

## Meningkatkan Pelayanan Melalui *Public Relations* yang Harmonis dan Humanis di Masa Pandemi COVID-19

<https://doi.org/10.25008/parahita.v2i1.54>

**Siantari Rihartono**

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Jl. Laksda Adi Sutjipto, Yogyakarta 55281 – Indonesia

\*Email Korespondensi: [siantaririhartono@uin.ac.id](mailto:siantaririhartono@uin.ac.id)

---

**Abstrak** - Public Relations is a strategic function in management that communicates to generate understanding and acceptance from the public. Some principles of a harmonious relationship during the Pandemic: Honest communication for credibility. Openness and consistency of steps taken to gain the confidence of others. Fair steps to gain reciprocity and goodwill. Continuous two-way communication to prevent estrangement and to build relationships. Evaluation and research of the environment to determine the steps or adjustments to be made. Improved service based on harmonious relationships can be done by an employee at the faculty in serving students so that long-term relationships are established. The service improvement can be done with the principles of a harmonious relationship by using the following steps needed for social harmony. The strength possessed by Public Relations is the basis of great optimism for its success in carrying out its duties, namely being able to build great trust from the public,

**Keyword:** Public relations, harmonious, pandemic covid-19, service, relationships

---

### I. PENDAHULUAN

Keberadaan *Public Relation* (PR) sangat diperlukan dalam suatu organisasi ataupun instansi dalam rangka peningkatan pelayanan bagi terselenggaranya aktivitas guna memberikan kepuasan bagi pelanggan yang selalu menuntut pelayanan cepat, menyenangkan dan humanis. PR yang berfungsi sebagai wajah dari suatu instansi mempunyai tugas memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggannya, lebih-lebih di masa pandemi COVID-19 seperti sekarang ini.

PR adalah sebuah payung besar dari sekian banyak bidang keahlian. Publisitas hanya sebagian kecil dari suatu “program total“ berupa kegiatan yang lebih kompleks dari sekedar publisitas (Ribers, 2000). Demikian pula dalam melakukan pelayanan terhadap pelanggan, seorang staf PR harus memahami karakteristik pelanggan dan beradaptasi secara total sehingga mampu melakukan pekerjaan sesuai dengan harapan pelanggan.

Dengan demikian, PR merupakan fungsi strategi dalam manajemen yang melakukan komunikasi untuk menimbulkan pemahaman dan penerimaan publik. Dalam proses penerimaan publik, instansi ataupun perusahaan perlu memperhatikan hubungan yang humanis dengan pelanggannya, seperti terbuka, jujur, *fair*, dan ikhlas melayani.

Pelayanan dalam suasana hubungan yang humanis dan harmonis dapat menciptakan suasana menyenangkan bagi pelanggan, dan itu akan membentuk kesan positif dan menyenangkan. Ada lima prinsip hubungan harmonis (Sharpe, 1992), yaitu: (1) Komunikasi yang jujur untuk kredibilitas; (2) Keterbukaan dan konsistensi terhadap langkah-langkah yang diambil untuk memperoleh keyakinan orang lain; (3) Langkah yang *fair* untuk mendapatkan hubungan timbal balik dan *goodwill*; (4) Komunikasi dua arah yang terus menerus untuk mencegah keterasingan dan untuk membangun hubungan; (5) Evaluasi dan riset terhadap lingkungan untuk menentukan langkah yang dibutuhkan bagi *social harmony*.

Prinsip tersebut merupakan prinsip-prinsip hubungan manusia modern yang menuntut adanya kerja sama, keterbukaan dan kejujuran. Prinsip tersebut berkembang sehubungan dengan adanya perubahan nilai-nilai dari masyarakat dan kemajuan teknologi yang pesat.

Sesungguhnya fungsi PR dapat bertindak sebagai tanda bahaya (*early warning system*) yang berfungsi mendukung atau membantu pihak manajemen untuk berjaga-jaga menghadapi

kemungkinan buruk yang terjadi pada organisasi. Mulai dari timbulnya berita negatif (*negative news*) di berbagai media masa, meluasnya isu negatif yang kurang menguntungkan terhadap produk atau nama organisasi yang bermasalah hingga penurunan citra, bahkan kehilangan citra (*lost of image*) yang dapat menimbulkan krisis kepercayaan maupun krisis manajemen. Seperti sekarang ini pada masa pandemi, informasi yang buruk akan mengakibatkan keraguan di masyarakat sehingga mengakibatkan kurangnya kepercayaan atas informasi yang disampaikan.

Hubungan harmonis dijadikan sebagai pijakan dalam meningkatkan pelayanan PR dalam rangka memuaskan pelanggan secara humanis. Pelayanan ditingkatkan dengan cara membentuk pribadi PR secara kuat, sehingga dalam memberi pelayanan selalu didasari dengan penciptaan hubungan manusia secara manusiawi dan sikap menghormati pelanggan dengan penuh tanggung jawab dan bermartabat. Hal ini dapat dilakukan oleh personil PR dengan menggunakan konsep-konsep komunikasi dan teknik-teknik komunikasi yang sesuai.

Seorang personil PR akan melakukan tugas-tugas pelayanan dengan penuh keyakinan berdasarkan kepribadian yang kuat. Suatu organisasi yang sukses tanpa PR adalah sama dengan seorang politikus atau pengacara yang berhasil tanpa kepribadian (Hayword 1987). Keberadaan PR sangat diperlukan. Pelayanan-pelayanan pasti sudah dilakukan selama ini, namun persoalannya adalah apakah pelayanan telah dilakukan secara baik dan benar dengan mengutamakan hubungan yang harmonis sebagai dasar dari pelayanan yang humanis?

Pandemi COVID-19 menuntut masyarakat melakukan adaptasi dalam kehidupan sehari-hari. Adaptasi ini berlaku juga pada penyelenggaraan pelayanan publik. Kebijakan Pemerintah untuk mencegah penyebaran virus telah banyak dikeluarkan, tentunya berdampak pada standar pelayanan publik yang diterapkan. Peningkatan standar pelayanan publik menjadi salah satu upaya pencegahan penyebaran virus COVID-19.

Lanskap industri PR termasuk praktisi PR dipaksa berubah secepat mungkin selama pandemi berlangsung. Sebagai personil PR, mereka terbiasa bekerja dengan *speed*, terbiasa merespons kebutuhan manajemen, *brand*, dan konsumen dengan cepat. Namun saat ini, personil PR harus mencari alternatif solusi yang kreatif. *Speed* tidak relevan lagi di sini, namun berpikir secara kreatif, jernih dan objektif menjadi kuncinya.

Personalia PR harus menyampaikan pesan disertai dengan hati, sehingga masyarakat sebagai pelanggan menerima pesan tanpa rasa cemas dan ketakutan. Banyak kasus pada penyampaian informasi tentang COVID-19, petugas kurang memperhatikan diksi yang digunakan dan kurangnya konsistensi data, sehingga masyarakat jadi bingung dan cenderung tidak mempercayai informasi yang diberikan. Akibatnya, sering terjadi protokol kesehatan tidak dipatuhi masyarakat.

## II. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini merupakan bentuk Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan Penulis dalam bentuk ceramah di kampung-kampung sekitar lingkungan UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta. Ceramah diberikan kepada para *opinion leader* di kampung tersebut dengan harapan mereka bisa mengetahui dan menerapkan fungsi PR dalam mengemban tugas sebagai penyampai informasi penerapan protokol kesehatan terkait COVID-19.

Sebelum memberikan pemahaman tentang peran dan tugas PR terlebih dulu dilakukan persiapan materi ceramah. Pertemuan dengan para *opinion leader* dimulai dengan menyampaikan konsep hidup normal baru di masa Pandemi COVID-19 dan penerapan pola hidup bersih dan sehat. Setelah itu dilanjutkan dengan penyampaian materi tentang *Public Relations* yang berlangsung selama satu setengah jam dalam bentuk ceramah. Selain itu diadakan juga diskusi tentang PR dan pola hidup sehat yang harus menjadi bagian dari kehidupan masyarakat.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Meningkatkan pelayanan merupakan upaya yang harus terus menerus dilakukan.

Pelayanan yang masih bersifat *job discription* tidak akan mampu menyelesaikan pelayanan secara total. Tuntutan pelanggan saat ini semakin kompleks yaitu tuntutan hubungan yang harmonis, sehingga pelanggan mendapatkan perlakuan humanis dari seorang staf PR. Seorang petugas PR yang humanis lebih mengedepankan segi hubungan harmonis kepada pelanggan. Prinsip hubungan harmonis dimaksudkan untuk menjalin hubungan jangka panjang antara perusahaan dan publik (Sharpe, 1992).

Peningkatan pelayanan yang berbasis hubungan harmonis dapat dilakukan oleh seorang karyawan agar terjalin hubungan dalam jangka panjang. Peningkatan pelayanan dapat dilakukan dengan prinsip-prinsip hubungan yang harmonis dengan menggunakan langkah-langkah (1) komunikasi yang jujur untuk kredibilitas; (2) keterbukaan dan konsistensi terhadap langkah-langkah yang diambil untuk memperoleh keyakinan; (3) langkah yang *fair* untuk mendapatkan hubungan timbal balik dan *goodwill*; (4) komunikasi dua arah yang terus menerus untuk mencegah keterasingan dan untuk membangun hubungan; (5) evaluasi dan riset terhadap lingkungan untuk menentukan langkah yang dibutuhkan bagi *social harmony*.

Pelayanan komunikasi didasarkan pada bentuk komunikasi yang jujur, yaitu seorang petugas PR dalam melayani pelanggan dituntut untuk memberi informasi secara benar berdasarkan data yang akurat dan dapat dipertanggung jawabkan. Pelayanan yang didasari dengan kejujuran akan memberikan kepercayaan dari masyarakat dalam menyelesaikan persoalan-persoalan yang dihadapi oleh masyarakat, sehingga petugas PR dijadikan sebagai sumber rujukan informasi yang kredibel.

Jika dikaitkan dengan masa pandemi COVID 19 seperti sekarang ini, maka peran petugas PR harus mampu memberikan informasi dan data sejujurnya tentang penanganan pandemi dengan menggunakan diksi yang lebih mudah dipahami dan mengedepankan etika komunikasi.

Petugas PR dalam meningkatkan pelayanan dimulai dengan menciptakan keserasian antara masyarakat dan kebijaksanaan organisasi/instansi. Dimulai dari aktivitas, program humas, tujuan hingga sasaran (target) yang hendak dicapai oleh organisasi/instansi tidak terlepas dari dukungan serta kepercayaan dari publik. Dengan demikian maka peningkatan pelayanan PR dapat dijadikan sebagai rujukan yang handal, sehingga informasi yang disampaikan akan memperoleh kredibilitas dan akan mencapai kondisi yang harmonis di masyarakat, serta mencerminkan harmonisasi dalam melakukan kegiatan yang berdasarkan pada kejujuran dengan menyampaikan informasi sebenarnya.

Bentuk pelayanan yang dilakukan oleh karyawan dalam memberikan pelayanan harus dilakukan secara terbuka, dalam arti bahwa pelayanan selalu didasari dengan aturan-aturan, termasuk SOP yang sudah disiapkan. Disamping itu peningkatan pelayanan dapat dilakukan oleh karyawan dengan bersikap konsisten dengan cara memberikan janji yang harus ditepati. Kadang masyarakat menjadi kecewa dalam mendapatkan informasi.

Masyarakat merasa informasi yang diperolehnya tanpa ada kejelasan yang pasti, melalui jalur birokrasi berbelit-belit dan melelahkan, terkesan melempar tanggung jawab. Pelayanan yang tidak konsisten seperti ini menjadikan hubungan antara penyampai pesan atau komunikator dan masyarakat tidak terjalin secara harmonis, sehingga petugas PR sebagai sumber informasi yang melayani masyarakat akan mengurangi kepercayaan yang berimplikasi pada berkurangnya keyakinan masyarakat terhadap petugas PR.

Sebagai garda terdepan dalam penyampaian informasi kepada publik, PR memiliki peranan yang cukup penting dalam pengimplementasian peraturan protokol kesehatan baik yang dikeluarkan WHO, pemerintah, ataupun Satuan Tugas COVID-19. Terlebih lagi setiap badan publik harus menjamin tersedianya informasi publik yang terbuka dan dapat diakses secara cepat, tepat waktu, biaya ringan dan dengan cara sederhana.

Dengan adanya keterbukaan informasi publik, humas dituntut bisa bekerja profesional, terutama dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat, tentang kegiatan yang menyangkut pandemi COVID-19, baik melalui dokumentasi internal maupun penyampaian ke publik melalui media massa ataupun media relations.

Dalam peningkatan pelayanan, personil PR dituntut selalu konsisten dalam bekerja terlebih pada masa Pandemi COVID-19 dengan begitu derasnya arus informasi dari berbagai kalangan, sehingga masyarakat bingung mana yang bisa dipercaya. Di sinilah tugas PR untuk konsisten meluruskan informasi tentang COVID-19.

Konsistensi dari PR dapat dilakukan dengan cara klarifikasi terlebih dahulu pada sumber-sumber yang kompeten sebelum informasi itu disampaikan ke masyarakat. Dengan adanya klarifikasi, maka PR dalam menyampaikan informasi dapat dijadikan sebagai rujukan dibanding dengan yang lain. Dengan adanya konsistensi PR, maka pesan-pesan yang disampaikan akan memperoleh kepercayaan publik, karena mereka mengetahui informasi tersebut dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

Langkah *fair* bagi pelayanan masyarakat dilakukan dengan cara menjelaskan peraturan-peraturan terkait penanganan Pandemi COVID-19, seperti tata cara protokol kesehatan, penanggulangan, cara-cara mengatasi virus secara gamblang dan secara terbuka, sehingga masyarakat memahami langkah-langkah dalam mendapatkan pelayanan dari lembaga-lembaga kesehatan maupun melayani kesehatan secara mandiri.

Pelayanan secara terbuka merupakan upaya untuk mendapatkan hubungan secara timbal balik, dalam arti yang melayani dan yang dilayani memperoleh pengalaman yang menyenangkan, sehingga hubungan yang terjalin dapat berlangsung lama dan abadi. Disamping itu setiap apa yang di janjikan dalam melayani terutama pada masalah administrasi, harus ditindak lanjuti secara tepat, baik dari sisi kecepatan waktu maupun hasil yang akurat. Dengan adanya pelayanan secara *fair* bagi masyarakat akan menghasilkan hubungan timbal balik secara lancar tanpa hambatan dalam menerima informasi bagi masyarakat.

Secara *fair* personil PR diwajibkan menyediakan informasi secara jelas mengenai standar pelayanan. Sebagian besar penyelenggara layanan telah memiliki media sosial dan *website*, namun seringkali media ini belum dimanfaatkan untuk menyampaikan standar pelayanan, baik menyampaikan produk layanan, syarat, mekanisme, prosedur, biaya dan jangka waktu, ataupun menyampaikan kinerja yang dilakukan.

Mekanisme prosedur harus benar-benar dijalankan secara terus menerus, sehingga terwujud pelayanan yang didasarkan pada pelaksanaan aturan-aturan yang baku dengan berdasarkan *goodwill* secara berkelanjutan. Seiring dengan adanya pandemi ini, menyediakan informasi yang jelas dan terbaru melalui berbagai media sangat membantu masyarakat dalam mendapat kejelasan informasi.

Di samping itu dengan langkah-langkah PR yang *fair* juga akan menciptakan hubungan yang harmonis melalui pendekatan humanis. Penciptakan hubungan dua arah secara terbuka dan selalu konsisten baik dari PR maupun masyarakat, maka pesan-pesan akan tersampaikan secara utuh dan dipahami. Bagi PR, menjadi kewajiban untuk selalu mengadakan hubungan timbal balik dalam menyampaikan pesan protokol kesehatan baik yang bersifat himbauan maupun larangan-larangan.

Peningkatan pelayanan PR dengan informasi yang *fair* dalam hubungan timbal balik dapat juga dilakukan dengan menyiapkan prasarana dan fasilitas pelayanan. Sarana, prasarana dan fasilitas yang selama ini ada di lokasi pelayanan tentunya memerlukan penyesuaian. Adaptasi yang dilakukan antara lain memberi pelayanan secara langsung menggunakan alat pelindung diri, menerapkan *social distancing*, menyediakan *hand sanitizer*, tempat cuci tangan serta melakukan sterilisasi ruangan secara rutin. Dengan demikian hubungan harmonis akan tercapai dan humanis,

PR juga merupakan agen informasi yang bertanggung jawab dan bermuatan edukasi bagi masyarakat. Maka dalam meningkatkan pelayanan, PR selalu melakukannya secara timbal balik. Artinya, ada nilai yang diberikan dalam setiap kegiatan pelayanan, terutama pada pemenuhan kebutuhan pelayanan publik.

Dalam melakukan hubungan terhadap masyarakat, personil PR akan melakukan strategi komunikasi dua arah secara persuasif dengan informasi atau pesan yang disampaikan harus berdasarkan pada kebutuhan atau kepentingan khayalak sebagai sasarannya, seperti

informasi tentang pencegahan COVID- 19, yaitu informasi tentang 3M: menjaga jarak, selalu memakai masker, dan selalu mencuci tangan dengan sabun.

Dengan informasi dan konten yang sesuai kebutuhan masyarakat, akan membentuk hubungan yang saling bisa menerima dan memberi antara masyarakat dengan PR yang akan terbentuk kebersamaan. PR sebagai komunikator, sekaligus mediator dalam pelayanan, dituntut membentuk sikap dan pendapat positif dari masyarakat, melalui stimulus tertentu agar mendorong publik berperan dalam aktivitas organisasi dan instansi sehingga tercipta perubahan sikap. Hal ini penting bagi PR dalam menginformasikan ke masyarakat di masa pandemi seperti ini sekarang ini, terutama yang menyangkut cara-cara pencegahan, larangan, ataupun sanksi atas pelanggaran yang dilakukan.

PR harus selalu melakukan evaluasi dengan melakukan riset secara mendalam. Saat beban kasus COVID-19 dan tekanan terkait COVID-19 seperti sekarang ini, berbagai layanan yang sebelumnya dihentikan perlu dievaluasi, apakah masih terus dihentikan atau perlu dijalankan kembali. Keputusan tentang kapan dan bagaimana layanan kembali dijalankan akan berbeda-beda, tergantung pada kondisi masyarakat, sehingga riset menjadi penting dilakukan secara mendalam, agar masyarakat tidak bingung menerima informasi dari petugas PR.

Secara rutin PR harus selalu mengadakan riset dan evaluasi untuk menentukan langkah berikutnya dengan memperhatikan kelemahan-kelemahan dari yang telah dikerjakan terkait penyampaian pesan COVID-19, secara langsung maupun secara *online*. Apakah pesan yang digunakan telah sesuai dengan harapan masyarakat yang menghendaki kejelasan informasi?, sehingga tidak menimbulkan kebingungan yang bisa berujung pada terjadinya *distrust* dari masyarakat. Untuk itu perlu dilakukan peningkatan kompetensi teknologi informatika maupun asas-asas pelayanan publik. Juga perlu menentukan langkah-langkah dengan didasari hasil evaluasi maupun riset, seperti ketepatan media yang digunakan untuk menyampaikan informasi tentang COVID-19 secara meluas di masyarakat. Ketepatan media ini menjadi penting bagi PR untuk mengevaluasi, mengingat masyarakat di Indonesia sangat heterogen dari segi geografis maupun sosial budayanya.

Tuntutan lain yang harus dimiliki petugas PR adalah memiliki kemampuan mengamati dan menganalisa suatu persoalan berdasarkan fakta di lapangan, dan mampu mengevaluasi suatu problematika yang dihadapi masyarakat. Selain itu memiliki kemampuan untuk menarik perhatian, melalui berbagai kegiatan publikasi yang kreatif, inovatif, dinamis bagi publik sebagai target sasarnya. Juga penting untuk memiliki kemampuan mempengaruhi pendapat umum melalui kekuatan *public relations* dalam bentuk opini publik yang searah dengan kebijakan organisasi/badan instansi yang diwakilinya, dengan posisi saling menguntungkan dari berbagai pihak.

#### IV. KESIMPULAN

Peningkatan pelayanan PR sebagai garda terdepan bagi tersebarnya informasi sangat penting dan perlu selalu melakukan adaptasi untuk mendapatkan hubungan yang harmonis dan humanis. Lima langkah peningkatan pelayanan penyampaian informasi kepada masyarakat secara harmonis dan humanis dilakukan melalui komunikasi yang jujur untuk memperoleh kredibilitas; keterbukaan dan konsistensi terhadap langkah-langkah yang diambil untuk memperoleh keyakinan orang lain; langkah yang *fair* untuk mendapatkan hubungan timbal balik dan *goodwill*; komunikasi dua arah yang terus menerus untuk mencegah keterasingan dan untuk membangun hubungan; dan evaluasi/riset terhadap lingkungan untuk menentukan langkah atau penyesuaian yang dibutuhkan bagi masyarakat yang humanis dan harmonis.

Kemampuan dan kekuatan yang dimiliki oleh petugas PR menjadi dasar optimisme yang besar terhadap keberhasilan dalam melakukan tugas, yaitu mampu membangun kepercayaan dari masyarakat, mampu memberikan pelayanan yang saling menguntungkan dari berbagai pihak dalam hubungan yang humanis dan harmonis.

### Daftar Pustaka

- Anditha, A.S. (2017). *Dasar Dasar Public Relarions*, Yogyakarta: Deepublish
- Dasuki, I., & Wahid, U. (2020). Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran untuk Membangun Brand Awareness saat Pandemi Covid-19. *PARAHITA : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(2), 47-54. doi:<https://doi.org/10.25008/parahita.v1i2.49>
- Kriyantono, R. (2014). *Public Relations, Issue & Crisis Management*, Jakarta: Kencana
- Morrisson. 920080. *Manajemen Public Relations*, Jakarta: Kencana
- Rusmiati, E. (2020). Penyuluhan Penerapan Konsep Wasathiyah bagi Ibu-ibu Kader PKK di Kelurahan Kutabaru, Pasar Kemis, Tangerang. *PARAHITA : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(1), 8-13. doi:<https://doi.org/10.25008/parahita.v1i1.38>
- Suprawoto. (2018). *Government Public Relations: Perkembangan dan Praktek di Indonesia*, Jakarta: Prenadamedia Group
- Wirman, W., Yozani, R., Wahidar, T., & Zurani, I. (2021). Sosialisasi Penerapan Pola Hidup Bersih bagi Anak Sekolah Menghadapi Pandemi Covid-19 di Kabupaten Kepulauan Meranti - Riau. *PARAHITA : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(2), 38-42. doi:<https://doi.org/10.25008/parahita.v1i2.46>