
PERAN HUBUNGAN MASYARAKAT KOMUNITAS KARYAWAN MUDA KATOLIK DALAM MENINGKATKAN PERAN AKTIF ORANG MUDA KATOLIK PAROKI BINTARO

FRANCISCO BENEDICTUS DIANTODA¹

Email: cisorongat@gmail.com

NI GUSTI AYU KETUT KURNIASARI²

Email : jegegyuke@gmail.com Hp. : 0813 8787 6605

ABSTRACT

This research aims to know the role and how public relations KMKK Parish Church St. Matthew the Evangelist Bintaro attracted the attention of Catholic young people to get involved in the activities of the night ride with KMKK. This appears a trend increasingly track where Catholic young people are no longer interested in spiritual activities. This trend has already resulted in a variety of social crisis, making them frustrated and the most fatal can make them forget the Lord. The Catholic Church is facing the challenges of the times it does not want to lose the people that to his Church to facilitate his people with a wide range of gatherings that aims to accommodate any activity of his people so that people can stay close to God, one is KMKK. This research used the qualitative approach with descriptive method using PENCILS theory found that an organization's public relations role as communicator, fostering relationships (relationships) backing up management, and corporate image is very important to pull back the Catholic young people fall into a life away from God through activities which are excited but still desire to glorify God. A publicist has to be able to publish any activities with interest, should be able to make an interesting event, write a news story that can be uplifting, can establish rapport with other communities, able to inform clearly so that the positive feedback received as well as able to do lobbying and negotiations.

Keywords : Public Relations, PENCILS

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Komunikasi merupakan salah satu faktor penting kehidupan manusia. Berkomunikasi membuat manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di lingkungan sekitar dan dimana saja manusia berada. Pentingnya komunikasi bagi manusia tidak dapat dipungkiri begitu juga halnya dalam sebuah Gereja/Paroki. Komunikasi yang baik, membangun organisasi dan kegiatan dalam menarik perhatian dan minat umatnya, sebaliknya kurangnya komunikasi dapat menurunkan minat dan ketertarikan umat.

Paroki menurut kamus besar Bahasa Indonesia berarti sebuah wilayah

penggembalaan umat katolik yang dikepalai oleh seorang Imam/Pastor dengan Batasan-batasan tertentu. Namun Paroki tidak hanyaberbicara tentang wilayah saja tetapi juga berbicara mengenai organisasi, untuk itulah setiap paroki selalu dibentuk sebuah organisasi yang biasa disebut dengan dewan paroki.

Paroki Bintaro yang saat ini memiliki jumlah umat hingga hampir 10 ribu orang menghadapi tantangan perkembangan jaman tersebut. Untuk itulah Dewan Paroki melalui Kepala-kepala Seksinya memiliki tugas yang sama beratnya dengan Pastor Paroki, dimana mereka sebagai gembala harus dapat memfasilitasi umat agar dapat lebih aktif di Gereja, yaitu salah satunya dengan

¹ 1371510684, Mahasiswa Konsentrasi *Public Relations* Universitas Budi Luhur Jakarta

² Dosen Pembimbing

membuat komunitas-komunitas kecil di dalam gereja.

Ada banyak organisasi di bawah Dewan Paroki yang siap mengakomodir seluruh kegiatan umat, mulai dari kegiatan kerohanian seperti Persekutuan Doa Karismatik, kegiatan sosial seperti Poliklinik Matius 25, atau organisasi-organisasi/komunitas-komunitas dengan latar belakang tertentu, misalnya Komunitas Karyawan Muda Katolik. Komunitas yang dibentuk sebagai wadah Orang-orang Muda Katolik yang sudah bekerja namun belum menikah ini secara resmi dibentuk pada tahun 2015 di bawah seksi kategorial.

Komunitas Karyawan Muda Katolik (KKMK) di Paroki Bintaro bukanlah sebuah komunitas yang baru sebab cikal bakal lahirnya komunitas/organisasi ini berasal dari sebuah organisasi yang bernama Pemuda-Pemudi Katolik (MUDIKA) yang kemudian berkembang lagi menjadi Komunitas Pekerja Muda Katolik (KPMK), namun pada tahun 2010 komunitas ini vakum sehingga para karyawan/pekerja muda Katolik di Paroki Bintaro tidak lagi memiliki wadah resmi di Gereja. Oleh sebab itu pada 2015 dibentuklah kepengurusan baru organisasi ini. Agar dapat menjadi wadah bagi orang-orang muda Katolik Paroki Bintaro, KKMK melalui seksi humasnya selalu mencari cara agar kaum muda mau ke Gereja dan melayani Tuhan dan tidak terbawa oleh arus perkembangan jaman yang tidak baik antara lain dengan mengadakan seminar-seminar pengembangan karir, misa/ibadat di gunung, *potluck*, napak tilas dan yang terbaru adalah *night ride*/bersepeda malam. Tujuan dari kegiatan-kegiatan tersebut adalah agar kaum muda katolik dapat lebih aktif di gereja.

Salah satu cara agar kaum muda mau ke Gereja dan melayani Tuhan adalah dengan membuat kegiatan-kegiatan yang mewakili jiwa-jiwa dan semangat muda mereka tersebut seperti kegiatan olahraga,

mendaki gunung, dan lain-lain oleh sebab itu KKMK mencoba mengemas sebuah kegiatan yang dapat mewakili jiwa dan semangat kaum muda namun tidak kehilangan esensi dari pelayanan yaitu melalui kegiatan "*Night Ride with KKMK*". Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mengumpulkan Orang-orang Muda Katolik Paroki Bintaro untuk Bersama-sama menyelami kasih Kristus yang rela menderita demi manusia dengan cara berkumpul berdoa bersama namun dikemas dengan kegiatan olahraga bersepeda. Kegiatan bersepeda malam ini dipilih karena melihat dari perkembangan yang terjadi saat ini dimana olahraga bersepeda mulai banyak diminati kaum muda.

Berdasarkan data-data di atas dan melalui kegiatan bersepeda malam bersama ini menurut peneliti layak untuk diteliti mengenai peran dan bagaimana cara seksi hubungan masyarakat Komunitas Karyawan Muda Katolik Paroki Bintaro dalam mengajak dan meningkatkan peran aktif Orang Muda Katolik untuk terlibat dalam kegiatan kerohanian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Sejauh mana humas KKMK (Komunitas Karyawan Muda Katolik) Paroki Bintaro Gereja St Matius Penginjil menjalankan peran nya

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini menggunakan teori *Public Relation Mix* yang juga biasa disebut sebagai bauran *Public Relation* atau bisa disingkat menjadi *PENCILS*, adalah sebuah strategi PR dalam melaksanakan tugas, peran dan fungsinya sesuai pada jalurnya dan didalam konsep ini memiliki komponen – komponen yang saling berhubungan dalam praktek kerja PR. Jika dijabarkan secara rinci menurut Rosady Ruslan komponen utama dari *Public Relations PENCILS* itu sendiri, adalah sebagai berikut :

1. *Publications and publicity* (Publikasi dan Publisitas)

Setiap fungsi dan tugas *Public Relations* adalah menyelenggarakan publikasi atau menyebarkan informasi melalui berbagai media tentang kegiatan perusahaan atau organisasi, yang pantas untuk diketahui oleh publik. Selain itu, *Public Relations* juga menghasikan publisitas untuk memperoleh tanggapan positif secara lebih luas dari masyarakat.

2. *Event* (Penyusunan Program Acara)

PR juga merancang acara tertentu yang dipilih dalam jangka waktu, tempat, dan objek tertentu yang secara khusus untuk mempengaruhi publik. Biasanya *event* tersebut ada beberapa jenis, diantaranya sebagai berikut:

a. *Calender event*, yang rutin (*regular event*) yang dilaksanakan pada bulan tertentu sepanjang tahun.

b. *Special Events*, yaitu *event* yang bersifat khusus, dan yang dilaksanakan pada momen tertentu diluar acara rutin dari program kerja PR.

c. *Moments Events*, yaitu *event* atau acara yang bersifat momental, atau lebih khusus lagi.

3. *News* (menciptakan berita)

Upaya untuk menciptakan berita melalui *press release*, *news letter*, bulletin dan lain-lain yang biasanya mengacu pada teknis penulisan 5W+1H (*Who, What, Where, When, Why*, dan *How*). Sistematika penulisannya adalah "piramida terbalik". Yang paling penting diletakan ditengah batang berita.

4. *Community Involvement* (kepedulian pada komunitas)

Tugas sehari-hari seorang *Public Relation Officer* (PRO) adalah mengadakan kontak sosial dengan kelompok masyarakat tertentu, serta menjaga hubungan baik (*community relations* dan *humanity relations*) dengan pihak organisasi atau lembaga yang diwakilinya.

5. *Inform or Image* (memberitahukan atau meraih citra)

Ada dua fungsi utama dari *Public Relation*, yakni memberitahukan sesuatu kepada publik atau menarik perhatian sehingga diharapkan akan memperoleh tanggapan berupa citra positif. Proses dari "*nothing*" menjadi "*something*". Dari yang tidak tahu menjadi tahu, setelah tahu menjadi suka, dan kemudian diharapkan timbul sesuatu (*something*) yaitu berupa citra.

6. *Lobbying and Negotiating* (pendekatan dan bernegosiasi)

Keterampilan untuk melobi secara personal, dan kemampuan bernegosiasi sangat diperlukan bagi seorang PRO (*Public Relations Officer*), agar semua rencana, ide, atau gagasan kegiatan suatu lembaga memperoleh dukungan dari individu dan lembaga yang berpengaruh, sehingga timbul situasi saling menguntungkan (*win-win solution*).

7. *Social Responsibility* (tanggung jawab sosial)

Aspek tanggung jawab sosial dalam dunia *public relations* sangat penting. PR tidak hanya memikirkan keuntungan bagi lembaga atau organisasi serta tokoh yang diwakilinya, tetapi juga kepedulian kepada masyarakat. Hal ini penting, supaya ia memperoleh simpati atau empati dari khalayaknya. Inilah yang di

dalam teori *public relations* disebut sebagai *Sosial Marketing*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma Pos-Positivisme. Alasan peneliti menggunakan Post positivisme karena peneliti hanya melihat realitas yang ada kemudian dipaparkan apa adanya. Jika dihubungkan dengan penelitian, peneliti ingin melihat Peran Hubungan masyarakat KKMK (Komunitas Karyawan Muda Katolik) Dalam Meningkatkan Peran Aktif Orang-orang Muda Katolik Paroki Bintaro

Peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dalam penelitian ini. Penelitian kualitatif menurut Taylor dalam Bagong (2006), penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif mengenai kata-kata lisan maupun tertulis, dan tingkah laku yang dapat diamati dari orang-orang yang diteliti.

Subjek penelitian menurut Burhan Bungin adalah informan penelitian yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian. Subjek penelitian ini merupakan orang-orang yang terlibat langsung dalam kegiatan kehumasan yang ada di KKMK Paroki Bintaro. Subjek penelitian terdiri dari seksi humas dan ketua KKMK. Subjek penelitian ini yang akan diambil data dan keterangan maupun informasi untuk keperluan penelitian.

Objek penelitian dalam penelitian kualitatif yang observasi menurut Spradley, dalam Sugiyono, dinamakan situasi sosial, yang terdiri atas tiga komponen yaitu *place* (tempat), *actor* (pelaku), dan *activities* (aktivitas).

Objek penelitian ini adalah peran seksi Hubungan Masyarakat Komunitas Karyawan Muda Katolik Paroki Bintaro Gereja St Matius yang berlokasi di jalan utama 1, Pondok Karya, Pondok Aren, Tangerang Selatan. Alasan peneliti memilih objek tersebut adalah untuk mengetahui

sejauh mana peran hubungan masyarakat KKMK Paroki Bintaro Gereja St Matius dalam meningkatkan peran aktif orang-orang muda katolik di Paroki Bintaro melalui *event* bersepeda malam Bersama.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara mendalam sebagai cara untuk Teknik pengumpulan data primer. Dimana, wawancara mendalam adalah Teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan *Key Informan* dan tiga orang *Informan* agar mendapatkan data lengkap dan mendalam.

Selain itu dalam pengumpulan data sekunder dilakukan dengan cara studi pustaka, data perusahaan, dan data dari internet yang berkaitan dengan obyek penelitian. Sedangkan teknik pengumpulan data melalui observasi, peneliti melakukan pengamatan dan partisipasi dengan *Key Informan* dan *Informan* yang menjadi objek penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Publikasi dan Publisitas pada humas KKMK dalam kegiatan bersepeda malam Bersama.

Membuat publikasi dan publisitas dilakukan oleh humas KKMK Paroki Bintaro dalam kegiatan bersepeda malam bersama ini. Publikasi yang dilakukan oleh seksi humas KKMK Paroki bintaro adalah salah satunya dilakukan melalui media sosial seperti facebook, Instagram dan juga melalui media sosial chatting seperti whatsapp, line dan sebagainya. Tujuan daripada menyebarkan flyer tersebut melalui media-media tersebut adalah Karena seksi humas memandang bahwa media sosial seperti facebook masih banyak pengguna aktifnya sehingga diharapkan dapat menjangkau orang-orang muda Katolik untuk berpartisipasi. Media sosial dipandang sebagai salah satu cara yang paling ampuh dalam

menyebarkan dan menyampaikan informasi.

2. Event Yang Dilakukan Oleh Humas KKMK Yaitu Event Bersepeda Malam Bersama.

Bertindak sebagai communicator dalam kegiatan komunikasi baik untuk publik internal maupun eksternalnya yang prosesnya berlangsung dua arah/timbal balik. Humas diharapkan dapat melakukan fungsi komunikasi dalam bentuk penyampaian informasi, penyampaian pesan dan menciptakan opini publik. Humas Komunitas karyawan muda Katolik Paroki Bintaro dalam kegiatan bersepeda malam Bersama ini sudah menjalankan fungsi *communicator* yaitu salah satunya adalah menjadi penghubung antara organisasi yang diwakilinya dengan panitia dalam hal memastikan jumlah peserta mencukupi target dan juga memastikan acara berlangsung sesuai rencana.

Peneliti dalam penelitian ini menemukan peran humas sebagai *communicator* yang melakukan proses komunikasi dua arah ini masih kurang, terlihat dari flyer yang di sebarluaskan di media sosial tidak tercantum nama humas KKMK, sehingga antara KKMK dengan para peserta bersepeda malam bersama tidak terjadi komunikasi secara langsung. Temuan tersebut dapat mempengaruhi peran humas yang kedua yaitu menjalin hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan publik eksternalnya. Karena disitulah kesempatan humas memperkenalkan organisasinya secara langsung meskipun dari hasil wawancara peneliti dengan beberapa informan peneliti yang menyatakan bahwa mereka cukup

senang. Karena mendapat dua hal sekaligus yaitu perasaan senang dan yang kedua olahraga. Mengacu pada teori yang peneliti gunakan bahwa pemilihan atau penyelenggaraan sebuah event juga harus melibatkan humas sebagai fungsi *back up management* dimana humas dapat mempengaruhi atau bahkan dapat ikut ambil bagian dalam sebuah keputusan, contohnya dalam kegiatan ini. Peneliti melihat peran *back up management* ini cukup baik dilakukan oleh humas KKMK yaitu menyelenggarakan sebuah acara dengan tema bersepeda Bersama-sama. Badan pengurus harian KKMK yang terdiri dari ketua, wakil ketua, sekretaris dan bendahara cukup mengakomodir pendapat humasnya dengan merealisasikan pendapat tersebut bahkan keputusan yang humas sampaikan untuk penyelenggaraan kegiatan dapat dilakukan dibulan maret pun diakomodir oleh para pengurus lainnya. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa humas KKMK dalam perannya meningkatkan peran aktif Orang-orang Muda Katolik di Paroki Bintaro cukup berhasil. Karena selain kedua hal tersebut diatas, pemilihan waktu pelaksanaannya pun cukup tepat yaitu bulan maret dimana pada bulan tersebut sedang tidak ada acara-acara yang dapat mengundang banyak orang muda sehingga pada saat pendaftaran panitia mampu menjaring tujuh puluh lima orang yang usia dan latar belakang yang bervariasi.

3. News Pada Humas KKMK Dalam Kegiatan Bersepeda Malam Bersama
Pemilihan kegiatan bersepeda menurut peneliti sudah cukup

tepat karena olah raga bersepeda saat ini memang sedang banyak peminatnya karena selain mudah dilakukan olahraga ini juga dapat dikatakan cukup murah. Namun dalam melakukan penelitian ini peneliti menemukan beberapa kendala yang dihadapi oleh humas KKMK yaitu berita mengenai kegiatan yang akan dilaksanakan ini hanya di beritakan melalui pengumuman lisan di Gereja saja, yang kedua KKMK belum memiliki bulletin khusus sehingga pesan yang ingin disampaikan oleh humas KKMK kurang tersampaikan dengan baik. Seksi hubungan masyarakat KKMK sebenarnya sudah mencoba membuat berita yang menarik mengenai kegiatan ini agar dapat menarik umat Paroki Bintaro pada umumnya dan orang-orang muda Paroki Bintaro pada khususnya namun menurut peneliti berita yang seksi humas buat kurang efektif sebab media yang digunakan hanya melalui media sosial seperti *facebook* dan jejaring komunikasi seperti aplikasi *whatsapp* dan hanya berupa *flyer* saja. Sehingga tidak menimbulkan efek yang cukup besar. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dan observasi yang peneliti lakukan bahwa berita mengenai kegiatan ini akan diterbitkan dalam sebuah media internal gereja, namun media internal Gereja tersebut hanya terbit setiap tiga bulan satu kali sehingga berita mengenai kegiatan ini memiliki pengaruh yang relatif lebih kecil dalam meningkatkan peran aktif orang-orang muda Katolik Paroki Bintaro dibandingkan bila beritanya terbit sebelum kegiatan dilaksanakan. Sedangkan spanduk-spanduk maupun flyer yang dibagikan tidak memiliki cukup syarat sebagai

sebuah berita yang mengandung 5W + 1H (Who, What, Where, When, Why, How) sehingga peneliti dapat menyimpulkan bahwa berita yang diciptakan oleh humas KKMK belum cukup efektif dalam meningkatkan peran aktif Orang-orang muda Katolik.

4. Community Pada Humas KKMK Dalam Kegiatan Bersepeda Malam Bersama

Penelitian yang peneliti lakukan dengan tujuan untuk mengetahui peran humas KKMK melalui kegiatan bersepeda malam ini merupakan sarana yang cukup baik bagi humas untuk menjalankan perannya sebagai fasilitator komunikasi, sebab dalam kegiatan ini KKMK juga melibatkan komunitas lain sebagai bagian dari panitia antara lain dengan komunitas motor yang ada di Paroki Bintaro. Cara yang humas KKMK lakukan agar dapat bekerja sama dengan komunitas lain yang ada di Paroki Bintaro menurut peneliti cukup baik Karena saudara Suroso yang menjabat sebagai seksi humas KKMK secara aktif seringkali ikut berpartisipasi aktif dalam *event-event* yang diselenggarakan oleh komunitas lain, seperti drama penyaliban yesus yang diselenggarakan oleh OMK, paduan suara OMK dan sebagainya. Peneliti melihat bahwa peran fasilitator komunikasi yang humas KKMK lakukan bukan saja dalam bentuk komunikasi verbal tapi sudah dalam bentuk verbal dan non verbal yaitu dengan melibatkan diri, sehingga tujuan dari organisasi tersebut dalam tersampaikan ke publik eksternal KKMK. Dengan melibatkan diri secara langsung dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh komunitas lain tersebut humas KKMK juga dapat membantu

komunikasi KKMK dengan komunitas –komunitas lainnya agar tidak terjadi *miscommunication* sehingga dapat menciptakan hubungan yang baik. Hubungan baik yang dibangun oleh humas nantinya akan berdampak panjang dan cukup besar bagi organisasinya. Karena humas akan lebih mudah melakukan kerja sama pada kegiatan selanjutnya di kemudian hari, dan dari sana akan terjalin sebuah hubungan yang saling menguntungkan bagi KKMK maupun bagi organisasi lainnya. Sehingga humas secara eksplisit sudah melakukan fungsinya sebagai sarana pencapaian tujuan/visi misi dari organisasi yang diwakili, dalam hal ini salah satunya adalah mengembangkan semangat dan meningkatkan kualitas persaudaraan kasih kristiani.

5. Inform or Image Pada Humas KKMK Dalam Kegiatan Bersepeda Malam Bersama

Penelitian yang dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif yang peneliti lakukan saat ini mengharuskan peneliti untuk melakukan wawancara yang mendalam dengan didukung observasi dan studi kepustakaan. Untuk itu pada saat peneliti melakukan observasi yang sudah peneliti lakukan sejak awal tahun 2016 karena peneliti melakukannya sebagai observasi partisipan, peneliti menemukan bahwa KKMK merupakan organisasi yang mandiri meskipun posisinya berada dibawah seksi kepemudaan Paroki. Wawancara mendalam yang peneliti lakukan dengan saudara Suroso sebagai humas KKMK menemukan fakta bahwa organisasi ini dianggap sebagai sebuah organisasi yang mampu menjalankan aktifitasnya

tanpa bantuan dana dari Paroki. Sebagai organisasi berkumpulnya para karyawan muda, KKMK memiliki cara–cara kreatif dalam menggalang dana untuk biaya operasional organisasi itu sendiri yaitu salah satu caranya dengan berjualan di Gereja pada hari minggu. Peran humas KKMK yang peneliti teliti menggunakan strategi *PENCILS* memiliki dua fungsi utama yaitu memberitahukan sesuatu kepada publik atau menarik perhatian sehingga diharapkan akan memperoleh tanggapan berupa citra positif. Berdasarkan strategi tersebut peneliti menemukan bahwa aktifitas penggalangan dana yang beberapa kali dilakukan oleh KKMK dalam rangka pemenuhan biaya operasional organisasi secara mandiri merupakan fungsi dari humas KKMK yang memberitahukan sesuatu kepada publik. Penggalangan dana yang dilakukan dengan cara berjualan tersebut secara tidak langsung sudah memberitahukan kepada publik bahwa didalam Paroki ada organisasi yang bernama KKMK dan dengan cara tersebut juga dapat menarik perhatian publik sehingga dapat menciptakan citra yang positif sebagai organisasi yang mandiri dan dewasa. Merujuk pada tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui peran dan cara humas KKMK Paroki Bintaro Gereja St Matius Penginjil dalam meningkatkan peran aktif orang-orang muda katolik melalui kegiatan bersepeda malam bersama maka penggalangan dana dengan cara berjualan merupakan peran dari humas KKMK dalam menginformasikan/memberitahukan kepada publik mengenai kegiatan yang akan diadakan oleh organisasinya dengan proses dari

nothing menjadi *something*, dari yang tidak tahu menjadi tahu, setelah tahu menjadi suka, setelah suka kemudian diharapkan timbul sesuatu berupa citra positif. Observasi dan wawancara mendalam yang peneliti lakukan bahwa peneliti mendapatkan humas KKMK berhasil menjalankan fungsi *inform or image* ini dengan cara-cara tersebut diatas dengan cukup baik. Hal ini terlihat berdasarkan keterangan yang diberikan oleh informan peneliti yang menyatakan bahwa humas KKMK selalu menginformasikan kegiatan/event-event yang akan diselenggarakan pada hampir setiap kesempatan.

6. Lobbying and Negotiating Pada Humas KKMK Dalam Kegiatan Bersepeda Malam Bersama Menurut hasil observasi usaha ini sangat sedikit dilakukan oleh KKMK. Praktik ini hanya diaplikasikan organisasi dalam melobi Para Pastor Paroki yang terdiri dari tiga Paroki, pertama Paroki Bintaro karena acara ini diselenggarakan oleh KKMK Paroki Bintaro dan sebagai titik *start* dan *finish*. Yang kedua adalah Paroki BSD, yang merupakan titik *check point* pertama para peserta dan juga sebagai tempat beristirahat, dan yang ketiga adalah paroki Alam Sutera, Sebagai paroki kedua yang akan dikunjungi oleh para peserta kegiatan ini sekaligus akan dilaksanakan doa bersama. Upaya untuk membujuk pihak lain ini tidak banyak dilakukan sebab humas KKMK memang tidak menargetkan siapa atau perusahaan apa yang ingin dijadikan sponsor ataupun

donatur. Sponsor ataupun donatur yang membantu terselenggaranya kegiatan ini datang tanpa ada bujukan ataupun rayuan dari humas atau dari panitia lainnya.

SIMPULAN

- a. Peran humas sebagai komunikator

Humas di Komunitas Karyawan Muda Katolik Paroki Bintaro memiliki kedudukan sebagai pusat kegiatan berkomunikasi organisasi dalam memperlancar alur informasi baik itu dari publik eksternalnya ke organisasinya, publik internal ke organisasinya, maupun organisasi ke publik eksternal dan internalnya. Tugas humas dalam menjalankan peran ini adalah menyampaikan pesan – pesan dari publik internal dan eksternalnya kepada badan pengurus harian KKMK tentang kegiatan – kegiatan yang dapat mewakili jiwa dan semangat pemuda – pemudi Katolik Paroki Bintaro, dimana informasi ini didapat dari cara humas itu sendiri yang melibatkan dirinya dalam kegiatan – kegiatan yang diselenggarakan oleh komunitas lain di Paroki. Selain itu humas juga menyampaikan pada publik internal dan eksternalnya bahwa KKMK akan mengadakan sebuah event kerohanian yang dikemas dengan sebuah acara olah raga Bersama, dalam hal ini bersepeda sebagai salah satu cara mencapai visi dan misi dari KKMK yaitu mengembangkan semangat dan

meningkatkan kualitas persaudaraan kasih kristiani

b. Peran humas dalam membina hubungan (Relationship)

Humas ditunjuk sebagai bagian dari organisasi untuk mampu menjalin hubungan baik kepada publik internal dan eksternalnya. Hal ini dilaksanakan melalui beberapa cara seperti mengikuti beberapa acara yang diselenggarakan oleh komunitas lain yang ada di Paroki juga mengadakan *event – event* yang sifatnya *calendar event/regular event* yang diadakan setiap bulan tertentu sepanjang tahun seperti misalnya yang sudah dan sampai saat ini dilakukan adalah *potluck*.

c. Peran humas sebagai *back up management*

Humas berperan sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan, sehingga fungsi manajemen yang melekat pula dalam fungsi humas seperti *publications and publicity, event, news, community involvement, inform or image, dan lobbying and negotiating*.

d. Peran humas membentuk *corporate image*

Peranan humas berupaya menciptakan citra positif bagi organisasi yang diwakilinya yang merupakan tujuan akhir (goals) dari suatu aktivitas program kerja organisasi KKMK yang dijalankan

humas, baik untuk keperluan publikasi maupun promosi. Peranan humas KKMK mencakup bidang yang luas menyangkut hubungan dengan berbagai pihak dan tidak hanya sekedar berbentuk relations dalam arti sempit, Karena personal relations yang dilakukan humas KKMK mempunyai peranan yang cukup besar dalam kelangsungan hidup organisasi.

SARAN

Peneliti menyarankan agar komunitas karyawan muda katolik dapat memfasilitasi publik internal maupun eksternal agar dapat menyampaikan kritik dan sarannya kepada humasnya, misalnya dengan menyediakan kotak saran di gereja atau dapat juga dengan mempublikasikan nomor staff humas yang bisa dihubungkan apa saja. Selain itu diharapkan kedepannya kkmk sudah mempunyai media internal nya sendiri sehingga dapat dengan cepat mempublikasi kegiatan-kegiatan yang sedang, yang akan dan yang sudah berlangsung. Sebagai seorang humas juga harus dibekali kemampuan menulis agar dapat menarik lebih banyak orang lagi untuk terlibat dalam event-event/kegiatan-kegiatan yang akan diselenggarakan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Bagong Suyanto, Sutinah. 2006. *Metode Penelitian Sosial*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Prenada Media Group.

- _____. 2007. Penelitian Kualitatif, Jakarta, Prenada Media Group.
- Ruslan, Rosady. 2005. Kiat dan strategi kampanye public relations, Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- _____, 2012. Manajemen public relations dan media komunikasi : konsepsi dan aplikasi, Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. 2008. Metode penelitian administrasi, Bandung : Alfabeta.
- _____, 2012. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&B, Bandung : Alfabeta.

Online

Kbbi.web.id/paroki, diakses pada tanggal 18 mei 2017 pukul 19:55

<http://e-journal.ivet.ac.id/index.php/pawiyatan/article/viewFile/55/64> pada 30 mei 2017 pukul 22 : 15