

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Karya Terdahulu

Pertama, penelitian yang digunakan untuk pertimbangan dan penyusunan tugas akhir ini adalah Tugas Akhir milik Safira Putri Ayyudhia (2024) dengan judul *“Gerakan Satu Langkah Aksi Peduli Sungai Bersama Masyarakat Dalam Pembersihan Sampah di Kawasan Sungai Angke”*. Diketahui bahwa kegiatan tersebut dilaksanakan dengan latar belakang penumpukan sampah yang ada di Sungai Angke. Kurangnya kesadaran masyarakat dibuktikan melalui survey yang dilakukan dan masyarakat menegaskan bahwa perlu adanya kegiatan untuk meningkatkan kesadaran akan kebersihan sampah di lingkungan tempat tinggal mereka. Kegiatan ini dilaksanakan dengan metode pelaksanaan event yaitu *Pra-Event*, *Event*, dan *Pasca-Event*. Kegiatan ini berhasil dilaksanakan dengan rangkaian kegiatan bersih-bersih sungai dan pemilahan sampah. Dengan adanya kegiatan langsung dan keterlibatan audiens pada akhirnya dapat meningkatkan kesadaran masyarakat yang menjadi peserta kegiatan untuk menjaga lingkungan dari sampah. Kegiatan ini dianggap berhasil mencapai tujuan berdasarkan survey akhir yang disebar kepada audiens. Masyarakat menyatakan bahwa tidak ada lagi penumpukan sampah dan tergerak untuk melanjutkan kegiatan ini dalam masyarakat sehingga terbukti kegiatan ini dapat berlanjut di masa depan.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh T. N. Hudzaifa, dkk pada tahun 2023. Pada penelitian ini membahas mengenai penerapan program penyuluhan perilaku hidup bersih dan sehat sebagai metode edukasi kepada murid-murid di SDN Kadumaneuh, Pandeglang, Jawa Barat. Tujuan diadakannya kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pemahaman siswa terhadap lingkungan, kebersihan diri, dan pola hidup sehat. Adapun masalah utama yang melatar belakangi kegiatan ini adalah rendahnya kesadaran siswa terhadap kebersihan dan kesehatan pribadi yang dapat menyebabkan penyakit dan penurunan kualitas belajar. Kegiatan ini dilakukan dengan pendekatan edukatif yaitu penyuluhan dan pemanfaatan

teknologi digital serta permainan edukatif. Adapun hasil akhir dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan siswa tentang pentingnya hidup bersih dan sehat dan pembentukan kebiasaan baru yang sehat. Penelitian ini menggunakan pengalaman langsung (*experiential learning*) dan perancangan kegiatan yang terstruktur sehingga edukasi dapat berjalan efektif dan berkelanjutan

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Wiwi Kustio Priliana & Teti Herlina (2025) dengan judul “*Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) di Sekolah Dasar: Meningkatkan Kesadaran dan Penerapan PHBS untuk Kesehatan Siswa*”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan pelaksanaan penyuluhan interaktif dan praktik langsung dengan peningkatan pemahaman siswa sekolah dasar di SD Negeri Percobaan 2 Depok, Sleman, Yogyakarta. Metode kegiatan yang dilakukan adalah penyuluhan interaktif dan praktik langsung seperti mencuci tangan dengan benar, dan penyampaian materi yang direncanakan dengan baik. Setelah dilaksanakan, kegiatan ini menunjukkan keberhasilan dengan hasil sembilan puluh persen siswa menunjukkan pemahaman yang baik terhadap pengetahuan hidup bersih dan sehat.

Keempat, artikel ilmiah yang ditulis oleh Ratih Dwi Setiawati, dkk (2022) yang berjudul “*Implementasi Program Jumat Bersih Dalam Pembinaan Karakter Peduli Lingkungan Siswa di SD Madani*”. Dijelaskan bahwa Kegiatan Jumat Bersih dilakukan untuk mengenalkan para murid kepada kebiasaan mengenai hidup bersih dan rapi. Selain itu, kegiatan ini ditujukan untuk mengenalkan kebersihan kepada para murid sejak usia dini. Kegiatan ini dianggap berhasil mencapai tujuan dengan adanya peningkatan sebanyak sembilan puluh empat persen penanaman karakter peduli lingkungan dengan indikator salah satunya ikut kegiatan menjaga kebersihan lingkungan dan membersihkan tempat sampah. Hal ini menunjukkan adanya korelasi antara pelaksanaan kegiatan aksi nyata dengan peningkatan pengetahuan para siswa.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Susi Susanti, dkk (2020) berjudul “*Program Sekolah Dasar Bersih dan Sehat di SD Negeri 43 Pekanbaru*”. Melalui penelitian ini ditemukan bahwa kegiatan Sekolah Dasar Bersih dan Sehat berhasil

dengan adanya beberapa faktor. Pertama, kegiatan ini direncanakan dengan baik melalui perencanaan *event* yang matang sehingga mampu dilaksanakan dengan matang. Selain itu, kegiatan ini dilaksanakan dengan melibatkan banyak pihak seperti sekolah, guru-guru, dan yang paling utama partisipasi murid-murid sehingga dapat memberikan dampak edukasi sejak dini dan dapat menjadi contoh bagi sekolah lain.

Berdasarkan acuan penelitian dan karya ilmiah terdahulu, terdapat beberapa persamaan dan perbedaan antara kegiatan yang akan dilakukan penulis dengan kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan di atas. Adapun persamaan dari kegiatan penulis dan kegiatan yang menjadi acuan di atas adalah kegiatan yang dilakukan sama-sama berfokus pada edukasi mengenai lingkungan dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan melalui kegiatan dengan *experiential engagement* atau praktik langsung. Selain itu, perbedaan kegiatan penulis dengan kegiatan-kegiatan di atas adalah kegiatan penulis dilakukan dengan metode *Pra-Event*, Pelaksanaan *Event*, dan *Pasca-Event*. Kegiatan ini juga dilaksanakan di SDN 1 Kaliurang dan melibatkan siswa-siswi kelas 4. Kegiatan ini terdiri dari sosialisasi mengenai sampah dan pembuatan celengan untuk praktik langsung pengelolaan sampah. Adapun media yang digunakan untuk membantu pelaksanaan kegiatan ini adalah buku panduan, poster, dan banner spanduk.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Komunikasi Pendidikan

Gufron (2016) melalui Mulyono, dkk (2022) dalam buku yang berjudul *Teori Komunikasi Pendidikan* menjelaskan bahwa Komunikasi Pendidikan adalah komunikasi yang dilakukan selama proses pembelajaran. Hal ini merupakan suatu kegiatan atau perbuatan atau tindakan yang berperan sangat penting dalam daam memberikan kontribusi kepada pemahaman, tindakan, dan praktik interaksi semua lapisan individu yang terlibat di dalam dunia pendidikan. Dalam dunia pendidikan, komunikasi merupakan jantung dari keberlangsungan pendidikan. Dengan kata lain, komunikasi merupakan cara dan orientasi untuk membangun kualitas pendidikan yang diharapkan.

Komunikasi pendidikan juga digunakan untuk memecah masalah pembelajaran yang berhubungan dengan komunikasi. Komunikasi pendidikan memiliki peran strategis dalam memaksimalkan capaian tujuan pembelajaran dan pendidikan.

Menurut Mulyono, dkk (2022), dalam buku yang berjudul Teori Komunikasi Pendidikan, menjelaskan bahwa Komunikasi Pendidikan memiliki peran dalam optimalisasi tujuan pendidikan dan pembelajaran itu sendiri. Tujuan-tujuan ini tidak hanya sebatas tujuan yang mengarah pada “*cognitive oriented*” tetapi juga tujuan pembelajaran yang berfokus pada pengembangan sikap dan keterampilan. Proses komunikasi dalam pendidikan pada hakikatnya adalah sebuah pembelajaran yaitu proses penyaluran pesan mulai dari sumber sampai kepada penerima melalui media tertentu. Oleh karena itu, proses komunikasi harus tercipta dan terwujud melalui kegiatan penyampaian pesan serta tukar menukar pesan dari guru kepada murid (Sanaky, 2011 dalam Mulyono, dkk, 2022).

Pembelajaran dapat disebut sebagai interaksi edukatif. Interaksi edukatif sendiri adalah interaksi yang dilakukan secara sadar dan memiliki tujuan untuk mendidik dengan hasil akhir kedewasaan para peserta didik. Pembelajaran juga merupakan proses yang memiliki fungsi membimbing para murid untuk mengembangkan diri sesuai dengan tugas perkembangan yang harus dilaksanakan (Sadirman, A. M, 2005 dalam Mulyono, dkk, 2022).

Mulyana (2014) berpendapat bahwa komunikasi yang merupakan nyawa dari keberlangsungan dunia pendidikan memiliki fungsi terhadap peristiwa pendidikan tersebut. Fungsi kejadian komunikasi berkaitan dengan fungsi-fungsi lainnya walaupun terdapat beberapa fungsi yang dominan. Berikut adalah fungsi-fungsi komunikasi dalam dunia pendidikan menurut Chotimah, 2015:

1. Fungsi komunikasi sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial menandakan bahwa komunikasi adalah hal yang penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi dan mendapatkan kebahagiaan. Dalam hal pendidikan, para murid akan berinteraksi dengan sesama murid, guru, dan warga sekolah lainnya serta masyarakat luas. Dikatakan bahwa seseorang yang tidak melakukan komunikasi akan tersesat karena pribadinya tidak dapat menata diri di suatu lingkungan sosial dimana sekolah juga termasuk lingkungan sosial.

2. Fungsi komunikasi ekspresif

Komunikasi ekspresif berkaitan dengan fungsi komunikasi sosial dan dapat dilakukan secara personal dan kelompok. Komunikasi ini bertujuan untuk memengaruhi orang lain secara tidak langsung dan dilakukan sejauh komunikasi menjadi instrumen untuk mengkomunikasikan emosi seseorang. Emosi ini dikomunikasikan utamanya melalui pesan non-verbal.

3. Fungsi komunikasi ritual

Komunikasi ritual memiliki fungsi untuk menegaskan komitmen manusia terhadap nilai-nilai agama, tradisi, dan budaya komunitas. Dalam lingkup pendidikan contohnya dilaksanakannya upacara wisuda atau doa bersama menjelang pelaksanaan ujian.

4. Fungsi komunikasi instrumental

Komunikasi instrumental memiliki beberapa tujuan umum yakni menyampaikan informasi, mengajar, mendorong, mengubah sikap serta keyakinan, dan mengubah perilaku. Komunikasi ini berfungsi untuk menginformasikan memiliki muatan persuasif dimana pembicara memiliki tujuan agar pendengar memiliki keyakinan bahwa informasi yang disampaikan adalah informasi yang akurat dan layak.

Ada beberapa model-model komunikasi yang dianggap efektif dalam proses pembelajaran yang berhubungan dengan teori belajar. Menurut Uniwa (2012) dalam Mulyono, dkk (2022) model-model komunikasi dalam pendidikan adalah sebagai berikut:

1. Model Mekanistik

Model komunikasi ini terdiri dari *one way communication* dan *two way communication*. Contoh dari *one way communication* adalah metode ceramah dalam proses pembelajaran yaitu ketika guru menyampaikan materi dan para murid memerhatikan dengan baik. Dalam metode ini, para murid cenderung bersikap pasif. Penggunaan model komunikasi mekanistik dapat merangsang siswa lebih aktif dikarenakan rasa ingin tahu yang besar namun dalam penyampaian harus tepat sehingga model pembelajaran ini dapat dirasakan manfaatnya secara langsung oleh para murid.

2. Model Interaksional

Dalam model ini terjadi umpan balik yang bersifat dua arah dan terdapat dialog di mana setiap individu memiliki peran ganda sebagai komunikator dan komunikan. Komunikasi yang berlangsung dua arah dari pengirim kepada penerima dan sebaliknya menunjukkan bahwa komunikasi ini berlangsung terus menerus (melingkar). Dalam sudut pandang interaksionalisme, individu merupakan gabungan dari individualism dan masyarakat dimana individu ini menggabungkan potensi kemanusiaan dengan interaksi sosial. Model ini sangat ideal bila digunakan dalam pembelajaran. Model yang memungkinkan terjadinya interaksi ini memiliki dampak yang baik dalam proses pembelajaran yaitu proses pembelajaran menjadi lebih hidup dan para murid pun merasa puas atas semua pertanyaan dan jawaban yang diberikan secara langsung.

3. Model Psikologis

Model komunikasi ini mempelajari perilaku individu termasuk perilaku belajar yang merupakan totalitas penghayatan dan kegiatan yang timbul sebagai hasil dari pengaruh berbagai aspek seperti perhatian, pikiran, dan motif. Model komunikasi psikologis ini juga memahami perkembangan perilaku apa saja yang diperoleh setelah para murid mengikuti pembelajaran tertentu. Media dapat menjadi stimulus yang dapat menyebabkan terjadinya perubahan sikap. Model ini juga menegaskan bahwa yang terlibat dalam proses komunikasi bukan hanya faktor fisik namun juga aspek psikologis. Aspek psikologis memengaruhi semua aspek kehidupan manusia termasuk aspek pendidikan.

4. Model Pragmatis

Model komunikasi pragmatis berkaitan dengan kompleksitas waktu. Model ini memiliki dua arah unsur yang dianggap penting yaitu tindakan dan unsur waktu. Tindakan individu dianggap terjadi dalam suatu waktu yang berkesinambungan sehingga urutan terjadinya peristiwa yang dialami individu dianggap penting. Model komunikasi ini dirasa efektif untuk memecahkan kendala belajar apabila didesain, dimanfaatkan, dan dikelola dengan baik.

2.2.2. Event Management

Manajemen berasal dari kata "*to manage*" yang memiliki arti mengurus atau mengelola (Tafarannisa dkk, 2021). Sedangkan *event* merupakan kata dalam Bahasa Inggris yang berarti apapun yang terjadi, berfokus pada kejadian yang penting atau tidak biasa. Menurut Bladen et. al dalam Tafaranissa dkk (2021) event merupakan pertemuan beberapa individu yang memiliki tujuan dan bersifat sementara. Menurut Goldblatt (2013) Manajemen Event dapat diartikan sebagai kegiatan profesional yang mengumpulkan dan mempertemukan sekelompok orang dengan tujuan perayaan, pendidikan, pemasaran, reuni, dan bertanggung jawab dalam

menwujudkan desain kegiatan, melakukan perencanaan, koordinasi, dan pengawasan agar realisasi sebuah kegiatan dapat dihadiri oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Menurut Goldblatt (2013) dalam bukunya yang berjudul “*Special Event*”, Manajemen Event memiliki lima tahap dalam proses penyusunannya. Lima tahap tersebut adalah:

1. *Researching*

Tahap pertama dalam manajemen event adalah riset. Tahapan ini adalah tahapan awal yang harus dilakukan jika ingin merancang suatu event. Riset yang sesuai akan mengurangi risiko dan jika dilakukan dengan matang akan menghasilkan event yang sesuai dengan rencana-rencana yang sudah dilakukan.

2. *Design*

Tahapan ini merupakan tahapan yang mengutamakan kreativitas. Otak kanan lebih dibutuhkan dan diutamakan untuk seluruh aspek kreatif yang akan dituangkan ketika merancang suatu event

3. *Planning*

Tahap ini dapat dijelaskan sebagai tahap yang memakan waktu paling lama ketika proses perancangan manajemen event dilakukan. Tujuannya adalah untuk melaksanakan proses yang lancar sesuai riset dan prosedur desain yang telah dilakukan dengan sedemikian rupa dan cermat.

4. *Coordinating*

Tahapan ini dilakukan ketika event sedang berlangsung dan menjadi tantangan tersendiri bagi penyelenggara event dikarenakan perlunya pengambilan keputusan dalam waktu singkat yang melibatkan berbagai pihak demi kelancaran keberlangsungan event.

5. *Evaluation*

Tahapan terakhir dalam sebuah perancangan manajemen event, tahapan dimana event tersebut dapat menjadi acuan bagi penyelenggara mengenai aspek-aspek apa saja yang perlu ditingkatkan untuk pelaksanaan event selanjutnya.

Goldblatt (2013) menjelaskan bahwa terdapat empat pilar yang dapat menjadi acuan keberhasilan jangka panjang manajemen event:

1. Waktu

Kunci penting daripada manajemen waktu yang efektif adalah kemampuan untuk memanfaatkan waktu secara baik dan efektif dengan memisahkan mana yang mendesak dan penting. Hal-hal penting merupakan hasil dari pengetahuan yang cukup mengenai prioritas waktu, sumber daya, dan tujuan acara.

2. Finansial

Pengaturan keuangan yang bijak dan disiplin adalah indikator keberhasilan jangka panjang manajemen event yang dapat dibangun.

3. Teknologi

Penguasaan teknologi adalah hal penting lainnya dalam melaksanakan sebuah kegiatan atau acara. Hal ini juga merupakan indikator yang menandakan apakah suatu kegiatan akan berhasil dan memiliki potensi berkembang.

4. Sumber Daya Manusia

Pemberdayaan individu-individu adalah hal paling penting yang perlu dilakukan dalam mengadakan sebuah event. Ribuan keputusan perlu diambil untuk menghasilkan sebuah acara yang sukses, oleh karena itu perlu dilakukan pemberdayaan sumber daya manusia yang baik agar keputusan-keputusan yang diambil pun tepat.

Menurut Wirata (2018) jenis-jenis event dibagi menurut besar kecilnya skala kegiatan sebagai berikut:

1. Mega Event (Kegiatan Besar)

Sebuah kegiatan yang besar dan berpengaruh kepada keseluruhan ekonomi dan melibatkan media secara global.

2. Hallmark Event

Event yang diadakan identic dengan nama kota atau tempat dimana kegiatan tersebut berlangsung yang biasanya memiliki tujuan untuk menambah daya saing dan menambah devisa negara.

3. Major Event

Kegiatan yang diukur dari publikasi media serta skalanya mampu menarik audiens sehingga memiliki nilai berita dan menfaat secara ekonomi.

4. Minor Event

Event dimana sebagian manajer event mendapatkan pengalaman mereka dalam menyelenggarakan event

Sedangkan menurut Noor (2017) *event* dibagi menjadi:

1. *Special Event*

Kegiatan yang sangat besar dan kompleks. Kegiatan ini dapat dilakukan secara perorangan yang sederhana hingga memiliki kompleksitas yang lebih luas.

2. *Leisure Event*

Event ini banyak berkembang berdasarkan kegiatan keolahragaan.

3. *Personal Event*

Bentuk kegiatan yang melibatkan anggota keluarga dan teman terdekat.

4. *Cultural Event*

Event ini adalah event yang membangun special event. Budaya identic dengan tradisi atau upacara adat yang memiliki nilai social yang tinggi.

5. *Organizational Event*

Kegiatan yang dilaksanakan sebuah organisasi yang tujuan yang disesuaikan dengan tujuan organisasi.

2.2.3 Public Relations

Public Relations adalah suatu usaha yang direncanakan dengan terus menerus dan secara sengaja dilakukan untuk membangun dan mempertahankan hubungan timbal balik antara organisasi dan masyarakat. Public Relations digunakan untuk menjalin komunikasi (Akbar dkk, 2021).

Sedangkan menurut Jefkins (1980) dalam Akbar, dkk (2021) Public Relations adalah segala bentuk komunikasi yang direncanakan antara suatu organisasi dengan seluruh khalayaknya untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu berlandaskan rasa saling pengertian. Hal ini dapat berarti bahwa tujuan daripada Public Relations tidak hanya terbatas pada pengertian saja melainkan berbagai tujuan khusus lainnya yang ada kaitannya dengan pengertian di atas. Tujuan khusus disini berarti penanggulangan masalah-masalah komunikasi yang memerlukan suatu perubahan tertentu contohnya mengubah sikap negatif menjadi positif.

Komunikasi adalah ilmu yang mempelajari mengenai tata cara berkomunikasi dan menggunakan berbagai alat komunikasi sebagai sarana komunikasi terhadap masyarakat. Sementara Public Relations adalah sebuah pekerjaan yang melakukan kegiatan komunikasi secara berkelanjutan untuk membangun sebuah reputasi melalui sebuah komunikasi yang baik. Komunikasi dan Public Relations berhubungan karena seorang praktisi PR harus memiliki kemampuan mengembangkan fungsi dan tugasnya dalam melakukan hubungan komunikasi baik di dalam organisasi maupun ke luar organisasi. Kegiatan seorang praktisi PR pada hakikatnya adalah salah satu dari bentuk kegiatan komunikasi dikarenakan seorang praktisi Public Relations membutuhkan komunikasi yang baik dan mengharapkan timbal balik dari audiens yang menjadi target baik dari internal maupun eksternal.

Sebuah organisasi dikatakan berhasil apabila memiliki pengelolaan komunikasi yang baik dan bersifat timbal balik. Kunci kesuksesan kegiatan yang dilakukan oleh praktisi PR tergantung dari pelaksanaan komunikasi yang efektif. Praktisi PR juga berperan sebagai fasilitator komunikasi yaitu sebagai pendengar yang peka dan perantara komunikasi. Maka dari itu, seorang

praktisi Public Relations membutuhkan komunikasi yang baik dan efektif agar semua pihak memahami tujuan dari kegiatan yang dilakukan praktisi PR tersebut. (Akbar dkk, 2021).

Posisi Public Relations dalam organisasi baik pemerintahan maupun umum saat ini tidak dapat dianggap remeh apalagi di era sekarang organisasi-organisasi bermunculan dengan tujuan melayani kepentingan publik. Adanya praktisi PR diharapkan dapat menjadi factor penentu dalam memengaruhi perilaku publik untuk mengenal hingga menerima jasa, produk, atau gagasan dari organisasi. Menurut Dozier dan Broom (1955) dalam Akbar, dkk (2021) terdapat empat kategori peranan Public Relation:

1. Penasihat Ahli

Seorang praktisi PR yang memiliki pengalaman dan kemampuan tinggi dapat membantu organisasi menyelesaikan masalah dengan mencari solusi untuk target audiensnya. Hubungan internal yang baik, efisien, dan komunikasi yang efektif berarti pihak manajemen bertindak pasif untuk menerima saran dari Public Relations dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi organisasi seperti hubungan dokter dengan pasien.

2. Fasilitator Komunikasi

Dalam kasus ini seorang praktisi PR berperan sebagai mediator atau komunikator yang membantu organisasi untuk mendengar apa keinginan dan harapan audiens. Praktisi PR mempermudah jalannya komunikasi antara organisasi dan target audiens dalam hal penyampaian pendapat, keluhan, dan hal-hal lainnya. Seorang praktisi PR harus dapat menggunakan teknik komunikasi yang efektif dalam menjelaskan keinginan dan harapan organisasi kepada public agar tercipta hubungan yang percaya dan menghargai satu sama lain. Praktisi PR juga harus mampu menginterpretasikan dinamika, kebutuhan, dan perilaku public kepada organisasi dan sebaliknya.

3. Fasilitator Proses Pemecah Masalah

Peran praktisi PR dalam pemecahan masalah adalah bagian dari tim manajemen sebuah organisasi. Yang dimaksud dari hal ini adalah untuk membantu pemimpin organisasi sebagai penasihat hingga mengambil keputusan untuk mengatasi masalah yang muncul. Dalam pengambilan keputusan, praktisi PR dapat menjadi penengah dengan tidak memihak kepada pimpinan dan audiens. Maka dari itu, seorang PR harus membentuk tim yang dikoordinasi oleh Public Relations itu sendiri yang melibatkan berbagai departemen dalam satu tim khusus untuk mengatasi masalah yang terjadi.

4. Teknisi Komunikasi

Praktisi PR berperan sebagai jurnalis dan menyediakan layanan teknis komunikasi atau yang dikenal sebagai *method of communications*. Sistem komunikasi dalam organisasi ini tergantung dari masing-masing tingkatan. Dalam hal ini berarti sistem komunikasi yang baik dan media komunikasi yang digunakan harus ditentukan dengan teliti. Adapun tugas seorang PR dalam perannya sebagai teknisi komunikasi adalah menulis *new release*, *house journal*, mengembangkan isi web, bertanggung jawab atas kontak media, dan menjalin hubungan dengan banyak publik.

Sebelum menjalankan tugas-tugas di organisasi, seorang praktisi PR harus mengetahui apa fungsi Public Relations dalam sebuah organisasi. Menurut Akbar dkk (2021) dalam buku yang berjudul "*Public Relations*" terdapat beberapa fungsi Public Relations:

1. Mengabdikan kepada kepentingan publik

Seluruh kegiatan Public Relations dilakukan untuk menciptakan opini audiens yang dapat diterima dan menguntungkan bagi seluruh pihak. Publik merupakan target utama dari seluruh kegiatan Public Relations sebuah organisasi. Oleh karena itu harus dipastikan bahwa seluruh kegiatan Public Relation tidak merugikan bagi publik dan menyebabkan perselisihan.

2. Memelihara komunikasi yang baik antar organisasi dengan publik
Komunikasi adalah modal utama untuk menjalin hubungan antar individu dalam suatu organisasi. Dengan adanya komunikasi dengan audiens akan tercipta hubungan yang saling mengerti dan mendukung untuk tercapainya tujuan demi kemajuan organisasi dalam membentuk citra positif.
3. Menitikberatkan moral dan tingkah laku yang baik
Ketika melakukan kegiatan Public Relation dan melaksanakan fungsi PR, harus memberikan dampak positif bagi target audiens dan tidak merusak moral serta tingkah laku publik. Hal ini berkaitan dengan peran pimpinan yang memberikan teladan bagi orang-orang yang dipimpinnya. Seluruh kegiatan PR harus disetujui oleh pemimpin.
4. Membantu kegiatan manajemen untuk mencapai tujuan organisasi
Setiap organisasi harus mengadakan kegiatan yang bersifat positif untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya. Dalam hal ini, seorang Public Relation harus memahami latar belakang kegiatan tersebut. Dengan pemahaman tersebut, seorang PR dapat memberikan dukungan penuh agar tujuan kegiatan dapat tercapai.
5. Memperoleh keuntungan bersama diantara publik yang berkepentingan
Kerja sama adalah kegiatan yang dilakukan untuk menjalin hubungan dengan publik. Kerja sama dapat dilakukan dari lingkup internal organisasi maupun eksternal. Dalam hal ini, kerja sama yang dilakukan adalah pencarian sponsor bantuan materi/dana sehingga saling menguntungkan kedua belah pihak.
6. Memberikan dan menyebarkan pernyataan-pernyataan kepada publik
Informasi yang diberikan kepada publik harus diberikan secara jujur dan objektif sesuai dengan dasar kepentingan publik. Pernyataan-pernyataan tersebut ditunjukkan untuk membangkitkan perhatian publik sehingga pesan komunikasi harus disusun dengan cermat. Sehingga diharapkan pada akhirnya publik menaruh perhatian kepada pesan pernyataan tersebut.

7. Tanggung jawab sosial

Public Relation bertanggung jawab terhadap seluruh komunitas yang berhak terhadap tanggung jawab yang seharusnya dilakukan oleh organisasi. Seorang PR harus memiliki tanggung jawab Ketika menjalankan tugas-tugas yang diberikan kepadanya.

2.2.4 Media Public Relations

Menurut Haris (2023) Media Public Relations atau Media Humas adalah seluruh bentuk media atau sarana yang digunakan praktisi Public Relations dengan tujuan melakukan publikasi yang luas agar produk atau jasa yang ditawarkan organisasi lebih dikenal oleh masyarakat.

Adapun jenis-jenis media Public Relations dibagi menjadi dua yaitu media eksternal dan internal. Media eksternal Public Relations terdiri dari:

1. Media cetak
2. Media penyiaran
3. Media siber

Sedangkan media internal merupakan media yang diproduksi oleh Public Relations itu sendiri. Media internal dibagi menjadi dua jenis yaitu konvensional dan modern.

a. Media Public Relations Konvensional:

1. Inhouse Magazine

Biasa disebut juga Company Magazines atau House Journal. Media ini biasa disajikan dalam bentuk majalah. Desainnya dapat seperti majalah umum namun berisi tentang informasi atau aktivitas Lembaga.

2. Newsletter

Media ini merupakan surat berita media informasi dan komunikasi internal Lembaga. Terdiri dari dua hingga delapan

halaman tanpa halaman depan. Isinya dapat bermacam-macam mulai dari agenda, berita kegiatan, artikel, dan lain-lain.

3. Brosur

Satu halaman kertas yang terlipat dua atau lebih dan berisi informasi mengenai gambaran suatu produk, jasa, instansi, perusahaan, atau ide-ide dan kegiatan yang biasa dibagikan langsung kepada publik.

4. Booklet

Media ini dapat dideskripsikan serupa dengan brosur namun lebih kepada buku kecil berisi informasi dan gambar mengenai suatu produk atau jasa.

5. Flyer

Selebaran atau brosur yang penempatannya biasanya digantung.

6. Poster

Media dalam ukuran kertas besar yang disebar dengan cara ditempel.

2.2.5 Kegiatan Workshop

Workshop adalah kegiatan yang melibatkan beberapa orang yang dikumpulkan untuk melakukan pembahasan akan suatu masalah suatu dan mencari solusi atas permasalahan tersebut (Ropiani, 2020). Kegiatan workshop memberikan pelatihan kepada peserta mengenai teori dan praktik dalam suatu bidang dengan tujuan menyelesaikan masalah tertentu dan memberikan pengalaman kepada peserta. Workshop memiliki beberapa kelebihan yang dapat mendukung tujuan sebuah organisasi untuk meningkatkan pengetahuan target audiens antara lain:

1. Lingkungan belajar workshop lebih terlibat
2. Peserta belajar dengan interaksi langsung dengan pengajar dan teman-teman

3. Workshop membuka kesempatan bagi peserta untuk menerapkan konsep-konsep teoritis dalam situasi yang lebih praktis

Dengan kata lain, workshop mendekatkan peserta kepada pengalaman nyata yang akan dihadapi di kehidupan sehari-hari (Hamizar dkk, 2023).

2.2.6 Teknik Pre-Test dan Post-Test

Tes hasil belajar yang banyak dipakai untuk mengukur kemampuan siswa dalam memahami suatu materi/topik adalah pre-test dan post-test. Pre-test adalah tes di awal yang dilakukan sebelum melakukan eksperimen pada sampel penelitian yang menjadi langkah pertama untuk menyamakan kondisi peserta. Sementara post-test adalah tes yang digunakan untuk menguji hasil eksperimen dengan tujuan mendapatkan nilai peserta setelah diberikan materi/topik tertentu yang ingin diujikan pengetahuannya. Model yang biasa digunakan adalah model dengan nilai minimal 70% dari keseluruhan nilai dan dengan pertanyaan minimal 5 buah. Apabila peserta memiliki nilai di bawah 70 maka dapat dinyatakan bahwa peserta tes tersebut belum memahami sepenuhnya topik/materi yang ditanyakan dalam tes yang dilaksanakan sehingga perlu dilakukan pemberian materi ulang (Nurjannah, 2013).