

**PERAN *GOVERNMENT PUBLIC RELATIONS* BAZNAS KOTA
SEMARANG DALAM MEWUJUDKAN KETERBUKAAN
INFORMASI PUBLIK (KIP)**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Kosentrasi Public Relations

Oleh:

Putri Khofifah Nursaidah

2001026033

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2024**

NOTA PEMBIMBING

NOTA PEMBIMBING

Lampiran : 1 bendel
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi
Yth. Dekan Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo
Di Semarang

Assalamualaikum, Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi, dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa proposal skripsi saudara:

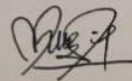
Nama : Putri Khofifah Nursaidah
NIM : 2001026033
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Konsentrasi : Public Relations
Judul Skripsi : Peran Government Public Relations Baznas Kota Semarang Dalam Mewujudkan Keterbukaan Informasi Publik (KIP)

Dengan ini sudah saya setuju sehingga mohon untuk segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum, Wr. Wb.

Semarang, 20 Juni 2024

Pembimbing



Fitri M. Sos.

NIP. 198905072019032021

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
PERAN GOVERNMENT PUBLIC RELATIONS BAZNAS KOTA SEMARANG DALAM
MEWUJUDKAN KETERBUKAAN INFORMASI PUBLIK

Disusun Oleh:

Putri Khofifah
Nursaidah

2001026063

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Pada tanggal 26 Juni 2024 dan dinyatakan LULUS memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



Dr. Abdul Ghoni, M. Ag.
NIP. 197108301997031003

Sekretaris Penguji



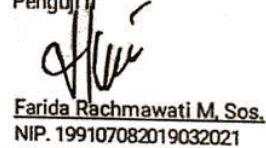
Fitri M. Sos.
NIP. 198905072019032021

Penguji I



Hi. Maya Rini Handayani M. Kom.
NIP. 197605052011012007

Penguji II



Farida Rachmawati M. Sos.
NIP. 199107082019032021

Mengetahui,
Pembimbing



Fitri M. Sos.
NIP. 198905072019032021

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Pada tanggal 18-07-2024



Prof. Dr. H. Moh Fauzi, M. Ag.
NIP. 197205171998031003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di perguruan tinggi atau lembaga pendidikan lainnya. Sumber pengetahuan yang saya peroleh dari karya yang diterbitkan atau yang belum diterbitkan dijelaskan dengan jelas di dalam teks maupun daftar pustaka.

Semarang, 26 Juni 2024

Penulis

Putri Khofifah Nursaidah

NIM 2001026033

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Peran *Government Public Relations* Baznas Kota Semarang Dalam Mewujudkan Keterbukaan Informasi Publik" sebagai syarat untuk meraih gelar Sarjana (S1) di Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Walisongo Semarang. Shalawat serta salam tak lupa penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan sahabatnya. Semoga kita selalu mendapatkan syafaat beliau di hari akhir nanti.

Proses panjang dalam penulisan skripsi ini telah memberikan pengalaman berharga bagi penulis. Hal ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasihat dari berbagai pihak selama proses ini. Tanpa bantuan tersebut, penulis yakin penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar seperti yang diharapkan. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Nizar, M.Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Prof. Dr. Moh Fauzi, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. Dr. Asep Dadang Abdullah, M.Ag dan Dr. Abdul Ghani, M.Ag selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) yang senantiasa memberikan semangat, dukungan serta kemudahan pada penulis.
4. Bu Fitri, M.Sos sebagai dosen pembimbing dan wali dosen telah memberikan kontribusi yang sangat berharga dan berkesan bagi penulis. Kehadiran beliau selalu penuh kesabaran dan pengetahuan yang luar biasa. Terima kasih atas bimbingan dan dukungannya yang tak ternilai, serta maafkan jika penulis belum mampu membalas semua kebaikan yang telah diberikan.
5. Segenap jajaran dosen KPI yang senantiasa sabar dalam mendidik dan memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

6. Ayahku dan Ibuku tercinta, terimakasih atas doa-doa ayah dan ibu yang selalu mengalir untuk kesuksesan anak mu ini, semoga allah berkenan mengabulkan segala doa yang engkau panjatkan.
7. Almh Tete Finti Fatimah NS, terimakasih karena sudah menjadi contoh dan penyemangat terbaik untuk adik-adik nya yang mengajarkan arti sebuah perjuangan hingga sekarang.
8. Kakaku Ahmad Sulthan Choiruddin, terimakasih atas dukungan serta memebrikan doa dan kasih sayang yang luar biasa.
9. Kepada yuda dan nova terimakasih karena sudah berteman dengan peneliti selama bertahun-tahun dan juga terimakasih atas dukungan dan kebaikan nya untuk peneliti selama ini.
10. Kepada Syifani selaku temen sekost peneliti yang telah mendukung dan memberikan saya semangat untuk tetap mengerjakan skripsi saya.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, peneliti ucapkan terima kasih atas segala bentuk bantuannya.

Semoga segala bentuk bantuan dan kebaikan yang telah diberikan dengan ikhlas untuk peneliti dibalas dengan kebaikan yang berlipat ganda oleh Allah SWT. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya dalam menambah wawasan ilmu pengetahuan.

Semarang, 26 Juni 2024

Penulis

Putri Khofifah Nursaidah

NIM 2001026033

PERSEMBAHAN

Teruntuk,

Rabb-ku

Suri Tauladanku, Nabi Muhammad Saw

Kakaku di tempat terindahny,

Keluargaku di Rumah,

Orang-orang terkasih

MOTTO

“Segala keputusan hanya ditangan kita sendiri, kita mampu untuk itu”.

(B.J Habibie)

“Sesungguhnya di samping kesukaran ada kemudahan. Apabila engkau telah selesai mengerjakan suatu pekerjaan, maka bersusah payahlah mengerjakan yang lain dan kepada Tuhanmu berharaplah”

(Q.S. Al-Insyiroh: 6-8)

ABSTRAK

Putri Khofifah Nursaidah, Peran *Government Public Relations* Baznas Kota Semarang Dalam Mewujudkan Keterbukaan Informasi Publik

Peran humas pemerintah mempunyai peran penting dalam membuka ruang bagi publik untuk mendapatkan akses informasi publik. Adanya UU KIP, merupakan momentum bagi Humas Pemerintah untuk menjalankan peran, fungsi dan tugasnya dalam memberikan informasi, penerangan, dan pendidikan kepada masyarakat tentang kebijakan, aktivitas, dan langkah-langkah pemerintah secara terbuka, transparan, jujur dan objektif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi peran humas Baznas Kota Semarang dalam mewujudkan keterbukaan informasi publik, serta mengevaluasi tantangan yang dihadapi dalam menjalankan peran tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif dengan metode kualitatif. Subjek penelitian meliputi Kepala Baznas Kota Semarang dan Pranata Humas dari Seksi Hubungan Masyarakat. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta diverifikasi menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode untuk memastikan validitas data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran humas di Baznas Kota Semarang mencakup beberapa aspek utama. Pertama, humas berfungsi sebagai penghubung antara organisasi dan masyarakat dengan menyampaikan berbagai informasi seperti kebijakan pemerintah, kegiatan, laporan keuangan, informasi tentang berzakat di Baznas Kota Semarang, pencapaian Kota Semarang, serta informasi darurat bencana. Kedua, humas bertugas sebagai pembina hubungan dengan bekerja sama dengan Organisasi Perangkat Daerah (OPD) dan media. Ketiga, humas mendukung fungsi manajemen organisasi dengan melakukan proses penemuan fakta dan komunikasi untuk mendukung kebijakan Baznas Kota Semarang. Keempat, humas berperan dalam membangun dan menjaga citra positif organisasi dengan menyediakan layanan yang transparan kepada masyarakat.

Kata Kunci: Humas, Baznas Kota Semarang, Keterbukaan Informasi Publik, peran, dan informasi.

DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING.....	ii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Tinjauan Pustaka.....	8
F. Metode Penelitian.....	11
BAB II	20
PERAN, GOVERNMENT PUBLIC RELATIONS (GPR) DAN KATERBUKAAN INFORMASI PUBLIK (KIP).....	20
A. Peran (Role Theory).....	20
B. Government Public Relations (GPR).....	21
C. Keterbukaan Informasi Publik.....	28
D. Good Governance.....	34
BAB III	38
PERAN GOVERNMENT PUBLIC RELATIONS.....	38
BAZNAS KOTA SEMARANG MELALUI PUBLIKASI DI MEDIA.....	38
A. Profil Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Semarang.....	38
B. Realisasi Keterbukaan Informasi Publik Oleh Baznas.....	46
BAB IV	55
ANALISIS PERAN HUMAS BAZNAS KOTA SEMARANG DALAM MEWUJUDKAN KETERBUKAAN INFORMASI PUBLIK.....	55
A. Analisis Peran Government Public Relations Baznas Kota Semarang Berdasarkan Tinjauan dari Rosady Ruslan.....	55

B. Penerapan UU KIP Melalui Aktivitas Humas	75
BAB V	89
PENUTUP	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Struktur Baznas Kota Semarang	39
Gambar 2 Website Baznas Kota Semarang.....	47
Gambar 3 Press Release	49
Gambar 4 Media Sosial Baznas Kota Semarang.....	51
Gambar 5 Konten Reels Instagram Baznas Kota Semarang	52
Gambar 6 Konten Reels Instagram Kota Semarang	53
Gambar 7 Tampilan Media Tiktok Baznas Kota Semarang.....	53
Gambar 8 Konten Media Tiktok Baznas Kota Semarang	54
Gambar 9 Konten reels @arnazandrar	68
Gambar 10 Konten instagram @baznaskotasemarang.....	69
Gambar 11 Tampilan media twitter baznas Kota Semarang	73
Gambar 12 Tampilan media facebook Baznas Kota Semarang	74
Gambar 13 Laporan keuangan Baznas Kota Semarang	77
Gambar 14 Konten publikasi Baznas Kota Semarang	79
Gambar 15 Press Release Baznas Nasional	79
Gambar 16 Tampilan Media Akun Instagram @makanggratissemarang	81
Gambar 17 Tampilan situs resmi @baznaskotasemarang.....	82
Gambar 18 Konten infografis @baznasri	83
Gambar 19 Konten infografis @baznasri	86

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keterbukaan informasi publik adalah elemen krusial dalam tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*). Dengan adanya keterbukaan informasi publik, masyarakat dapat memahami bagaimana kinerja pemerintah. Hal ini penting untuk membangun kepercayaan publik dan mencegah terjadinya penyimpangan dana, dan krisis reputasi. Keterbukaan informasi publik dapat membangun kepercayaan masyarakat terhadap badan publik. Masyarakat yang mengetahui informasi publik akan lebih percaya kepada badan publik dan lebih bersedia untuk bekerja sama dengan mereka.

Sebagai contoh Pemkab Bantul adalah salah satu pemerintahan yang pernah mengalami krisis reputasi dikarenakan kurang menerapkan pentingnya keterbukaan informasi publik terkait informasi tentang covid 19, dibatasinya informasi seputar covid 19 dikarenakan sikap pemerintah yang tidak tegas memberikan informasi kepada masyarakat, dan sering terjadi bias informasi terlihat ketika tidak ada bantuan dana atau penyediaan sarana pendukung kesehatan. Pemerintah tersebut akhirnya menghadapi dampak negatif, di mana sikap mengabaikan dan meremehkan penyebaran COVID-19 semakin rentan terjadi setiap hari. Pejabat pemerintah desa juga kurang tegas dalam memberikan edukasi, pendampingan, atau contoh penerapan aturan kesehatan. Sering kali, mereka malah memberikan contoh yang buruk, sehingga masyarakat kesulitan untuk memahami dan mengawasi kinerja pemerintah daerah. Akibatnya, timbul kecurigaan di masyarakat terhadap kemungkinan penyimpangan dana APBD, yang merusak reputasi pemerintah daerah (Novita, 2023).

Keterbukaan informasi publik sangat penting karena dapat meningkatkan akuntabilitas dan transparansi lembaga publik. Dengan keterbukaan ini, masyarakat dapat memahami bagaimana lembaga publik mengelola anggaran dan menjalankan tugas mereka, yang membantu mencegah korupsi dan penyalahgunaan kekuasaan. Humas Pemerintah mempunyai peran penting dalam membuka ruang bagi publik untuk mendapatkan akses informasi publik. Adanya UU KIP, merupakan momentum bagi Humas Pemerintah untuk menjalankan fungsi dan tugasnya dalam memberikan informasi, penerangan, dan pendidikan kepada masyarakat tentang kebijakan, aktivitas, dan langkah-langkah pemerintah secara terbuka, transparan, jujur dan objektif. Informasi yang disampaikan kepada masyarakat termasuk media, bila tidak akurat, cepat, dan mudah, dapat menyebabkan kebijakan pemerintah dianggap tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat, tidak informatif, dan tidak membumi. Pemerintah sebagai pelaksana pembangunan dan pengambil kebijakan membutuhkan corong penyampaian informasi Begitu juga masyarakat sebagai objek yang menikmati pembangunan dan pelaksana kebijakan juga harus mengetahui sumber informasi yang tepat. Sesuai dengan program yang dijalankan.

BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional) Kota Semarang adalah lembaga yang didirikan oleh Pemerintah Kota Semarang dan telah menerapkan keterbukaan informasi publik sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 6 Tahun 2012 tentang Zakat. Humas BAZNAS bertanggung jawab untuk mengelola zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) dengan profesionalisme, amanah, dan transparansi guna mencapai kesejahteraan umat.

Government Public Relations merupakan strategi yang digunakan pemerintah untuk membangun hubungan yang baik dengan publik. BAZNAS Kota Semarang telah menugaskan humasnya dalam berbagai kegiatan seperti sosialisasi zakat, penghimpunan ZIS dan penyaluran bantuan untuk meningkatkan kepercayaan muzakki.

Kepercayaan Muzakki sangat penting bagi Badan Amil Zakat (BAZ) agar dana Muzakki dapat terhimpun dan disalurkan secara benar dan adil kepada Mustahiq, pada kenyataannya tingkat antusias masyarakat cukup tinggi terhadap Badan Amil Zakat karena transparan dan akuntabel. Berdasarkan data dari website Badan Amil Zakat Nasional penghimpunan dana ZIS hingga February 2024 terkumpul sekitar Rp 136 miliar.

Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap BAZNAS Kota Semarang cukup tinggi, sebagaimana terlihat dari laporan keuangan tahun 2022 yang menunjukkan bahwa BAZNAS Kota Semarang berhasil mengumpulkan ZIS sebesar Rp 10 miliar, naik dari Rp 26 miliar pada tahun 2021. Ini menunjukkan bahwa semakin banyak masyarakat yang mempercayakan pengelolaan ZIS mereka kepada BAZNAS Kota Semarang. (Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), 2020).

Humas BAZNAS Kota Semarang memiliki peran penting dalam mewujudkan keterbukaan informasi publik. Dengan menyediakan informasi publik yang mudah diakses dan dipahami, membantu masyarakat dalam mendapatkan informasi publik, dan meningkatkan akuntabilitas dan transparansi. Humas BAZNAS Kota Semarang dapat berkontribusi dalam membangun tata kelola zakat yang baik dan akuntabel.

Peran *Government Public Relations* BAZNAS Kota Semarang dalam Keterbukaan Informasi Publik BAZNAS Kota Semarang telah menerapkan dalam berbagai kegiatannya, seperti:

1. Sosialisasi zakat: BAZNAS Kota Semarang melakukan sosialisasi zakat kepada masyarakat melalui berbagai media, seperti website, media sosial, dan spanduk.

2. Penghimpunan ZIS: BAZNAS Kota Semarang menyediakan berbagai kemudahan bagi masyarakat untuk menyalurkan ZIS, seperti melalui transfer bank, ATM, dan kotak amal.
3. Penyaluran bantuan: BAZNAS Kota Semarang menyalurkan bantuan kepada masyarakat yang membutuhkan secara transparan dan akuntabel.

Government Public Relations BAZNAS Kota Semarang memiliki peran penting dalam mewujudkan keterbukaan informasi publik. Berikut adalah beberapa contoh aktivitas *Government Public Relations* BAZNAS Kota Semarang dalam keterbukaan informasi publik:

1. Website BAZNAS Kota Semarang: Website ini menyediakan berbagai informasi publik, seperti profil BAZNAS, program-program, dan laporan keuangan BAZNAS.
2. Media Sosial BAZNAS Kota Semarang: Media sosial digunakan untuk menyebarkan informasi terkait zakat, infaq, dan sedekah (ZIS), serta kegiatan BAZNAS Kota Semarang.
3. Laporan Keuangan BAZNAS Kota Semarang: Laporan keuangan diaudit oleh akuntan publik dan dipublikasikan di website BAZNAS Kota Semarang.

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Semarang adalah Lembaga Pemerintahan Nonstruktural (LNS) yang bersifat otonom dan bertanggung jawab langsung kepada Presiden melalui Menteri Agama. BAZNAS didirikan oleh pemerintah berdasarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2001. Tujuan utamanya adalah mengumpulkan dan mendistribusikan zakat, infaq, dan sedekah di tingkat nasional. Pengelolaan zakat oleh BAZNAS merupakan salah satu dari lima rukun Islam. Perintah zakat ini terutama didasarkan pada ayat-ayat Al-Qur'an, termasuk surah At-Taubah ayat 103.

حُذِّ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ

عَلِيمٌ

Artinya: “Ambillah zakat dari harta mereka, guna membersihkan dan menyucikan mereka, dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doamu itu (menumbuhkan) ketenteraman jiwa bagi mereka. Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui.” (Q.S. At-Taubah: 103).

Baznas Kota Semarang memanfaatkan situs jejaring sosial media Instagramnya untuk berinteraksi dengan masyarakatnya. Hingga 30 Maret 2024, akun Instagram Baznas aktif sejak 14 September 2017 memiliki followers sebanyak 4.492 Baznas Kota Semarang dan juga telah mempublikasikan sebanyak 853 konten yang diunggah disusun dengan upaya maksimal dalam variasi jenisnya.

Baznas Kota Semarang memanfaatkan berbagai jenis konten seperti foto, infografis, Instagram story, dan video reels untuk menyesuaikan dengan tren dan minat masyarakat terhadap konten Instagram. Penggunaan video reels yang sedang populer saat ini menunjukkan respons yang positif dari audiens dengan tingkat jangkauan dan interaksi, seperti jumlah like, yang lebih tinggi dibandingkan dengan konten berupa gambar atau infografis.

Baznas Kota Semarang menawarkan berbagai inisiatif, seperti Semarang Cerdas, Semarang Makmur, Semarang Taqwa, Semarang Sehat, dan Semarang Peduli, yang bertujuan untuk memfasilitasi penyaluran dana zakat. Informasi mengenai kemajuan dan aktivitas dari program-program ini menjadi bagian dari materi yang disusun oleh Baznas Kota Semarang untuk keperluan publikasi, sosialisasi, serta edukasi. Semua itu merupakan langkah untuk membangun hubungan dan komunikasi yang aktif antara lembaga dan masyarakat yang dilayani. Menjelaskan Komunikasi berperan sebagai wujud transparansi informasi publik bagi

lembaga amil zakat yang berpotensi untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat.

Instagram merupakan salah satu platform media yang digunakan dalam praktik public relations online. Sebagai respons terhadap meningkatnya digitalisasi dan penggunaan internet, humas pemerintah mengadopsi metode baru untuk menjalankan fungsi dan tugas mereka. Public relations pemerintah secara online diperkenalkan sebagai sarana baru bagi humas untuk memfasilitasi komunikasi dua arah dengan masyarakat melalui media digital. Public relations online ini merupakan bagian dari strategi manajemen reputasi yang bertujuan untuk menjaga eksistensi dan citra positif sebuah perusahaan atau lembaga.

Baznas Kota Semarang memanfaatkan Instagram sebagai platform untuk meningkatkan pemahaman tentang lembaga dan kegiatan yang dilaksanakan, berdasarkan informasi terkait Baznas Kota Semarang meraih 2 penghargaan pada awal 2024 ini yaitu sebagai: Branding Terbaik dan Baznas Simba Terresponsif Terbaik. Hal ini menunjukkan bahwa orientasi pengadaan dan pembuatan konten oleh Baznas Kota Semarang bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat Kota Semarang, khususnya terkait informasi zakat.

Menyebarkan keterbukaan informasi tentang program- program BAZNAS sama dengan mengajak masyarakat untuk gemar menunaikan zakat, infaq, dan sedekah, serta membantu orang yang sedang membutuhkan. Dalam artian, menyebarkan keterbukaan informasi program BAZNAS sama saja mengajak orang untuk melakukan amal saleh.

BAZNAS juga berperan sebagai mediator dalam pemenuhan kewajiban umat Islam. Sejalan dengan kebijakan mutu BAZNAS yaitu memberikan pelayanan terbaik kepada Pembayar Zakat (Muzakki) dan Penerima Zakat (Mustahik). BAZNAS mempunyai berbagai program yang bertujuan pemanfaatan Zakat secara terencana, terukur dan berkelanjutan sesuai dengan hukum syariah untuk meningkatkan

kesejahteraan para mustahik. Artinya, kegiatan dakwah bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kebahagiaan masyarakat dan amal yang sejati lebih diutamakan daripada sekedar pidato dari mimbar.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti berupaya melakukan penelitian sehingga mampu mencapai tujuan yang diharapkan, dengan demikian peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut bagaimana peran *government public relations* BAZNAS Kota Semarang dalam mewujudkan keterbukaan informasi publik?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana peran *government public relations* baznas kota semarang dalam mewujudkan keterbukaan informasi publik.

D. Manfaat Penelitian

Pada permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini, diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat yang akan berguna bagi keilmuan seputar bagaimana Penerapan Peran *Government Public Relations* BAZNAS Kota Semarang dalam mewujudkan keterbukaan informasi publik. Secara umum, manfaat bagi riset ini diklasifikasikan menjadi dua bagian, yaitu manfaat secara teoritis dan praktis.

1. Manfaat teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan pemahaman para akademisi tentang aspek-aspek dalam ilmu komunikasi, terutama dalam bidang *Government Public Relations (GPR)*. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber referensi yang berharga bagi perkembangan pengetahuan dalam ilmu komunikasi, khususnya dalam konteks kajian *Government Public Relations (GPR)*.

2. Manfaat praktis

1) Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi praktis kepada lembaga terkait pengelolaan media komunikasi dalam menjalankan *Government Public Relations (GPR)* secara tepat sasaran.

2) Bagi Perusahaan

Pertama, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan praktik Keterbukaan Informasi Publik sebagai bentuk penerapan *Government Public Relations*. Kedua, penelitian ini menyediakan masukan dan informasi tambahan bagi perusahaan serta pemangku kepentingan dalam menyusun kebijakan dan program, sehingga pelaksanaan tanggung jawab sosial kepada muzakki dan masyarakat sekitar menjadi lebih baik dan bermanfaat. Nilai-nilai ini relevan dengan aktivitas dalam *Government Public Relations*.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini penulis telah melakukan telaah pustaka terhadap berbagai studi maupun penelitian terdahulu yang tentu saja relevan dengan topik yang dibahas, penggunaan kajian dari berbagai sumber tersebut diharapkan dapat memperluas landasan teori dan memperkuat argument yang peneliti sajikan, oleh karena itu peneliti menyajikan beberapa tinjauan pustaka sebagai berikut :

Pertama, Musfiah Saidah (2019), mahasiswa UIN Jakarta, menulis skripsi berjudul "Political Public Relations Kelompok Komunikasi Kepresidenan Republik Indonesia dalam Pengelolaan Isu Publik". Penelitian yang dilakukan oleh tim humas pada komunikasi politik presiden berjalan lancar. Musfiah menggunakan Instruksi Presiden Nomor 09 Tahun 2015 sebagai dasar penelitiannya. Namun, skripsi Musfiah hanya berfokus pada analisis tim komunikasi presiden dalam menjaga citra presiden dan istana. Sebenarnya, Instruksi Presiden Nomor 09

ditujukan kepada Kementerian Komunikasi dan Informatika sebagai penyedia layanan humas negara. Meskipun kedua kajian tersebut memiliki kesamaan dalam bidang humas pemerintahan, perbedaannya terletak pada subjek penelitiannya.

Kedua, tesis master Ikmal Fitriani Alfiah, mahasiswa Universitas Andalas angkatan 2020, yang berjudul "Manajemen Humas Pemerintah Dalam Rangka Mengelola Informasi Publik di Kota Padang Panjang". Penelitian ini membahas manajemen humas dan transparansi informasi publik sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik tahun 2008, dengan menerapkan prinsip *cutting center*. Para ilmuwan meyakini bahwa ruang lingkup penelitian ini masih terbatas. Idealnya, penelitian ini dilakukan bersama pemerintah pusat untuk memastikan apakah UU KIP sudah benar-benar dilaksanakan oleh humas pemerintah. Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan kesamaan dalam topik yang dibahas, yaitu hubungan humas pemerintah dan teori yang digunakan, namun perbedaannya terletak pada subjek penelitiannya.

Ketiga, jurnal yang ditulis oleh Ilham dan Ravi (2023) berjudul "Model Komunikasi Pemerintah Daerah dalam Penerapan Keterbukaan Informasi Publik". Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menggambarkan proses komunikasi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah di Provinsi Sumatera Barat, dengan membandingkan kinerja Humas Pemerintah di Kota Padang dan Kabupaten 50 Kota. Penelitian ini memiliki kesamaan dalam pendekatan dan teori yang digunakan, namun objek penelitiannya berbeda.

Keempat, Jurnal yang ditulis oleh Rafiq Maulida (2020) melakukan penelitian dengan judul Peran Humas Pemerintah Sebagai Sarana Komunikasi Publik Dalam Penelitian ini mengadopsi pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran Humas, menurut kerangka kerja yang dikemukakan oleh Dozier dan Broom, terdiri dari empat kategori, yakni Penasehat Ahli (*Expert Prescriber*), Fasilitator Komunikasi (*Communication Facilitator*), Fasilitator Proses

Pemecahan Masalah (*Problem Solving Process Facilitator*), dan Teknisi Komunikasi (*Communication Technician*). Pada bagian Humas dan Protokol Setdakot Bogor, tiga peran tersebut teridentifikasi, yaitu Fasilitator Komunikasi (*Communication Facilitator*), Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem Solving Process Facilitator*), dan Teknisi Komunikasi (*Communication Technician*). Kesamaan terletak pada fokus penelitian yang mencakup bidang hubungan masyarakat pemerintah (*government public relations*). Namun, perbedaannya terletak pada unit atau organisasi yang menjadi objek penelitian. Jika jurnal Rafiqah membahas tentang Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), penelitian ini berfokus pada Baznas Kota Semarang.

Kelima, Rahmat Agung Aditya (2019), mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2019, menulis skripsi berjudul "Strategi Komunikasi BAZNAS dalam Mensosialisasikan Pembayaran Zakat Secara Online di Perusahaan E-commerce". Skripsi ini membahas bagaimana BAZNAS merancang strategi komunikasi untuk mengedukasi masyarakat tentang pembayaran zakat secara online melalui platform e-commerce, sambil menjelaskan faktor-faktor yang mendukung atau menghambat sosialisasi pembayaran zakat di perusahaan e-commerce. Kesamaannya dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah fokus pada sosialisasi atau keterbukaan informasi mengenai program BAZNAS. Namun, perbedaannya terletak pada fokus skripsi yang lebih khusus pada program pembayaran zakat secara online di perusahaan e-commerce, serta perbedaan dalam teori yang digunakan.

Penelitian terdahulu telah banyak mengkaji tentang isu Keterbukaan Informasi Publik, Namun hingga saat ini belum ada penelitian yang mengelaborasi teori KIP dengan Implementasi *Government Public Relations* selain itu juga ditemukan data bahwa masing-masing perusahaan yang menjalankan aktivitas KIP memiliki karakteristik tersendiri terkait program yang diusung seperti stakeholder

yang terlibat, tahapan yang dilalui, komitmen, dan hambatan yang dihadapi dan kewenangan masing-masing pihak yang terlibat sehingga memiliki peluang untuk memunculkan *novelty* (unsur kebaruan) sebagai *gap research* guna mengembangkan temuan-temuan penelitian terdahulu yaitu :

1. Peran *Government Public Relations* dalam Mewujudkan KIP yang diterapkan oleh Baznas Kota Semarang (dilihat dari sisi objek dan subjek penelitian)
2. Korelasi antara nilai peran *Government Public Relations* yang diterapkan oleh Baznas Kota Semarang dalam mewujudkan keterbukaan informasi publik

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan pendekatan penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif. Mengutip dari Creswell (1994), penelitian kualitatif adalah pengumpulan data penelitian yang berfokus pada analisis mendalam, pembentukan teori, dan penjelasan tentang kenyataan yang berkaitan dengan kompleksitas sosial (Creswell, 1994).

Karena fokus penelitian adalah membahas suatu fenomena, maka pendekatan ini menggunakan studi kasus. Pendekatan studi kasus merupakan strategi penelitian yang berfokus pada studi mendalam terhadap suatu kasus. Kasus ini mungkin melibatkan seseorang, suatu organisasi, suatu peristiwa, suatu program atau suatu fenomena yang spesifik dan unik serta tidak dapat digeneralisasikan pada situasi lain. Tujuan utama pendekatan studi kasus adalah untuk memahami sepenuhnya kompleksitas dan kekhususan kasus yang diteliti. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengkaji berbagai aspek suatu kasus secara detail dan mengkaji konteks yang melingkupinya (Priya, 2021).

Fokus penelitian ini adalah bagaimana Humas BAZNAS Kota Semarang dalam mewujudkan keterbukaan publik. Data primer yang diperoleh melalui wawancara langsung dan data sekunder yang diperoleh melalui berbagai sumber (John, 2018).

Dalam penelitian ini, peneliti berperan sebagai pengamat yang melakukan wawancara mendalam untuk mengidentifikasi kategori perilaku, mengamati fenomena, serta mencatat data guna menggambarkan dan menjelaskan berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan dalam objek penelitian (Widiawati, 2020).

2. Definisi konseptual

Definisi konseptual adalah penjelasan makna dari suatu konsep atau variabel yang digunakan dalam penelitian. Definisi ini penting untuk memastikan bahwa semua pihak yang terlibat dalam penelitian memiliki pemahaman yang sama tentang konsep tersebut. Untuk memudahkan pembahasan dalam penulisan skripsi ini, maka penulis membatasi masalah yang dibahas agar pembahasan lebih jelas dan focus sesuai dengan harapan. Oleh karena itu pada penulisan ini hanya akan membahas bagaimana Peran *Government Public Relations* dalam Mewujudkan Nilai KIP yang diterapkan oleh Baznas Kota Semarang

a. *Government Public Relations*

Government Public Relations (GPR) atau humas pemerintah merupakan aktivitas yang dilakukan oleh entitas pemerintah atau individu untuk melaksanakan fungsi manajemen dalam komunikasi dan penyediaan informasi kepada masyarakat, pemangku kepentingan, serta warga negara atau perusahaan, dan sebaliknya. Humas pemerintah adalah inisiatif pemerintah yang bertujuan untuk memastikan bahwa masyarakat memiliki pemahaman tentang aktivitas pemerintah, terlibat dalam penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan pelayanan publik, sehingga informasi yang disampaikan dapat dipahami dengan lebih baik oleh

masyarakat. *Government Public Relations* yang efektif didasarkan pada prinsip-prinsip berikut:

1. Transparansi.
 2. Akuntabilitas
 3. Etika Komunikasi
 4. Strategi Komunikasi yang Tepat
- b. Keterbukaan Informasi Publik (KIP)

Keterbukaan informasi publik adalah prinsip yang memfasilitasi masyarakat untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan untuk membuat keputusan dan berpartisipasi dalam proses pengambilan kebijakan. Undang-Undang Republik Indonesia No. 14 Tahun 2008 tentang keterbukaan informasi publik mengamanatkan bahwa setiap individu memiliki hak untuk memperoleh informasi publik sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pengecualian terhadap informasi yang bersifat rahasia berarti bahwa akses terhadap informasi tersebut dapat ditutup dan pihak berwenang tidak wajib untuk mengumumkan informasi tersebut. Berikut adalah beberapa indikator yaitu :

1. Transparansi Anggaran
2. Ketersediaan Informasi
3. Perlindungan *Whistleblower*
4. Keterlibatan Masyarakat
5. Transparansi Pemerintah
6. Keterbukaan Data

KIP merupakan pilar penting dalam membangun demokrasi yang sehat dan transparan. Dengan menerapkan indikator KIP, diharapkan badan publik dapat menjadi lebih terbuka dan akuntabel dalam mengelola informasi publik, sehingga masyarakat dapat memperoleh informasi yang mereka butuhkan dengan mudah dan transparan.

3. Sumber dan jenis data

Sumber data primer merujuk pada sumber data utama, sementara jenis data yang diperoleh dari sumber ini disebut sebagai data primer. Di sisi lain, sumber data sekunder merupakan sumber data tambahan, dengan jenis data yang diperoleh dari sumber ini disebut sebagai data sekunder (Priya, 2021). Sumber data merupakan informasi yang dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Dalam riset ini, sumber data yang digunakan meliputi data primer dan data sekunder. Peneliti mengumpulkan kedua jenis data tersebut untuk keperluan penelitian (Lexy J & Moleong, 2000).

- a. Sumber Data Primer, yaitu sumber data yang penulis kumpulkan langsung dari sumber utamanya sumber data utama riset ini adalah Humas BAZNAS Kota Semarang. Hal ini dilakukan dengan dengan melakukan tanya jawab dengan humas baznas kota semarang. Kemudian pada metode obsevasi penulis datang dan melakukan pengamatan secara langsung terkait aktivitas humas baznas Kota Semarang dan media publikasi untuk melihat data sesuai dengan kenyataannya.
- b. Sumber Data Sekunder adalah data yang dikumpulkan secara tidak langsung oleh penulis untuk mendukung data primer, dan biasanya disusun dalam bentuk dokumen. Dalam penelitian ini, sumber data sekunder meliputi catatan atau laporan keuangan, situs web BAZNAS Kota Semarang, dan *press release*.

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam riset ini, peneliti menggunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara, serta data sekunder dari sumber-sumber kepustakaan yang digunakan untuk mendapatkan landasan teoritis yang dibahas. Oleh karena itu, jenis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Jenis Data Primer

Jenis data primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, tanpa melalui perantara. Dalam konteks riset ini, data primer mencakup pendapat individu atau kelompok. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif di mana data dikumpulkan melalui wawancara dengan narasumber dan disajikan dalam bentuk kutipan langsung. Peneliti juga merumuskan pertanyaan mendalam kepada subjek penelitian untuk mendapatkan informasi yang relevan, mengidentifikasi masalah, dan merencanakan langkah-langkah yang akan diamati dari hasil pengamatan terhadap objek dan perilakunya di masa mendatang. Selain itu peneliti menggunakan hasil dari wawancara berupa arsip dokumentasi kegiatan Baznas Kota Semarang untuk mengetahui keterbukaan informasi publik di baznas Kota Semarang.

b. Jenis Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh dari sumber lain dan tidak langsung dari subjek penelitian oleh peneliti. Data ini berasal dari literatur yang relevan dengan penelitian dan berfungsi sebagai pendukung untuk data utama. Sumber data sekunder dalam riset ini mencakup laporan, catatan, buku, siaran pers, serta dokumen dan arsip yang diperoleh melalui Humas BAZNAS Kota Semarang, situs website BAZNAS, dan referensi pustaka.

4. Teknik pengumpulan data

a. Wawancara

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan wawancara mendalam dengan metode interaksi tanya jawab yang melibatkan pertanyaan langsung, baik dengan atau tanpa panduan wawancara. Tujuannya adalah untuk memperoleh data yang komprehensif dan terperinci dengan mewawancarai narasumber terkait dan membahas topik-topik yang relevan.

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan penjelasan dari Humas BAZNAS Kota Semarang. Dalam pendekatan wawancara yang diterapkan, peneliti mengumpulkan data penelitian dengan mengajukan pertanyaan secara lisan kepada informan (subjek). Data yang dikumpulkan selama wawancara mencakup, 1) Fungsi *Government Public Relations* di BAZNAS Kota Semarang, dan 2) Analisis terhadap implementasi Keterbukaan Informasi Publik (KIP) di BAZNAS Kota Semarang.

b. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk pengamatan yang dicatat dengan sistematis atas fenomena yang diselidiki. Penelitian ini menggunakan metode observasi, yang melibatkan kegiatan langsung di lapangan untuk mengamati fenomena yang terjadi di sana. Peneliti memilih metode observasi karena memungkinkan untuk secara langsung melihat dan mencatat perilaku serta peristiwa sebagaimana adanya, mengurangi risiko kesalahpahaman. Dalam metode ini, peneliti akan melakukan pengamatan terkait upaya optimalisasi fungsi *Government Public Relations* di BAZNAS Kota Semarang, terutama dalam konteks Keterbukaan Informasi Publik (KIP).

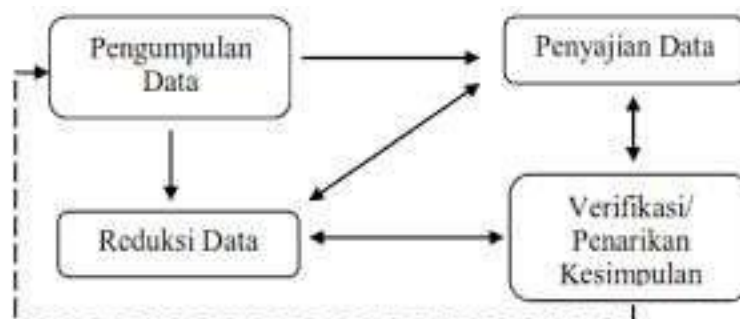
c. Dokumentasi

Studi dokumentasi tidak hanya terbatas pada aspek historis; tetapi juga meliputi kajian literatur yang mencakup data tertulis yang menjelaskan, memberikan informasi, dan menguraikan pemikiran mengenai fenomena saat ini. Proses studi dokumentasi dimulai dengan mengumpulkan dokumen, memilih dokumen yang relevan sesuai dengan tujuan penelitian, dan mengaitkannya dengan fenomena lainnya. Dengan demikian, dalam konteks penelitian ini, dokumentasi merujuk pada berbagai dokumen, arsip, atau jejak digital yang masih dapat diakses yang berkaitan dengan kegiatan *Government Public Relations* di BAZNAS Kota Semarang, khususnya dalam konteks Keterbukaan Informasi Publik (KIP).

5. Teknik Analisis Data

Peneliti menerapkan metode analisis Huberman dan Miles yang mengembangkan sebuah model analisis data yang dikenal sebagai model interaktif. Model ini terdiri dari tiga tahap utama: 1) reduksi data, 2) penyajian data, dan 3) penarikan kesimpulan atau verifikasi (Miles & Huberman., 1992).

Gambar 1. Model interaktif yang diajukan Miles dan Huberman



(Sumber: Interactive Analysis Model Miles & Huberman, 1994)

Proses analisis interaktif ini melibatkan siklus dan interaksi, di mana peneliti mengikuti empat tahapan utama: pengumpulan data, penyajian data, reduksi data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Analisis ini merupakan proses berkelanjutan di mana setiap tahapan saling terkait. Tahapan ini dimulai selama dan setelah pengumpulan data, dan prosesnya berlanjut hingga versi akhir penelitian selesai disusun. Tahapan analisis data menurut model Miles dan Huberman adalah sebagai berikut:

- 1) Pengumpulan data: Pengumpulan data meliputi pencarian dan pengumpulan variabel-variabel penelitian. Pengumpulan data dimulai dengan pengembangan konsep penelitian dan berlanjut sepanjang masa penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mencatat seluruh aspek yang terkait dengan “KIP dan hubungan masyarakat pemerintah” di pusat penelitian. Proses penelitian meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Setelah data terkumpul cukup untuk diolah dan dianalisis, peneliti melanjutkan ke tahap reduksi data.
- 2) Reduksi data: Reduksi data adalah tentang merangkum, memilih elemen yang paling penting, memfokuskan pada elemen yang paling penting, dan mencari tema dan pola. Tujuan yang ingin dicapai menjadi pedoman reduksi data dalam penelitian. Langkah reduksi data ini memudahkan pengumpulan data selanjutnya.
- 3) Penyajian data: Penyajian data dalam penelitian kualitatif biasanya dilakukan dalam bentuk teks naratif. Namun tidak menutup kemungkinan penyajian data dalam penelitian kualitatif juga didukung dengan grafik, tabel atau diagram untuk memadukan penjelasan naratif pada teks.

4) Menarik/memverifikasi kesimpulan. Setelah melalui dua tahap analisis data sebelumnya, dapat diambil kesimpulan yang diharapkan dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pada rumusan masalah di atas. Hasil penelitian kualitatif merupakan wawasan baru yang belum ada sebelumnya. Kesimpulan pemotongan dan hasil presentasi masih bersifat sementara.

Status sementara dapat berubah jika ditemukan bukti-bukti tambahan yang kuat pada proses peninjauan data sekembalinya ke lapangan untuk pengumpulan data, sehingga dapat mengakibatkan diperolehnya bukti- bukti tambahan yang kuat yang dapat mengubah hasil kesimpulan awal.

BAB II

PERAN, GOVERNMENT PUBLIC RELATIONS (GPR) DAN KATERBUKAAN INFORMASI PUBLIK (KIP)

A. Peran (Role Theory)

1. Definisi Peran

Peran adalah status atau kondisi dinamis seseorang; ketika seseorang memenuhi hak dan kewajibannya sesuai dengan posisinya, ia sedang menjalankan peran. Peran melibatkan hak dan kewajiban yang sesuai dengan posisi individu tersebut, diharapkan dapat berfungsi dalam konteks masyarakat.

Menurut Biddle (1986), Teori Peran menggambarkan bahwa peran adalah pola perilaku yang diharapkan oleh masyarakat dari individu yang memiliki status tertentu. Peran ini mencakup perilaku-perilaku yang diharapkan, misalnya seperti perilaku yang diharapkan dari seorang manajer di dalam suatu organisasi (Biddle, 1986).

Menurut Soejono Soekamto, peranan adalah konsep tentang aktivitas yang dilakukan individu yang memiliki makna penting bagi struktur sosial masyarakat. Peranan mencakup norma-norma yang berkembang sejalan dengan posisi atau kedudukan seseorang dalam masyarakat, dan peran membimbing individu dalam kehidupan bersama masyarakat (Soekamto, 1990).

Dari beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa peran adalah perilaku atau tindakan yang diharapkan oleh sekelompok orang atau lingkungan dari individu, kelompok, organisasi, badan, atau lembaga tertentu. Peran ini didasarkan pada status atau kedudukan yang dimiliki dan memiliki potensi untuk mempengaruhi sekelompok orang atau lingkungan tersebut.

2. Fungsi Peran

Peran sendiri lebih banyak menunjuk pada fungsi, yaitu satu penyesuaian diri dan sebagai suatu proses, dan peranan tersebut meliputi pada dua hal diantaranya yaitu:

- a. Peran mencakup norma-norma yang terkait dengan posisi seseorang dalam masyarakat secara umum, dan merupakan aturan-aturan yang membimbing individu dalam kehidupan sosial.
- b. Peran merupakan konsep tentang aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dalam masyarakat sebagai bagian dari kelompok atau organisasi. Peran juga dapat diartikan sebagai perilaku yang diperlukan atau memiliki signifikansi penting bagi struktur sosial masyarakat.

B. Government Public Relations (GPR)

1. Definisi Government Public Relation

Government Public Relations menurut Shannon A. Bowen yang menulis “Ethics in *Government Public Relations*” dalam bukunya “The Practice of *Government Public Relations*” juga membahas tentang humas pemerintah. Mendefinisikan hubungan masyarakat pemerintah sebagai suatu jenis fungsi komunikasi yang berhubungan dengan warga negara, pemerintah, regulator pemerintah dan badan legislatif (dipilih dan diangkat). Ia juga menjelaskan bahwa humas pemerintah membantu memfasilitasi komunikasi dengan pemerintah dan masyarakat :

“Government public relations involves managing communication between citizens and various branches of government, including regulatory bodies and elected or appointed officials. Its purpose is to facilitate effective communication between government entities and the public as well as constituencies.”

Government Public Relations Theory merupakan teori yang mengatur praktik dan strategi komunikasi publik yang dilakukan oleh instansi pemerintah. Teori ini menjelaskan bagaimana lembaga pemerintahan Butterick K (2013) mengelola informasi dan komunikasi

publik serta bagaimana memperoleh pemahaman dan dukungan masyarakat terhadap program dan kebijakan pemerintah. Dalam penelitian mengenai interaksi antara pemerintah dan masyarakat, teori yang diterapkan adalah manajemen isu, yang pertama kali dikembangkan oleh Howard Case dan Barry Jones. Case diakui sebagai tokoh utama dalam pengembangan konsep ini, yang sering disebut sebagai “Bapak manajemen isu”, dan konsep tersebut telah menjadi landasan bagi banyak praktisi dan organisasi, termasuk Public Relations Society of America (PRSA).

Teori ini bertujuan untuk membantu lembaga pemerintah mengelola dan merancang informasi yang berkelanjutan dan memastikan bahwa informasi yang diterima dari masyarakat seimbang di kedua sisi dan memungkinkan adanya saling pengertian (Rachmadi, 2011).

Batasan tersebut dengan jelas menegaskan bahwa fungsi humas pemerintah adalah membantu organisasi mereka dalam berinteraksi secara saling menguntungkan dengan masyarakat. Ini menunjukkan bahwa peran humas pemerintah adalah untuk mengumpulkan informasi dari masyarakat dan memastikan bahwa informasi tersebut diterima oleh masyarakat (Simatupang, 2020).

Fungsi utama dari humas pemerintah adalah memperkuat dan mendukung hubungan yang baik antara lembaga atau instansi dengan berbagai pihak yang terkait, baik di dalam maupun di luar organisasi. Tujuannya adalah untuk mengedukasi, memotivasi, dan mendorong partisipasi masyarakat dalam upaya untuk meningkatkan kreativitas serta mendukung pandangan positif dari publik. Untuk mencapai tujuan ini, diperlukan usaha untuk membangun hubungan yang harmonis antara praktisi humas dan lingkungan sekitarnya (Shannon, 2019).

2. Tugas Government Public Relations

Menurut Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia (Menpan RB) Nomor 30 tahun 2011 tentang Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan, tugas resmi dari humas pemerintah dijelaskan sebagai berikut (Suprawoto, 2018):

- a. Melakukan komunikasi yang terencana dan saling berlangsung antara instansi pemerintah dan masyarakat untuk mencapai pemahaman bersama serta mencapai tujuan dan manfaat bersama.
- b. Meningkatkan kelancaran aliran informasi dan akses masyarakat terhadap informasi publik.
- c. Meningkatkan koordinasi dalam penyebaran informasi mengenai kebijakan pemerintah.
- d. Meningkatkan citra dan reputasi yang positif.

Perbedaan utama dalam tugas pokok humas di instansi pemerintah dan non-pemerintah adalah bahwa humas pemerintah tidak memiliki tujuan komersial, meskipun keduanya terlibat dalam kegiatan publikasi, promosi, dan periklanan. Humas pemerintah lebih fokus pada pelayanan publik dan meningkatkan kualitas layanan umum (Thoriq, 2022).

Dengan menggunakan unit atau program kerja yang berkaitan, pemerintah dapat mengkomunikasikan informasi dan memberikan penjelasan tentang kebijakan, tindakan tertentu, serta kegiatan yang dilakukan dalam menjalankan tugas-tugas dan kewajiban ke pemerintahannya (Arofi, 2018).

3. Fungsi Government Public Relations

Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 30 Tahun 2011 mengatur mengenai fungsi Humas Pemerintah dalam pedoman umum tata kelola kehumasan di lingkungan instansi pemerintah, termasuk di dalamnya (Noel, 2008) :

- a. Membangun Reputasi Positif Pemerintah: GPR berupaya menciptakan citra yang baik di mata publik melalui penyampaian informasi yang akurat dan kredibel tentang kebijakan dan program pemerintah.
- b. Menjembatani Komunikasi: GPR bertindak sebagai jembatan komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat. Menerima dan memahami aspirasi masyarakat serta menyampaikan kebijakan pemerintah secara transparan.
- c. Meningkatkan Dukungan Publik: GPR berperan aktif dalam menggalang dukungan publik terhadap kebijakan dan program pemerintah. Ini dilakukan melalui edukasi dan sosialisasi yang efektif.

Menurut Ruslan, R (2012: 18), terdapat tiga fungsi utama humas pemerintah, yakni:

- a. Menyampaikan informasi kepada masyarakat.
- b. Melakukan upaya persuasif untuk mengubah sikap dan perilaku masyarakat secara langsung.
- c. Berusaha untuk mengharmonisasikan sikap dan perilaku suatu badan atau lembaga dengan sikap dan perilaku masyarakat atau sebaliknya.

Humas harus menjalankan tiga fungsi utama hubungan masyarakat dan memiliki kemampuan untuk memberikan tanggapan yang obyektif terhadap pendapat dan sikap publik. Hal ini memungkinkan humas untuk memberikan masukan kepada pimpinan organisasi dalam menciptakan lingkungan yang menguntungkan dan berkelanjutan serta dapat bersaing di dalamnya. Dalam praktik sehari-hari, humas perlu memahami setiap langkah dan tujuan organisasi, serta memonitor dampaknya terhadap lingkungan organisasi.

Berdasarkan beberapa pandangan di atas, dapat disimpulkan bahwa fungsi utama humas adalah mengenali dan menilai pandangan publik yang terkait dengan organisasi, serta menggunakan komunikasi sebagai alat untuk menyampaikan informasi yang akurat dengan cara yang sesuai dan efektif agar dapat mengarahkan pandangan publik sesuai harapan. Penyebaran informasi kepada masyarakat mengenai kebijakan, program, dan kegiatan bertujuan untuk menciptakan persepsi dan pemahaman yang positif di kalangan masyarakat.

4. Peran Government Public Relations

Menurut Frazier Moore, peran humas dalam pemerintahan didasarkan pada dua prinsip utama. Pertama, hak warga untuk mengetahui informasi mendorong pejabat pemerintahan untuk memberikan penjelasan kepada masyarakat. Kedua, pentingnya bagi pejabat pemerintahan untuk menerima masukan dari masyarakat mengenai isu-isu baru dan tekanan sosial untuk mendapatkan partisipasi dan dukungan masyarakat. Hanya melalui komunikasi semacam ini, pemerintah dan masyarakat dapat mencapai pemahaman yang positif dan kerjasama yang produktif (Moore, 2005).

Kehadiran unit humas di sebuah badan publik atau instansi pemerintah menjadi sangat penting baik secara fungsional maupun operasional untuk mengomunikasikan kegiatan dan informasi dari instansi tersebut kepada publik. Humas berperan sebagai penghubung yang memfasilitasi aliran interaksi dan penyebaran informasi tentang pembangunan nasional, bekerja sama dengan media cetak dan elektronik. Peran humas ini krusial dalam membantu mencapai tujuan dan sasaran dari badan publik atau instansi pemerintahan, serta dalam membangun hubungan yang positif dengan masyarakat untuk menciptakan citra dan pandangan yang menguntungkan.

Menurut Rachmadi (2003), definisi humas pemerintah hampir mirip dengan humas pada umumnya. Humas di dalam lembaga pemerintah menjadi suatu kebutuhan fungsional untuk menyampaikan informasi mengenai kebijakan, program, dan kegiatan lembaga pemerintah kepada masyarakat, sedangkan Menurut Onong Uchjana Effendy (2016:37). Humas Pemerintahan memiliki dua tugas yaitu :

“...Pertama, menyebarkan informasi secara teratur mengenai kebijaksanaan, perencanaan dan hasil yang telah dicapai; Kedua, menerangkan dan mendidik publik mengenai perundang-undangan dan hal-hal yang bersangkutan dengan kehidupan rakyat sehari-hari. Selain itu adalah tugasnya pula menasehati pimpinan departemen dalam hubungannya dengan reaksi atau tanggapan publik terhadap kebijaksanaan yang dijalankan”.

Humas pemerintah di dalam instansi bertugas untuk menciptakan dan menjaga suasana kerja yang harmonis. Mereka juga berperan sebagai juru bicara lembaga, fasilitator, dan penyedia layanan informasi kepada publik. Tugas mereka meliputi merespons pengaduan masyarakat, menyediakan informasi tentang kebijakan, program, produk, dan pelaksanaan program lembaga, serta membangun hubungan yang baik dan dinamis di dalam dan di luar instansi. Selain itu, humas pemerintah berfungsi sebagai penghubung antara lembaga dengan berbagai pemangku kepentingan.

Mengacu pada pendapat (Cutlip, 2006) bahwa humas mempunyai empat peran utama yaitu:

- a. Teknik Komunikasi adalah peran yang memanfaatkan keahlian dalam ilmu komunikasi, seperti jurnalistik (menulis), editing, dan pembuatan pesan secara visual, untuk mendukung pelaksanaan program-program humas.
- b. *Expert Prescriber* (Pakar Perumus) adalah peran di mana praktisi humas bertindak sebagai ahli. Mereka melakukan riset untuk mengidentifikasi masalah dalam humas, merancang program, dan bertanggung jawab atas implementasi program tersebut.

- c. Fasilitator Komunikasi adalah peran di mana praktisi humas bertugas menyediakan dan menjaga saluran komunikasi yang berkelanjutan antara organisasi dan publiknya.
- d. Fasilitator Pemecah Masalah adalah peran di mana humas membantu departemen lain dalam organisasi untuk menangani masalah yang mereka hadapi. Peran ini melibatkan berbagai subsistem dalam organisasi untuk merencanakan dan melaksanakan program humas.

Jika keempat peran ini dapat dilaksanakan dengan baik oleh humas, maka kinerja humas dapat mencapai tingkat optimal karena fungsi-fungsinya dapat dijalankan secara lebih efektif. Namun, masih banyak instansi di mana praktisi humas hanya menjalankan peran teknis karena tugas-tugas mereka telah ditentukan oleh bagian lain dalam instansi tersebut.

Peran Humas Pemerintah berfungsi sebagai alat atau sarana bagi instansi pemerintah untuk memfasilitasi interaksi yang positif dan menyebarkan informasi mengenai pembangunan melalui kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik menegaskan bahwa keterbukaan informasi publik merupakan cara untuk melibatkan partisipasi masyarakat dalam pengawasan terhadap pelaksanaan negara, birokrasi, dan segala hal yang mempengaruhi kepentingan umum (Irawanto, 2022).

Salah satu elemen manajemen yang sangat penting bagi setiap organisasi adalah humas. Keberadaan humas memiliki dampak signifikan terhadap keberlangsungan positif suatu organisasi. Humas mencakup segala bentuk komunikasi antara organisasi dengan berbagai pihak yang memiliki kepentingan. Menurut Ruslan (2012), indikator peran humas adalah sebagai berikut:

- a. *Communicator*, yang berarti humas berperan sebagai perwakilan organisasi dalam menjalankan komunikasi dua arah timbal balik dengan publik, baik internal maupun eksternal.
- b. *Relationship*, yang berarti humas berusaha membangun hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan publik.
- c. *Back up management*, yang berarti humas memiliki peran sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi sehingga selalu siap menjalankan tugas dari atasan.
- d. *Good image maker*, yang berarti humas berperan dalam menjaga dan menciptakan citra yang positif bagi organisasi di mata publik.

Humas dalam perusahaan atau organisasi memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga kelangsungan operasional organisasi. Terdapat empat peran utama yang dimainkan oleh humas: mewakili organisasi di hadapan publik internal dan eksternal, membangun hubungan antara organisasi dan publik, mendukung fungsi manajemen organisasi, serta menciptakan dan memperkuat citra positif organisasi. Tujuan utama dari keberadaan humas adalah untuk membentuk citra positif bagi organisasi, sehingga keberhasilan humas dalam menjalankan peran mereka akan memengaruhi seberapa baik mereka menjalankan tugas-tugasnya.

C. Keterbukaan Informasi Publik

1. Definisi Keterbukaan Informasi Publik

Keterbukaan informasi adalah hak masyarakat untuk memperoleh informasi, yang dapat dilakukan melalui dua metode. Yang pertama adalah transparansi lembaga publik, baik melalui pengumuman maupun respons terhadap permintaan informasi. Kedua, mereka berhak mengajukan sengketa jika mereka tidak menerima informasi publik yang mereka perlukan, menemui kendala atau mendapatkan pelayanan yang buruk.

Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP) diterapkan oleh pemerintah sebagai respons terhadap dorongan untuk meningkatkan transparansi informasi, yang muncul setelah perubahan politik pada masa Reformasi tahun 1998 yang mengungkap kelemahan dalam tata kelola pemerintahan. Undang-Undang tersebut memiliki signifikansi penting karena menjadi landasan hukum yang menjamin hak setiap warga negara untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan pengelolaan negara. KIP diatur secara tegas dalam UU Nomor 14 Tahun 2008, yang dianggap sebagai bagian esensial dari prinsip *Good Governance* dan demokrasi di Indonesia.

Menurut Oxford Learners Dictionary, keterbukaan berasal dari kata (*openness*) yang berarti keadaan di mana tidak ada rahasia, kesediaan menerima sesuatu dari luar, dan kesediaan berkomunikasi dengan lingkungan di luar dirinya. Keterbukaan (*openness*) dalam negara yang memandang rakyat sebagai pemegang kedaulatan tertinggi dipandang sebagai alat penting untuk mencapai kekuasaan negara dan pemerintahan demokratis yang baik. Lebih lanjut, keterbukaan merupakan jaminan yang seharusnya ada atau sebagai tindakan, kondisi, atau unsur yang sangat diperlukan dan penting.

Setiap individu memiliki hak untuk meminta informasi, yang dijamin sebagai hak setiap warga, sedangkan badan publik, termasuk lembaga pemerintahan, memiliki kewajiban untuk memberikan informasi tersebut kecuali jika termasuk dalam kategori informasi yang bersifat rahasia (Nurdiansyah, 2016). Pasal 2 dari Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik (UU-KIP) menegaskan bahwa tujuan dari keterbukaan informasi adalah untuk mendukung penyelenggaraan pemerintahan yang berkualitas, jujur, efisien, transparan, dan dapat dipertanggungjawabkan (Triyono et al., 2019).

Melalui keterbukaan informasi, badan publik diharapkan akan didorong untuk mengedepankan tanggung jawab, tugas, dan fungsi mereka yang terfokus pada pelayanan masyarakat (Maulida, 2021). Hak asasi untuk memperoleh informasi memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk mengawasi dan mengevaluasi kinerja pemerintah.

Keterbukaan informasi dalam tata kelola pemerintahan bertujuan untuk menciptakan lingkungan pemerintahan yang transparan, jujur, beretika, dan berorientasi pada kepentingan masyarakat. Selain memenuhi kebutuhan hak masyarakat, peran keterbukaan informasi juga penting sebagai pedoman bagi pemerintah untuk memberikan klarifikasi terhadap informasi yang keliru dengan menyajikan fakta yang sebenarnya melalui transparansi.

Sebagai contoh, pencapaian Jawa Tengah yang meraih empat kali penghargaan sebagai provinsi paling informatif memberikan kesempatan kepada Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo, untuk melakukan evaluasi guna mempertahankan dan meningkatkan pencapaian saat ini, atau bahkan meningkatkannya ke level yang lebih baik di masa depan. (Khaerul, 2022).

2. Undang-undang KIP Nomor 14 Tahun 2008

Undang-undang ini membahas tentang bagaimana cara informasi dan fasilitas informasi publik dikelola, dibagikan, dan disediakan. Informasi adalah kebutuhan dasar bagi setiap individu dalam mengembangkan dirinya sendiri dan berkontribusi pada masyarakat, serta merupakan elemen krusial dalam memperkuat keamanan nasional (Indonesia, 2008).

Undang-Undang No.14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik, meliputi:

- a. Badan publik harus menyediakan, memberikan, atau menerbitkan Informasi Publik yang berada di bawah kewenangannya kepada pemohon informasi publik, kecuali informasi yang dikecualikan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- b. Badan publik harus menyediakan Informasi Publik yang akurat, benar, dan tidak menyesatkan.
- c. Untuk memenuhi kewajiban sebagaimana disebutkan dalam ayat (2), badan publik harus mengembangkan dan membangun sistem informasi dan dokumentasi untuk mengelola informasi publik secara efisien agar dapat diakses dengan mudah.
- d. Badan publik diharuskan membuat pertimbangan secara tertulis untuk setiap kebijakan yang diambil guna memenuhi hak setiap orang atas Informasi Publik.
- e. Pertimbangan seperti yang disebutkan dalam ayat (4) termasuk pertimbangan politik, ekonomi, sosial, budaya, dan pertahanan serta keamanan negara.
- f. Badan publik dapat memanfaatkan sarana dan media elektronik maupun non-elektronik dalam rangka memenuhi kewajiban sebagaimana diatur dalam ayat 1 sampai dengan ayat 4.

3. Tujuan Keterbukaan Informasi Publik

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 101 Tahun 2000 tentang penjabaran prinsip-prinsip tata kelola yang efektif adalah upaya untuk membangun hubungan saling percaya antara pemerintah dan masyarakat dengan memberikan akses informasi yang transparan dan memastikan ketersediaan informasi yang akurat serta mudah diakses. Menurut Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008, tujuan dari transparansi adalah :

- a. Mendorong partisipasi masyarakat dalam proses pembuatan kebijakan publik.
- b. Memperkuat peran aktif masyarakat dalam pembuatan kebijakan publik dan manajemen lembaga publik yang baik.

- c. Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik, yang ditandai oleh transparansi, efektivitas, efisiensi, akuntabilitas, dan keterbukaan.
- d. Memahami landasan kebijakan publik yang mempengaruhi kehidupan masyarakat secara menyeluruh.
- e. Meningkatkan manajemen dan layanan informasi di lingkungan lembaga publik untuk menyediakan layanan informasi yang berkualitas.

Penjelasan tersebut, dapat diringkas bahwa tujuan keterbukaan informasi publik terkait penyelenggaraan zakat oleh BAZNAS adalah untuk membangun rasa saling percaya antara pengelola zakat dan masyarakat dengan memberikan informasi yang akurat dan tepat mengenai pengumpulan, pendistribusian zakat yang akan dilaksanakan.

Transparansi adalah prinsip yang menciptakan situasi di mana semua pihak dapat mengakses, melihat, dan memahami informasi tentang situasi, keputusan, dan tindakan yang terjadi. Keterbukaan dalam pengelolaan dana menjadi sangat penting untuk menghindari persepsi negatif dari masyarakat terhadap kinerja organisasi atau lembaga pemerintahan. Selain untuk menjaga akuntabilitas, transparansi tidak hanya berlaku untuk pihak eksternal (publik), melainkan juga diperlukan di dalam lingkungan internal organisasi. Dengan kata lain, transparansi harus melibatkan pemangku kepentingan internal seperti ketua, wakil ketua, pengurus Unit Pengelola Zakat yang telah ditunjuk, serta petugas amil di BAZNAS (Rahimallah & Ricky, 2023).

Stakeholders internal ini terlibat langsung dalam tahap perencanaan, implementasi, dan pelaporan zakat. Sedangkan *stakeholders* eksternal mencakup pihak-pihak yang tidak tergabung dalam BAZNAS, seperti pemerintah, BAZNAS Provinsi, BAZNAS Pusat, serta masyarakat yang memberikan zakat (muzakki) dan yang menerima zakat (mustahiq) (Maulidia, 2020).

4. Indikator Keterbukaan Informasi Publik

Indikator keterbukaan informasi publik dapat bervariasi tergantung pada negara atau lembaga yang mengimplementasikannya. Beberapa contoh indikator umum yang digunakan untuk mengukur keterbukaan informasi publik termasuk keberadaan undang-undang yang mengatur akses terhadap informasi publik, yang merupakan indikator krusial. Undang-undang semacam itu harus menyediakan kerangka hukum yang jelas dan memfasilitasi masyarakat untuk mengajukan permohonan informasi. (Rahimallah & Ricky, 2023).

a. Transparansi Anggaran

Transparansi dalam manajemen anggaran negara atau lembaga publik juga merupakan salah satu tolok ukur keterbukaan informasi publik. Hal ini mencakup ketersediaan informasi tentang alokasi anggaran, pengeluaran, dan pelaporan keuangan yang diberikan secara terbuka kepada masyarakat.

b. Ketersediaan Informasi

Indikator ini meliputi aksesibilitas informasi publik, yang mencakup keberadaan jalur komunikasi yang efektif dan layanan informasi yang mudah diakses oleh masyarakat.

c. Perlindungan Whistleblower

Keterbukaan informasi publik juga menyangkut perlindungan bagi whistleblower yang melaporkan tindakan korupsi atau pelanggaran hukum lainnya. Indikator ini termasuk adanya mekanisme pelaporan yang aman dan jaminan perlindungan hukum bagi whistleblower tersebut.

d. Keterlibatan Masyarakat

Indikator ini mencakup partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan dan proses-proses penting. Partisipasi aktif masyarakat menunjukkan adanya mekanisme yang mendukung keterlibatan publik dalam pengambilan keputusan serta memberikan akses yang memadai terhadap informasi yang relevan.

e. **Transparansi Pemerintah**

Keterbukaan pemerintah dalam menyampaikan informasi tentang kebijakan, program, dan kegiatan publik juga menjadi indikator dari keterbukaan informasi. Ini mencakup ketersediaan informasi mengenai keputusan pemerintah, undang-undang, peraturan, dan kebijakan publik.

f. **Keterbukaan Data**

Indikator ini mencakup ketersediaan dan aksesibilitas terhadap data publik yang relevan dan bermanfaat. Keterbukaan data melibatkan publikasi informasi dalam format yang mudah dimengerti dan dapat diakses oleh masyarakat.

Indikator-indikator ini digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat keterbukaan informasi publik di suatu negara atau lembaga. Semakin tinggi tingkat keterbukaannya, semakin mudah bagi masyarakat untuk memperoleh informasi yang mereka butuhkan dan untuk meningkatkan akuntabilitas pemerintah atau lembaga publik.

D. Good Governance

Menurut Merilee S. Grindle, *good governance* tidak hanya berfokus pada implementasi kebijakan yang efektif, tetapi juga melibatkan kemampuan institusi dan proses yang memungkinkan partisipasi, transparansi, dan akuntabilitas. Grindle juga mengemukakan *good governance* tidak hanya tentang bagaimana kebijakan diterapkan, tetapi juga bagaimana kebijakan dibuat dan bagaimana masyarakat terlibat dalam proses pengambilan keputusan (Grindle, 2010).

Good Governance merupakan suatu sistem penyelenggaraan administrasi publik yang baik, yang dalam penyelenggaraannya memerlukan sinergi antara tiga (tiga) unsur yaitu: Pemerintah, Swasta, dan Masyarakat. Ketiga unsur tersebut harus saling berhubungan dan berfungsi sesuai prinsip kesetaraan tanpa adanya upaya mendominasi. Unsur-unsur dalam *Good Governance* yang menjadi landasan dari segala prosesi pengesahan UU KIP (Yusra, 2020).

Good Governance adalah pelaksanaan manajemen pembangunan yang kuat dan bertanggung jawab, berdasarkan pada prinsip-prinsip demokrasi, efisiensi pasar, pengalokasian investasi yang tepat, upaya pencegahan korupsi, disiplin anggaran, serta terciptanya kerangka hukum dan politik yang mendukung aktivitas usaha. Konsep *Good Governance* berdampak pada kualitas tata kelola dan layanan masyarakat dan secara umum juga akan meningkatkan kualitas sosial, ekonomi, dan politik secara keseluruhan. Selain itu, *Good Governance* merupakan salah satu fondasi negara modern (Ambarsari et al., 2020).

1. Indikator *Good Governance*

Good Governance mengacu pada prinsip dan praktik yang mendorong transparansi, akuntabilitas, dan efisiensi dalam pengelolaan urusan publik. Ini adalah seperangkat nilai, standar, dan norma yang memandu perilaku pemerintah, lembaga publik, dan individu di sektor publik. Manajemen yang baik sering dikaitkan dengan ciri-ciri berikut (Lateef, 2016):

a. Transparansi

Keterbukaan dan transparansi proses pengambilan keputusan, memungkinkan kontrol dan partisipasi publik.

b. Akuntabilitas

Kewajiban pejabat publik untuk bertanggung jawab atas tindakan dan keputusan mereka dan bertanggung jawab atas setiap kesalahan atau salah urus.

c. Partisipasi

Melibatkan warga negara dan pemangku kepentingan dalam proses pengambilan keputusan untuk memastikan bahwa suara mereka didengar dan kepentingan mereka diperhitungkan.

d. *Rule of Law*

Penerapan hukum dan peraturan secara adil dan tidak memihak untuk memastikan bahwa tidak ada seorang pun yang kebal hukum.

e. Efektivitas dan efisiensi

Kemampuan otoritas publik untuk memberikan layanan secara tepat waktu dan hemat biaya serta untuk mencapai tujuan mereka.

f. *Responsiveness*

Kemampuan lembaga-lembaga publik untuk menanggapi kebutuhan dan keprihatinan warga negara dan pihak-pihak yang berkepentingan.

g. Kesetaraan dan inklusivitas

Distribusi sumber daya dan peluang yang adil untuk memastikan tidak ada seorang pun yang tertinggal.

Indikator *good governance* penting karena membantu membangun kepercayaan antara warga negara dan pemerintah, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan memastikan penggunaan sumber daya publik yang bertanggung jawab dan transparan. Hal ini merupakan aspek mendasar dari pemerintahan demokratis dan penting bagi kesejahteraan masyarakat di seluruh dunia. (Syahrul, 2020).

2. Tujuan Good Governance

Good Governance (Tata Kelola Pemerintahan yang Baik) memiliki beberapa tujuan utama yang saling berkaitan, yaitu:

- a. Meningkatkan kesejahteraan rakyat: *Good Governance* bertujuan untuk menciptakan kondisi yang memungkinkan peningkatan kesejahteraan rakyat secara merata dan berkelanjutan. Ini dicapai melalui kebijakan

pembangunan yang efektif, alokasi sumber daya yang adil, dan pemberdayaan masyarakat.

- b. Mewujudkan pembangunan berkelanjutan: Penerapan *Good Governance* diharapkan dapat mendorong pembangunan yang tidak hanya mengejar pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memperhatikan aspek lingkungan dan sosial. Hal ini dilakukan dengan pengelolaan sumber daya alam yang bertanggung jawab dan pembangunan yang inklusif.
- c. Meningkatkan kepercayaan publik: *Good Governance* bertujuan untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah. Transparansi, akuntabilitas, dan penegakan hukum yang konsisten dapat membuat masyarakat merasa yakin bahwa pemerintah bekerja untuk kepentingan mereka.
- d. Mencegah korupsi dan penyalahgunaan kekuasaan: Prinsip-prinsip *Good Governance* seperti transparansi, akuntabilitas, dan rule of law berfungsi untuk mengawasi pemerintah dan mencegah terjadinya praktik korupsi serta penyalahgunaan kekuasaan.
- e. Menciptakan stabilitas politik dan sosial: *Good Governance* dapat mengurangi konflik dan meningkatkan stabilitas politik dan sosial. Ketika masyarakat merasa dilibatkan dalam proses pengambilan keputusan dan diperlakukan secara adil, maka potensi konflik akan berkurang.
- f. Mendorong pertumbuhan ekonomi: Lingkungan yang stabil, dapat diprediksi, dan transparan akibat penerapan *Good Governance* dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Investor akan lebih percaya diri untuk berinvestasi dan pelaku usaha akan lebih mudah menjalankan kegiatannya.

Secara keseluruhan, *Good Governance* bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pembangunan manusia yang berkelanjutan. Ini dicapai melalui pemerintahan yang efektif, efisien, adil, dan akuntabel.

BAB III
PERAN GOVERNMENT PUBLIC RELATIONS
BAZNAS KOTA SEMARANG MELALUI PUBLIKASI DI MEDIA

A. Profil Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Semarang

1. Sejarah berdirinya BAZNAS Kota Semarang

Menurut Undang-Undang Nomor 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Semarang merupakan sebuah lembaga pemerintah non struktural yang bertugas mengelola zakat, infak, dan sedekah. Sebagai lembaga pengelola, BAZNAS Kota Semarang berkomitmen untuk menerapkan konsep profesionalisme, amanah, transparansi, dan akuntabilitas dalam standar operasional prosedur (SOP) mereka.

Tujuan utama BAZNAS Kota Semarang adalah untuk mencapai efisiensi, efektivitas, dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Hal ini bertujuan untuk meningkatkan partisipasi umat Islam Kota Semarang dalam pembangunan manusia secara menyeluruh. Dengan mengumpulkan dan mengelola dana ini, BAZNAS turut membantu pemerintah dalam upaya memerangi kemiskinan di Kota Semarang.

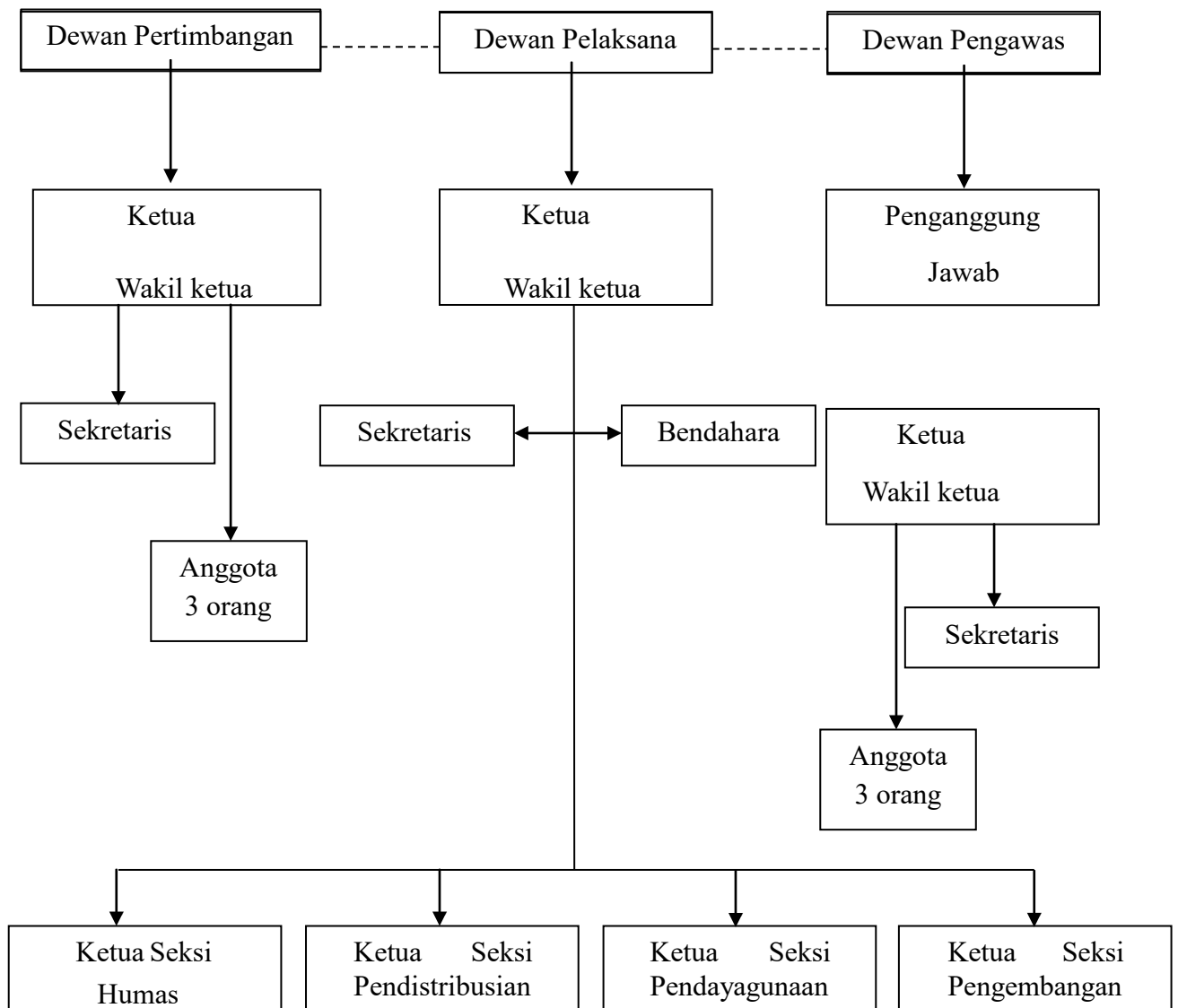
Awalnya, BAZNAS Kota Semarang dikenal dengan nama BAZ Kota Semarang, yang didirikan melalui surat keputusan Walikota Kota Semarang tanggal 19 Maret 1999 Nomor 451.1/191. Surat keputusan ini mengatur pembentukan Badan Amil Zakat, Infaq, dan Sedekah yang bertanggung jawab atas pengelolaan zakat, infak, dan sedekah. Seiring perkembangannya, untuk meningkatkan efektivitas alokasi dana zakat dari masyarakat, Pemerintah Kota Semarang kemudian mengeluarkan Surat Keputusan Nomor 451.1.05/159 tanggal 13 Juni 2003 untuk membentuk

Badan Amil Zakat Kota Semarang, yang kemudian diikuti dengan pembentukan badan amil zakat di tingkat kecamatan.

2. Struktur Organisasi BAZNAS Kota Semarang

BAZNAS Kota Semarang mengatur struktur organisasinya untuk membagi tugas, wewenang, dan tanggung jawab secara efektif. Berikut adalah struktur organisasi BAZNAS Kota Semarang.

Gambar 1 Struktur Baznas Kota Semarang





Sumber: Dokumentasi BAZNAS Kota Semarang

Struktur Organisasi

a. Unsur Pimpinan Periode Tahun 2022-2027

- 1) Ketua H. Arnaz Agung Andrarasmara, SE., MM
- 2) Wakil Ketua I (Pimpinan Bidang Pengumpulan) Drs. Labib Abdullah, MM.
- 3) Wakil Ketua II (Pimpinan Bidang Pendistribusian dan Pendayagunaan) HJ. Afifah, S.pd
- 4) Wakil Ketua III (Pimpinan Bidang Perencanaan dan Laporan Keuangan) H. Nur Fuad, S.Ag.
- 5) Wakil Ketua IV (Pimpinan Bidang Administrasi dan Umum) Hj. Aminah, S.Pd.I

b. Unsur Pelaksana

- 1) Drs. Mundakir
- 2) Muhammad Asyhar, S.Sos.I
- 3) Ahmad Muhtadin, S.HI
- 4) Hj. Siti Rochayah
- 5) Tri Mursito, A.Md
- 6) Wahyudi, S.H
- 7) Suwarto
- 8) Ripa'i, S.H
- 9) Valentina Asih Dwi K.
- 10) Diah Ayu Nur Afifah S.Pd
- 11) Amelia Firdausa Duana, S.Ds

- 12) Rizal Aditya A.M
- 13) Desy Tunjungsari
- 14) Aliyatur Rohmaniyah, S.Pd
- 15) Norhidayah, S.Pd
- 16) Sabrina Nur Baiti Rahma, A.Md, Ak
- 17) Desy Kurnia Priyantini, A.Md

3. Visi dan Misi BAZNAS Kota Semarang

Visi Misi BAZNAS Kota Semarang sebagai berikut:

- a. Visi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Semarang “Menjadi pengelola zakat yang professional dan terpercaya”
- b. Misi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Semarang
 - 1) Mengkoordinasikan UPZ BAZNAS dan LAZ di Kota Semarang dalam mencapai target pengumpulan.
 - 2) Mengoptimalkan pendistribusian dan pendayagunaan zakat secara merata untuk pengentasan kemiskinan, peningkatan kesejahteraan masyarakat, dan mengurangi kesenjangan sosial.
 - 3) Menerapkan sistem manajemen keuangan berbasis teknologi informasi yang transparan dan akuntabel.
 - 4) Menerapkan sistem pelayanan prima kepada seluruh pemangku kepentingan zakat di Kota Semarang.
 - 5) Menggerakkan dakwah Islam, melalui sinergi ummat untuk kebangkitan zakat di Kota Semarang.
 - 6) Membudayakan berzakat sebagai gaya hidup.
 - 7) Zakat sebagai instrumen pembangunan menuju masyarakat yang adil dan makmur, baldatun thayyibatun warabbun ghafuur.

4. Tugas Pokok dan Fungsi BAZNAS Kota Semarang

BAZNAS Kota Semarang diharapkan berperan sebagai lembaga yang efektif dalam mengoptimalkan pengelolaan zakat di wilayah tersebut. Mengacu pada Undang-Undang No. 38 Tahun 1999 tentang pengelolaan zakat, penggunaan dana ini diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan

ekonomi masyarakat Kota Semarang, khususnya bagi masyarakat Muslim. Tugas dan fungsi BAZNAS Kota Semarang dijelaskan dalam keputusan walikota Kota Semarang terkait pembentukannya, yang mencakup:

- a. Melakukan program pembinaan dalam hal pengelolaan, pengumpulan, distribusi, dan pemanfaatan zakat.
 - b. Menjalankan tugas administratif dan teknis terkait pengumpulan, distribusi, dan pemanfaatan zakat.
 - c. Melaksanakan pengumpulan, distribusi, dan pemanfaatan zakat, serta merencanakan dan melaksanakan program untuk meningkatkan pengelolaan zakat.
 - d. Menyelenggarakan program pembinaan dalam pengelolaan, pengumpulan, distribusi, dan pemanfaatan zakat.
- a. Surat Keputusan Walikota Semarang Nomor 451/496 Tahun 2017 tentang Pengangkatan Pimpinan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Semarang Periode 2017-2022.

5. Program-program Badan Amil Zakat Nasional Kota Semarang

a. Semarang Sehat

Program "Semarang Sehat" adalah inisiatif bantuan kesehatan untuk mustahik di Kota Semarang, yang terdiri dari:

1) Khitan Massal

Program ini memberikan bantuan layanan kesehatan untuk mengkhitan anak-anak di Kota Semarang. Bantuan ini diberikan kepada anak-anak Muslim yang termasuk dalam kategori asnaf miskin.

2) Gerakan Jambanisasi

Program ini menyediakan bantuan jamban gratis kepada warga miskin di Kota Semarang untuk memastikan mereka memiliki fasilitas jamban yang memenuhi standar kesehatan dan sanitasi yang baik.

3) Pengobatan Gratis dan Layanan Ambulans

Program ini memberikan layanan pengobatan gratis kepada warga Kota Semarang yang tinggal di daerah pinggiran dan berstatus kumuh serta miskin. Program juga mencakup layanan ambulans gratis bagi warga yang kurang mampu di Kota Semarang yang membutuhkan bantuan ambulans karena sakit atau keadaan darurat medis.

4) Bantuan Bagi Kaum Difabel

Program "Semarang Peduli" merupakan inisiatif dari BAZNAS Kota Semarang yang mencakup bantuan berupa pemberian alat bantu bagi penyandang cacat dan program pemberdayaan ekonomi untuk keluarga yang memiliki anggota penyandang cacat.

b. Semarang Peduli

Program "Semarang Peduli" dari BAZNAS Kota Semarang adalah program yang merespons secara cepat dalam penanganan darurat bencana atau musibah, memberikan bantuan rehabilitasi untuk rumah yang tidak layak huni (RTLH), serta memberikan bantuan kepada Ibnu Sabil.

1) Tanggap Bencana

Program ini merupakan inisiatif untuk memberikan bantuan dalam merespons musibah atau bencana seperti kebakaran, banjir, rob, dan tanah longsor. Bantuan ini berupa bantuan dana stimulus untuk respons terhadap bencana, yang mencakup kegiatan evakuasi, pemulihan, dan rekonstruksi.

2) Rehab Rumah Tidak Layak Huni (RTLH)

Program ini merupakan inisiatif BAZNAS Kota Semarang untuk memberikan bantuan kepada masyarakat dengan pendapatan rendah. Bantuan ini berfokus pada perbaikan rumah, termasuk atap, dinding, dan lantai, untuk memastikan rumah memenuhi syarat sebagai rumah yang layak huni dari segi keamanan dan kesehatan.

3) Bantuan Ibnu Sabil

Program ini merupakan bantuan yang diberikan kepada musafir yang kehabisan uang atau persediaan selama perjalanan. Ibnu sabil merujuk kepada orang yang sedang melakukan perjalanan, terutama yang menghadapi kesulitan ekonomi dan kesulitan memenuhi kebutuhan dasarnya. Mereka adalah orang-orang yang sedang melakukan perjalanan untuk tujuan kebaikan, bukan untuk melakukan perbuatan maksiat.

c. Semarang Makmur

Program ini ditujukan kepada mereka yang membutuhkan di Kota Semarang untuk mendapatkan dana bergulir, peningkatan pengetahuan, keterampilan, pembinaan karakter, dan dorongan untuk mandiri. Bantuan ini mencakup program seperti Bina Mitra Mandiri bagi mereka yang berwirausaha, serta Sentra Ternak yang memberikan bantuan hewan ternak kepada mereka yang membutuhkan.

1) Bina Mitra Mandiri

Program ini merupakan upaya pemberdayaan ekonomi produktif yang dijalankan secara terstruktur, intensif, dan berkelanjutan. Zakat produktif diberikan kepada individu yang kurang mampu dengan tujuan meningkatkan kemandirian mereka. Dalam program ini, peserta (mustahiq) mendapatkan dana bergulir, peningkatan keterampilan, wawasan berwirausaha, pendampingan usaha, edukasi tentang menabung, identifikasi potensi diri, serta pembinaan karakter dan akhlak. Semua ini bertujuan untuk memberdayakan mereka agar lebih mandiri.

Bina Mitra Mandiri yang diselenggarakan oleh BAZNAS Kota Semarang memberikan pinjaman modal usaha kecil kepada pedagang yang memenuhi syarat. Sistem pinjaman menggunakan prinsip Qardhul Hasan dan Mudharabah, sesuai dengan mekanisme yang telah ditetapkan.

2) Sentra Ternak

Program ini adalah inisiatif untuk memberikan hewan ternak kepada penerima zakat (mustahiq) agar mereka dapat memulai usaha budidaya hewan ternak. Program ini tidak hanya memberikan hewan ternak sebagai bantuan, tetapi juga memberikan pembinaan dan pendampingan agar mustahiq dapat berhasil dalam usaha budidaya hewan ternak ini, dengan harapan dapat meningkatkan taraf ekonomi keluarga mereka. Sentra ternak ini tidak hanya ditujukan kepada masyarakat umum, tetapi juga mencakup pondok pesantren.

d. Semarang Taqwa

Semarang Taqwa adalah program bantuan yang berbasis keislaman untuk individu dan lembaga di Kota Semarang, dengan rincian sebagai berikut:

- 1) Bantuan Pengembangan Masjid dan Musholla: Program ini bertujuan untuk mendukung pengembangan dan pemeliharaan masjid dan musholla di Kota Semarang.
- 2) Peduli Guru Ngaji, TPQ, dan MADIN serta Merbot: Program ini merupakan bentuk tali asih kepada guru ngaji, Taman Pendidikan Quran (TPQ), dan Madrasah Diniyah (MADIN), serta merbot sebagai penghargaan atas pengabdian dan dedikasi mereka kepada masyarakat Kota Semarang.
- 3) Tebar Al-Qur'an: Program ini melibatkan wakaf Al-Qur'an ke masjid atau musholla, yang diselenggarakan pada waktu pelaksanaan sholat Jum'at atau sholat Isya'.
- 4) Pengembangan Lembaga Sosial Keislaman: Program ini memberikan stimulan dana kepada lembaga sosial keislaman seperti panti asuhan, panti wredha, dan lembaga sosial lainnya di Kota Semarang untuk tujuan pengembangan.

e. Semarang Cerdas

Program Semarang Cerdas merupakan inisiatif dari BAZNAS Kota Semarang yang memberikan bantuan kepada mereka yang sedang menempuh pendidikan untuk meringankan beban biaya mereka. Berikut adalah rinciannya:

- 1) Beasiswa Produktif Mahasiswa: Program ini memberikan bantuan beasiswa kepada mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi di Kota Semarang. Para penerima beasiswa produktif mahasiswa diharapkan akan aktif berpartisipasi dalam program-program yang diselenggarakan oleh BAZNAS Kota Semarang.
- 2) Beasiswa Peduli Yatim dan Dhuafa: Merupakan bantuan beasiswa untuk pelajar kurang mampu yang bertujuan untuk meringankan biaya pendidikan dan membantu menciptakan generasi yang mandiri dan cerdas. Program ini ditujukan untuk pelajar tingkat SD dan SMP sederajat di Kota Semarang yang berasal dari keluarga yatim dan dhuafa yang berprestasi. Para penerima beasiswa ini akan mendapatkan dukungan dana untuk melanjutkan pendidikan mereka.
- 3) Beasiswa Pendidikan: Program beasiswa ini diberikan kepada pelajar kurang mampu untuk mendukung mereka dalam menempuh pendidikan. Beasiswa ini mencakup bantuan dana stimulan pendidikan dan peralatan sekolah bagi para penerimanya.

B. Realisasi Keterbukaan Informasi Publik Oleh Baznas

1. Mengelola dan Menyebarkan Informasi

Humas memanfaatkan berbagai saluran media yang ada untuk menyebarkan informasi luas mengenai program, kebijakan, serta aktivitas yang sedang dan telah dilakukan oleh Baznas Kota Semarang. Dalam menjalankan perannya, humas mengoptimalkan semua sarana media yang tersedia untuk kegiatan publikasi. Kegiatan publikasi ini mencakup penggunaan Website resmi Baznas, platform media sosial seperti Instagram, layanan informasi publik, dan membuat *Press Release*.

Humas menggunakan website sebagai platform utama untuk melakukan publikasi. Baznas Kota Semarang mengumpulkan berbagai jenis publikasi terkait kebijakan dan implementasinya, seperti berita, banner, teks, buku, foto, produk hukum, pedoman, paparan, dan lain-lain, untuk kemudian dipublikasikan melalui website mereka. Kehadiran website telah menjadi kebutuhan yang krusial bagi setiap lembaga saat ini. Baznas Kota Semarang berhasil mengelola website mereka dengan efektif dan optimal, sehingga informasi yang tersedia di dalamnya sangat jelas bagi masyarakat. Inisiatif ini memungkinkan Humas untuk lebih mudah dalam menyampaikan dan menyebarkan segala informasi terkait program, kebijakan, laporan keuangan, serta informasi seputar zakat.

Gambar 2 Website Baznas Kota Semarang



Sumber Website Baznas Kota Semarang

Website Baznas Kota Semarang didesain khusus untuk meningkatkan transparansi informasi publik. Peneliti mengamati berbagai layanan informasi yang tersedia di dalamnya. Website ini menyediakan akses mudah ke berbagai jenis informasi publik. Di antaranya, terdapat informasi berkala yang mencakup profil Baznas Kota Semarang, seperti visi, misi, tugas, fungsi, tujuan, sejarah, struktur organisasi, serta profil Ketua dan Wakil Ketua Baznas Kota Semarang. Selain itu, tersedia informasi tentang zakat online dan laporan keuangan tahunan. Website ini juga menyajikan informasi terkait program kerja Baznas Kota Semarang.

Kedua, terdapat informasi instan yang mencakup berita terbaru mengenai kegiatan Baznas Kota Semarang yang dapat diakses melalui website resmi mereka di <https://baznaskotasemarang.org/>. Baznas Kota Semarang memanfaatkan platform website ini untuk meningkatkan pemahaman tentang lembaga dan kegiatan yang mereka laksanakan. Sebagai hasil dari upaya tersebut, Baznas Kota Semarang baru-baru ini meraih dua penghargaan pada awal tahun 2024, yaitu sebagai Branding Terbaik dan Baznas Simba Terresponsif Terbaik.

Peran humas pemerintah dalam publikasi media sangat penting untuk memastikan informasi mengenai realisasi program-program pemerintah sampai kepada masyarakat secara efektif dan transparan. Salah satu cara utama untuk mencapai hal ini adalah melalui pembuatan dan penyebaran siaran pers (*press release*). Siaran pers ini berfungsi sebagai alat komunikasi yang resmi dan formal, yang menyajikan informasi yang akurat dan relevan tentang program-program pemerintah, termasuk tujuan, progres, dan hasil yang telah dicapai. Melalui siaran pers, humas pemerintah dapat menjelaskan kebijakan dan program secara rinci, menjawab pertanyaan publik, dan meredakan kekhawatiran yang mungkin timbul.

Dalam pembuatan siaran pers, humas pemerintah harus memastikan bahwa informasi yang disampaikan jelas, tepat waktu, dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan masyarakat. Ini mencakup penggunaan bahasa yang sederhana dan penghindaran jargon teknis yang bisa membingungkan. Selain itu, penting untuk memasukkan data dan fakta yang mendukung, seperti statistik dan studi kasus, agar masyarakat dapat melihat bukti konkret dari realisasi program tersebut. Dengan menyajikan informasi yang transparan dan faktual, humas pemerintah membantu membangun kepercayaan publik terhadap instansi pemerintah.

Gambar 3 *Press Release*

Sumber Website Baznas Kota Semarang

Distribusi *Press Release* diatas juga merupakan aspek krusial dalam peran humas pemerintah. Humas harus memiliki jaringan yang kuat dengan media massa, termasuk surat kabar, stasiun televisi, radio, dan platform media digital. Kerja sama yang baik dengan media memastikan bahwa siaran pers dapat disebarluaskan secara luas dan menjangkau audiens yang lebih besar. Selain itu, humas pemerintah harus memanfaatkan media sosial dan situs web resmi untuk mendistribusikan siaran pers, memungkinkan akses yang lebih cepat dan mudah bagi masyarakat yang ingin memperoleh informasi langsung dari sumber terpercaya.

Melalui siaran pers, humas pemerintah tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga mengatur narasi dan persepsi publik mengenai program-program pemerintah. Ini termasuk menjawab kritik dan memberikan klarifikasi terhadap informasi yang salah atau menyesatkan. Dengan demikian, humas pemerintah memainkan peran strategis dalam membentuk opini publik dan memastikan dukungan masyarakat terhadap inisiatif pemerintah. Dengan komunikasi yang efektif, humas dapat meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan partisipasi publik, yang pada akhirnya berkontribusi pada keberhasilan program-program pemerintah.

2. Menyebarkan Informasi Publik Melalui Sosial Media.

Humas Baznas Kota Semarang tidak hanya menggunakan situs web untuk menyebarluaskan informasi, tetapi juga memanfaatkan platform media sosial sebagai saluran komunikasi dengan masyarakat. Interaksi dengan publik melalui media sosial terbukti efektif dan berhasil. Pengelolaan akun Instagram oleh humas terbilang sangat efektif dan selalu mengikuti perkembangan terbaru. Setiap informasi yang disampaikan juga dipresentasikan dengan cara yang jelas.

Humas Baznas Kota Semarang menjadikan segala aktivitas yang mereka lakukan terbuka dan transparan dengan menyediakan akses informasi kepada publik. Ini mengurangi kebutuhan untuk pertemuan langsung dalam berkomunikasi. Tim humas Baznas Kota Semarang terdiri dari individu yang terampil dalam teknologi dan memiliki keahlian dalam menyajikan informasi secara efektif di website dan platform media sosial seperti TikTok, Twitter, dan Instagram. Perkembangan media sosial saat ini memungkinkan komunikasi yang lebih mudah dan cepat melalui internet, yang menjadi pilihan utama bagi banyak orang. Humas Baznas Kota Semarang memanfaatkan hal ini untuk mendekati diri dengan publik mereka. Di media sosial, Humas Baznas Kota Semarang mengunggah berbagai jenis publikasi informasi, termasuk visual dan audiovisual, untuk disampaikan kepada masyarakat.

a. Sosial Media Intagram @ Baznaskotasemarang

Gambar 4 Media Sosial Baznas Kota Semarang



Sumber: Instagram @baznaskotasemarang

Baznas Kota Semarang menggunakan akun Instagram mereka sebagai sarana untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan masyarakat. Hingga 08 Juni 2024, akun Instagram Baznas ini telah aktif sejak 14 September 2017 dan telah berhasil mendapatkan 4.604 pengikut. Selama ini, mereka telah mempublikasikan sebanyak 880 konten yang dikurasi dengan beragam jenis konten untuk memaksimalkan dampaknya.

Baznas Kota Semarang menggunakan berbagai macam konten seperti foto, infografis, Instagram story, dan video reels untuk menyesuaikan dengan tren dan minat masyarakat terhadap platform Instagram. Penggunaan video reels yang saat ini sedang populer telah menunjukkan respon positif dari audiens, dengan tingkat jangkauan dan interaksi seperti jumlah "like" yang lebih tinggi dibandingkan dengan konten berupa gambar atau infografis.

Gambar 5 Konten Reels Instagram Baznas Kota Semarang



Sumber: Instagram @Baznaskotasemarang

Peneliti juga menemukan perbedaan yang cukup signifikan dari tahun-tahun sebelumnya, terutama pada tahun 2023, di mana sebuah konten mengenai program bantuan renovasi rumah tidak layak huni (RTLH) dari Baznas Kota Semarang mendapatkan jumlah penayangan tertinggi sebanyak 16,9 ribu kali. Program ini menyediakan bantuan perbaikan rumah seperti atap, dinding, dan lantai untuk memastikan rumah layak huni yang memenuhi standar keamanan dan kesehatan. Kemudian, konten yang mengenai penyaluran bantuan langsung kepada korban banjir di kelurahan Genuksari pada tahun 2024 juga mendapatkan perhatian besar, dengan jumlah penayangan mencapai 22,8 ribu kali dan mendapatkan 300 "like".

Gambar 6 Konten Reels Instagram Kota Semarang



Sumber: Instagram @Baznaskotasemarang

b. Sosial Media Tik tok @baznaskotasemarang

Gambar 7 Tampilan Media Tiktok Baznas Kota Semarang



Sumber: Tiktok @Baznaskotasemarang

Meskipun relatif baru dibandingkan dengan platform media sosial lainnya, akun @baznaskotasemarang milik Baznas Kota Semarang yang aktif sejak tahun 2022 memiliki 488 pengikut. Akun tersebut secara aktif mempublikasikan video, dan peneliti menemukan bahwa video yang diunggah di akun TikTok Baznas Kota Semarang

serupa dengan yang diunggah di akun Instagram @baznaskotasemarang milik Baznas Kota Semarang.

Gambar 8 Konten Media Tiktok Baznas Kota Semarang



Sumber: Tiktok @Baznaskotasemarang

BAB IV

ANALISIS PERAN HUMAS BAZNAS KOTA SEMARANG DALAM MEWUJUDKAN KETERBUKAAN INFORMASI PUBLIK

Pada Bab IV akan memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana upaya Humas Baznas Kota Semarang dalam menerapkan prinsip keterbukaan informasi publik sejalan dengan Undang-Undang No. 14 Tahun 2008. Hal ini mencakup langkah-langkah konkret yang diambil oleh Humas untuk memastikan bahwa informasi yang dihasilkan dan dikelola oleh Baznas Kota Semarang dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat. Analisis mendalam ini akan menunjukkan betapa pentingnya peran Humas dalam menjaga transparansi dan akuntabilitas lembaga publik, serta bagaimana hal ini dapat membantu membangun kepercayaan masyarakat terhadap Baznas Kota Semarang sebagai lembaga yang bertanggung jawab dalam pengelolaan zakat, infak, dan sedekah.

A. Analisis Peran Government Public Relations Baznas Kota Semarang Berdasarkan Tinjauan dari Rosady Ruslan

Dalam konteks penelitian ini, fokus utama peneliti adalah bagaimana peran Humas Baznas Kota Semarang secara efektif menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat melalui penyebaran informasi terkait kebijakan dan pengelolaan informasi, sebagaimana yang dianalisis oleh Rosady Ruslan. Penelitian ini menelusuri cara Humas Baznas Kota Semarang menggunakan berbagai saluran komunikasi seperti media massa, media sosial, dan website resmi untuk mengkomunikasikan kebijakan dan aktivitas lembaga kepada masyarakat secara transparan. Penerapan prinsip keterbukaan informasi publik menjadi fokus penting dalam upaya Humas untuk memastikan bahwa informasi yang disediakan kepada publik sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka.

Penelitian ini juga menganalisis pandangan Rosady Ruslan tentang bagaimana pengelolaan informasi yang transparan dan akuntabel oleh Humas Baznas Kota Semarang dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga tersebut. Rosady Ruslan menekankan pentingnya memastikan bahwa informasi yang disampaikan tidak hanya tepat dan akurat, tetapi juga mudah diakses oleh masyarakat luas. Dengan demikian, penelitian ini mengilustrasikan bagaimana Humas Baznas Kota Semarang menjalankan peran strategisnya dalam memfasilitasi proses komunikasi yang terbuka dan inklusif, yang berpotensi menguatkan ikatan positif antara lembaga dan masyarakat.

Humas BAZNAS Kota Semarang merupakan bagian dari divisi Komunikasi Publik yang langsung bertanggung jawab kepada Kepala BAZNAS Kota Semarang. Tugas humas mencakup penyusunan materi untuk perumusan kebijakan, koordinasi, pembinaan, pengawasan, pengendalian, serta memberikan bimbingan terhadap kegiatan hubungan masyarakat. Secara rinci, humas bertanggung jawab untuk menjalankan layanan kehumasan terkait dengan pembentukan citra BAZNAS Kota Semarang, menyusun materi kebijakan, memberikan panduan dan bimbingan, serta menyusun pedoman teknis yang berkaitan dengan hubungan masyarakat.

Selain itu, humas bertugas untuk menjalin kemitraan dengan media dalam konteks kehumasan, menyiapkan materi dan mengkoordinasikan konferensi pers terkait kebijakan BAZNAS Kota Semarang, mengelola informasi yang disampaikan di situs web BAZNAS Kota Semarang, mengurus akun media sosial BAZNAS Kota Semarang, serta melaksanakan kegiatan peliputan dan dokumentasi acara atau kegiatan BAZNAS Kota Semarang. Tugas humas juga meliputi penyusunan siaran pers mengenai agenda atau kebijakan BAZNAS Kota Semarang, memfasilitasi dialog langsung antara BAZNAS Kota Semarang dengan masyarakat Kota Semarang, memantau berita yang terkait dengan Pemerintah Kota Semarang dari media komunikasi, mengklasifikasi dan mengolah hasil pemantauan berita terkait BAZNAS Kota Semarang dari media komunikasi, serta

mendistribusikan berita yang berkaitan dengan BAZNAS Kota Semarang melalui media komunikasi.

Berdasarkan rincian tugas humas di Baznas Kota Semarang, humas memiliki peran sebagai penghubung antara organisasi dan publiknya (*communicator*), karena bertugas menyiapkan informasi yang akan dipublikasikan kepada masyarakat. Peran humas sebagai pembina hubungan kerjasama antara organisasi dan pihak internal serta eksternal (*Relationship*) di Baznas Kota Semarang terlihat dalam upaya menjalin kemitraan dengan media yang terkait dengan kehumasan. Sebagai pendukung fungsi manajemen organisasi (*Back Up Management*), humas di Baznas Kota Semarang terlibat dalam persiapan bahan kebijakan, memberikan bimbingan, menyusun petunjuk teknis, dan merancang naskah dinas yang terkait dengan hubungan masyarakat. Peran humas sebagai pembangun dan pencipta citra positif organisasi yang diwakilinya (*Good Image Maker*) tercermin dalam pelaksanaan tugas kehumasan yang bertujuan membentuk citra positif Baznas Kota Semarang.

1. Peran *government public relations* di Baznas Kota Semarang sebagai berikut:

- a. Peran humas sebagai penghubung komunikasi antara organisasi dengan masyarakat (*Communicator*)

Peran humas sebagai penghubung antara organisasi dan masyarakat (*Communicator*) merupakan peran yang sangat penting di mana humas bertindak sebagai perantara antara organisasi yang mereka wakili dengan publik. Dalam menjalankan peran ini, humas menggunakan proses komunikasi yang melibatkan berbagai elemen seperti pembawa pesan, konten pesan, media komunikasi, proses komunikasi, dan umpan balik (*feedback*).

Terdapat beberapa indikator yang akan digunakan untuk mengukur dimensi ini yaitu Komunikator dan menyediakan alat informasi. Humas BAZNAS Kota Semarang telah menjalankan tugasnya untuk memberikan informasi kepada masyarakat, yaitu dengan memberikan informasi yang berkaitan dengan BAZNAS Kota Semarang, seperti realisasi dari program-program BAZNAS Kota Semarang. Sedangkan untuk sosialisasi kepada masyarakat juga telah dilakukan oleh Humas. Humas Pemerintah BAZNAS Kota Semarang dalam memberikan informasi kepada masyarakat apabila masyarakat belum jelas mengenai informasi yang diberikan, pelanggan bisa langsung datang ke kantor BAZNAS Kota Semarang.

Menurut Bapak Asyhari dalam wawancara, ia menjelaskan bahwa informasi yang disampaikan oleh Baznas Kota Semarang termasuk dalam kategori informasi publik. Ini mencakup semua informasi yang dihasilkan, disimpan, dan dikelola oleh lembaga publik tersebut, seperti kebijakan, kegiatan, laporan keuangan, himbauan terkait zakat atau qurban, pencapaian atau prestasi, serta informasi yang bersifat mendesak atau berpotensi mengancam kepentingan umum seperti informasi terkait bencana darurat. Pernyataan tersebut menegaskan bahwa humas di Baznas Kota Semarang berperan sebagai komunikator yang bertugas menyampaikan pesan, informasi, atau keterangan dari organisasi kepada masyarakat, dan sebaliknya.

Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi, terlihat bahwa humas berperan sebagai perantara komunikasi antara organisasi dan masyarakat. Fungsinya terlihat dalam penyaluran informasi mengenai kebijakan, kegiatan, laporan keuangan, serta himbauan kepada berbagai pihak, baik di dalam maupun di luar organisasi. Proses penyampaian informasi kepada masyarakat memerlukan keterampilan agar pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat dipahami

dengan jelas oleh penerima pesan, sehingga menghindari kesalahpahaman dalam interpretasi.

Humas di Baznas Kota Semarang memainkan peran penting dalam mendukung aktivitas organisasi dengan menyediakan informasi publik kepada masyarakat. Sebagai sumber utama informasi terkait dengan Baznas Kota Semarang, humas berfungsi sebagai penghubung yang efektif antara organisasi dan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran humas sebagai communicator terlihat dalam penyaluran informasi mengenai kebijakan, kegiatan, laporan keuangan, himbauan, prestasi, dan pencapaian organisasi kepada masyarakat.

Humas di Baznas Kota Semarang juga memiliki peran vital dalam menyampaikan informasi darurat terkait bencana kepada masyarakat melalui berbagai platform seperti Instagram, website, dan TikTok untuk mencapai khalayak luas. Selain sebagai sarana untuk menyebarluaskan informasi terkait Baznas Kota Semarang, humas juga berfungsi sebagai perantara untuk menerima pengaduan dan keluhan dari masyarakat. Dalam konteks ini, peran humas bukan hanya sebagai pelaksana langsung, tetapi juga sebagai penghubung yang meneruskan pengaduan atau keluhan kepada bagian-bagian yang memiliki tanggung jawab dalam menangani permasalahan yang disampaikan oleh masyarakat.

Menurut Rosady Ruslan (2012: 26), peran humas sebagai *communicator* yang menghubungkan organisasi dengan masyarakat menekankan bahwa humas bertindak sebagai perwakilan organisasi dalam menjalankan komunikasi dua arah yang efektif, baik dengan publik internal maupun eksternal.

Humas dalam menjalankan fungsi penyebaran informasi kepada masyarakat melakukan persiapan materi informasi dengan cermat sebelum dipublikasikan, agar informasi tersebut dapat disampaikan secara terstruktur. Proses penyusunan materi informasi

ini melibatkan koordinasi dengan Baznas pusat, analisis berita dari media, serta peliputan langsung terhadap kegiatan Baznas Kota Semarang. Meskipun Baznas Kota Semarang memiliki program kerja yang baik, terkadang informasi terkait program tersebut tidak selalu diberikan kepada humas untuk disampaikan kepada publik. Hal ini berdampak pada ketidakmampuan humas untuk memberikan informasi lebih lanjut saat masyarakat menanyakan tentang program tersebut.

Saati ini, humas menggunakan media komunikasi yang terbatas dalam menyebarkan informasi publik kepada masyarakat, seperti baliho, Instagram, website, dan TikTok. Keterbatasan ini menyebabkan informasi yang disampaikan tidak dapat diakses secara luas oleh masyarakat, terutama bagi mereka yang tidak memiliki akses internet. Frank Jefkins (2004: 84) menyatakan bahwa terdapat berbagai jenis media yang dapat dimanfaatkan oleh humas untuk menyampaikan informasi, seperti media cetak, audio-visual, radio, televisi, pameran, publikasi buku khusus, surat langsung, pesan lisan, sponsor, jurnal organisasi, identitas perusahaan, dan berbagai media humas lainnya.

Pemanfaatan media humas memberikan banyak keuntungan bagi kesuksesan program humas. Media humas berperan sebagai sarana komunikasi yang mudah diterima oleh masyarakat di berbagai tempat dan memiliki jangkauan yang luas. Penggunaan media yang efektif dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap masyarakat dan mencapai tingkat publisitas yang tinggi dalam waktu yang relatif singkat. Namun, saat ini penggunaan media humas masih terbatas, sehingga peran humas sebagai penghubung komunikasi antara organisasi dengan masyarakat belum mencapai potensi optimal. Dapat dilihat bahwa informasi yang disampaikan kepada publik perlu diperbaiki dengan memanfaatkan media komunikasi yang lebih beragam agar dapat diakses secara menyeluruh oleh masyarakat.

- b. Peran humas sebagai pembina hubungan antara organisasi yang diwakilinya dengan pihak internal dan eksternal (*relationship*)

Baznas Kota Semarang selalu berupaya menjaga hubungan yang baik, Membina hubungan antara organisasi dan masyarakat Terdapat beberapa indikator yang akan digunakan untuk mengukur dimensi ini yaitu Menganalisis Masalah, Membuat Forum Diskusi, Mediasi, dan Konferensi Pers, Menurut wawancara dengan Bapak Asyhari:

"Baznas Kota Semarang selalu berkoordinasi dengan unit kerja lain untuk mendapatkan informasi yang relevan untuk disampaikan kepada masyarakat. Demikian juga, dalam hubungannya dengan media, Baznas Kota Semarang aktif membangun kerjasama yang baik dengan melakukan pengumuman rutin tentang kegiatan yang dapat diliput oleh media, mengadakan pers conference, mengirimkan pers release, dan secara informal mendekati wartawan atau redaksi untuk berkomunikasi secara santai. Pendekatan ini membantu media untuk menjadi mitra yang sejajar dalam proses komunikasi."

Pernyataan tersebut mengindikasikan bahwa Baznas Kota Semarang aktif dalam menjalin kerjasama dengan pihak internal dan eksternal. Untuk memperoleh informasi, humas berkoordinasi dengan Organisasi Perangkat Daerah (OPD) untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan, yang kemudian disampaikan kepada media untuk diliput. Selain menjalin hubungan dengan pihak internal, Baznas Kota Semarang juga mempertahankan kerjasama yang baik dengan pihak eksternal, seperti menggelar konferensi pers untuk memberikan informasi lebih terperinci kepada media yang tertarik dengan kegiatan Baznas Kota Semarang. Dengan mengirimkan konferensi pers kepada wartawan, Baznas Kota Semarang memfasilitasi penyebaran informasi kepada masyarakat. Selain itu, Baznas Kota Semarang aktif dalam membangun hubungan dengan media dengan mengunjungi wartawan

atau redaksi untuk berdiskusi tentang berbagai hal yang berkaitan dengan Baznas Kota Semarang.



Dari gambar tersebut peran humas dalam membangun dan menjaga hubungan kerjasama antara organisasi dengan pihak internal dan eksternal sangat penting untuk mempertahankan eksistensi organisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas aktif melaksanakan perannya dalam membina hubungan yang baik (*Relationship*) dengan berbagai kegiatan. Humas secara aktif bekerja sama dengan pihak internal, termasuk berkoordinasi dengan Organisasi Perangkat Daerah (OPD) untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan sebelum disampaikan kepada masyarakat. Di samping itu, Baznas Kota Semarang juga membangun hubungan yang positif dengan pihak eksternal, seperti mengadakan jumpa pers untuk memberikan informasi detail kepada media, menyiarkan rilis pers untuk memastikan informasi tersebar dengan efektif, serta berkomunikasi langsung dengan wartawan atau redaksi untuk mendiskusikan hal-hal terkait dengan Baznas Kota Semarang.

Menurut Rosady Ruslan (2012: 26), peran humas sebagai pembina hubungan (*Relationship*) menunjukkan bahwa humas berupaya menjalin hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan publik. Pendapat ini juga diperkuat oleh pandangan Firsan Nova (2011: 58), yang menjelaskan bahwa humas berperan sebagai

fasilitator komunikasi yang membantu manajemen dalam berinteraksi dengan publiknya. Berdasarkan hasil penelitian ini, terlihat bahwa peran humas sebagai pembina hubungan telah berhasil dilaksanakan di Baznas Kota Semarang. Hal ini tercermin dari berbagai aktivitas yang dilakukan oleh humas untuk memperkuat hubungan positif dan kerjasama yang produktif dengan pihak internal dan eksternal. Upaya ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang saling menguntungkan bagi organisasi dan masyarakat.

c. Peran humas sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi (*back up management*)

Humas di Baznas Kota Semarang memiliki peran sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi dengan tujuan untuk mendukung keberhasilan manajemen yang sedang berlangsung. Peran humas dalam mendukung fungsi manajemen organisasi tidak terlepas dari kegiatan manajerial yang melibatkan proses seperti pengumpulan informasi faktual (*fact finding*), perencanaan, komunikasi, dan evaluasi.

Dalam wawancara dengan Bapak Asyhari, diungkapkan bahwa humas bertugas untuk mengumpulkan informasi dari masyarakat atau media massa yang digunakan sebagai pertimbangan dalam merancang program kerja, termasuk kebijakan dan kegiatan organisasi.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa dalam menjalankan tugasnya, aktivitas perencanaan dan evaluasi tidak termasuk dalam peran humas. Peran humas sebagai pendukung fungsi manajemen organisasi terlihat dalam kegiatan penemuan fakta, yang mencakup pengumpulan informasi dari masyarakat atau media massa mengenai kegiatan yang mendukung pencapaian tujuan organisasi. Selain itu, proses komunikasi terlihat dari upaya humas dalam menyampaikan hasil penemuan fakta kepada pimpinan untuk dipertimbangkan dalam

merancang program kerja, termasuk kebijakan atau kegiatan organisasi.

Peran humas sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi telah mengintegrasikan kegiatan humas di Baznas Kota Semarang dengan baik. Firsan Nova (2011: 51) menjelaskan bahwa proses humas melibatkan penemuan fakta (*finding fact*), perencanaan (*planning*), pengkomunikasian (*communicating*), dan pengevaluasian (*evaluating*). Keempat proses ini merupakan bagian integral dari komunikasi dua arah yang digunakan untuk mendukung berbagai kegiatan di Baznas Kota Semarang.

Humas di Baznas Kota Semarang aktif dalam melakukan penemuan fakta dengan mengumpulkan informasi dari masyarakat atau media massa. Informasi yang terkumpul ini kemudian disampaikan kepada pimpinan untuk dipertimbangkan dalam kebijakan organisasi. Namun demikian, humas belum terlibat secara langsung dalam merumuskan program-program organisasi dan belum melakukan pengevaluasian terhadap kinerja organisasi.

Secara keseluruhan, peran humas di Baznas Kota Semarang dapat dikatakan sudah berjalan cukup baik dengan keterlibatan dalam proses penemuan fakta dan pengkomunikasian informasi kepada publik. Namun, masih terdapat ruang untuk lebih aktif terlibat dalam perencanaan dan pengevaluasian kegiatan organisasi guna meningkatkan efektivitas dan dampak dari program-program yang dijalankan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa humas di Baznas Kota Semarang telah memainkan peran yang penting dalam mendukung fungsi manajemen organisasi, khususnya dalam proses penemuan fakta dan pengkomunikasian informasi. Namun, tantangan berikutnya adalah untuk lebih terlibat dalam perencanaan strategis dan pengevaluasian untuk memastikan bahwa setiap kegiatan dapat berkontribusi secara maksimal terhadap tujuan organisasi.

d. Peran humas sebagai pembangun dan meningkatkan citra positif organisasi (*good image maker*)

Peran Humas dalam meningkatkan reputasi organisasi diimplementasikan melalui peningkatan kualitas layanan kepada masyarakat dan penyebaran informasi mengenai kegiatan serta prestasi Baznas Kota Semarang dengan tujuan membangun citra positif organisasi di masyarakat. Terdapat beberapa indikator yang akan digunakan untuk mengukur dimensi ini yaitu Keahlian Jurnalistik dan Publikasi. Humas BAZNAS Kota Semarang mempunyai banyak sekali keahlian dalam bidang jurnalistik dalam menulis press release yang selalu memperhatikan unsur-unsur penulisan, gaya bahasa dan pengaturan huruf, spasi, dan layout, kemudian proses pengiriman *press release*/berita kepada pihak media serta berhubung baik dengan media agar terjalin kerja sama dalam menyebarkan informasi mengenai BAZNAS Kota Semarang kepada masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan, terlihat bahwa humas memiliki peran sentral sebagai pembangun dan pengembang citra positif organisasi yang mereka wakili. Bapak Asyhari, dalam wawancara tersebut, menjelaskan bahwa humas menggunakan media massa, media sosial, dan situs web untuk menyebarkan prestasi-prestasi seperti penghargaan branding terbaik dan pengelolaan dana terbaik, serta kegiatan lain yang mencerminkan prestasi Baznas Kota Semarang. Dengan strategi ini, BAZNAS Kota Semarang aktif memanfaatkan berbagai platform tersebut untuk membangun kepercayaan dan meningkatkan reputasi organisasi di mata masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi, terlihat beberapa kegiatan yang dilakukan oleh Baznas Kota Semarang dalam upaya membangun dan menjaga reputasi organisasi adalah sebagai berikut:

1) Memberikan pelayanan kepada masyarakat

Memperkuat transparansi dalam menyediakan layanan kepada masyarakat adalah langkah yang diambil untuk meningkatkan pandangan positif terhadap Baznas Kota Semarang. Artinya, jika ada penduduk yang membutuhkan informasi atau bantuan, mereka dapat dengan mudah menghubungi staf humas Baznas Kota Semarang. Tim humas selalu siap memberikan bantuan dan informasi kepada penduduk terkait Baznas Kota Semarang.

Memberikan layanan kepada masyarakat bukan sekadar tindakan pelayanan tetapi juga strategi untuk membangun reputasi positif organisasi. Keterbukaan dalam layanan kepada masyarakat memainkan peran kunci dalam membentuk citra positif Baznas Kota Semarang. Kualitas layanan yang unggul dari Baznas Kota Semarang memiliki potensi untuk mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap lembaga ini, menciptakan goodwill yang menguntungkan. Berdasarkan hasil penelitian, Baznas Kota Semarang berkomitmen untuk meningkatkan kepercayaan dengan menyediakan layanan yang transparan kepada masyarakat, sehingga masyarakat dapat merasakan manfaat dari layanan yang diberikan oleh lembaga ini.

Menurut Rosady Ruslan (2012: 26), humas berperan sebagai pembangun dan pencipta citra positif organisasi. Artinya, humas bertanggung jawab untuk menjaga dan menciptakan citra yang baik bagi organisasi di mata publik.

Sebagai sumber resmi informasi organisasi, humas juga berperan sebagai perwakilan organisasi dalam berinteraksi dengan pihak eksternal untuk menyampaikan pesan atau informasi sesuai dengan kebijakan organisasi.

Selanjutnya, peran humas Baznas Kota Semarang adalah menjaga citra positif lembaga dengan meningkatkan *Brand Awareness*. *Brand awareness* pada lembaga nirlaba dianggap penting karena dapat berdampak signifikan terhadap kelangsungan operasional lembaga tersebut. Tingkat brand awareness mengindikasikan seberapa luas pengetahuan masyarakat tentang lembaga tertentu. Oleh karena itu, peran *Government Public Relations (GPR)* dalam lembaga nirlaba sangat penting untuk mengelola persepsi publik guna meningkatkan eksposur merek lembaga, yang pada akhirnya dapat memperluas jangkauan, menarik para donatur, dan membentuk kemitraan bagi Baznas Kota Semarang.

Government Public Relations Baznas Kota Semarang mengemban peran dalam meningkatkan *brand awareness*

melalui kerjasama dengan mitra serta pengelolaan komunikasi dengan media. Praktik Public Relations Baznas Kota Semarang mencakup berbagai strategi komunikasi terstruktur seperti promosi produk, publisitas, lobbying, penggalangan dana, dan acara khusus. Dalam upaya menarik perhatian publik, diperlukan promosi yang berfokus pada penyebaran informasi tentang berbagai program Baznas Kota Semarang.

Humas Baznas Kota Semarang perlu memiliki keterampilan untuk mengelola persepsi atau opini masyarakat terhadap lembaga, dengan maksud untuk membangun citra positif dan kepercayaan dari publik. Salah satu peran yang diemban oleh Baznas Kota Semarang adalah dengan menyediakan informasi dan bukti yang konkret mengenai keberhasilan program-program

sebagai upaya untuk menjaga transparansi lembaga di hadapan masyarakat. Tujuannya adalah untuk menunjukkan kepada masyarakat bahwa Baznas Kota Semarang efektif dalam melaksanakan program-program yang memberdayakan masyarakat.

Dalam upayanya untuk mempromosikan program-programnya, Humas menampilkan informasi pencapaian dan keberhasilan program yang sedang berjalan melalui media sosial. Gambar wajah kebahagiaan dari penerima manfaat sering kali ditampilkan, sehingga calon donatur dapat merasa tergerak dan terinspirasi oleh dampak positif yang dihasilkan dari donasi yang mereka berikan kepada Baznas Kota Semarang.

Gambar 9 Konten reels @arnazandrar



Sumber: Instagram @arnazandrar

Gambar tersebut menggambarkan seorang ibu dari Gunungpati, Semarang, Jawa Tengah, yang merasakan kebahagiaan setelah menerima hadiah berupa renovasi rumah tidak layak huni, yang didanai oleh sumbangan dari para donatur. Meningkatkan *Brand Awareness* adalah salah satu bentuk dari keterbukaan informasi publik. Dengan keterbukaan ini, perusahaan dapat membangun kepercayaan dan reputasi dengan para pemangku kepentingan. Ketika perusahaan secara jujur membagikan informasi mengenai kegiatan, kebijakan, dan

dampaknya terhadap masyarakat, hal ini menunjukkan komitmen terhadap akuntabilitas dan tata kelola yang baik. Praktik ini dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap merek dan menciptakan citra positif.

Keterbukaan informasi publik juga memungkinkan BAZNAS untuk meningkatkan komunikasi yang lebih efektif dengan para pemangku kepentingan. Hal ini dapat meningkatkan keterlibatan dan mendukung loyalitas dari pelanggan, mitra, dan komunitas. Di era digital saat ini, transparansi dan akuntabilitas menjadi faktor penting bagi konsumen dalam memilih merek. Perusahaan yang transparan dengan informasi publik cenderung lebih dipercaya dan dihormati, yang pada akhirnya meningkatkan daya saing mereka. Oleh karena itu, Baznas Kota Semarang telah meraih penghargaan untuk Branding Terbaik sebagai hasil dari komitmen mereka dalam memperkuat keterbukaan informasi publik dan membangun hubungan yang positif dengan masyarakat.

Gambar 10 Konten instagram @baznaskotasemarang



Sumber: Instagram @baznaskotasemarang

Dari gambar tersebut bahwa keterbukaan informasi publik tidak hanya merupakan kewajiban hukum, tetapi juga strategi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran merek dan membangun reputasi positif. Dengan menerapkan prinsip

keterbukaan informasi publik, sebuah organisasi dapat memperkuat kepercayaan, meningkatkan keterlibatan, serta memperkuat daya saingnya di pasar.

Humas Baznas Kota Semarang menjalankan perannya sebagai pembangun dan pencipta citra positif organisasi dengan efektif, yang terlihat dari penggunaan berbagai media komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Menurut Rachmadi (1996: 21), fungsi humas adalah untuk membangun hubungan baik antara organisasi dengan publiknya, baik internal maupun eksternal, dengan tujuan meningkatkan motivasi dan partisipasi publik serta membentuk opini publik yang menguntungkan bagi organisasi. Pendapat lain dari F. Rachmadi (1996: 20) menyatakan bahwa tujuan humas adalah untuk memperoleh *goodwill*, kepercayaan, saling pengertian, dan citra positif di mata masyarakat.

2) Penggunaan Media Komunikasi

Keberhasilan dalam menjalankan peran humas sangat tergantung pada efektivitas penggunaan media komunikasi untuk menyebarkan informasi. Media komunikasi memiliki peran penting dalam mendukung aktivitas humas, mempermudah mereka dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab. Baznas Kota Semarang memanfaatkan berbagai jenis media komunikasi seperti website, media sosial, WhatsApp, email, dan telepon. Dari penjelasan tersebut, terlihat bahwa Baznas Kota Semarang menggunakan media komunikasi sebagai sarana utama untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Pemanfaatan beragam media ini membantu humas dalam menjalankan fungsi mereka dengan efektif, sehingga masyarakat dapat membentuk citra positif terhadap organisasi tersebut.

Dalam usaha untuk meningkatkan keterbukaan informasi publik, Humas Baznas Kota Semarang menggunakan media sosial sebagai alat untuk menyebarkan informasi secara menarik dan ringkas, sehingga mudah dipahami oleh masyarakat. Mereka aktif mengunggah berbagai konten visual dan audio visual di platform seperti Instagram, Twitter, TikTok, dan website resmi mereka. Konten-konten ini, termasuk infografis dan video reels, dipublikasikan dengan tujuan mencapai berbagai kalangan masyarakat secara maksimal.

Humas Baznas Kota Semarang secara langsung mengurus semua jenis konten yang diunggah ke website dan media sosial, mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan. Konten tersebut mencakup berbagai informasi terkait Baznas Kota Semarang, sejalan dengan definisi informasi publik yang diatur dalam UU No 14 Tahun 2008 Pasal 9 ayat 1 dan 2. Undang-undang ini menegaskan kewajiban badan publik untuk secara rutin dan transparan menyediakan informasi tentang kegiatan, kinerja, dan laporan keuangan kepada masyarakat.

Baznas Kota Semarang menggunakan media sosial sesuai dengan Instruksi Presiden Republik Indonesia (Inpres) Nomor 3 Tahun 2003 yang mengatur kebijakan nasional tentang pengembangan e-government. Inpres ini mengakui bahwa kemajuan teknologi dan potensi luasnya pemanfaatan memberikan peluang bagi pengelola dan pengakses informasi untuk mendapatkan akses yang lebih cepat dan akurat. Dengan memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi, diharapkan dapat meningkatkan kemudahan, efektivitas, transparansi, dan akuntabilitas dalam penyelenggaraan pemerintahan. Baznas Kota Semarang mempublikasikan Informasi Publik melalui website dan media sosial, sesuai dengan prinsip-prinsip e-government.

Implementasi e-government memberikan manfaat positif baik bagi masyarakat maupun badan publik itu sendiri. Dengan e-government, informasi dapat diakses dengan mudah oleh semua lapisan masyarakat, memungkinkan akses yang optimal terhadap informasi terbaru. Selain itu, lembaga publik juga mendapatkan kemudahan dalam mengakses kembali data dan informasi yang telah diunggah sebelumnya. Humas Baznas Kota Semarang juga mematuhi UU Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Pasal 7 ayat 1 UU tersebut menegaskan bahwa Badan Publik memiliki tanggung jawab untuk menyediakan, memberikan, dan memperbarui Informasi Publik sesuai dengan kewenangannya.

Dengan menggunakan website dan media sosial untuk menyampaikan informasi, sebagaimana yang dilakukan dalam implementasi e-government, pemerintah diminta untuk memanfaatkan kemajuan teknologi informasi guna meningkatkan efisiensi kinerja dan aksesibilitas informasi bagi masyarakat. Ini sesuai dengan temuan Intan dan Vanessa (2019) yang menyoroti peran penting media sosial dalam distribusi informasi. UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, Pasal 2 ayat 1, menetapkan bahwa semua Informasi Publik harus tersedia secara terbuka dan dapat diakses oleh semua Pengguna Informasi Publik.

Dengan menggunakan aktif website dan media sosial, Humas Baznas Kota Semarang telah mematuhi Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik untuk memaksimalkan akses informasi publik dan mempermudah masyarakat dalam mengaksesnya. Melalui platform ini, Baznas Kota Semarang berkomitmen untuk menyediakan informasi yang transparan tentang kegiatan, kinerja, dan laporan keuangan secara teratur sesuai dengan ketentuan UU No 14 Tahun 2008.

Meskipun Baznas Kota Semarang telah menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi, tantangan terkait sumber daya manusia yang terbatas dan kekurangan PPID yang signifikan mempengaruhi implementasi keterbukaan informasi publik. Hal ini menciptakan hambatan dalam optimalisasi penggunaan media sosial untuk penyebaran informasi, terutama dalam pengelolaan konten yang konsisten dan up-to-date. Setiap tahun, Komisi Informasi Pusat melakukan monitoring dan evaluasi yang memerlukan pengumpulan ulang data dalam kategori keterbukaan informasi publik, yang mempengaruhi efektivitas penyebaran informasi dari Baznas Kota Semarang.

Selain itu, Baznas Kota Semarang belum memanfaatkan semua media sosial secara optimal, seperti kegiatan yang kurang aktif di platform Facebook dan Twitter. Selain itu, keberadaan saluran YouTube juga belum dimiliki, padahal platform ini penting untuk mendukung penyebaran informasi publik melalui video. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Baznas Kota Semarang telah menggunakan media sosial, masih diperlukan upaya untuk meningkatkan pengelolaan dan penyebaran informasi secara lebih efektif dan luas.

Social Media Twitter @baznaskotasemarang

Gambar 11 Tampilan media twitter baznas Kota Semarang



Sumber: Twitter @Baznaskotasemarang

Media sosial twitter @baznaskotasemarang yang mulai digunakan pada Januari 2019 ini memiliki 19 pengikut, konten berupa flayer maupun video reels yang bisa dilihat pada Instagram @baznaskotasemarang juga diunggah pada akun twitter @baznaskotasemarang.

Selain mengunggah flayer maupun video berisi informasi akun twitter @baznaskotasemarang juga membagikan link berita yang bersumber pada website Baznas Kota Semarang. Namun sangat di sayangkan akun twitter @baznaskotasemarang sudah tidak aktif lagi dikarenakan kurang partisipasi publik melalui kanal twitter @baznaskotasemarang, konten terakhir yang di unggah pada tanggal 11 Mei 2020 mengenai informasi seputar zakat.

Gambar 12 Tampilan media facebook Baznas Kota Semarang



Sumber: Facebook @Baznaskotasemarang

Informasi-informasi yang diunggah pada media sosial Facebook memiliki kesamaan dengan media sosial lainnya. Informasi seputar zakat, beasiswa, Program Baznas Kota Semarang ataupun berita-berita terbaru yang diunggah pada website kemenag.go.id. Dengan jumlah 206 pengikut, peneliti melihat media sosial Facebook milik Baznas Kota Semarang

sudah tidak aktif lagi karena konten terakhir yang diunggah pada tanggal 19 agustus 2022 mengenai penyerahan bantuan lembaga keagamaan waqaf alquran kepada masjid nurul huda.

Solusi yang tepat untuk mengurangi hambatan pada proses Humas Baznas Kota Semarang dalam meningkatkan keterbukaan informasi publik adalah penambahan sumber daya manusia dengan membentuk PPID, dengan adanya sumber daya yang memenuhi secara otomatis akan dapat memperbaiki kualitas lingkungan kerja, terlebih pada kualitas program-program yang dilakukan didalamnya agar lebih produktif.

B. Penerapan UU KIP Melalui Aktivitas Humas

Keterbukaan informasi merupakan hak masyarakat untuk memperoleh akses informasi, yang dapat dilakukan melalui dua metode. Pertama, melalui transparansi dari lembaga publik, baik melalui pengumuman atau respons terhadap permintaan informasi. Kedua, masyarakat memiliki hak untuk mengajukan sengketa jika mereka menghadapi hambatan dalam memperoleh informasi yang mereka butuhkan atau jika mereka mendapat pelayanan yang buruk.

Penerapan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP) merupakan upaya pemerintah untuk meningkatkan transparansi informasi, yang dipicu oleh perubahan politik setelah Reformasi tahun 1998 yang menyoroti kelemahan dalam tata kelola pemerintahan yang baik.

Peran humas sangat krusial dalam mengomunikasikan informasi kepada publik, terutama dalam konteks krisis yang mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap transparansi lembaga. Dalam hal ini, humas telah mengambil inisiatif dengan mengelola dan menyediakan informasi publik, serta menyampaikannya kepada publik dengan cepat, akurat, dan secara efisien dalam pengeluaran biaya.

Dengan diberlakukannya Undang-undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik mulai 1 Mei 2010, pemerintah diwajibkan untuk memastikan bahwa akses informasi terbuka dan mudah diakses dalam melaksanakan berbagai program pembangunan. Ini mencerminkan usaha baru dalam tata kelola negara yang lebih terstruktur, transparan, dan mudah diakses. Tujuan keterbukaan informasi adalah untuk mendorong partisipasi masyarakat dalam proses perencanaan dan pengawasan terhadap penggunaan anggaran APBN dan APBD.

Untuk mencapai Keterbukaan Informasi Publik, Baznas Kota Semarang perlu mengadopsi indikator yang sesuai agar dapat menjadi contoh dari praktik tata kelola pemerintahan yang baik (Good Governance). Indikator-indikator keterbukaan informasi publik dapat beragam tergantung pada kebijakan negara atau lembaga yang menerapkannya. Berikut beberapa indikator yang digunakan oleh Baznas Kota Semarang untuk menilai tingkat keterbukaan informasi publik:

1. Transparansi Anggaran

Transparansi dalam pengelolaan anggaran Baznas Kota Semarang tercermin dalam situs resmi mereka, di mana setiap tahun mereka menyediakan laporan keuangan yang dapat diakses dengan mudah oleh publik. Praktik ini menunjukkan komitmen Baznas Kota Semarang untuk memenuhi prinsip-prinsip keterbukaan informasi publik, sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan. Dengan menyediakan laporan keuangan secara teratur dan transparan, Baznas Kota Semarang tidak hanya memenuhi kewajiban hukumnya tetapi juga memungkinkan masyarakat untuk memahami dengan jelas bagaimana dana yang mereka kelola digunakan untuk kegiatan amal dan sosial di Kota Semarang.

Pengaksesan laporan keuangan yang mudah di situs resmi Baznas Kota Semarang memberikan keuntungan ganda. Pertama, ini memungkinkan publik untuk mengawasi dan mengaudit penggunaan dana dengan lebih efektif. Dengan demikian, transparansi ini dapat meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap Baznas Kota Semarang sebagai lembaga yang bertanggung jawab dalam pengelolaan keuangan. Kedua, ini juga memberikan kesempatan bagi stakeholder lain, seperti donor dan mitra kerja, untuk mengevaluasi dampak dari sumbangan mereka serta memastikan bahwa dana yang diberikan digunakan sesuai dengan tujuan yang ditentukan.

Dengan demikian, praktik transparansi Baznas Kota Semarang dalam menyediakan laporan keuangan tahunan yang mudah diakses merupakan langkah positif dalam membangun keterbukaan dan akuntabilitas. Ini tidak hanya menjadi contoh baik dalam praktik tata kelola keuangan yang baik, tetapi juga menciptakan lingkungan yang lebih terpercaya dan berkelanjutan bagi semua pihak yang terlibat dalam kegiatan Baznas Kota Semarang.

Gambar 13 Laporan keuangan Baznas Kota Semarang



Sumber: Website @Baznaskotasemarang

2. Ketersediaan Informasi

Baznas Kota Semarang aktif memanfaatkan website mereka sebagai saluran utama untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat. Selain itu, Humas Baznas Kota Semarang juga menggunakan berbagai platform media sosial untuk meningkatkan jangkauan informasi mereka. Melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter, mereka secara rutin mengunggah berbagai jenis konten informatif seperti infografis, video reels, visual, dan audio visual.

Salah satu contoh konkret dari upaya ini adalah ketika Humas Baznas Kota Semarang menyebarkan informasi tentang kewajiban masyarakat dalam berqurban pada hari raya Idul Adha. Konten ini disusun dengan cara yang menarik dan mudah dipahami, dengan tujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik kepada masyarakat mengenai proses dan kewajiban berqurban. Melalui pendekatan visual dan audio visual yang kreatif, Baznas Kota Semarang berusaha untuk mencapai berbagai kalangan masyarakat dengan informasi yang relevan dan bermanfaat.

Pemanfaatan media sosial ini juga memungkinkan Baznas Kota Semarang untuk berinteraksi lebih langsung dengan masyarakat, menerima tanggapan, dan menjawab pertanyaan secara real-time. Dengan demikian, mereka tidak hanya berperan sebagai penyedia informasi, tetapi juga sebagai fasilitator dialog dan edukasi publik yang aktif. Pendekatan ini mencerminkan komitmen Baznas Kota Semarang dalam memaksimalkan penggunaan teknologi dan media digital untuk mendukung tujuan dan kegiatan mereka dalam pelayanan kepada masyarakat.

Gambar 14 Konten publikasi Baznas Kota Semarang



Sumber: Instagram @Baznaskotasemarang

3. Perlindungan Whistleblower

Keterbukaan informasi publik tidak hanya berkaitan dengan transparansi dalam mengelola informasi keuangan dan operasional, tetapi juga melibatkan perlindungan terhadap whistleblower atau individu yang melaporkan kecurangan atau pelanggaran hukum lainnya. Aspek ini mencakup adopsi mekanisme pelaporan yang aman serta jaminan perlindungan hukum bagi whistleblower. Dalam sebuah pengumuman resmi yang disampaikan oleh Baznas pusat kepada semua Baznas di tingkat kabupaten dan kota, Baznas Kota Semarang menegaskan komitmennya untuk mendukung dan melindungi para pelapor yang membeberkan informasi terkait penyalahgunaan dana zakat atau potensi kasus korupsi.

Gambar 15 *Press Release* Baznas Nasional

Sumber: Website @Baznasri

Pengumuman tersebut mencerminkan keseriusan Baznas Kota Semarang dalam menjalankan prinsip-prinsip good governance, di mana integritas, transparansi, dan akuntabilitas merupakan nilai inti dalam penyelenggaraan kegiatan organisasi. Dengan menjamin keamanan bagi para whistleblower, Baznas Kota Semarang tidak hanya memperkuat mekanisme internal untuk mendeteksi dan menanggapi pelanggaran, tetapi juga membangun kepercayaan publik yang lebih besar terhadap lembaga tersebut. Dengan demikian, perlindungan terhadap whistleblower menjadi bagian integral dalam upaya Baznas Kota Semarang untuk memastikan tata kelola yang baik dan pengelolaan dana zakat yang transparan.

Dalam konteks ini, Baznas Kota Semarang juga mengambil langkah-langkah strategis untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap pentingnya melaporkan pelanggaran dan kecurangan yang dapat merugikan kepentingan umum. Melalui edukasi dan kampanye yang terencana, mereka berupaya untuk memotivasi individu untuk turut serta dalam menjaga integritas dan keadilan dalam pengelolaan dana zakat serta sumbangan masyarakat lainnya. Langkah ini sejalan dengan prinsip-prinsip keadilan sosial dan pemerintahan yang baik yang menjadi landasan utama bagi keberlangsungan Baznas Kota Semarang dalam menjalankan misi dan visinya.

4. Keterlibatan Masyarakat

Indikator ini mencakup keterlibatan publik dalam proses pengambilan keputusan yang krusial dan memastikan akses yang memadai terhadap informasi yang relevan. Partisipasi yang aktif dari masyarakat merupakan cerminan dari adanya mekanisme yang memfasilitasi partisipasi mereka dalam pengambilan keputusan. Baznas Kota Semarang, sebagai contoh, mengimplementasikan program-programnya dengan melibatkan masyarakat dalam berbagai tahapan,

mulai dari pengambilan keputusan hingga penyaluran dana bantuan khusus, seperti untuk korban banjir di Kelurahan Genuksari.

Gambar 16 Tampilan Media Akun Instagram @makangratissemarang



Sumber: Instagram @makangratissemarang

Salah satu contoh kegiatan yang dilakukan oleh Baznas Kota Semarang adalah kolaborasi dengan relawan melalui akun @makangratissemarang. Melalui program ini, masyarakat tidak hanya dapat memberikan masukan dan partisipasi aktif dalam proses pengambilan keputusan terkait penyaluran dana bantuan, tetapi juga mendapatkan akses langsung terhadap informasi terkini mengenai program-program yang dilaksanakan oleh Baznas. Ini menunjukkan komitmen Baznas Kota Semarang dalam mendorong keterlibatan publik yang berarti dan efektif dalam setiap aspek kegiatan organisasinya.

Dengan melibatkan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan, Baznas Kota Semarang juga meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana zakat serta sumbangan masyarakat lainnya. Langkah-langkah ini tidak hanya memperkuat hubungan antara Baznas dengan masyarakat, tetapi juga memastikan bahwa kegiatan organisasi tersebut dapat memberikan manfaat yang maksimal bagi yang membutuhkan, sejalan dengan prinsip-prinsip keadilan sosial dan tata kelola yang baik.

5. Transparansi Pemerintah

Keterbukaan informasi di Baznas Kota Semarang mencakup penyediaan informasi yang lengkap tentang kebijakan, implementasi program, dan kegiatan publik. Semua informasi ini disajikan secara terbuka dan dapat diakses melalui situs resmi Baznas Kota Semarang. Dengan demikian, masyarakat memiliki akses yang mudah untuk mengetahui tentang berbagai kebijakan yang diterapkan oleh Baznas Kota Semarang, termasuk bagaimana program-program tersebut dijalankan untuk kepentingan masyarakat.

Situs resmi Baznas Kota Semarang menjadi sarana utama yang digunakan untuk memastikan transparansi dalam penyediaan informasi. Melalui situs ini, masyarakat dapat mengakses detail implementasi program Baznas, termasuk informasi terkait alokasi dan penggunaan dana zakat serta donasi. Keterbukaan informasi ini menjadi penting karena membantu membangun kepercayaan masyarakat terhadap Baznas Kota Semarang sebagai lembaga yang bertanggung jawab dan transparan dalam setiap kegiatannya.

Gambar 17 Tampilan situs resmi @baznaskotasemarang



Dengan menyediakan informasi seperti yang berada di situs web diatas yang lengkap dan terbuka, Baznas Kota Semarang juga meningkatkan akuntabilitasnya di mata masyarakat. Setiap kegiatan dan

program yang dilakukan dapat dipertanggungjawabkan secara publik, memastikan bahwa dana yang dikelola dan digunakan oleh Baznas benar-benar memberikan manfaat yang maksimal bagi yang membutuhkan. Inisiatif seperti ini tidak hanya mencerminkan komitmen Baznas Kota Semarang untuk beroperasi secara transparan, tetapi juga memperkuat hubungan positif antara lembaga dan masyarakat yang dilayaninya..

6. Keterbukaan Data

Indikator keterbukaan ini menekankan pentingnya ketersediaan dan aksesibilitas terhadap data publik yang relevan dan bermanfaat. Baznas pusat memahami bahwa keterbukaan informasi adalah langkah penting dalam menciptakan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana zakat. Oleh karena itu, mereka secara rutin memperbarui informasi ini untuk memastikan bahwa masyarakat memiliki akses yang jelas dan mudah terhadap data yang diperlukan. Termasuk di dalamnya adalah laporan pengumpulan dana yang melibatkan seluruh Baznas di Indonesia, termasuk Baznas Kota Semarang.

Gambar 18 Konten infografis @baznasri



Sumber: Website @Baznasri

Dengan mempublikasikan data seperti gambar diatas secara terbuka dalam format yang mudah dipahami, Baznas Kota Semarang berkomitmen untuk mendukung prinsip-prinsip transparansi dan

partisipasi publik. Informasi yang diperbarui secara teratur ini tidak hanya membantu dalam menjaga akuntabilitas Baznas dalam pengelolaan dana, tetapi juga memungkinkan masyarakat untuk memantau dan terlibat dalam proses yang dilalui oleh Baznas Kota Semarang. Hal ini penting untuk membangun kepercayaan publik terhadap pengelolaan dana yang dilakukan oleh lembaga zakat ini.

Ketersediaan data yang transparan juga memberikan landasan bagi Baznas Kota Semarang untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan serta mengoptimalkan dampak dari program-program yang dijalankan. Dengan demikian, Baznas Kota Semarang tidak hanya berfungsi sebagai pengelola dana zakat yang akuntabel tetapi juga sebagai organisasi yang inklusif, di mana informasi yang bermanfaat dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat..

Indikator-indikator ini menjadi ukuran yang penting dalam mengevaluasi tingkat keterbukaan informasi publik di suatu negara atau lembaga. Tingkat transparansi yang tinggi menandakan bahwa masyarakat memiliki akses yang lebih mudah terhadap informasi yang mereka butuhkan, yang pada gilirannya meningkatkan tingkat akuntabilitas pemerintah atau lembaga publik tersebut. Baznas Kota Semarang, dengan mengadopsi standar keterbukaan yang baik, tidak hanya memenuhi tanggung jawabnya untuk melibatkan masyarakat dalam proses pengawasan, tetapi juga untuk menyediakan informasi yang relevan dan bermanfaat bagi publik, kecuali informasi yang memang harus dijaga kerahasiaannya.

Akses publik terhadap informasi merupakan langkah awal dalam memperkuat partisipasi masyarakat dalam mekanisme kontrol sosial terhadap lembaga-lembaga yang melayani kepentingan publik. Dengan memberikan akses yang transparan terhadap data dan kebijakan, Baznas Kota Semarang memungkinkan masyarakat untuk ikut serta dalam pemantauan dan evaluasi terhadap penggunaan dana zakat. Tanpa adanya transparansi yang memadai, kepercayaan publik terhadap lembaga seperti

Baznas tidak dapat terbentuk secara kuat, yang pada akhirnya dapat menghambat efektivitas dari upaya-upaya pembangunan yang mereka lakukan.

Oleh karena itu, keterbukaan informasi bukan hanya menjadi kewajiban hukum, tetapi juga merupakan landasan moral dan praktis bagi Baznas Kota Semarang untuk membangun hubungan yang sehat dan saling percaya dengan masyarakat. Dengan demikian, lembaga ini tidak hanya menjalankan fungsi administratif, tetapi juga berperan sebagai agen perubahan yang berorientasi pada pelayanan masyarakat dan pemberdayaan ekonomi umat.

Beberapa penghargaan dan prestasi yang telah diraih oleh Baznas Kota Semarang menjadikannya sebagai contoh bagi lembaga lain dan masyarakat. Humas Baznas Kota Semarang mengoptimalkan berbagai media sosial sebagai platform untuk meningkatkan pemahaman tentang lembaga dan kegiatan yang dilaksanakan, berdasarkan informasi terkait Baznas Kota Semarang meraih 2 penghargaan pada awal 2024 ini yaitu sebagai: Branding Terbaik dan Baznas Simba Terresponsif Terbaik. Hal ini menunjukkan bahwa orientasi pengadaan dan pembuatan konten oleh Baznas Kota Semarang bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat Kota Semarang, khususnya terkait informasi zakat. Berikut adalah daftar penghargaan yang pernah di raih oleh Baznas Kota Semarang terkait dengan Keterbukaan Informasi Publik :

1. Branding Terbaik 2024
2. Simba Terseponsif Terbaik 2024
3. Implementasi Terbaik Baznas Kota 2023
4. Operator Simba Terbaik 2023
5. Teamwork Operator Simba Terbaik 2023

Gambar 19 Konten infografis @baznasri



Sumber: Website @Baznasri

Dari gambar tersebut menunjukkan bahwa humas memiliki peran yang besar dalam membangun hubungan antara publik dan organisasi. Sebagai teknisi komunikasi atau eksekutor komunikasi, humas berperan sebagai penghubung antara lembaga atau organisasi dengan publiknya. Mereka menjalankan komunikasi efektif baik secara internal maupun eksternal menggunakan berbagai jenis media seperti cetak, online, komunikasi lisan, tatap muka, serta metode-metode lain yang relevan, sesuai dengan praktik yang telah ditekankan sebelumnya.

Peran humas tidak hanya terbatas pada penyaluran informasi mengenai program, kegiatan, kebijakan, dan tindakan organisasi, tetapi juga mencakup konsep humas pemerintahan yang menekankan pengaturan dan koordinasi aliran informasi masuk dan keluar. Mereka juga bertugas sebagai pengatur komunikasi dua arah dengan tujuan untuk membangun dan menjaga stabilitas sosial. Dengan pendekatan ini, Humas Baznas Kota Semarang memiliki tanggung jawab untuk memberikan, menyediakan, dan mengelola informasi kepada masyarakat.

Menurut Dozier, humas berperan sebagai fasilitator komunikasi antara organisasi atau lembaga dengan publik, baik itu publik internal maupun eksternal. Humas bertindak sebagai penghubung komunikasi antara publik dengan lembaga, yang mendukung transparansi informasi publik. Humas Baznas Kota Semarang mengadopsi berbagai strategi

untuk mendukung transparansi informasi publik. Secara eksternal, mereka berupaya memenuhi harapan masyarakat dengan memanfaatkan teknologi informasi dan layanan berbasis teknologi. Secara internal, humas bertanggung jawab dalam meningkatkan dan mengkoordinasikan lingkungan kerja di Baznas Kota Semarang serta semua unit kerjanya.

Dalam menghadapi situasi krisis organisasi seperti kasus MCD yang melibatkan Baznas Pusat, humas berfungsi sebagai ahli yang memberikan rekomendasi solusi. Sebagai seorang profesional humas yang berpengalaman dan terampil, mereka turut serta dalam mencari solusi untuk menyelesaikan masalah hubungan dengan publik. Dalam konteks ini, humas juga berperan sebagai fasilitator dalam proses penyelesaian masalah. Mereka membantu pimpinan organisasi mengambil langkah-langkah untuk mengatasi permasalahan dan memulihkan kepercayaan publik, memberikan saran yang logis dan profesional.

Bentuk komunikasi yang diterapkan oleh humas di Baznas Kota Semarang mengadopsi model two-way symmetric. Dalam model ini, humas berperan sebagai mediator antara organisasi dan publik dengan tujuan menciptakan saling pengertian antara keduanya. Penekanan utama dalam model ini adalah pada komunikasi yang berlangsung dua arah, di mana humas tidak hanya menyampaikan informasi dari organisasi kepada publik, tetapi juga mengumpulkan umpan balik dari publik untuk diperhatikan dan dievaluasi. Penelitian yang dilakukan oleh humas bersifat formatif, digunakan untuk mengevaluasi tingkat pemahaman dan persepsi publik terhadap kegiatan dan kebijakan Baznas Kota Semarang.

Dalam konteks humas pemerintahan, kualitas pelayanan publik menjadi faktor kunci dalam membentuk citra positif pemerintah. Humas Baznas Kota Semarang telah meningkatkan kualitas layanan publik yang mereka berikan kepada masyarakat secara signifikan. Langkah-langkah ini mencakup perubahan dalam penyediaan informasi publik yang lebih

mudah diakses oleh masyarakat, sehingga memastikan bahwa kebutuhan informasi masyarakat terpenuhi dengan baik.

Kegiatan humas merupakan implementasi dari tugas yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan humas serta menjalankan fungsi dan peran mereka secara efektif. Aktivitas praktisi humas melibatkan komunikasi menggunakan berbagai simbol komunikasi, baik verbal maupun nonverbal. Kegiatan komunikasi verbal meliputi penyusunan proposal, artikel, laporan kemajuan, materi presentasi, pers release, dan lain-lain, sementara kegiatan komunikasi nonverbal mencakup penyelenggaraan pameran, seminar, acara, riset, pembuatan spanduk, dan sejenisnya. Dengan demikian, humas Baznas Kota Semarang berperan penting dalam membangun komunikasi yang efektif antara lembaga dan publiknya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan proses pengumpulan data penelitian dan wawancara mendalam, penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Peran Government Public Relations Baznas Kota Semarang dalam Mewujudkan Keterbukaan Informasi Publik.

1. Memainkan peran sebagai perantara komunikasi antara Baznas Kota Semarang dan masyarakat, mencakup pengumuman kebijakan, kegiatan Baznas Kota Semarang dan Organisasi Perangkat Daerah (OPD), laporan keuangan OPD, informasi tentang zakat, pencapaian atau prestasi Baznas Kota Semarang, serta informasi darurat terkait bencana. Komunikasi dilakukan melalui berbagai media seperti situs web, Instagram, WhatsApp, surel, dan telepon.
2. Berperan sebagai fasilitator hubungan antara Baznas Kota Semarang dengan OPD, dengan bekerja sama untuk mendapatkan informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat. Selain itu, humas mengadakan konferensi pers jika media memerlukan informasi tambahan.
3. Sebagai pendukung fungsi manajemen organisasi, humas di Baznas Kota Semarang melakukan proses penemuan fakta dengan mengumpulkan informasi dari masyarakat atau media massa. Informasi yang terkumpul kemudian disampaikan kepada pimpinan melalui proses pengkomunikasian, untuk dipertimbangkan dalam kebijakan Baznas Kota Semarang.
4. Sebagai pembangun dan pencipta citra positif organisasi, humas di Baznas Kota Semarang memberikan layanan yang transparan kepada masyarakat. Layanan ini dapat diakses oleh masyarakat melalui berbagai media

komunikasi yang digunakan oleh humas, seperti situs web, Instagram, WhatsApp, surel, dan telepon.

B. Saran

Berdasarkan observasi peneliti dalam proses penelitian ini, terdapat beberapa rekomendasi yang ingin disampaikan:

1. Bagi akademisi, peneliti merekomendasikan untuk melakukan studi lebih lanjut terkait konsep humas dalam lembaga negara, khususnya peran humas dalam membentuk, mempertahankan, dan meningkatkan citra positif lembaga berdasarkan kinerja yang sesuai dengan Undang-Undang KIP.
2. Humas perlu terus meningkatkan kualitas layanan yang optimal, termasuk dalam mempercepat proses pelayanan untuk merespons keluhan dan pengaduan masyarakat dengan cepat. Tujuannya adalah untuk memperkuat citra positif organisasi di mata masyarakat melalui pelayanan yang efektif.
3. Perlu dibentuknya PPID untuk memastikan layanan informasi yang cepat, tepat, efektif, dan ekonomis, dengan cara memperbaiki Standar Operasional Prosedur yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarsari, L., Anwar, K., Hartono, S. B., & Lestari, H. S. (2020). Analisis Penerapan Good Corporate Governance pada Sistem Pelaporan Keuangan BAZNAS Kabupaten Kebumen. *At-Taqaddum*, 12(2), 169–182. <https://doi.org/10.21580/at.v12i2.6183>.
- Arofi, A. M. (2018). *Strategi Government Public Relations Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam Mengelola Isu Publik*.
- Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). (2020). *Laporan Pengelolaan Zakat Nasional Tahun 2020*. 1–196
- Biddle, B. J. (1986). *Recent Developments in Role Theory*. University of Missouri-Columbia.
- Butterick K. (2013). *Pengantar public relations: Teori dan praktik*. Dialihbahasakan oleh Nurul Hasfi. (Vols. 1–2). Rajawali Pers.
- Creswell, J. W. (1994). *Research Qualitative & Quantitative Approaches*. SAGE.
- Cutlip, Scott M, dkk. 2012. *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana Purnada Media Group
- Frazier Moore, *Humas Membangun Citra Dengan Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), h. 489.
- Jefkins, F. 2004. *Public Relations edisi kelima terj.* Haris Munandar. Jakarta: Erlangga.
- Grindle, M. S. (2010). *Good Governance: The Inflation of an Idea*. 4.
- Indonesia, R. (2008). *UU KIP No 14 Tahun 2008*.
- John, C. (2018). *Research Design Qualitative*. SAGE Publications India Pvt. Ltd.
- Khaerul, U. (2022). Implementasi Keterbukaan Informasi Publik Pada Situs Web Pemerintah Daerah Se-Sulawesi Selatan.
- Lateef Sarwar K. (2016). *Evolution of The World Bank's Thinking on Governance* (Pertama). World Development Report
- Lexy J. Maleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosda Karya, 2009), h.6.
- Maulida, R. A. (2021). Optimalisasi Peran Humas Pemerintah Dalam Menciptakan Hubungan Dialogis Antara Pemerintah Dengan Masyarakat Pada Kabupaten Lebak. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 478. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i3.32816>.
- Maulidia, R. (2020). Peran Humas Pemerintah Sebagai Sarana Komunikasi Publik (Studi Pada Bagian Humas Dan Protokol Pemerintah Kota Bogor). *Ug Jurnal*, VOL.14 (Edisi 07 Juli 2020), 2013–2015.
- Miles b Matthew, H. michael. (1992). *Qualitative Data Analysis* (Third). SAGE Publications India Pvt. Ltd.

- Noel, T. (2008). *Government Communication in Australia* (First Edit). Cambridge University Press.
- Nova, F. 2011. *Crisis Public Relations*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Novita, I. (2023). *Study Kasus Opini Masyarakat Terkait Keterbukaan Informasi Pemerintah Desa Dalam Penanganan COVID19*. 21 No 3 De. <https://doi.org/10.31315/jik.v21i3.4540>
- Priya, A. (2021). Case Study Methodology of Qualitative Research: Key Attributes and Navigating the Conundrums in Its Application. *Sociological Bulletin*, 70(1), 94–110. <https://doi.org/10.1177/0038022920970318>.
- Rahimallah, M. T. A., & Ricky, R. (2023b). Keterbukaan Informasi Publik: Holistikasi Dan Akselerasi Good Governance. *Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja*, 12(2), 62–75. <https://doi.org/10.33701/jiwbp.v12i2.2911>.
- Ruslan, Rosady. 2013. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Shannon, B. A. (2019). *The Practice Of Government Public Relations* (M. Lee (ed.)). American Society for Public Administration.
- Suprawoto. (2018). *Government Public Relations* (Nursodik (ed.); Pertama). Kencana.
- Simatupang, O. (2020). Kompetensi Humas Pemerintah Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0 the Competence of Government Public Relations in *Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi Dan ...)*, 21(1), 85–100.
- Soekanto. (1990). *Elite Pribumi Bengkulu*. Balai Pustaka.
- Thoriq, R. (2022). *The Government Public Relation Handbook* (Pertama). CV. Bintang Semesta Media..
- Triyono, A., Sihabudin, A., & Widowati, D. (2019). The Meaning of Public Information Openness Communication in Village Government of Central Java. *Asian Research Journal of Arts & Social Sciences*, 9(4), 1–9. <https://doi.org/10.9734/arjass/2019/v9i430132>
- Uchjana, Onong. 2016. *Humas Relations dan Public Relations*. Bandung: Mandar Maju.
- Yusra, M., & Riyaldi, M. H. (2020). Transparansi Dan Akuntabilitas Pengelolaan Zakat Di Baitul Mal Aceh: Analisis Persepsi Muzakki. *Al-Infah: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(2), 190. <https://doi.org/10.32507/ajei.v11i2.604>

TRANSKRIP WAWANCARA

Profil Narasumber

Nama : Muhammad Asyhari S.sos.

Umur : 40 Tahun

Jabatan : Kepala Pelaksana Humas

Waktu & Tempat Wawancara “14:00 – 11 Juni 2024 – BAZNAS Kota Semarang”

A. Peran humas sebagai penghubung antara organisasi dengan publiknya

1. Pertanyaan : Bagaimana cara Baznas memastikan bahwa masyarakat dapat mengetahui informasi tentang program dan kegiatan yang dijalankan?

Jawaban : Itu melalui jalur darat dan udara, jalur darat bagaimana kita sering bertatap muka kepada masyarakat berupa sosialisasi yaitu mengenalkan BAZNAS dan program-program nya melalui bantuan, mengenalkan bagaimana masyarakat harus membayar zakat nya ke lembaga dalam lingkup BAZNAS. Yang kedua kita melalui jalur udara, udara ini kita mempunyai yang namanya media social, media social nya apa? Ada facebook, ada instagram, ada twitter tapi yang paling banyak kami gunakan adalah facebook dan instagram. Itu semua adalah cara BAZNAS memastikan informasi terkait realisasi program BAZNAS Kepada masyarakat Kota Semarang.

2. Apa saja media yang digunakan oleh BAZNAS Kota Semarang untuk memberikan informasi dan menjalin komunikasi dengan publik?

Jawaban : “Media yang digunakan humas di komunikasi publik ada Wa, website, instagram dan facebook”.

3. Apakah selama ini dalam memberikan berita/informasi kepada masyarakat selalu mengutamakan bahwa berita/informasi tersebut mampu menyebarkan nilai-nilai yang baik kepada masyarakat?

Jawab: “Ya, segala informasi yang disebarkan bernilai baik”.

4. Apakah informasi yang diberikan kepada masyarakat dilakukan secara berkala?

Jawab: “Ada yang berkala, seperti agenda realisasi program kegiatan BAZNAS Kota Semarang di update ke teman-teman wartawan”.

5. Pertanyaan : Apakah Humas BAZNAS Kota Semarang memiliki program yang dilakukan untuk meningkatkan keterbukaan informasi public demi mewujudkan penyebaran informasi kepada masyarakat? Bagaimana proses regulasi informasi yang di unggah pada website maupun social media?

Jawaban : Kalo untuk beberapa program sudah kami unggah coba bisa dicek saja di media social seperti instagram dan facebok nya BAZNAS, itu beberapa program untuk keterbukaan kita terkait dengan apa yang sudah dilakukan oleh kita dan baik itu target pengumpulan atau target untuk pendistribusian pendayagunaan, kalau untuk regulasi yang diunggah di website dan social media kami tentu saja tidak mengandung unsur sara, dan harus menyebarkan informasi sesuai dengan pedoman atau standarisasi yang ada di BAZNAS Kota Semarang.

6. Pertanyaan : Bagaimana peran Humas Pemerintah dalam membangun komunikasi yang efektif dengan masyarakat?

Jawaban : informasi yang kami sampaikan termasuk dalam kategori informasi publik. Ini mencakup semua informasi yang dihasilkan, disimpan, dan dikelola oleh pihak kami, seperti kebijakan, kegiatan, laporan keuangan, himbauan terkait zakat atau qurban, pencapaian atau prestasi, serta informasi yang sifat nya mendesak atau berpotensi mengancam kepentingan umum

seperti informasi terkait bencana darurat seperti banjir di daerah demak kemarin.

B. Pembina hubungan antara organisasi yang diwakilinya dengan pihak internal dan eksternal (Relationship)

1. Apa saja yang dilakukan humas dalam menjalin hubungan dengan publik internal maupun eksternal?

Jawaban: “BAZNAS Kota Semarang senantiasa berkoordinasi dengan Unit Kerja lain untuk dapat memperoleh informasi-informasi yang bisa menjadi pertimbangan untuk disampaikan kepada masyarakat, begitu juga dengan rekan media, BAZNAS Kota Semarang berupaya membangun hubungan yang baik dengan media seperti secara rutin mengumumkan kegiatan untuk diliput oleh media, mengadakan jumpa pers, mengirimkan press release, maupun melalui cara yang informal seperti mendatangi wartawan atau redaksi untuk bicara santai. Metode ini menjadikan insan media sebagai rekan setara”

2. Siapa saja yang menjadi sasaran humas untuk membina hubungan baik?

Jawaban: “Seluruh masyarakat Kota Semarang”.

3. Kegiatan apa saja yang dilakukan humas dalam upaya menjalin yang melibatkan masyarakat sekitar?

Jawaban: “biasanya kita mengadakan sosialisasi yang biasa diadakan, pasti kita publikasikan ke masyarakat untuk mengikuti kegiatan tersebut secara gratis”

C. Pendukung dalam fungsi manajemen organisasi (Back Up Management)

1. Bagaimana humas memberikan tanggapan terhadap opini yang masuk dari masyarakat?

Jawaban: “Kita menerima segala masukan dari masyarakat dan berupaya agar masukan tersebut dapat memperbaiki organisasi”.

2. Bagaimana cara mengevaluasi kegiatan yang sudah dilaksanakan oleh humas?

Jawaban: “Dibicarakan dengan yang lain apa kurangnya dana pa lebihnya untuk masukan selanjutnya”.

3. Apakah umpan balik yang diterima dari sasaran humas serta berupa apa saja wujud umpan balik tersebut?

Jawaban : “Umpan balik yang diterima masyarakat dapat mengikuti kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh BAZNAS Kota Semarang”

4. Pertanyaan : Bagaimana humas BAZNAS memastikan informasi terkait keluhan yang ada di masyarakat masyarakat terjawab dengan cepat?

Jawaban : humas bertugas untuk mengumpulkan informasi dari masyarakat atau media massa yang digunakan sebagai pertimbangan dalam merancang program kerja, termasuk kebijakan dan kegiatan organisasi.

D. Pembangun dan pencipta citra positif organisasi yang diwakilinya (Good Image Maker)

1. Apakah faktor pendukung dan untuk mewujudkan keterbukaan informasi publik di BAZNAS Kota Semarang?

Jawaban : Tentu ada faktor internal dan eksternal, faktor internal adalah ketersediannya SDM yang handal dan mumpuni, kemudian faktor eksternalnya adalah bagaimana kemudian peran serta masyarakat ehh memberikan informasi satu contoh misalkan di daerah eeh tanjungmas “pak boleh dong di survey kaitannya dengan kondisi tetangga saya yang begini-begini” oke kita kirimkan utusan kesana oh ternyata memang kakinya patah jadi perlu untuk dibantu dari BAZNAS, maka silahkan mengajukan permohonan dari masyarakat kepada BAZNAS Kota Semarang untuk bisa dibantu bagaimana kondisinya. Artinya ada faktor internal dan eksternal nah hambatan nya barangkali tentunya mayoritas penduduk yang ada di Indonesia bahkan di Semarang barangkali ehhh untuk menyalurkan dana zakat, infak dan sedekah nya ini mau kemana ini mayoritas kan pada tau nya ke kyai, padahal kyai itu kan salah satunya asnaf kan gitu to, kalau amil itu nanti akan memiliki nilai manfaat satu yaitu zakat yang kedua itu menghindari riya dari muzakki yang ketiga merata, nah ini yang menjadi harapan kami dan berkesinambungan sustainable. Jadi sangat mungkin misalkan ada bantuan orang fakir yang gak bisa makan maka ya kita bantu rutin setiap bulan nya, bagaimana untuk biaya hidup nya yang tentunya dia tidak di cover dari pemerintah, dalam konteks ini misalkan PKH ada bantuan berupa beras tapi dia tidak mendapatkan untuk itu makanya kita bisa masuk kesana dan membantu juga secara rutin meskipun tidak besar tapi minimal bisa eeh angka harapan hidup manusia itu menjadi oke gitu stabil.

2. Pertanyaan : pencapaian apa saja yang di peroleh terkait dengan keterbukaan informasi publik?

Jawaban : Kalau dengan adanya keterbukaan informasi public kami termasuk kami juga di audit kami juga mendapatkan beberapa reward atau penghargaan dari BAZNAS Jateng maupun BAZNAS RI tentunya yaa, pertama terkait dengan sistem informasi BAZNAS ini implementasi dari samba bisa digunakan untuk dasar audit, tim kami kompak nih solid juga dapet, bahkan operator nya juga dapet nah tahun ini kita dari sisi branding nya juga dapet terus dari sisi kekompakan apa namanya itu juga dapet, nah ada juga kami mendapat penghargaan dari BAZNAS Provinsi mengenai pemanfaat IT untuk kemajuan BAZNAS dan masih banyak lagi kecepatan dalam menyelesaikan persoalan tentu saja itu semua dilakukan untuk mewujudkan keterbukan informasi public di BAZNAS Kota Semarang.

3. Pertanyaan : Apakah BAZNAS pernah menerima laporan terkait kecurangan atau dana bantuan yang tidak sampai pada masyarakat?

Jawaban : Kalau selama memang ada terjadi kecurangan dan apa namanya merasa dirinya yang tidak percaya diri berarti ada sesuatu nah kami tidak ada masalah dan tadi kan kami juga di audit kami juga ada orang yang riset buktinya kami terima kalau ada orang yang tidak mau diteliti itu mesti ada sesuatu yang didalam nya, nah kalau ada lembaga yang tidak mau menerima penelitian berarti ada sesuatu yang di sembunyikan yang di dalam nya tidak boleh di publish. Kalau pun ada laporan terkait kecurangan maka kami akan melindungi orang itu namun sejauh ini allhamdulillah sih tidak ada laporan masuk seperti itu begitu mbak.

4. Pertanyaan : Bagaimana peran humas BAZNAS dalam meningkatkan citra sehingga mendapatkan award sebagai branding terbaik?

Jawaban : humas menggunakan media massa, media sosial, dan situs web untuk menyebarkan prestasi-prestasi seperti penghargaan branding terbaik dan pengelolaan dana terbaik, serta kegiatan lain yang mencerminkan prestasi Baznas Kota Semarang. Kami memakai strategi ini, BAZNAS Kota Semarang aktif memanfaatkan berbagai platform tersebut untuk membangun kepercayaan dan meningkatkan reputasi BAZNAS Kota Semarang di mata masyarakat.

5. Bagaimana Baznas menilai tingkat kepercayaan masyarakat terhadap penyediaan informasi yang dilakukan?

Jawaban : Kalau itu allhamdulillah ada kepercayaan dari public dimana memang muzakki semakin tahun semakin banyak itu berarti menumbuhkan kepercayaan karena apa kita juga diaudit to apalagi sebentar lagi kita akan ada audit ISU, ISU itu bagaimana memberikan standar pelayanan mutu yang baik. Jadi tidak perlu harus banyak nunda nunda terus opo jenangani proposal di entani rak cair-cair bahkan setahun yak an begitu.

Peneliti : Berarti ada kenaikan ya pak, untuk data nya sendiri tuh kira-kira naik nya berapa persen ya pak?

Jawaban : Kalau kenaikan nya tuh allhamdulillah setiap tahun bisa dari penerimaan yaa tahun sebelumnya itu tarolah ini aja pas jaman covid yaa, kita cerita covid ya, jaman covid BAZNAS yang lain pada menurun tapi allhamdulillah kita masih tetap gitu. Contoh misalkan kita awal nya itu kita periode pertama dari 4 milyar kemudian meningkat menjadi 6 milyar, 8 milyar terus 10 milyar bahkan sekarang sudah mencapai angka sekitar dengan 12,8 milyar artinya bahwa ada sebuah peningkatan penerimaan berbanding lurus dengan jumlah muzakki karena orang semakin tahu dan semakin percaya kepada BAZNAS.

Dokumentasi
Foto Peneliti Wawancara dengan Humas



Foto Humas Sedang Memberikan Pelayanan Kepada Masyarakat







KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185
Telepon (024) 7606405, Faksimili (024) 7606405, Website : www.fakdakom.walisongo.ac.id

Nomor : 234/Un.10.4/K/KM.05.01/05/2024
Hal : **Permohonan Ijin Riset**

Semarang, 16/05/2024

Kepada Yth.
Ketua Baznas Kota Semarang
di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang menerangkan bahwa dalam rangka penyusunan skripsi, mahasiswa berikut:

Nama : Putri Khofifah Nursaidah
NIM : 2001026033
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Lokasi Penelitian : Baznas Kota Semarang
Judul Skripsi : Peran Government Public Relations Baznas Kota Semarang Dalam Mewujudkan Keterbukaan Informasi Publik

Bermaksud melakukan Riset penggalan data di tempat penelitian pada instansi yang Bapak/Ibu pimpin. Sehubungan dengan itu kami mohonkan ijin bagi yang bersangkutan untuk melakukan kegiatan dimaksud.

Demikian atas perhatian dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An. Dekan,
Kepala Bagian Tata Usaha

MUNTOHA



Tembusan Yth. :
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang