PMI menggunakan Bahasa verbal maupun Bahasa nonverbal untuk memberikan dukungan. Penggunaan bahasa nonverbal dilakukan dengan gaya emosi yaitu berempati. Hasil temuan dalam aktivitas komunikasi PMI Kota Bandung adalah totalitas dalam penggunaan waktu, interaksi sosial, dan komunikasi instrumental.

PMI dalam melaksanakan aktivitas komunikasi dengan masyarakat memanfaatkan waktu dengan total, artinya menggunakan waktu dengan sangat baik dengan melakukan pengorganisasian, pengelolaan waktu secara efisien dan efektif, serta produktivitas terhadap waktu dilakukan untuk kegiatan komunikasi. Komunikasi merupakan salah satu faktor terpenting untuk menjaga hubungan baik dengan masyarakat. Dengan komunikasi kedua belah pihak akan memahami keinginan masing-masing untuk tujuan yang dicapai. PMI menjaga hubungan baik dengan masyarakat untuk menghindari konflik. Turner dalam Rustan dan Nurhakki (2017: 30), mengatakan bahwa komunikasi adalah proses sosial dimana individu-individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan. Sependapat dengan ahli tersebut bahwa komunikasi adalah proses sosial yang dimana individu-individu melakukan serangkaian proses pemikiran seseorang yang mempengaruhi pemikiran orang lain dengan cara penyampaian pesan melalui komunikasi menggunakan kata-kata atau tindakan.

Komunikasi yang dilakukan PMI Kota Bandung dengan masyarakat dilakukan untuk mempengaruhi pemikiran masyarakat terkait penanganan Covid-19. Cara tersebut dilakukan PMI Kota Bandung dengan memanfaatkan waktu sebaik mungkin dalam berkomunikasi. Manfaat dari penggunaan waktu yang sangat baik memungkinkan PMI mencapai hasil yang maksimal dalam aktivitas komunikasi yang dilakukannya. Selain itu penggunaan waktu secara total akan memudahkan masyarakat untuk meminta bantuan pada bencana yang terjadi di masyarakat. Sisi lain totalitas pada waktu akan

menciptakan keseimbangan dalam komunikasi organisasi dengan harapan kinerja PMI akan lebih baik. Ahmed Kurnia Soeriawidjaja dalam paparannya Pengelolaan komunikasi publik adalah tata cara pengendalian informasi publik yang meliputi perencanaan, penyiapan, dan pelaksanaan komunikasi publik terkait dengan kebijakan dan program Pemerintah (Ramadani, 2019: 13). Sejalan dengan pendapat tersebut bahwa PMI Kota Bandung melaksanakan aktivitas komunikasi dengan masyarakat dengan cara mengendalikan informasi yang masuk seperti apa, mengendalikan informasi yang akan disampaikan seperti apa, merencanakan aktivitas untuk interaksi dengan masyarakat yang akan dilakukan dengan cara pendekatan yang baik, dan pelaksanaan interaksi dengan masyarakat sesuai dengan kebijakan yang sudah ditentukan yaitu penggunaan waktu secara total untuk melakukan aktivitas komunikasi dengan masyarakat.

Aktivitas komunikasi tidak luput dengan interaksi sosial. Komunikasi dengan interaksi merupakan hal yang menjadi sebuah kesatuan dalam kehidupan bermasyarakat. PMI Kota Bandung dalam melakukan kegiatan komunikasi dengan masyarakat di masa Pandemi dilakukan dengan berbagai cara dan berbagi hal untuk mencapai tujuan dalam berinteraksi. Komunikasi dengan masyarakat pada organisasi menciptakan sebuah proses saling menukar pesan yang bergnatung pada satu sama lain untuk mengatasi situasi lingkungan berubah-ubah. Joseph A. Devito mendefinisikan bahwa, komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan berbagai pesan dalam organisasi (di dalam kelompok formal maupun informal organisasi). Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi pada organisasi. Isinya berupa cara-cara kerja di dalam organisasi, produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi. Komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasi tidak pada organisasinya sendiri, tetapi lebih pada para anggotanya secara individual (dalam Simamora, 2021: 36).

Sejalan dengan pendapat ahli diatas bahwasannya komunikasi organisasi merupakan suatu hal yang dilakukan dalam organisasi formal dan informal pada kegiatannya. PMI melakukan interaksi sosial pada kegiatan komunikasinya melalui komunikasi yang bersifat informal. Komunikasi yang bersifat informal atau komunikasi yang tidak tergantung pada struktur organisasi, artinya komunikasi tersebut hanya dilakukan dengan masyarakat. Pada aktivitas komunikasi dengan masyarakat di masa Pandemi untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada PMI dilakukan dengan Komunikasi secara instrumental atau komunikasi yang berfungsi untuk menginformasikan, memberitahu, mengubah perilaku, dan menggerakkan tindakan dengan mengandung suatu ajakan dalam kegiatannya. Komunikasi instrumental mendapatkan keberhasilan dari penyampaian pesan secara empati kepada masyarakat yang terdampak Covid-19 dengan memberikan dukungan secara langsung, baik memberikan motivasi dan penggunaan bahasa nonverbal dilakukan dengan gaya emosi yaitu berempati kepada sesama. Penggunaan komunikasi instrumental tersebut merupakan proses sosial dimana PMI mendorong dan mengajak untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan.

Dalam setiap kegiatan komunikasi pada organisasi dihadapi dengan suatu hambatan baik dari pihak internal maupun pihak eksternal. Hambatan komunikasi organisasi menurut Simmamora (2021: 54), yaitu:

1. Hambatan dari Proses Komunikasi (Hambatan dari pengirim pesan, misalnya pesan yang akan disampaikan belum jelas bagi dirinya atau pengirim pesan, hal ini dipengaruhi oleh perasaan atau situasi emosional).
2. Hambatan Sematik (Faktor pemahaman bahasa dan penggunaan istilah tertentu. Kata-kata yang dipergunakan dalam komunikasi kadang-kadang mempunyai arti mendua yang berbeda, tidak jelas atau berbelit-belit antara pemberi pesan dan penerima pesan).
3. Hambatan Psikologis. Misalnya, perbedaan nilai-nilai serta harapan yang berbeda antara pengirim dan penerima pesan, sehingga menimbulkan emosi diatas pemikiran-pemikiran dari sipengirim maupun sipenerima pesan yang hendak disampaikan.
4. Hambatan Manusiawi, terjadi karena adanya faktor, emosi dan prasangka pribadi, persepsi, kecakapan atau ketidakcakapan, kemampuan atau ketidakmampuan alat-alat pancaindera seseorang, dll.

Hambatan yang terjadi pada PMI Kota Bandung berupa keluhan, aduan, dan kritik dari masyarakat. Hambatan tersebut termasuk kedalam hambatan psikologis dan hambatan manusiawi yaitu perbedaan harapan serta adanya faktor, emosi dan prasangka pribadi, persepsi, dari masyarakat kepada PMI, sehingga menimbulkan emosi yang disampaikan dengan aduan, kritik, dan keluhan. Dalam upaya mempertahankan citra baik pada masyarakat, PMI mengatasi hambatan tersebut dengan cara upaya koreksi internal dan upaya transparansi, artinya komunikasi diperbaiki melalui pihak internal (stakeholder PMI) dan memecahkan persoalan dengan tranparan atau terbuka dengan sebaik mungkin yang memungkinkan menghindari kesalahan dalam berkomunikasi.

Aktivitas komunikasi PMI masih terus dilakukan walaupun dalam keadaan gawat pandemic

Covid-19. Aktivitas komunikasi tersebut dilakukan dengan menjalankan protokol kesehatan yang cukup ketat. Selain memberikan edukasi mengenai hal tersebut, dalam aktivitas komunikasinya humas PMI menyampaikan informasi berupa penyebab Covid-19, gejala awal Covid-19, protokol kesehatan, bantuan Covid-19, dan segala macam materi mengenai penanggulangan Covid-19.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Humas PMI memanfaatkan media komunikasi dalam menyampaikan informasi mengenai penanggulangan Covid-19 kepada masyarakat. Stakeholder PMI memanfaatkan dengan menggunakan media sosial berupa Instagram, Facebook, dan WhatsApp. Selain menggunakan media sosial Humas PMI memanfaatkan media cetak dan media elektronik sebagai media komunikasi untuk menyampaikan informasi mengenai penanggulangan Covid-19. Bukan hanya media sosial dan media cetak, PMI juga hadir sebagai penyampai informasi dengan cara terjun langsung ke lapangan melalui pengeras suara kepada masyarakat dengan cara berkeliling diseputar rumah warga.
2. Humas PMI mengelola pesan penanggulangan Covid-19 dengan menyusun isi pesan secara jelas, sederhana, tidak menggunakan istilah-istilah yang sulit untuk dipahami orang lain. penanggulangan Covid-19 dan informasi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan masyarakat dilakukan oleh PMI Kota Bandung disampaikan dalam waktu yang berkelanjutan. PMI mengelola pesan dengan menyelaraskan pesan bersama stakeholder PMI untuk menghasilkan sebuah proses atau interaksi yang seimbang sehingga bisa menghasilkan pesan yang optimal untuk disampaikan kepada publik/masyarakat. Mengelola pesan dengan mengkategorikan pesan dari sistem pengelompokan pesan dengan memperhatikan bahasa yang digunakan dalam menyampaikan pesan, dan pesan yang disampaikan jelas.
3. Humas PMI melaksanakan interaksi dengan masyarakat dalam *Customer Service* dilakukan PMI untuk berinteraksi dengan masyarakat. Humas dalam melayani masyarakat atau sebagai *Customer Service* dengan melakukan penanganan terhadap keluhan-keluhan yang disampaikan masyarakat, memahami apa yang menjadi persoalan dari masyarakat, dan membangun hubungan yang baik dengan masyarakat. penanggulangan Covid-19 yang dilakukan secara Non formal melalui media sosial maupun komunikasi tatap muka secara langsung dengan terjun kelapangan. Interaksi dengan masyarakat menghasilkan umpan balik merupakan interaksi dua arah yang terjadi pada PMI. Dalam interaksi, umpan balik yang didapatkan PMI Kota Bandung dalam berinteraksi merupakan suatu keberhasilan sebuah organisasi dalam menjalankan tugasnya sebagai penyampai informasi.
4. PMI melakukan aktivitas komunikasi dengan masyarakat di masa pandemi dalam memanfaatkan waktu secara total dilakukan PMI karena dengan melakukan pengelolaan waktu secara efisien dan efektif, serta produktivitas terhadap waktu dilakukan untuk kegiatan komunikasi. PMI menjaga hubungan baik dengan masyarakat melalui interaksi sosial untuk menghindari konflik. Pada aktivitas komunikasi dengan masyarakat PMI Kota Bandung melakukan komunikasi secara instrumental atau komunikasi yang berfungsi untuk menginformasikan, memberitahu, mengubah perilaku, dan menggerakkan tindakan dengan mengandung suatu ajakan dalam kegiatannya.

Acknowledge

Ucapan terima kasih kepada yang telah membantu penelitian ini.

1. Yth. Bapak Mohamad Subur Drajat, Drs., M.Si, selaku Dosen Pembimbing,
2. Yth. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik, serta Yth. Drs. Inci Dermaga., M.MAP yang telah menyetujui untuk melakukan penelitian di PMI Kota Bandung,
3. Yth. Bapak Heryana selaku Kepala Sub Bagian Informasi dan Komunikasi (Humas) Palang Merah Indoensia (PMI) Kota Bandung,
4. Yth. Bapak Harry Hardiawan, S.Pd., M.M selaku Kepala Bidang Pelayanan,

5. Yth. Bapak Muhammad Irwan Ibrahim selaku Staf Bantuan dan Penanggulangan Bencana,
6. Kepada Cahyadi Maulana selaku tim PMI Kecamatan Arcamanik, dan
7. Kepada Ahzab Zaelani selaku tim Sibat (Siaga Bencana Berbasis Masyarakat) PMI Kecamatan Arcamanik.

Daftar Pustaka

- [1] Bungin, B. 2009. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- [2] Cangara, H, 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- [3] Cangara, H, 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- [4] Chandra, Arie I. 2009. "Pentingnya Perusahaan Mengelola Hubungan Baik dan Fungsional dengan Pemangku Kepentingan," dalam *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 5, Nomor 2, Tahun 2009 (hlm. 171-188).
- [5] Handiyani, Praptika, dan Anang Hermawan. 2017. "Kredibilitas portal berita online dalam pemberitaan peristiwa bom Sarinah tahun 2016 (Analisis isi portal berita detik.com dan kompas. com periode 14 Januari-14 Februari 2016)," dalam *Jurnal Komunikasi*, Volume 12, Nomor 1, Tahun 2017 (hlm. 51-68).
- [6] Harahap, Siti R. 2020. "Proses Interaksi Sosial Di Tengah Pandemi Virus Covid 19," dalam *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial dan Kebudayaan*, Volume 11, Nomor 1, Tahun 2020 (hlm. 45-53).
- [7] Yuna Amanda, Nadira Dwi, Mulyana, Dadan. (2022). Pola Komunikasi Keluarga Anggota TNI – AD. *Jurnal Riset Public Relations*, 1(2), 142 - 147