

**NOTULENSI**

---

**CURRICULUM VITAE**

---

Nama Lengkap : Mohammad Husein Ramadhani Baharzah

Nama Panggilan : Dhani

TTL : Tegal, 9 Januari 1997

Hobi: Membaca, menulis, dan fotografi

Riwayat pendidikan : >D3 Teknologi Instrumentasi UNDIP > S1 Teknik Informatika BINUS University

Pekerjaan : Programmer Pengalaman: > Staf Humas KAMMI Semarang 2018

> Relawan Digital Jateng 2018 > Humanis Creative Community 2018

Kemampuan : menulis dan coding

## &lt;&lt;&lt;&lt;MATERI&gt;&gt;&gt;&gt;

Berbicara mengenai itu tentu kita semua sudah melihat bagaimana teknologi mengubah wajah berkomunikasi hari ini. ditambah dengan suasana pandemik covid-19 ini, makin-makin terlihat ya jadinya. bahwa teknologi internet benar-benar mengubah pola berhubungan kita dengan orang terdekat dan masyarakat. Tentu semua itu juga tidak terlepas pada komunikasi antar elemen, lembaga dan instansi sekalipun, semuanya berubah, bukan lagi konvensional seperti menerima dan mengirim surat kertas. Nah, bicara humas adalah bicara tentang yang namanya public relation atau PR, disini mungkin ada yang kuliah jurusan Komunikasi? lalu, karena disini kebanyakan atau semuanya mungkin ya berasal dari organisasi kepemudaan yang memiliki basis ideologis maka tentu ada patron patron yang diperhatikan dalam keberjalanan gerakan organisasinya, nah karena pembicaraan kita adalah tentang gerakan juga, maka dari itu terciptalah istilah humas gerakan, atau bagaimana sebuah public relation pada sebuah gerakan mahasiswa tadi kita sudah berbicara tentang teknologi, dan berbicara tentang apa itu humas, dan keterkaitannya dengan sebuah gerakan kepemudaan. Apa sih PR itu?

W. Emerson Reck berpendapat Public Relation merupakan kelanjutan dari proses pendapatan kebijaksanaan, penentuan pelayanan dan sikap yang disesuaikan dengan kepentingan orang-orang atau golongan agar orang atau lembaga itu memperoleh kepercayaan dan good will dari mereka “Public Relation is the continued process of keying policies, services and actions to the best interest of those individual and groups whose confidence and goodwill an individual or institution covest, it is the interpretation of these policies, services and actions to assure complete understanding and appreciations.” Ini sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Frank Jefkin yang mengatakan Public Relation berarti menciptakan saling pengertian. Dengan kata lain, PR atau humas adalah suatu usaha untuk membangun dan mempertahankan reputasi, citra dan komunikasi yang baik dan bermanfaat antara organisasi dan masyarakat. Kesuksesan atau kegagalan dari sebuah organisasi dapat dipengaruhi oleh kegiatan humas atau Public Relations (PR). Apalagi di era keterbukaan informasi seperti saat ini, dimana masyarakat atau publik sudah semakin kritis terhadap

pemberitaan, maka peran humas sangat penting sebagai layanan publik untuk memberikan informasi yang jelas dan sesuai fakta yang ada di perusahaan, pemerintahan maupun organisasi lainnya, dengan cara yang baik dan benar agar dapat diterima publik.

Dunia kehumasan atau public relations akan selalu bergerak dinamis seiring perubahan di tengah masyarakat. Perubahan yang terjadi baik dalam skala kecil maupun skala besar harus menjadi perhatian seluruh praktisi kehumasan agar peran humas kian kontekstual namun tetap profesional. Berikutnya adalah cyber PR dan manfaat cyber PR

Cyber public relations (Cyber PR) adalah suatu aktivitas atau kegiatan kehumasan yang dilakukan melalui media elektronik internet yang bertujuan untuk membangun merk (brand) dan senantiasa memelihara kepercayaan (trust), pemahaman, citra perusahaan atau organisasi kepada khalayak dan tentunya dapat dilakukan secara one to one communication yang bersifat interaktif.

Cyber PR tidak akan lepas dari sarana media elektronik dan sangat berhubungan erat dengan perkembangan teknologi, Dijaman sekarang sepertinya sangat sedikit orang yang tidak mengenal internet. Dari anak sekolah hingga orang-orang diusia diatas 50tahun pun kini sudah mengenal kecanggihan dari internet. Jadi Konsep Cyber PR secara garis besar adalah sebuah kegiatan kehumasan yang dilakukan dengan menggunakan media internet untuk membangun ataupun mempertahankan sebuah merk atau Brand.

Internet sendiri adalah sebuah singkatan dari Interconnection Networking yaitu sebuah jaringan komputer yang saling terhubung dengan menggunakan standar sistem global Transmission Control Protocol/Internet Protocol Suite (TCP/IP) yang berguna sebagai protokol pertukaran paket (packet switching communication protocol) dan melayani milyaran pengguna di seluruh dunia. Sedangkan Rangkaian internet yang terbesar dinamakan Internet. (wikipedia.org)

Fungsi dari Cyber PR dan apa hubungannya dengan kegiatan pekerjaan yang berguna untuk kehumasan, dibawah ini adalah beberapa jenis cyber pr.

1. Berita

Penggunaan media interaktif untuk cyber pr untuk sekarang ini adalah sebuah skill atau keahlian yang harus dilakukan dan dimiliki oleh praktisi PR. Seorang Profesional PR dapat menyalurkan informasi melalui web atau situs-situs blog dan juga dapat membuat press release atau berita. Institusi atau pemerintahan bisa mengirimkan isi berita nya melalui e-mail. tidak hanya e-mail, dengan aplikasi lain seperti yang sekarang banyak digunakan masyarakat seperti WhasApp, Instagram, Spotify Podcast, Facebookdan lainnya.

## 2. Publikasi

Kegunaan selain membuat berita, juga dapat sarana publikasi untuk menyampaikan informasi atau kegiatan yang berada dalam suatu instansi atau perusahaan. maksud untuk publikasi ini juga dapat membuat artikel-artikel ataupun feature. Kegiatan publikasi yang dilakukan PR dalam internet dapat dilakukan dengan jalan mengikuti mailing list yang sesuai dengan target market perusahaan/organsisasi.

## 3. Public Relation Conventioal

4. Menurut kamus bahasa Indonesia, arti kata konvensional itu sendiri adalah monoton, klasik, umumnya. Dapat diartikan Public Relations cara kerja konvensional itu cara kerja klasik, seperti layaknya kegiatan Public Relations pada umumnya. Jadi, Public Relations konvensional bukanlah sebuah terobosan baru setelah Elektronik Public Relations, melainkan sebuah kegiatan yang biasanya dilakukan Public Relations secara tatap muka, tidak menggunakan media internet. Banyak sekali manfaat yang akan kita dapatkan dengan mengetahui dan paham mengenai Cyber PR. Banyak sekali aplikasi – aplikasi yang telah dikenalkan yang berhubungan erat Cyber PR. Diantaranya :

### 1. Real Time

Aktivitas komunikasi bisa dilakukan dengan cepat

### 2. Komunikasi Konstan

Cyber Public Relations menggunakan internet dan internet dapat diibaratkan sebagai sekretaris yang tidak pernah tidur selama 24 jam dan dengan potensi target publik seluruh dunia.

### 3. Interaktif

Penggunaan Cyber Public Relations memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah, karena publik bisa memberikan feedback secara langsung dan cepat.

### 4. No Boundaries

Tidak akan ada batasan komunikasi dalam Cyber Public Relations, sehingga bisa terhubung ke mana saja selama ada jaringan internet.

### 5. Multimedia.

Cyber Public Relations dapat menyajikan informasi kepada publik dengan menggabungkan berbagai media seperti tulisan (script), gambar (grafis), dan suara (audio), bahkan audio-visual (film, video) dalam satu kesatuan.

### 6. Ekonomis.

Komunikasi menggunakan internet untuk menjangkau publik yang luas lebih murah daripada media konvensional.

Public Relation Is Planned, persuasive communication designed to influenced significant public (Jhon E. Marston “Modern Public Relation”, 1979) Setiap individu adalah sebuah brand dan setiap pemain berperan sebagai Public Relations (PR) bagi dirinya sendiri. Oleh karena itu menjaga dan meningkatkan kualitas diri baik didalam maupun diluar lapangan menjadi hal yang sangat penting. Karna setiap kita adalah HUMAS.

Humas dan Gerakan adalah dua hal yang tidak bisa dipisahkan. Diantara keduanya saling melengkapi satu sama lain. Dimana humas tanpa gerakan maka apa yang menjadi tujuan tidak akan tersampaikan. Begitu pula sebaliknya gerakan tanpa humas sama, apa yg menjadi tujuan tidak akan meluas didengar, dilihat, dan menjadi brand. Maka dalam hal menyebarkan kebaikan butuh kombinasi antara keduanya. Dimana kita menjadi humas yang bergerak produktif untuk menyampaikan kebaikan. Saling melengkapi yang kurang dan menjadi menyempurna yang tidak ada.

Dalam perspektif Qur'an seorang humas dari sebuah pergerakan, perlu memiliki teknik komunikasi Qur'an yang baik diantaranya, Qoulan Kariman (Komunikasi yang mulia), Qoulan Layyinan (Komunikasi yang Lembut), Qoulan Maisuran (Komunikasi yang memudahkan), Qoulan Ma'rufan (Komunikasi yang Tegas), Qoulan Sadidan (Komunikasi yang Jujur), Qoulan Balighan (Komunikasi yang Menyentuh Hati). Dari keenam teknik komunikasi tersebut dapat dibaurkan secara terpadu agar dilapangan pesan yang disampaikan dapat diterima masyarakat.

Humas gerakan adalah memvisualisasikan Islam melalui komunikasi yang baik dari humas. Dari definisi tersebut maka dalam sebuah organisasi humas memiliki tujuan diantaranya, sosialisasi agenda gerakan, pencitraan, membentuk opini publik dan terciptanya jaringan.

3 hal penting yg harus dimiliki seorang humas :

- Pencitraan
- Jejaring
- Jurnalistik/Menulis
- Digital Marketing

Cara menjadikan pencitraan itu sesuatu yang benar-benar bernilai dalam ideologi Islam. Pencitraan kadang kadang dimaknai riya ya? Tapi dalam dunia zakat/sosial misalnya. Klo gak kita publikasikan (pencitraan) justru menjadi tidak transparan. Yang penting pencitraan tidak untuk berbohong. Klo membawa manfaat dan maslahat diperbolehkan.

Salah satu cara kita mengukur bahwa branding position yg kita angkat itu berhasil ialah jika ia produk, biasanya penjualan meningkat. Jika digerakan, banyak yang terlibat. Merujuk pada buku karangan Edo Segara tadi, Ada beberapa Karakteristik Humas Gerakan

1. Ideologis (Ideologi dan pemikiran memang bersifat abstrak. Akan tetapi dalam humas gerakan, ada ideologi yang mesti Anda perjuangkan. Jika ideologi yang Anda perjuangkan adalah mulia, maka tidak ada keraguan untuk menyebarkanluaskannya).

2. Berfikir holistik – integralistik (Berfikir menyeluruh, tidak parsial. Sinergi dengan bidang lain).
3. Berbasis data dan riset atau dikenal dengan \_Data Driven\_ (Kumpulkan data yang cukup dalam dan lakukan riset terlebih dahulu agar tindakan yang dilakukan akurat).
4. Mengutamakan proses bukan hasil (Citra organisasi akan terbentuk dengan sendirinya dari upaya yang kita tempuh sehingga komunikasi dan keterbukaan lembaga merupakan salah satu kunci penting untuk mendapat citra yang positif).
5. Kreatif – Inovatif (Humas harus mampu menerjemahkan berbagai kehendak gerakan sesuai keinginan publik. Kerja Humas adalah mengkomunikasikan aksi-aksinya dengan kreatif).
6. Mampu menuliskan setiap gagasan (Seorang Humas harus bisa menulis, itu sebuah keniscayaan dan keharusan).

Dalam humas gerakan juga tidak terlepas pada propaganda. Propaganda berasal dari bahasa latin “propangare” yang artinya adalah cara tukang kebun menyemaikan tunas suatu tanaman ke sebuah lahan untuk memproduksi tanaman baru yang kelak akan tumbuh sendiri. Dengan kata lain juga berarti mengembangkan atau memekarkan (untuk tunas). Dari sejarahnya, propaganda awalnya digunakan untuk strategi mengembangkan dan memekarkan dakwah agama. Sejalan dengan tingkat perkembangan manusia, propaganda tidak hanya digunakan dalam bidang keagamaan saja tetapi juga dalam bidang pembangunan, politik, komersial, pendidikan, dll.

Jadi kesimpulannya, Propaganda adalah usaha sistematis yang dilakukan oleh individu yang masing-masing berkepentingan untuk mengontrol sikap kelompok individu lainnya dengan cara menggunakan sugesti dan sebagai akibatnya mengontrol kegiatan tersebut (Leonard W. Dobb). Dalam dunia humas juga kita mengenal tentang Manajemen Isu. Manajemen isu ini berguna untuk membantu pihak manajemen untuk mampu berkompetisi di era global dan cepat menyesuaikan diri terhadap perubahan, situasi atau peristiwa.

Manajemen isu bisa membantu meningkatkan profit dan bisnis organisasi karena kemampuannya memindai, mengidentifikasi, dan memonitor isu yang muncul dan publik yang terlibat di dalam isu. Data yang terkumpul bisa membantu strategi pemasaran yang dikembangkan oleh organisasi sehingga lebih tepat sasaran.

Penelitian terhadap manajemen isu dapat ditemukan dalam ilmu politik, manajemen bisnis, kebijakan publik, komunikasi, PR perencanaan strategi, manajemen sistem informasi, dan etika bisnis. Manajemen isu menjadi penting bagi keefektifan organisasi karena semua organisasi dipengaruhi oleh beragam publik dan saling berhubungan dengan organisasi lain. Manajemen isu bisa dikembangkan untuk mengidentifikasi isu potensial yang tidak hanya berdampak negatif semata, tetapi juga mengidentifikasi isu potensial positif yang bisa mendukung pembentukan reputasi positif organisasi. Sebagus-bagusnya Humas Sebuah gerakan, maka lihat saja bagaimana ia Memanajemen Isunya. Kerjaan Humas itu bukan mendesain grafis, tapi gimana caranya untuk mengelola hubungan antar manusia ke manusia, manusia ke lembaga dan lembaga ke lembaga Dan perlu diingat, fungsi humas bukan hanya sekedar pada bidang humas, tetapi semua kader wajib menjadi humas dan bidang humas sebagai motor penggeraknya. Karena setiap kita adalah HUMAS. Mari bergerak menyebarkan nilai-nilai islam meskipun hanya sekecil biji zarah.

*Baca-Diskusi-Implementasi*