

TRANSKRIP WAWANCARA

PERTANYAAN:

A. Untuk Pimpinan PKPU

1. Bagaimana kedudukan *Public Relations* dalam struktural PKPU?

PR memiliki posisi dan peran khusus dalam struktur PKPU. Perannya sangat strategis dalam rangka membantu organisasi di wilayah yang bersentuhan langsung dengan para stakeholder. Dalam pelaksanaan tugasnya, PR berkoordinasi dengan bidang Pendayagunaan, Penghimpunan, & Kepala Cabang

2. Peran apa saja yang harus dilakukan oleh *Public Relations* PKPU?

Peran-peran yang harus dilakukan oleh PR selama ini yaitu sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya yang telah dibebankan oleh struktur, diantaranya:

- a. Merumuskan strategi PR dan Support marketing yang efektif untuk menunjang branding lembaga*
- b. Menkoordinasikan kerja antara PR dan Support Marketing untuk menunjang branding lembaga*
- c. Menjalankan fungsi Public Relations (seni dan ilmu yang dipergunakan agar organisasi disukai dan dihormati oleh semua pihak)*
- d. Menjalankan peran Publicity & Pemberitaan*
- e. Mengkonsep Event agar program/kegiatan PKPU mendukung terciptanya Image positif*
- f. Informasi atau Image/citra PKPU*
- g. Lobby and Negotiation untuk menunjang kelancaran tugasnya*
- h. Dalam pelaksanaan tugasnya selalu memperhatikan Social Responsibility*
- i. Dalam pelaksanaan tugasnya, berkoordinasi dengan bidang Pendayagunaan, Penghimpunan, Kepala cabang, dan bidang lainnya*
- j. Melakukan perawatan peralatan dokumentasi*
- k. Melakukan penataan dokumentasi kegiatan/liputan*

3. Bagaimana hubungan dalam struktur perusahaan/lembaga antara direktur

lembaga, Public Relations, dan perusahaan?

Hubungan antara bidang yang ada dengan bidang PR dibangun dalam nuansa kekeluargaan. Ada koordinasi antar bidang secara rutin, ini menjadi sarana bersama untuk bersama-sama memberikan informasi, data, maupun masukan. Tiap bidang termasuk bidang PR secara aktif menjalin komunikasi dan hubungan yang intens dalam rangka saling membantu, saling support agar tercapainya tujuan bersama

4. Bagaimana keterlibatan Anda selaku direktur dalam perencanaan program *Public Relations* (termasuk dalam kegiatan untuk mendapatkan Muzakki dan Donatur)?

Sebagai penanggung jawab lembaga, saya secara aktif berkoordinasi dengan bidang PR. Karna saya menganggap bidang PR menjadi bidang yang cukup sentral fungsinya dalam menyukseskan program bidang lainnya. Saya juga bertugas menjelaskan secara langsung tentang kebijakan-kebijakan dari kantor pusat yang ada kaitannya dengan peran kehumasan kepada bidang-bidang terutama bidang PR.

Dalam setiap perencanaan program, bidang PR akan selalu diminta info dan masukannya agar program yang dibuat dapat diterima dengan oleh masyarakat terutama calon muzakki

5. Apa peran anda dalam kegiatan ke *Public Relations* di PKPU?

Peran saya sebagai pimpinan yaitu mensosialisasikan dan menanamkan budaya organisasi di PKPU itu sendiri. Di PKPU kami selalu menanamkan kepada setiap orang yang ada di lembaga agar dalam menjalankan amanahnya selalu jujur, bertanggung jawab, kerjasama, cepat, dan peduli. Sehingga lembaga benar-benar menjadi lembaga kepercayaan masyarakat dalam mengelola Ziswaf.

Bersama-sama dengan bidang PR saya menjalin kemitraan dengan dinas, corporate, NGO, dan aliansi strategis lainnya.

B. Untuk *Public Relations*/ Humas PKPU

1. Metode mengumpulkan informasi dan merencanakan kegiatan kehumasan

- a. Apa saja kegiatan-kegiatan kehumasan yang dilakukan?
- *Berkoordinasi secara rutin dengan kepala cabang dan bidang-bidang yang ada untuk mendapatkan informasi dan masukan yang ada kaitannya dengan peran atau tugas bidang PR*
 - *Menjalin dan menghimpun komunitas-komunitas yang ada seperti komunitas perkantoran, pengajian ibu-ibu, dan lain sebagainya. Kegiatan ini dijadikan sebagai sarana dakwah dan sekaligus sarana untuk menyerap informasi dan masukan bagi PKPU*
 - *Menyerap informasi secara rutin dari berbagai media yang ada*
 - *Melakukan observasi melalui marketing. Dengan berinteraksi langsung dengan masyarakat melalui marketing maka akan didapatkan data yang bisa dijadikan bahan pertimbangan dalam membuat kebijakan dan program PR*
- b. Kegiatan apa saja yang bersifat rutin dan insidental?
- Kegiatan rutin diantaranya: pengajian komunitas, mengelola medsos, observasi, dsb.*
- Kegiatan insidental: mengikuti pameran yang diselenggarakan oleh pihak ketiga, talks show tentang zakat, dsb.*
- c. Seberapa sering kegiatan tersebut dilakukan?
- Yang sifatnya rutin seperti, pengajian setiap bulan, medsos tiap hari, observasi per tiga bulan*
- d. Siapa saja yang terlibat dalam kegiatan-kegiatan tersebut di divisi *Public Relation*?
- Dari internal PKPU; Semua SDM yang ada dapat dilibatkan dalam kegiatan PR, namun yang berperan aktif adalah dari bidang penghimpunan*
- Dari eksternal: kita biasanya melibatkan para mustahik (penerima zakat), tokoh masyarakat, dan dari muzakki juga*

Kegiatan PR PKPU diharapkan mampu mensosialisasikan PKPU sebagai lembaga kemanusiaan pengelola ziswaf profesional dan sekaligus dapat mempengaruhi dan membangun jaringan dengan calon muzakki yang ada

f. Siapa sasaran dari kegiatan *Public Relations* PKPU?

Sasaran dari kegiatan PR adalah semua calon muzakki atau donatur terutama ibu-ibu

g. Siapa saja mitra *Public Relations* dalam menjalankan kegiatan-kegiatannya?

- *Komunitas ibu-ibu, bapak/karyawan*
- *Lembaga media MQ FM, Star Jogja FM, Harjo, Jogja TV*
- *Kantor Pos*
- *Perbankan*

h. Bagaimana metode PR untuk mendapatkan informasi mengenai donator dan muzakki?

- *Riset atau informasi melalui observasi lapangan oleh marketing*
- *Menghimpun informasi melalui mitra yang ada,*
- *Melalui media sosial,*

i. Bagaimana mengolah informasi tersebut untuk keperluan membangun strategi PR?

- *Setelah marketing mendatangi langsung calon muzakki, kemudian informasi atau data yang didapatkan diolah bidang penghimpunan dan hasilnya diolah bersama lagi dengan bidang pendayagunaan untuk menentukan kebijakan program yang tepat*

j. Bagaimana proses perencanaan kegiatan *Public Relations* tersebut?

Proses perencanaan kegiatan dilakukan dengan mengacu pada hasil observasi dengan berkoordinasi dengan kepala cabang dan bidang

kegiatan yang ada, serta ada permintaan langsung dari mitra yang

- k. Apa saja yang menjadi pertimbangan Humas PKPU dalam membuat konsep kegiatan *Public Relations*?
Media yang akan digunakan, potensi calon muzakki, relevansi kegiatan dengan target, anggaran, tempat yang mendukung, dll
- l. Apa saja yang dipersiapkan dalam membangun dan membina hubungan dengan donatur dan muzakki?
- *Ada yang bersifat administratif, seperti form muzakki atau donatur,*
 - *Menyiapkan Ustadz yang dapat mengisi acara pengajian muzakki dan donatur dan menjadi konsultan zakat,*
- m. Apa strategi *Public Relations* yang digunakan PKPU dalam menarik minat muzakki dan donatur?
- *Menginformasikan seluruh kegiatan yang telah dilakukan dan yang akan dijalankan*
 - *Transparansi penyaluran atau penggunaan dana zizwaf*
 - *Memberikan edukasi langsung kepada masyarakat melalui media yang ada atau melalui acara talkshow bersama tokoh.*
- n. Apa target dari kegiatan *Public Relations* yang dilakukan oleh PKPU?
PKPU sebagai salah LAZIS tersosialisasikan dengan baik, terbangunnya opini yang baik tentang PKPU, mempengaruhi & membangun hubungan baik dengan muzakki
2. Bagaimana isi pesan dan pemilihan media yang dilakukan oleh *Public Relations* PKPU dalam mendapatkan calon Muzakki dan donator?
- a. Teknik komunikasi apa saja yang digunakan dalam menyampaikan pesan kepada calon muzakki dan donatur?
Program kehumasan, Publikasi, iklan, dan jurnalistik
- b. Pesan apa saja yang disampaikan kepada mereka?
Pesan yang bersifat informatif, edukatif, persuasif

- c. Pesan informatif apa yang disampaikan?
- *Aktif menginformasikan program-program yang akan dan sedang dijalankan, misalnya program "1000 jamban", Sekolah Merapi, dsb*
 - *Menginformasikan data-data mustahik*
- d. Pesan persuasif apa yang disampaikan?
- *Pesan persuasif yang kami sampaikan seperti, "Alhamdulillah SUDAH..."*
 - *"Berzakat lebih awal lebih baik"*
- e. Media cetak apa yang digunakan?
- Koran harian lokal: Harjo, Tribun Jogja & KR*
- f. Media elektronik apa yang digunakan?
- Radio MQ FM Jogja, STAR FM Jogja, TV Jogja*
- g. Apa kelebihan dari media-media tersebut?
- *Koran KR merupakan koran lokal jogja yang telah memiliki jumlah pelanggan cukup banyak*
 - *Koran Harjo biaya iklannya cukup terjangkau*
 - *Radio MQ FM Jogja merupakan radio yang menjadi representasi radio Islam dan cukup eksis*
 - *Radio STAR FM Jogja memiliki khalayak pendengar cukup luas*
- h. Apa kelemahan dari media-media tersebut?
- *Relatif biayanya cukup mahal*
- i. Apa ada media lain yang digunakan?
- Website, sms center, Media Sosial (Facebook dan Twitter); media berupa brosur, leaflet, dan spanduk juga kami gunakan*
- j. Sejauh mana efektifitas media tersebut dalam membantu menyebarkan pesan-pesan anda ke calon muzakki dan donatur?

Cukup baik, terutama bagi calon muzakki yang berada di perkotaan. Melalui facebook dan twitter, secara aktif kami menginformasikan agenda atau program yang akan atau sedang dijalankan.

- *Banyak muzakki yang mengaku mendapatkan informasi dari spanduk-spanduk*
- *Kami juga memanfaatkan komunitas pengajian sebagai sarana menyampaikan informasi kepada muzakki atau donatur*

3. Bagaimana evaluasi yang dilakukan oleh PR PKPU terhadap program kehumasannya?

a. Bagaimana mekanisme evaluasi yang dilakukan PR PKPU dalam setiap kegiatan yang telah dilakukan ?

Dalam setiap kegiatan tentu kami menyiapkan sebaik mungkin segala hal yang mendukungnya (sarana maupun pra sarana) dan ada target yang kami tetapkan bersama.

Setelah persiapan kami lakukan, maka ada evaluasi tentang kesiapan penyelenggaraan, kemudian setelah selesai langsung dievaluasi bersama melalui panitia, hasilnya diolah lagi oleh bidang PR, kemudian disampaikan di rapat rutin bersama ketua bidang lainnya dan kepala cabang

b. Kendala apa saja yang ditemui pada saat pelaksanaan kegiatan *Public Relations*?

Kendala internal dari segi jumlah anggaran,

c. Bagaimana cara mengatasi kendala tersebut?

Program PR yang telah dirancang harus penyesuaian dengan ketersediaan anggaran.

d. Apakah tingkat keberhasilan kegiatan *Public Relations* yang telah dicapai saat ini sudah sesuai dengan target yang telah direncanakan atau masih perlu di tingkatkan ?

Targetnya sudah tercapai, namun masih ada kendala, baik dari segi anggaran