

**KOMUNIKASI EFEKTIF *PUBLIC RELATIONS* DALAM
MENINGKATKAN KINERJA DAN PELAYANAN PRIMA
(Studi Kasus Pada Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lombok
Barat)**

I Putu Gede Untung Utama Putra¹, Sayu Kadek Jelantik², Ida Bagus Dirga Wira Adnyana³
untunggede14@gmail.com

¹Universitas Mataram, ^{2,3} Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram

Abstract

Keywords:
Communication;
Public Relations;
Excellent Service

Public relations communication is a communication tool between an institution and the community. Public relations communication activities are carried out by public relations officers who are in charge of distributing information and services to the public. The purpose of the article is to analyze the effectiveness of public relations communication at the Office of the Ministry of Religion of West Lombok Regency. Using mathematical theory to answer supporting and inhibiting factors. This research uses a descriptive qualitative approach with the research subject on public relations communication activities at the West Lombok Regency Ministry of Religion office. Primary data is in the form of information data from public relations members and the fostered community in the West Lombok Regency area. Data collection techniques using observation, interviews, and documentation techniques. The results show that the effectiveness of public relations communication in excellent service to the community in West Lombok Regency consists of human resources that are still lacking in the public relations team, a digital information system that has not been maximized, and a programmed information system and community services in the public relations team. Supporting factors include information services and community development in collaboration with the Hindu and Islamic Bimas sub-units, support for access to information on the kemenagntb.com website, the availability of sufficient budget to fund the public relations work system in community services.

Abstrak

Kata kunci:
Komunikasi; *Public Relations*;
Pelayanan Prima.

Komunikasi *public relations* merupakan alat komunikasi antara sebuah kelembagaan kepada masyarakat. Pada aktivitas komunikasi humas dilakukan oleh humas yang bertugas dalam mendistribusikan informasi dan layanan kepada masyarakat. Tujuan artikel untuk menganalisa efektivitas komunikasi humas di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lombok Barat. Menggunakan teori matematikal guna menjawab faktor pendukung dan penghambat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan subjek penelitian pada aktivitas komunikasi humas di kantor Kementerian Agama Kabupaten Lombok Barat. Data primer yakni berupa data informasi anggota humas dan masyarakat binaan di wilayah Kabupaten Lombok Barat. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasilnya menunjukkan efektivitas komunikasi humas dalam pelayanan prima kepada masyarakat di Kabupaten Lombok Barat terdiri dari sumber daya manusia yang masih kurang dalam tim kehumasan, sistem informasi digital yang belum maksimal, dan belum terprogramnya sistem informasi dan layanan umat di tim kehumasan. Faktor pendukung antara lain pelayanan informasi dan pembinaan umat bekerja sama dengan sub unit Bimas Hindu dan Islam, Dukungan akses informasi pada website kemenagntb.com, tersedianya anggaran yang cukup untuk mendanai sistem kerja kehumasan dalam pelayanan umat.

PENDAHULUAN

Komunikasi *public relations* adalah bentuk komunikasi publik yang digunakan sebagai alat penyebar informasi. Publik yang memiliki makna Masyarakat umum atau khalayak ramai selalu membutuhkan dan memiliki sebuah tujuan bersama dalam menjalani kehidupan bermasyarakat. Komunikasi humas sering dikaitkan dengan kegiatan kerja kehumasan. Komunikasi yang efektif memiliki dampak besar terhadap kualitas hubungan antara organisasi dengan publiknya. Kemampuan seorang praktisi public relations untuk berkomunikasi secara efektif memiliki potensi untuk membentuk citra positif terhadap organisasi (Salsabila et al., 2024) termasuk juga keterbukaan informasi bagi masyarakat (Kasmirus, 2013; Susila Wibawa, 2019). Informasi publik, seperti tertuang pada UUD Tahun 1945 pasal 28F bahwa mendapatkan informasi mengenai kinerja pemerintah juga merupakan salah satu hak yang didapatkan rakyat sebagai wujud tanggung jawab pemerintah kepada rakyat, sekaligus cerminan dari tata kelola pemerintahan yang baik (kemenkeu.go.id, 2019)

Aktivitas kehumasan di Indonesia diterapkan di segala bidang kehidupan pemerintah dalam Lembaga Pemerintahan Republik Indonesia. *Public Relations* merupakan konsep komunikasi yang terstruktur dari perencanaan, eksekusi, dan evaluasi dalam proses penyampaian informasi dari dalam keluar maupun dari luar ke dalam instansi (Artis, 2011). Cutlip dkk dalam (Oemi, 2000) memaparkan bahwa konsep humas yang merupakan sebuah fungsi manajemen yang membentuk dan menjaga hubungan harmonis yang akan saling menguntungkan bagi instansi dan masyarakat yang dituju untuk mengukur tingkat keberhasilan dari program kerja kehumasan dalam bingkai komunikasi *public relations*. Hal ini menunjukkan pentingnya informasi kebijakan pemerintah bagi masyarakat, sehingga media penyebaran informasi juga diperlukan terutama yang mencakup khalayak luas (Ferdian & Darwinsyah, 2022).

Program kerja humas menjadi jembatan dari instansi kepada masyarakat untuk menciptakan hubungan yang baik dan saling bersinergi dengan Masyarakat untuk mencapai tujuan bersama yakni saling memberi keuntungan dan peningkatan kemajuan mutu instansi atau kelembagaan. (Susanti, Susi, 2024) menjelaskan bahwa peran Humas sebagai bentuk komunikasi publik yang memegang peranan penting dalam menyampaikan kebijakan atau program instansi kelembagaan sehingga akan terbentuk sebuah citra baik maupun citra buruk dari hasil evaluasi internal dan eksternal. Komunikasi humas juga diterapkan di Kantor kementerian Agama Kabupaten Lombok Barat. Membentuk citra baik sangat penting untuk menciptakan kepercayaan kepada masyarakat. Tugas humas (Jelantik, 2020) sebagai unit yang bertugas menyampaikan informasi kepada masyarakat memerlukan alat atau media yang tepat agar tidak terjadi miskomunikasi yang dapat mengakibatkan pertikaian. Penggunaan media yang tepat akan mempermudah dan mempercepat proses penyampaian informasi sehingga tujuan dari instansi ke Masyarakat tercapai dan kepentingan Masyarakat kepada instansi akan tercapai. Berbagai program kehumasan berperan untuk meningkatkan pengetahuan dan *awareness* mengenai nilai toleransi antar agama kepada generasi muda. Adanya relasi kuasa dari para pemuka agama kepada peserta, sehingga terjadi penerimaan negosiasi identitas dalam diri individu (Clara & Marta, 2021)

Observasi yang dilakukan bahwa kinerja humas pada Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lombok Barat tidak berjalan dengan baik karena adanya miskomunikasi yang terjadi. Salah satunya kasus yang terjadi pertikaian terkait pendirian pura antara Hindu Bali dan Sasak Islam di wilayah Lombok Barat, hal ini membuktikan lemahnya kinerja humas. Untuk mencapai kinerja humas yang baik dalam lingkup komunikasi humas maka diperlukan analisis faktor penghambat dan pendukung di kantor kementerian Agama Kabupaten Lombok barat.

(Artis, 2011) menjelaskan bahwa manusia yang hidup saling bergotong royong dan melakukan komunikasi di setiap aktivitas kehidupannya yang saling bermanfaat, manfaat ini yang disebut dengan kegiatan kehumasan. Distribusi strategi humas ada dua yaitu menjalankan tugas sebagai bagian strategi humas memberi manfaat bagi pengelola dan mendapat efek bagi humas yang bersifat internal. Persamaan jurnal ini dengan penelitian ini adalah kajian komunikasi humas dan perbedaannya yakni pada objek kajian yang dilakukan pada penelitian ini yakni menganalisis faktor penghambat dan pendukung komunikasi humas di Kantor Kementerian Agama Lombok Barat.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif (*qualitative research*) dengan mendeskripsikan dengan rinci hasil penelitian berupa data menggunakan kalimat berupa analisis data (Kriyantono, 2014a), fokus penelitian efektivitas komunikasi humas di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lombok Barat dengan subjek penelitian digunakan teknik *purposive* yang bertujuan untuk memfokuskan pada kegiatan kehumasan pada aktivitas komunikasi humas dengan pendekatan studi kasus. Lokasi penelitian di kantor dan wilayah binaan Umat Hindu di wilayah Lombok Barat. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi terstruktur, wawancara terstruktur, dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan yakni data primer terdiri dari pegawai kehumasan yang memiliki karakteristik khusus yang bergerak dibidang pelayanan informasi kepada masyarakat. Data sekunder berupa data pendamping berupa naskah dan lampiran peraturan. Teknik analisis data menggunakan triangulasi data yang bersumber dari data humas, masyarakat, dan kepustakaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi humas merupakan sistem penyampaian informasi kepada masyarakat untuk mencapai sebuah tujuan tertentu. Komunikasi humas diimplementasikan ke dalam kinerja Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lombok Barat. Informasi yang berupa turunan dari kebijakan, aturan, dan tata laksana Kementerian Agama Kabupaten Lombok Barat disampaikan kepada masyarakat Lombok Barat dengan sistem kerja kehumasan yang ada. Sistem kehumasan di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lombok Barat terpusat pada Pelayanan Terpadu Satu Pintu atau yang disingkat dengan PTSP. Pada proses kinerja PTSP dengan tujuan memberikan pelayanan prima kepada masyarakat Lombok Barat mengalami berbagai macam permasalahan yang dihadapi.

A. Faktor Penghambat Komunikasi Humas dalam Pelayanan Prima di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lombok Barat

Faktor penghambat yang pertama pada komunikasi humas di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lombok Barat yakni Sistem Kerja Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) yakni memberikan pelayanan prima kepada masyarakat tentang urusan agama belum terprogram secara sistematis dan teratur sehingga komunikasi publik menjadi tidak efisien. Dari observasi yang telah dilakukan oleh peneliti bahwa sistem kehumasan hanya pada sistem PTSP sebanyak 3 orang pegawai. Hal ini ditegaskan dengan hasil wawancara yang dilakukan kepada salah satu pegawai PTSP untuk bidang kehumasan terpusat pada PTSP dan untuk program humas belum dibuat secara sistematis sehingga menjadi faktor penghambat dalam komunikasi humas, terlebih dengan karakteristik budaya yang berbeda (Sudiartawan & Utama, 2022).

Teori matematika komunikasi yang dikembangkan oleh Claude Shannon (Nurhadi, 2017) adalah sebuah teori yang lebih berfokus pada aspek matematis dan teknis komunikasi untuk manajerial atau perencanaan. Oleh karena itu, teori mempertimbangkan program kerja atau perencanaan dalam pandangan komunikasi dengan berfokus pada bagaimana informasi diukur, dikodekan, ditransmisikan, dan diterima dalam konteks komunikasi teknis. Dalam praktiknya, teori-teori komunikasi seperti teori matematika komunikasi sering digunakan sebagai landasan untuk mengembangkan program kerja atau perencanaan komunikasi dalam berbagai konteks, terutama dalam teknologi informasi, telekomunikasi, dan ilmu komputer. Program kerja komunikasi yang baik dapat memanfaatkan prinsip-prinsip yang ada dalam teori ini untuk merancang dan melaksanakan sistem komunikasi yang efisien dan andal. Gambar 4.4



Kurangnya SDM PTPS Kantor kementerian Agama Kabupaten Lombok Barat
Sumber: Dokumentasi Sayu Kadek Jelantik 2023

Program kerja atau perencanaan komunikasi biasanya mencakup berbagai elemen seperti tujuan komunikasi, pemilihan teknologi komunikasi, pemilihan pesan, penentuan

audiens target, analisis risiko, jadwal, dan banyak aspek lainnya yang tidak secara langsung dibahas dalam Teori Matematika Komunikasi. Oleh karena itu, sementara teori ini penting dalam memahami dasar-dasar komunikasi teknis, program kerja atau perencanaan komunikasi yang efektif sering memerlukan pendekatan yang lebih komprehensif dan berfokus pada aspek manajerial dan perencanaan.

Faktor penghambat kedua dari komunikasi humas pada PTSP Kementerian Agama Kabupaten Lombok Barat yakni kurangnya Sumber Daya Manusia disebabkan oleh sedikitnya pegawai yang ada pada bagian kehumasan karena sistem perekrutan ASN yang tidak maksimal dan beberapa pegawai yang sudah pensiunan. Kurangnya SDM pada bagian PTSP mengakibatkan pelayanan yang diberikan tidak maksimal. Hasil observasi yang dilakukan peneliti membuktikan bahwa dengan tenaga pegawai sejumlah 3 orang tidak mampu memberikan pelayanan maksimal pada saat masyarakat dengan jumlah banyak datang ke kantor untuk mendapatkan pelayanan. Hasil observasi ini ditegaskan dengan hasil wawancara yakni adanya kendala dari SDM yang masih sangat minim sedangkan pekerjaan di humas ini lumayan banyak, jadi pelayanan yang diberikan juga tidak bisa terlalu maksimal. Minimnya pegawai yang berkompeten yang diasiasi dengan solusi mengadakan kerjasama (Mustini & Utama, 2022) menjadi salah satu strategi yang efektif.

Kurangnya sumber daya manusia berkaitan dengan unsur *information source* dalam (Kriyantono, 2014) menjelaskan teori matematikal komunikasi *informations source* memegang peranan penting sebagai sumber informasi. Komponen ini merupakan salah satu elemen dasar dalam teori matematikal komunikasi. Komponen "*information source*" dalam teori matematika komunikasi merujuk pada sumber informasi yang menghasilkan data atau pesan yang akan dikomunikasikan. Sumber informasi ini dapat berupa berbagai hal, termasuk teks, suara, gambar, data statistik, atau informasi dari berbagai sumber lainnya. Sumber informasi ini memainkan peran penting dalam proses komunikasi, karena informasi yang dihasilkan dari sumber ini menjadi dasar untuk dikirimkan melalui kanal komunikasi ke penerima. Untuk itu, strategi komunikasi yang efektif dalam humas diarahkan pada pembentukan hubungan positif dengan publik serta aspirasi untuk menciptakan pandangan positif tentang organisasi (Salsabila et al., 2024). Humas seperti juga dalam lembaga pendidikan tinggi telah melaksanakan tata kelola komunikasi dengan standar cukup baik, meskipun tidak semua prinsip excellence diadopsi sama. Perlu perubahan paradigma agar humas juga fokus pada publik internal, bukan hanya eksternal, menempatkan humas pada posisi yang lebih tinggi dalam struktur kelembagaan dengan kewenangan yang lebih baik serta perlu peran pimpinan dalam menyediakan sumber daya yang baik (Kriyantono. Rachmat, 2015; Mozin & Isa, 2023)

Sumber informasi dalam teori matematika komunikasi dapat dianggap sebagai entitas abstrak yang menghasilkan simbol-simbol atau pesan. Informasi ini bisa memiliki struktur dan sifat yang beragam tergantung pada jenis sumbernya. Selanjutnya, teori ini memberikan kerangka kerja matematika untuk mengukur jumlah informasi yang terkandung dalam pesan-pesan yang dihasilkan oleh sumber informasi ini. Dalam teori ini, konsep "*information source*" adalah langkah pertama dalam pemodelan proses komunikasi dan penting untuk mengukur dan mengelola informasi dalam konteks sistem komunikasi. Informasi yang dihasilkan oleh sumber ini kemudian diolah, dikodekan, dan dikirim melalui kanal komunikasi kepada penerima. Teori Matematika Komunikasi membantu untuk memahami bagaimana informasi dikirimkan, diterima, dan diproses dalam komunikasi, dan memainkan peran penting dalam teknologi informasi dan komunikasi modern (Cangara, 2019).

Faktor penghambat ketiga yakni perkembangan teknologi untuk mengakses informasi pada PTSP belum dijalankan secara maksimal. Pemanfaatan media teknologi informasi melalui web mengalami banyak kendala, peneliti melakukan observasi pada situs website yang tidak bisa diakses lagi. Dari wawancara yang dilakukan kepada pegawai PTSP yang menjadi pengelola website kemenag lobar saat ini sudah di nonaktifkan, dan sekarang terpusat di kemenagntb. Jadi semua informasi disiarkan di media website kemenag NTB. Paparan data observasi dan wawancara divalidasi dengan dokumentasi yang menggambarkan kondisi PTSP sebagai pusat pelayanan PTSP Kementerian Agama Kabupaten Lombok Barat yakni kurangnya sumber daya manusia dan website yang sudah nonaktif dan dialihkan ke website kemenag NTB.

Dalam Teori Matematika Komunikasi yang dikembangkan oleh Claude Shannon, komponen transmitter (pengirim) adalah salah satu elemen kunci dalam model komunikasi. Transmitter adalah perangkat atau entitas yang bertanggung jawab untuk mengubah pesan dari sumber informasi menjadi sinyal yang dapat ditransmisikan melalui kanal komunikasi kepada penerima. Hasil olah data menunjukkan komunikasi humas tidak berjalan efektif dan efisien karena pada konsep teori matematikal komunikasi oleh Claude Shannon dan Warren Weaver (Oliver, 2006) proses komunikasi humas sebagai sebuah transmisi informasi dan kemudian bagaimana (*transmitter*) mampu menggunakan saluran dan media komunikasi pada penyampaian informasi tersebut. Fokus perhatian pada proses komunikasi humas terletak pada akurasi dan efisiensi proses komunikasinya. Proses komunikasi humas yang dimaksudkan adalah proses komunikasi intrapersonal yang mempengaruhi tingkah laku pribadi, dan efek yang dihasilkan tidak sesuai dengan harapan, sehingga dapat disimpulkan komunikasi humas

mengalami kegagalan dari faktor penghambat kurangnya SDM, program kerja yang tidak terstruktur, dan akses media digital yang terputus.

Gambar 4.5



Website kemenaglobar nonaktif

Sumber: Dokumentasi Sayu Kadek Jelantik 2023

B. Faktor Pendukung Komunikasi Humas dalam Pelayanan Prima di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lombok Barat

Faktor pendukung pertama komunikasi humas pada program kerja PTSP Kementerian Agama Kabupaten Lombok Barat sebagai media pelayanan prima penyampaian informasi kepada masyarakat Lombok Barat dilakukan dengan menjalin kerjasama yang baik dengan sub unit bimas Hindu, Bimas Islam untuk menjalankan program kerja kehumasan yang tergabung dalam pelayanan PTSP. Hasil observasi menunjukkan sub unit Bimas di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lombok Barat yang juga memiliki tugas dalam menginformasikan kebijakan lembaga. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara Kepala Bimas Hindu yang menjadi rekanan kerjasama memberikan pelayanan kepada masyarakat sebagai aktivitas kehumasan. Bimas Hindu selalu melakukan pelayanan prima kepada umat Hindu sebagai salah satu kerjasama dengan PTSP yang menjadi induk kehumasan dalam memberikan pelayanan publik karena ketersediaan sumber daya manusia di tim humas Kementerian Agama Kabupaten Lombok Barat hanya berjumlah 3 orang sehingga kami melakukan kerjasama dengan unit Bimas Hindu dan Islam untuk memberikan pelayanan dengan kebutuhan dan tujuan masing-masing unit dalam rangkaian program kebijakan dari Kementerian Agama.

Bentuk kerjasama berperan penting dalam komunikasi *public relations* (Brosig & Weimann, 2003). Kerjasama yang dilakukan di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lombok Barat, memiliki banyak fungsi dan peran yang mendukung dalam mencapai tujuan. Kerjasama internal komunikasi humas yang dilakukan berkolaborasi dengan berbagai departemen atau divisi di dalam organisasi untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik

tentang pesan dan tujuan Kementerian Agama. Ini melibatkan koordinasi dengan manajemen senior, departemen pemasaran, pengembangan SDM, dan lainnya. Membangun aliansi dengan komunikasi humas dapat membangun kemitraan dan aliansi strategis dengan sub unit lain yang memiliki tujuan sama. Kerjasama semacam ini dapat memperluas jangkauan pesan dan dukungan, serta menciptakan kesempatan baru. Krisis manajemen dalam situasi krisis, komunikasi humas harus berkolaborasi dengan berbagai pihak untuk mengelola situasi dan merestorasi citra kementerian (Nugraha et al., 2022).

Gambar 4.6

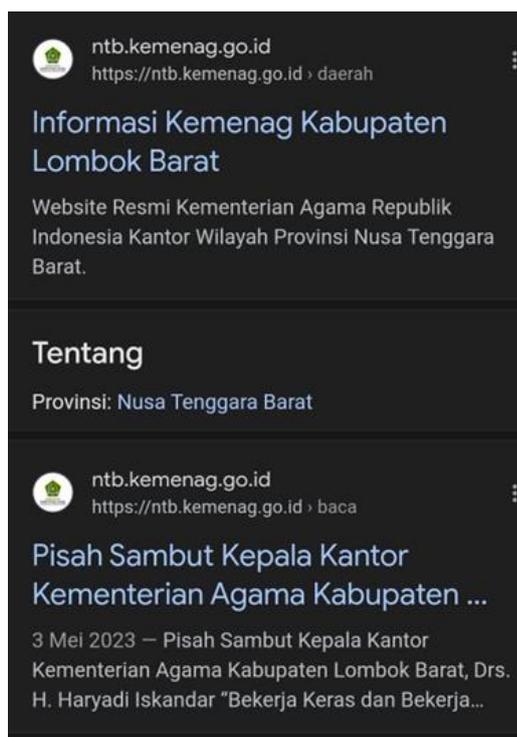


Kerjasama Humas dengan Bimas Hindu dalam Pelayanan prima kepada umat
Sumber: Dokumentasi Ketut Edi 2023

Kerjasama yang efektif adalah kunci dalam praktik *public relations* yang sukses karena memungkinkan humas untuk mencapai tujuan komunikasi dan membangun hubungan yang positif dengan berbagai pihak yang relevan. Selain itu, kerjasama yang baik juga memungkinkan humas untuk memahami secara lebih baik kebutuhan dan harapan pemangku kepentingan, sehingga dapat merancang strategi komunikasi yang lebih tepat sasaran.

Faktor pendukung kedua pada komunikasi humas adanya dukungan penuh dari pusat informasi kemenag NTB. Non aktifnya website kemenaglobar.com diambil alih oleh website kemenagntb.com seluruh informasi tentang kementerian Agama Lombok Barat dapat diakses di websitenya. Dari hasil observasi menunjukkan berita atau informasi lengkap tentang Kementerian Agama Lombok Barat dapat diakses di website kemenagntb.co.id. Sejak website kemenaglobar nonaktif pengalihan informasi langsung di web kemenagntb.

Gambar 4.7



Website Kemenag NTB memuat berita Kemenag Lobar
Sumber: Dokumentasi Sayu Kadek Jelantik 2023

Pentingnya *transmitter* dalam penyampaian informasi dalam komunikasi humas yakni terdapat beberapa poin penting terkait dengan konsep *transmitter* dalam teori matematika komunikasi yakni pemrosesan pesan: *transmitter* mengambil pesan atau informasi yang dihasilkan oleh sumber informasi (*information source*) dan mengubahnya menjadi format yang cocok untuk transmisi melalui kanal komunikasi. Proses ini mungkin melibatkan pengkodean, modulasi, dan langkah-langkah lain yang diperlukan agar pesan dapat ditransmisikan dengan efisien dan andal. *Transmitter* mungkin melibatkan pengkodean pesan, yang melibatkan konversi pesan menjadi simbol-simbol atau kode tertentu. Hal ini membantu dalam mengurangi kerentanannya terhadap gangguan dan noise selama transmisi. Dalam komunikasi nirkabel, *transmitter* dapat menggunakan proses modulasi untuk mengubah sinyal informasi menjadi sinyal radio yang dapat dikirimkan melalui media transmisi, seperti gelombang elektromagnetik. *Transmitter* juga mengatur daya dan frekuensi transmisi, yang dapat memengaruhi jangkauan dan kualitas komunikasi. Penentuan daya dan frekuensi transmisi menjadi penting dalam komunikasi nirkabel. Setelah pesan diolah dan disiapkan, *transmitter* mengirimkan sinyal tersebut melalui kanal komunikasi menuju penerima. Proses transmisi ini dapat melibatkan berbagai teknologi, seperti gelombang radio, kabel, serat optik, atau media lainnya, tergantung pada jenis komunikasi yang digunakan. *Transmitter* memainkan peran

penting dalam menjaga integritas pesan selama transmisi, dan memastikan bahwa pesan yang dikirimkan dari pengirim ke penerima dapat diinterpretasikan dengan benar. *Transmitter* adalah salah satu komponen utama dalam teori matematika komunikasi yang membantu memahami dan mengukur bagaimana pesan disampaikan dan ditransmisikan dalam proses komunikasi. Dalam kerangka kerja ini, *transmitter* berperan sebagai penghubung antara sumber informasi dan penerima, memastikan bahwa informasi dikirim dengan efisien dan akurat melalui kanal komunikasi.

Faktor pendukung ketiga yakni tersedianya anggaran yang disiapkan oleh pemerintah khususnya di Kementerian Agama Kabupaten Lombok Barat. Alat bantu visualisasi anggaran membantu hubungan masyarakat untuk anggaran pemerintah (García-García & Alonso-Magdaleno, 2021). Faktor anggaran mempengaruhi implementasi meliputi aspek teknis, individu, dan organisasi. Hasil observasi yang melihat pada kualitas pelayanan yang baik dan kegiatan sosialisasi yang dilakukan. Hasil wawancara menegaskan tentang faktor pendukung dari alokasi dana dari Bimas Hindu dana teralokasi baik untuk kegiatan pelayanan kepada masyarakat. Dukungan dana dalam kegiatan *public relations* sangat penting karena dana yang memadai memungkinkan *public relations* untuk mencapai tujuan komunikasi dan memengaruhi citra organisasi atau klien secara efektif. Berikut adalah beberapa alasan mengapa dukungan dana adalah faktor penting dalam komunikasi *public relations*. Untuk melaksanakan program *public relations* yang sukses, termasuk kampanye, event, publikasi, penelitian pasar, atau kegiatan lainnya, dana diperlukan untuk menyediakan sumber daya seperti personel, teknologi, alat, dan fasilitas yang diperlukan. *Public relations* sering harus berinvestasi dalam media, termasuk iklan, peliputan media, dan promosi untuk memastikan bahwa pesan organisasi atau klien diteruskan kepada publik yang lebih luas dan semua ini memerlukan dukungan dana. Penelitian dan analisis untuk memahami audiens dan menganalisis dampak kampanye *public relations*.

Dalam *public relations* diperlukan tim yang terampil untuk merencanakan dan melaksanakan strategi komunikasi. Dana diperlukan untuk menyewa, melatih, dan mempertahankan staf *public relations* yang berkualitas. Dana penting untuk merencanakan dan menghadapi situasi krisis. *Public relations* harus memiliki sumber daya yang cukup untuk mengelola dan merestorasi citra organisasi atau klien dalam situasi darurat. Dukungan dana memungkinkan mempengaruhi pemangku kepentingan dengan cara yang positif. Ini mungkin melibatkan kampanye penyadaran masyarakat atau kampanye advokasi yang memerlukan dana.

Dana dibutuhkan untuk mengakuisisi dan mempertahankan teknologi dan alat komunikasi yang diperlukan untuk mendukung praktik *public relations*, seperti perangkat lunak analisis media sosial, sistem manajemen hubungan pelanggan (CRM), dan lainnya. Dukungan dana memungkinkan *public relations* untuk menghasilkan konten yang menarik dan kreatif, seperti video, infografis, situs web yang menarik, dan materi promosi lainnya. Dukungan dana penting untuk pengukuran keberhasilan kampanye *public relations*. Ini mencakup pengumpulan data, analisis, dan pelaporan, yang merupakan bagian penting dalam menilai efektivitas komunikasi. Dana yang cukup dapat membantu *public relations* untuk membangun dan memelihara reputasi yang kuat dan kredibilitas di mata pemangku kepentingan, yang dapat berkontribusi pada keberhasilan jangka panjang organisasi atau klien. Dukungan dana yang memadai memungkinkan *public relations* untuk menjalankan tugasnya dengan baik dan memastikan bahwa upaya komunikasi berdampak positif pada organisasi atau klien. Ini juga membantu dalam menghadapi tantangan dan peluang komunikasi yang mungkin muncul seiring waktu. Oleh karena itu, pengalokasian anggaran yang tepat dalam *public relations* adalah faktor kunci untuk mencapai tujuan komunikasi dan membangun hubungan yang positif dengan berbagai pemangku kepentingan. Penggunaan strategi pelibatan stakeholders, strategi pengemasan pesan narasi tunggal, strategi media konvensional, dan strategi media sosial dilakukan secara optimal dan terintegrasi dalam rangka mencapai transformasi lembaga kehumasan pemerintah yang dapat berperan aktif pada pengelolaan kebijakan komunikasi strategis pimpinan dan lembaga (Nugraha et al., 2022) dengan perkembangan saat ini, media promosi yang sering digunakan yaitu media pemasaran digital merupakan strategi tepat yang dapat diterima oleh masyarakat luas (Yuda Phalguna, 2022).

Faktor pendukung pada komunikasi humas di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lombok Barat terdiri dari sistem kerjasama unit PTSP dengan sub unit Bimas Hindu dan Islam. Pada model teori komunikasi matematikal dijelaskan bahwa pada proses penyusunan informasi pesan dan bagaimana cara menyampaikan informasi kepada publik melalui saluran atau media. (Jelantik, 2021) menjelaskan Informasi yang berupa bahas verbal maupun non verbal disalurkan dengan pemancar. Informasi diubah menjadi sinyal yang disesuaikan dengan media yang digunakan, Saluran (Channel) yang merupakan medium untuk mengirim sinyal dari (*transmitter*) ke penerima (*receiver*). Informasi bersumber dari otak manusia dan *transmitter*nya adalah mekanisme suara manusia yang menghasilkan sinyal dan kemudian ditransmisikan melalui udara. Penerima (*receiver*) pada mekanismenya melakukan proses mendengar, melakukan sebuah operasi pengiriman pesan balik yang dilakukan transmitter dengan merekonstruksi informasi dari sinyal dan sasaran (*distination*) adalah orang menjadi

penerima tujuan informasi. Peran Humas Pemerintah adalah sebagai berikut: 1) Menciptakan goodwill; 2) Menjaga hubungan baik dengan *stakeholder*; 3) Membangun pemahaman masyarakat tentang kebijakan Pemerintah; dan 4) Membangun kepercayaan (trust) masyarakat terhadap sebuah pemerintahan Untuk itu Kemenag diharapkan menyadari pentingnya peran Humas dalam sebuah lembaga pemerintahan dengan melakukan revitalisasi untuk mengoptimalkan peranannya dengan penempatan SDM yang berlatarbelakang Humas dalam struktur Humas Pemerintah. (Sani et al., 2020).

SIMPULAN

Efektivitas komunikasi *public relations* yang bertujuan untuk menguraikan faktor penghambat dan pendukung di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lombok Barat. Faktor penghambat yang dikaji yakni sumber daya manusia yang masih kurang dalam tim kehumasan, sistem informasi digital yang belum maksimal, dan belum terprogramnya sistem informasi dan layanan umat di tim kehumasan Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lombok Barat. Faktor Pendukung antara lain pelayanan informasi dan pembinaan umat bekerja sama dengan sub unit Bimas Hindu dan Islam, Dukungan akses informasi pada website kemenagntb.com, tersedianya anggaran yang cukup untuk mendanai sistem kerja kehumasan dalam pelayanan umat.

DAFTAR PUSTAKA

- Brosig, J., & Weimann, J. (2003). The Effect of Communication Media on Cooperation. *German Economic Review*, 4(2), 217–241. <https://doi.org/10.1111/1468-0475.00080>
- Cangara, H. (2019). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Clara, Y. Y., & Marta, R. F. (2021). Peran kehumasan Koko Jali mempertukarkan nilai keberagaman melalui wisata toleransi Kampung Sawah. *Profesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(1). <https://doi.org/10.24198/prh.v6i1.31446>
- Ferdian, R. A., & Darwinsyah, M. (2022). EFEKTIVITAS GOVERNMENT PUBLIC RELATION TELEVISION DI INDONESIA. *Inter Community: Journal of Communication Empowerment*, 4(1), 27. <https://doi.org/10.33376/ic.v4i1.1122>
- García-García, J., & Alonso-Magdaleno, M. I. (2021). Deconstructing Government Budgets through Visual Representation Software. *International Journal of Public Administration*. <https://doi.org/10.1080/01900692.2021.1891549>
- Jelantik, S. K. (2020). Retorika Politik Calon Legislatif Hindu Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Mataram dalam Pemilihan Umum 2014. *Media Bina Ilmiah*, 10(1), 54–75.
- Jelantik, S. K. (2021). Komunikasi Konseling Pada Program Dharma Wacana Dan Dharma Tula Di Dusun Ngis Kecamatan Narmada. *Sadharanikarana*, 3(1), 407–420.
- Kasmirus, W. (2013). Peran Kehumasan dalam Membangun Citra Pemerintah. *Jurnal Administrasi Reform*, 1(1).
- kemenkeu.go.id. (2019). Keterbukaan Informasi Publik, Wujud Tata Kelola Pemerintahan yang Baik. *Kementrian Keuangan*. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/keterbukaan-informasi-publik-wujud-tata->

- kelola-pemerintahan-yang-baik/
- Kriyantono, Rachmat. (2015). Konstruksi Humas Dalam Tata Kelola Komunikasi Lembaga Pendidikan Tinggi di Era Keterbukaan Informasi Publik. *Jurnal Pekommas*, 18(2).
- Kriyantono, R. (2014a). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, KOMunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, R. (2014b). *Teori Public Relations Perspektif Barat Dan Lokal: Aplikasi Penelitian Dan Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mozin, S. Y., & Isa, R. (2023). Optimalisasi Pelayanan Publik dalam Tata Kelola Pemerintahan Desa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(4).
<https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i4.75>
- Mustini, N. W., & Utama, I. W. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PEMBINAAN MENTAL PRAJURIT DAN PNS HINDU KOREM 162/WIRA BHAKTI DIMASA PANDEMI COVID-19. *Samvada : Jurnal Riset Komunikasi, Media, Dan Public Relation*, 1(1), 25–35. <https://doi.org/10.53977/jsv.v1i1.522>
- Nugraha, A. R., Sjoraida, D. F., & Novianti, E. (2022). Analisis strategi humas pemerintahan era milenial dalam menghadapi tata kelola informasi publik. *PROfesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(2), 286. <https://doi.org/10.24198/prh.v6i2.37095>
- Nurhadi, Z. F. (2017). *Teori Komunikasi Kontemporer*. Jakarta: Kencana.
- Oliver, S. (2006). *Strategi Public Relation*. Jakarta: Erlangga.
- Salsabila, J., Juliadrianti, M., Luqyana, K., Kadri, H. Al, & Setiawati, M. (2024). URGENSI KOMUNIKASI EFEKTIF DALAM PUBLIC RELATIONS. *Jurnal Common*, 7(2), 189–199. <https://doi.org/10.34010/common.v7i2.11492>
- Sani, A., Hidayat, M., & Sjafirah, N. A. (2020). Pemahaman petugas kehumasan Kementerian Dalam Negeri tentang peran Humas Pemerintah. *PROfesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 4(2). <https://doi.org/10.24198/prh.v4i2.23528>
- Sudiartawan, I. W., & Utama, I. W. (2022). KOMUNIKASI BUDAYA DALAM TRADISI NGELOWONG MASYARAKAT SASAK WETU TELU DI LOMBOK. *Samvada : Jurnal Riset Komunikasi, Media, Dan Public Relation*, 1(2), 75–86.
<https://doi.org/10.53977/jsv.v1i2.762>
- Susanti, Susi, dkk. (2024). *Retorika Dalam Public Speaking*. Padang: CV Gita Lentera.
- Susila Wibawa, K. C. (2019). Urgensi Keterbukaan Informasi dalam Pelayanan Publik sebagai Upaya Mewujudkan Tata Kelola Pemerintahan yang Baik. *Administrative Law and Governance Journal*, 2(2). <https://doi.org/10.14710/alj.v2i2.218-234>
- Yuda Phalguna, I. B. (2022). MEDIA KOMUNIKASI VISUAL UNTUK MENUNJANG PROMOSI DI INSTITUT AGAMA HINDU NEGERI GDE PUDJA MATARAM. *Samvada : Jurnal Riset Komunikasi, Media, Dan Public Relation*, 1(2).
<https://doi.org/10.53977/jsv.v1i2.756>