

PENGUATAN FUNGSI DAN PERAN KEHUMASAN SERTA STRATEGI DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF DI PUSAT KONSERVASI TUMBUHAN DAN KEBUN RAYA-LIPI

Kapat Yuriawan

Biro Kerjasama Hukum dan Humas (BKHH)-LIPI
email: kapatyuriawan@yahoo.co.id



Manuskrip e-Berita Kebun Raya

ABSTRACT

Public relations has an important role in improving a positive image of a company. In order to support the function of the institution, Bogor Regional Public Relations plays a role in several service activities including, tour guide and protocol services, management of websites and social media, provision of information and publications and e-BKR publishing activities. The strategy carried out by Bogor Regional Public Relations in improving the image of the institution is the media relations approach. Some of the activities carried out in media relations include, press conferences, press tours and press releases.

PENDAHULUAN

Hubungan masyarakat (humas) sebagai bagian dari manajemen memiliki fungsi dan peran penting dalam sebuah lembaga baik pemerintah maupun swasta. Kontribusi dan peran humas turut menentukan keberhasilan lembaga dalam mencapai visi, misi dan tujuan.

Penguatan fungsi dan peran humas di Kebun Raya Bogor (KRB) dalam rangka meningkatkan citra lembaga sangatlah penting. Menurut Effendi (1993), Humas atau *Public relations* merupakan kegiatan komunikasi dua arah secara timbal balik

antara suatu organisasi dengan publiknya atau khalayaknya, baik publik internal maupun eksternal, dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen organisasi, sehingga terbangun sebuah kepercayaan masyarakat dan stakeholder. Fungsi utama humas di sebuah instansi pemerintah adalah untuk meningkatkan citra positif lembaga. Citra mencerminkan apa yang dipikirkan, emosi, dan persepsi individu. Walaupun orang melihat hal yang sama, tetapi pandangan mereka bisa berbeda. Persepsi inilah yang membentuk citra dari sebuah organisasi (Alifahmi, 1994). Citra sengaja diciptakan humas pada institusi pemerintahan dalam bentuk

events (kegiatan-kegiatan), kampanye, dan program-program (Ardianto, 2011).

Dalam mempertahankan citra lembaga yang telah diraih, diperlukan sebuah strategi komunikasi. Strategi komunikasi yang dilakukan humas pada dasarnya berkenaan dengan bagaimana humas tersebut menyampaikan pesan kepada khalayak institusi secara efektif. Dalam hal ini, humas harus mampu menjalankan fungsi mediasi dan publisitas.

Kebun Raya Bogor merupakan salah satu tempat tujuan wisata paling diminati di kota Bogor. Setiap tahunnya, lebih dari satu juta orang yang terdiri atas pengunjung lokal maupun mancanegara mendatangi “hutan buatan” yang terletak di tengah kota Bogor ini. Selain sebagai tempat wisata, fungsi utama KRB adalah sebagai lembaga ilmiah di bidang konservasi dan penelitian tumbuhan tropis. Sejak didirikan pada tanggal 18 Mei 1817, kebun raya memiliki fungsi sebagai kebun percobaan untuk memperkenalkan tanaman-tanaman bernilai ekonomis dari luar negeri ke Indonesia. Beberapa tanaman tersebut di antaranya, kelapa sawit, cokelat, kopi, teh, kina, karet, getah perca dan tanaman bernilai penting lainnya. KRB juga berkontribusi dalam dunia penelitian, khususnya bidang pertanian dan biologi di Indonesia. KRB merupakan cikal-bakal lahirnya lembaga-lembaga ilmiah di Indonesia, seperti *Herbarium Bogoriense*, *Museum Zoologi*, dan *Bibliotech Bogoriense* merupakan perpustakaan tertua di Indonesia yang kelak menginisiasi lahirnya kementerian pertanian, kehutanan, dan pertanahan (*Organization for Scientific Research*, 1952).

Dalam perjalanan sejarahnya kemudian, tugas pokok dan fungsi kebun raya pun mengalami perkembangan baru yaitu sebagai Pusat Konservasi Tumbuhan ex-situ di Indonesia, Kebun Raya Bogor

bertanggung jawab dan berada di bawah pengelolaan Kedeputian Ilmu Hayati Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) bersama 3 kebun raya lainnya (Cibodas, Purwodadi, dan Bali).

Sebagai bentuk penyelamatan tumbuhan endemik Indonesia dari kepunahan, KRB juga menginisiasi pembangunan kebun raya daerah. Hingga tahun 2019, sudah terbangun 39 kebun raya daerah dengan rincian status, 36 kebun raya daerah di bawah pengelolaan Pemerintah daerah, dan 2 kebun raya daerah di bawah pengelolaan universitas. Dalam rangka mempercepat pembangunan kebun raya daerah, maka lahirlah Peraturan Presiden No. 93 Tahun 2011 tentang Kebun Raya dan diharapkan dapat mempercepat proses pembangunannya.

Dalam mendiseminasikan peran dan fungsi kebun raya tersebut di atas kepada masyarakat luas, dibutuhkan peran divisi humas. Humas memiliki arti penting dalam kegiatan operasional perusahaan baik pemerintah maupun swasta dalam memberikan informasi kepada masyarakat dan sebagai jembatan komunikasi yang menghubungkan institusi dengan publik (Anggoro, 2008).

Sebagai daerah tujuan wisata, tentu saja setiap hari kebun raya banyak dikunjungi orang dengan berbagai latar belakang dan tujuan. Oleh karenanya, ruang lingkup kegiatan humas di kebun raya sangatlah beragam. Selain memfasilitasi kebutuhan pengunjung dalam bentuk pelayanan informasi (publik eksternal), humas juga berperan dalam mendukung kegiatan pegawai kebun raya (publik internal) dalam bentuk publisitas seperti pembuatan desain poster, banner, spanduk, dan buku-buku laporan hasil penelitian. Menurut Widjaja (1997), humas sebagai komunikator memiliki peran ganda yaitu, peran keluar memberikan informasi

kepada khalayak, sedangkan peran kedalam menyerap reaksi dari khalayak.

Berdasarkan Peraturan Kepala LIPI Nomor 5 Tahun 2019 tentang Redistribusi Pegawai Negeri Sipil di Lingkungan LIPI, sejak Januari 2019 kedudukan dan struktur organisasi divis Humas KRB mengalami perubahan. Sesuai dengan peraturan di atas, kini seluruh staf humas KRB berada di bawah tanggungjawab dan pengelolaan Biro Kerjasama Hukum dan Hubungan Masyarakat (BKHH)-LIPI dan berganti nama menjadi Humas Kawasan Bogor. Humas Kawasan Bogor dipimpin oleh seorang manajer humas dan memiliki cakupan wilayah kerja meliputi Kebun Raya Bogor atau Pusat Penelitian Konservasi Tumbuhan dan Kebun Raya (P2KTKR), Museum Zoologi, dan Museum Nasional Sejarah Alam Indonesia (Munasain).

Berdasarkan kebijakan Kepala LIPI tentang pengoptimalisasian Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) di lingkungan Kebun Raya-LIPI (Bogor, Cibodas, Purwodadi, dan Bali) maka dilakukan penandatanganan kerjasama antara LIPI dengan pihak swasta atau mitra. Selain hal di atas, tujuan lain dari kerjasama ini adalah supaya pegawai lebih profesional dan fokus dalam kegiatan yang bersifat kelembagaan seperti penelitian dan kegiatan pendukung penelitian lainnya. Semua kegiatan yang berhubungan dengan layanan kepada pengunjung diserahkan ke mitra yang memiliki pengalaman dan kemampuan dalam mengelola sebuah usaha khususnya di bidang jasa dan tempat wisata.

Merujuk pada latar belakang di atas, tulisan ini bertujuan untuk menjelaskan strategi yang dilakukan oleh Humas Kawasan Bogor dalam rangka menguatkan peran dan fungsi kehumasan guna meningkatkan citra lembaga.

PERAN DAN FUNGSI HUMAS KAWASAN BOGOR

Berdasarkan Surat Keputusan Kepala Biro Kerjasama Hukum dan Humas LIPI terkait tugas dan kegiatan pelayanan informasi dan kehumasan yang dilakukan oleh Humas Kawasan Bogor adalah sebagai berikut:

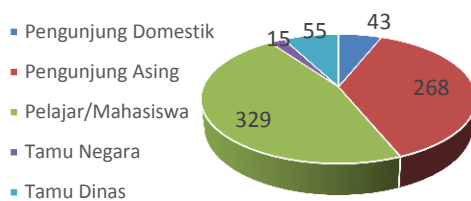
1. Kegiatan pelayanan informasi, pemanduan dan protokoler Kebun raya sebagai tempat wisata minat khusus memiliki beragam daya tarik seperti, berbagai koleksi tanaman langka dan berusia ratusan tahun, disain lansekap taman unik, taman tematik serta warisan bangunan dan tempat bernuansa kolonial yang masih terawat dengan baik, yang menyebabkan wisatawan lokal maupun mancanegara berkunjung ke kebun raya. Dalam memberikan pelayanan informasi dan kehumasan, Humas Kawasan Bogor berperan sebagai *tour guide* atau pemandu wisata yang menjelaskan daya tarik kebun raya kepada pengunjung baik pelajar, mahasiswa, wisatawan asing hingga tamu dinas dan tamu negara. Kegiatan pemanduan bagi pelajar dapat dilihat pada Gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Pemanduan pelajar

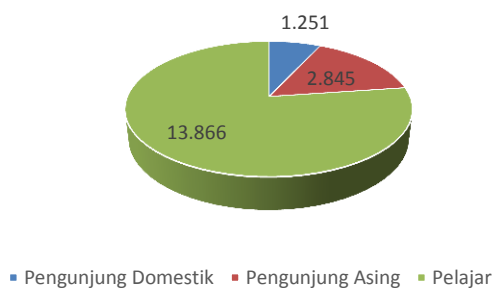
Selama periode tahun 2019, kegiatan pemanduan di KRB telah terselenggara sebanyak 710 kali. Dari jumlah tersebut, pengunjung pelajar

tercatat sebagai pengguna jasa pemandu wisata terbanyak dengan 329 kali. Posisi kedua adalah pengunjung asing dengan 268 kali kegiatan pemanduan, kemudian disusul pengunjung domestik 55 kali, tamu dinas 43 kali, serta tamu negara 15 kali. Untuk lebih jelasnya tersaji pada Gambar 2 di bawah ini.



Gambar 2. Kegiatan pemanduan wisata tahun 2019

Total jumlah wisatawan yang dipandu selama tahun 2019 didominasi oleh pengunjung pelajar dengan jumlah 13.866 orang, wisatawan asing 2.845 orang, dan wisatawan lokal 1.251 orang. Sebaran jumlah wisatawan yang dipandu tersebut dapat dilihat pada Gambar 3 di bawah ini.



Gambar 3. Jumlah pengunjung yang dipandu tahun 2019

Pada saat melayani kunjungan tamu negara, humas berperan sebagai protokoler dalam menyambut, memandu dan mengatur kebutuhan tamu selama kunjungan berlangsung.

Menurut Jefkins (1998), salah satu fungsi humas dapat dijabarkan ke dalam bentuk kegiatan yaitu mengatur acara-acara kunjungan para pejabat penting, tamu kehormatan maupun tokoh-tokoh asing ke perusahaan atau organisasi. Guna memastikan lancarnya jalannya kunjungan, petugas humas terlebih dahulu mengadakan simulasi kunjungan dengan pihak protokoler dari kedutaan maupun kementerian terkait. Beberapa hal yang harus dikoordinasikan seperti mengatur alur atau rute kunjungan, menentukan tempat-tempat mana saja yang akan dikunjungi, mempersiapkan tempat pertemuan dengan pejabat terkait (kepala kebun raya, deputy IPH), hingga menyiapkan tempat untuk jamuan makan, mengatur tempat duduk dan menu apa saja yang akan dipesan. Contoh kegiatan pemanduan tamu negara tersaji pada Gambar 4.



Gambar 4. Kunjungan tamu negara

2. Kegiatan pengelolaan konten website dan media sosial

Dalam memberikan informasi kepada publik internal maupun eksternal lembaga, Humas Kawasan Bogor berperan dalam pengelolaan konten website maupun media sosial seperti instagram, facebook, twitter dan youtube. Beberapa konten yang diunggah di website berupa berita seputar kunjungan delegasi tamu negara, kegiatan seremonial,

pengenalan koleksi tanaman, bangunan bersejarah, dan tempat-tempat menarik di kebun raya.

Sedangkan pengelolaan konten di media sosial berupa pemberitahuan agenda kedinasan seperti seminar dan pelatihan, greeting atau ucapan selamat hari besar nasional, serta pemberitaan seputar koleksi tanaman yang sedang berbunga (*Rafflesia* dan bunga bangkai). Berdasarkan Laporan Triwulan 4 Humas Dan Kerja Sama Kawasan Bogor, pada tahun 2019 terdapat 36 pemberitaan yang telah dibuat dan dimuat di website dan medsos. Beberapa contoh konten di website dan medsos terdapat pada Gambar 5.



Gambar 5. Konten di media sosial facebook dan twitter

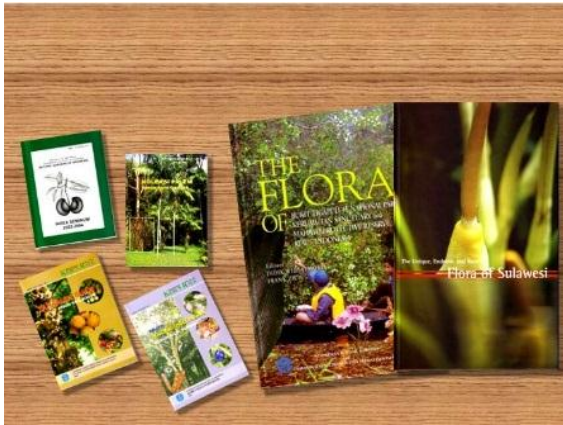
Terkait dengan Undang-undang Nomor 8 tahun 2014 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP), petugas humas di kawasan Bogor berperan dalam memberikan respon atau jawaban kepada masyarakat baik secara langsung melalui unit *visitor center*, dan secara tak langsung melalui email, website dan media sosial. Beberapa informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat tersebut terkait dengan prosedur penelitian, magang, identifikasi tanaman, data pengunjung, jumlah koleksi tanaman hingga informasi fasilitas dan harga sewa di kebun raya. Menurut Mihradi

(2011), akuntabilitas, transparansi, keterbukaan dan aturan hukum merupakan indikator utama dalam penerapan *good governance*.

Dalam rangka mewujudkan zona Integritas (ZI) lembaga, humas berperan dalam mengelola dan menjawab aduan masyarakat (*dumas*) yang koordinasi petugas Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) yang ditunjuk oleh lembaga. Kegiatan ini bertujuan sebagai *first respon* yang dilakukan oleh seorang humas sehingga tidak berkembang menjadi opini publik yang negatif yang akan merusak citra lembaga. Morrison (2006), menyebutkan salah satu ruang lingkup humas adalah mengelola manajemen isu terkait dengan bagaimana humas tersebut melihat kecenderungan isu atau opini publik yang muncul di tengah masyarakat, sebagai upaya lembaga untuk memberikan tanggapan yang sebaik-baiknya.

3. Kegiatan Penyusunan Bahan Informasi dan Publikasi

KRB sebagai tempat wisata ilmiah memiliki peran penting dalam mengedukasi pengunjung melalui publikasi dalam bentuk papan interpretasi, brosur dan buku panduan wisata. Oleh sebab itu diperlukan kinerja humas dalam menyusun bahan-bahan informasi tersebut. Morrison (2006), menjelaskan salah satu ruang lingkup pekerjaan humas adalah melakukan kegiatan publisitas. Berdasarkan data Laporan Triwulan 4 Humas Dan Kerja Sama Kawasan Bogor, pada tahun 2019 Humas Kawasan Bogor telah membuat banner dan papan informasi sebanyak 50 desain. Beberapa contoh bahan informasi dan publikasi tersaji pada Gambar 6.



Gambar 6. Desain publikasi

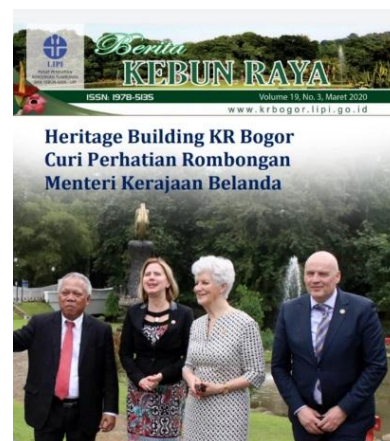
Menurut Jefkins (1998), jenis-jenis kegiatan humas terkait publisitas dapat diartikan sebagai kegiatan menulis dan membuat bahan-bahan cetakan seperti literatur pendidikan, sejarah perusahaan, laporan tahunan, literatur pelantikan untuk pegawai baru, dan aneka poster yang bersifat mendidik untuk sekolah – sekolah.

Dalam penyusunan laporan tahunan, petugas Humas Kawasan Bogor terlibat langsung dalam me-layout dan mendesain laporan tahunan, laporan penelitian, buku katalog, buku seri tanaman koleksi dan terbitan lainnya.

Terkait dengan konten yang berhubungan dengan pendidikan, Humas Kawasan Bogor berperan dalam mendesain dan membuat konsep Lembar Kerja Siswa (LKS), dan poster-poster pendidikan lingkungan untuk program wisata flora. Humas Kawasan Bogor juga melakukan koordinasi dengan peneliti di P2KTKR dalam pembuatan timelapse proses mekarnya bunga *Rafflesia patma* dan telah ditayangkan di media sosial kebun raya. Hingga bulan Oktober 2019 timelapse tersebut sudah dilihat lebih dari 35 ribu kali.

4. Kegiatan keredaksian E-paper News letter Berita Kebun Raya
Dalam menjalankan fungsi publikasi kepada khalayak internal maupun eksternal, Humas Kawasan Bogor

memiliki media informasi bulanan yaitu Berita Kebun Raya (BKR). BKR merupakan media informasi cetak yang memuat pemberitaan seputar kegiatan seremonial lembaga, kunjungan tamu negara dan dinas, koleksi tanaman langka dan unik, bangunan bersejarah dan tempat-tempat menarik di kebun raya-LIPI (Bogor, Cibodas, Purwodadi dan Bali). Sesuai dengan perkembangan digitalisasi media seperti sekarang ini, kini BKR mengalami perubahan dari terbitan cetak menjadi terbitan elektronik atau e-BKR. Berdasarkan Surat Penugasan Kepala BKHH Nomor: B-532/SU.3/KP.06/I/2020 maka dibentuklah tim keredaksian e-BKR. Contoh naskah e-Berita Kebun Raya (BKR) tersaji pada Gambar 7.



Gambar 7. e-BKR

5. Fasilitas IPTEK

Humas kawasan Bogor juga berperan dalam pendiseminasian hasil-hasil riset yang ada di P2KTKR-LIPI kepada masyarakat. Kegiatan ini diimplementasikan dalam bentuk kegiatan pameran dan fasilitator program pendidikan lingkungan. Pada tahun 2019, Humas Kawasan Bogor telah melakukan kegiatan pameran dalam rangka even-even ilmiah nasional seperti, pada kegiatan ISE BSD pada bulan November, Festival

Science di Serpong pada bulan Agustus, dan kegiatan pameran di Pemkab Cibinong. Tahun 2019 Humas Kawasan Bogor juga telah menyelenggarakan program pendidikan lingkungan Wisata Flora sebanyak 36 kali. Kegiatan ini diikuti oleh sebanyak 3.829 siswa dari tingkat TK, SD, SLTP, dan SLTA.

6. Bidang Kerjasama

Dalam rangka pelaksanaan peran humas di bidang pelayanan hubungan antar lembaga, Humas Kawasan Bogor melakukan pembuatan draft MoU dan perjanjian kerja sama (PKS) antara P2KTKR dengan instansi lain dalam hal kerjasama penelitian, pembangunan kebun raya daerah, dan pelayanan publik. Proses review naskah MoU dan PKS dalam hal ini Humas Kawasan Bogor berkoordinasi dengan Bagian Kerjasama dan Bagian Hukum BKHH, serta perwakilan dari satker. Beberapa Jenis kerjasama tersebut di antaranya:

- a. Puslitbang Hortikultura, Balitbangtan, Kementan tentang penelitian, pengembangan, dan pemanfaatan iptek tanaman hortikultura, tanggal 10/04/2019.
- b. Pusat Aplikasi Isotop dan Radiasi BATAN tentang penelitian, pengembangan, dan pemanfaatan iptek nuklir di bidang tumbuhan, tanggal 10/04/2019.
- c. Taman Bunga Nusantara tentang lisensi Begonia Tuti Siregar, tanggal 25/10/2019.
- d. Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, tanggal 7/11/ 2019.
- e. BPPD Litbang Kab. Bangli tentang pembangunan dan pengembangan Kebun Raya Balingkang Kab. Bangli, tanggal 14/03/2019.
- f. Dinas Lingkungan Hidup Kab. Katingan tentang pengelolaan,

penelitian, dan pengembangan KR Katingan, tanggal 3/05/2019.

- g. BPBD Kota Magelang tentang perencanaan dan pengembangan KR Gunung Tidar, tanggal, 03/05/2019.

STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA

Sebagai upaya meningkatkan citra lembaga di mata publik, strategi yang digunakan oleh Humas Kawasan Bogor adalah dengan cara media relations atau hubungan media. Menurut Iriantara (2005), media relations merupakan bagian dari kegiatan humas eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara lembaga dengan publik untuk mencapai tujuan lembaga. Tujuan lembaga dalam hal ini adalah kepercayaan publik yang dapat membangun citra positif lembaga. Citra menurut Krisyanto (2008), adalah gambaran atau persepsi masyarakat tentang perusahaan dalam hal pelayanan, kualitas produk, budaya perusahaan atau perilaku individu-individu dalam perusahaan.

Dalam melakukan hubungan media, Humas Kawasan Bogor melakukan komunikasi dan koordinasi dengan wartawan baik cetak maupun elektronik lokal maupun nasional guna mempublikasikan berita seputar kebun raya, museum zoologi dan Munasain. Beberapa pendekatan yang digunakan Humas Kawasan Bogor di antaranya:

1. Konferensi Pers

Konferensi pers sangat efektif dilakukan oleh humas dalam mengklarifikasi krisis, isu serta perkembangan yang sedang terjadi dalam sebuah organisasi. Ciri-ciri dari konferensi pers biasanya diadakan dalam sebuah ruangan yang di situ telah ada beberapa awak media yang

sengaja diundang oleh humas guna menyebarkan informasi atau pesan yang disampaikan di media massa. Berdasarkan Laporan Triwulan 4 Humas dan Kerja Sama Kawasan Bogor, pada tahun 2019 telah melakukan lima kali kegiatan konferensi pers. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Konferensi pers yang difasilitasi oleh Humas Kawasan Bogor

No.	Tanggal	Tema
1	25 Februari	Penjelasan tentang mekarnya bunga <i>Rafflesia</i> spp.
2	24 April	Penjelasan tentang spesies baru tanaman
3	21 Mei	Penjelasan tentang program penelitian di P2KTKR-LIPI
4	23 Mei	Penjelasan seputar KRB sebagai Tentative list WHS
5	21 Agustus	FGD KRB dalam menuju WHS

Contoh pelaksanaan konferensi pers yang dilakukan oleh tim humas adalah pada saat momen berbunganya bunga bangkai (*Amorphophallus titanum*). Konferensi pers ini dilakukan di hotel Melchior yang berlokasi di dalam Kebun Raya Bogor pada tanggal 4 Januari 2020. Selain mengundang media elektronik maupun cetak, kegiatan ini juga dihadiri oleh Wali Kota Bogor.

2. Kunjungan Pers (Pers Tour)

Kunjungan Pers hampir sama dengan resepsi pers, yang membedakan adalah situasi yang sedang dihadapi oleh organisasi. Latar belakang diadakannya kunjungan pers biasanya terjadi pada saat promosi produk atau jasa baru, company visit guna memberitakan informasi seluk-beluk perusahaan untuk menghilangkan rasa penasaran masyarakat, atau dalam

keadaan peresmian pejabat dan kantor baru.

Kegiatan kunjungan pers merupakan pendekatan dalam rangka memupuk hubungan antara lembaga dengan insan media massa. Kegiatan ini membangun hubungan saling menguntungkan antara humas dengan wartawan, yang mana wartawan mendapatkan informasi penting secara cepat dan langsung, sedangkan humas dibantu dalam hal pemberitaan tersebut di media massa.

Kunjungan pers biasanya dilakukan oleh Humas Kawasan Bogor pada saat memperkenalkan fasilitas penelitian yang baru seperti laboratorium, bangk biji, serta penemuan jenis tanaman baru. Kegiatan kunjungan pers dilakukan oleh Humas Kawasan Bogor pada saat memperkenalkan 28 jenis baru tanaman *Begonia* di KRB serta kegiatan penelitian dan konservasi *Rafflesia* secara *ex-situ* pada tanggal 25 Februari 2019. Beberapa kegiatan kunjungan pers yang dilakukan oleh Humas Kawasan Bogor dapat dilihat pada Gambar 8.





Gambar 8. Kegiatan kunjungan pers

3. Media Release

Media release atau *press release* merupakan teks berita yang dibuat oleh humas mengenai isu, pengenalan produk, dan sosialisasi kebijakan kepada jurnalis dengan harapan akan dimuat dalam media massa. Tanpa adanya hubungan yang baik terlebih dahulu antara humas dan jurnalis maka dapat dipastikan kecil kemungkinannya *press release* yang telah dikirimkan akan dimuat di media massa.

Dalam pelaksanaan *press release* di kebun raya, selain melakukan koordinasi dengan para wartawan, tim humas juga melakukan koordinasi dengan pihak terkait terlebih dahulu (kepala kebun raya dan peneliti terkait). Kegiatan ini dilakukan guna mendapatkan kejelasan informasi langsung dari sumbernya, sehingga dapat meminimalisir kesalahan informasi pada saat *press release* dibuat.

Contoh kegiatan *press release* yang dilakukan oleh tim humas adalah pada saat mekarnya bunga bangkai (*Amorphophallus titanum*) di dalam pot pada tanggal 1 November 2017. *Press release* juga dilakukan pada saat kegiatan Calendar of Event dengan tema “festival peduli sampah 2017”.

KESIMPULAN

Humas memiliki peran dan fungsi penting dalam membangun citra sebuah lembaga atau perusahaan. Humas merupakan perpanjangan-tangan lembaga yang bertugas sebagai jembatan komunikasi antara lembaga dengan masyarakat luas. Dalam rangka meningkatkan citra lembaga, Humas Kawasan Bogor telah melakukan beberapa peran dan fungsi di antaranya, (1) kegiatan pelayanan pemanduan dan keprotokoliran dalam menyampaikan informasi perkebunrayaan kepada pengunjung dan tamu negara, (2) pengelolaan website dan media sosial dalam rangka mendiseminasikan informasi kepada pengunjung melalui media online dan media sosial, (3) kegiatan penyusunan bahan informasi dan publikasi berupa mendesain laporan tahunan, buku katalog tanaman, desain laporan hasil penelitian, brosur pengunjung, spanduk pemberitahuan, buku panduan wisata, serta LKS dan poster dalam kegiatan wisata flora, dan (4) kegiatan keredaksian e-paper Berita Kebun Raya (e-BKR). Dalam hal ini petugas humas bertanggungjawab dalam kelancaran proses penerbitan e-BKR sebagai media informasi bagi karyawan maupun masyarakat umum.

Humas Kawasan Bogor juga berperan dalam kegiatan fasilitasi iptek dan perjanjian kerjasama sesuai dengan tugas dan fungsi BKHH-LIPI. Kegiatan fasilitasi iptek diimplementasikan dalam kegiatan pameran dan program wisata flora. Pembuatan perjanjian kerjasama antara P2KTKR-LIPI dengan beberapa kementerian, pemerintah daerah dan universitas dalam hal penelitian, pembangunan kebun raya daerah serta pelayanan publik.

Strategi yang dilakukan oleh petugas Humas Kawasan Bogor dalam

meningkatkan citra lembaga adalah dengan *media relations* atau hubungan media. Beberapa pendekatan yang dilakukan oleh petugas humas dalam hubungan media antara lain, konferensi pers, kunjungan pers dan media release. Strategi ini bertujuan untuk menjalin hubungan yang harmonis antara humas, wartawan dengan media massa dalam rangka meningkatkan citra lembaga di mata *stakeholder* melalui pemberitaan-pemberitaan di media massa.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifahmi, H. 1994. *Marketing Public Relations*. Lembaga Manajemen FEUI. Jakarta.
- Anggoro, L. 2008. *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Ardhoyo, T.E. 2010. Peran dan Strategi Humas (Public Relations) Dalam Mempromosikan Produk Perusahaan. *Widyariset* 1(1):15-21.
- Ardianto, E. 2011. *Metode Penelitian Public Relations Kualitatif dan Kuantitatif*. Rosdakarya. Bandung.
- Effendi, O.C. 1993. *Human Relations dan Public Relations*. Mandar Maju. Bandung.
- Iriantara, Y. 2005. *Media Relations, Konsep, Pendekatan, dan Praktik*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung.
- Jefkins, F. 1998. *Public Relations*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Krisyanto, R. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media. Jakarta.
- Laporan Kinerja P2KTKR-LIPI tahun 2019.
- Laporan Triwulan 4 Humas Dan Kerja Sama Kawasan Bogor tahun 2019.
- Mihradi, R.M. 2011. *Kebebasan Informasi Publik Versus Rahasia Negara*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Morissan. 2006. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Prenada Media Group. Jakarta.
- Rida. 2014. *Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan Pada Excelent Islamic School*. Skripsi. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. peran-pr-dalam-membangun-citra-perusahaan-melalui-programcsr/https://ruangdosen.wordpress.com, diakses 19 April 2017).
- Suciatai, P. 2008. *Pengaruh Kualitas Media*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Widjaja, H.A.W. 1997. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Organization for specific Research. 1952. *Bogor Scientific Center*. Medan Merdeka selatan Pav. 11. Jakarta Pusat