

STRATEGI HUMAS KWARTIR DAERAH GERAKAN PRAMUKA JAWA TIMUR DALAM MEMBANGUN CITRA ORGANISASI

Verya Krisdiana Putri Anandasari

Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum

Universitas Negeri Surabaya

verya.17041184014@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Gerakan Pramuka merupakan organisasi yang berfokus pada pembentukan karakter anak muda. Pada kurikulum 2013, Gerakan Pramuka menjadi ekstrakurikuler wajib pada sekolah tingkat dasar dan menengah. Akan tetapi pandangan masyarakat terhadap Gerakan Pramuka kurang sesuai dengan harapan organisasi. Untuk itu Gerakan Pramuka perlu membangun citra yang lebih baik dimata masyarakat. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi humas Kwartir Daerah Gerakan Pramuka Jawa Timur dalam membangun citra organisasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas Kwartir Daerah Gerakan Pramuka Jawa Timur menggunakan beberapa strategi untuk membangun citra organisasi yaitu strategi publikasi, kegiatan, dan pemberitaan. Strategi publikasi melalui media online, elektronik, dan cetak. Strategi kegiatan dilakukan dengan mengadakan kegiatan yang dapat memberikan manfaat kepada masyarakat. Strategi pemberitaan dilakukan melalui media online, elektronik, dan cetak.

Kata Kunci: Strategi Humas, Kwarda Jatim, Citra Organisasi

Abstract

Scout Movement is organization that focuses on building character of young people. In 2013 curriculum, Scout Movement included as mandatory extracurricular at primary and secondary school. However, people assume that Scout Movement is not in line with organization's expectations. Based on this reason, Scout Movement needs to build a good image in society. This study aims to find out the strategy from public relations of East Java Scout Movement provincial council in building an organizational image. This study used a descriptive qualitative approach with case study research methods. Data was collected through interviews, observation, and documentation. This study results showed that Public Relations of East Java Scout Movement Provincial Council used several strategies to build an organizational image, namely the strategy of publication, event, and news. Publication strategy was conducted through online, electronic, and print media. Event strategy included activities that provided benefits to the community. News strategy was conducted through online, electronic, and print media.

Keywords: Public Relations Strategy, East Java Kwarda, Organizational Image

PENDAHULUAN

Gerakan Pramuka ialah organisasi yang berfokus pada penyelenggaraan pendidikan nonformal. Gerakan Pramuka memiliki badan hukum yang mengatur yaitu UU Nomor 12 Tahun 2010 tentang Gerakan Pramuka. Gerakan Pramuka diharapkan bisa membentuk karakter anak muda agar siap menjadi generasi penerus bangsa dimasa mendatang. Gerakan Pramuka yang sarat akan nilai-nilai karakter dapat mengasah *soft skills* dari peserta didik. Pendidikan karakter sangat penting untuk membentuk kepribadian, kebiasaan, perilaku, perbuatan, yang memiliki landasan berupa norma agama, hukum, tata krama, budaya, maupun adat istiadat (Lisayanti, 2014). Sehingga, dengan adanya pendidikan karakter tersebut, anak muda tidak hanya pandai mengikuti perkembangan zaman, namun juga memiliki kepribadian serta karakter yang baik. Selain itu, dengan mengikuti kegiatan

kepramukaan, dalam diri seorang anak muda akan muncul rasa memiliki, tolong-menolong, cinta alam dan cinta tanah air (Damanik, 2014).

Pada kurikulum 2013, Gerakan Pramuka menjadi ekstrakurikuler wajib di semua sekolah pada tingkat sekolah dasar dan menengah (Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI, Nomor 63 Tahun 2014). Namun, hasil pengamatan menunjukkan bahwa siswa masih kurang minat untuk mengikuti kegiatan kepramukaan. Hal tersebut diketahui karena siswa menunjukkan sikap yang kurang memperhatikan ketika diberikan materi (Kurniawan, 2021).

Banyak orang masih menganggap bahwa kepramukaan merupakan kegiatan yang monoton dan menilai bahwa Gerakan Pramuka ialah organisasi yang hanya bisa tepuk-tepuk dan bernyanyi saja. Pandangan

anak muda terhadap Gerakan Pramuka juga masih kurang sesuai dengan harapan yang diinginkan organisasi. Banyak anak muda yang masih menganggap mengikuti kegiatan kepramukaan hanya akan menjadi bahan tertawaan. Mereka enggan mengikuti organisasi Gerakan Pramuka karena beranggapan bahwa kegiatan kepramukaan adalah kegiatan yang kuno atau jadul (Ronni, 2012).

Dari berbagai permasalahan di atas, Gerakan Pramuka perlu membangun citra yang lebih baik. Meskipun Gerakan Pramuka merupakan organisasi kepanduan yang berfokus pada pembentukan karakter anak muda dan diwajibkan di sekolah pada tingkat dasar dan menengah, namun citra yang baik sangat diperlukan, agar masyarakat tidak menganggap sebelah mata tentang Gerakan Pramuka serta untuk menumbuhkan kepercayaan publik atau masyarakat dan menarik minat anak muda untuk mengikuti kegiatan kepramukaan. Menurut (Semedi, 2012), Gerakan Pramuka sangat terkenal di kalangan orang Indonesia. Namun, citra Gerakan Pramuka yang ada di masyarakat belum sama dengan citra yang diinginkan organisasi, karena citra yang ada di masyarakat hanyalah tepuk-tepuk, menyanyi, baris-berbaris, kuno, dan lain-lain (Niqmah, 2015). Dengan adanya permasalahan tersebut, Gerakan Pramuka perlu membangun citra untuk memberikan persepsi yang benar kepada masyarakat tentang organisasi Gerakan Pramuka. Dengan begitu, masyarakat akan tahu bahwa Gerakan Pramuka bukan organisasi yang hanya bisa tepuk-tepuk atau menyanyi saja, namun di dalam organisasi Gerakan Pramuka ada banyak kegiatan yang bermanfaat terutama untuk mendidik karakter anak muda agar mampu mengimbangi perkembangan zaman.

Kwartir Nasional Gerakan Pramuka telah berupaya melakukan beberapa strategi yang dapat meningkatkan citra Gerakan Pramuka. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Lailatun Niqmah, strategi utama humas Kwartir Nasional Gerakan Pramuka yang dilakukan antara lain publikasi, bekerjasama dengan pihak media, dokumentasi, bekerjasama dengan pihak terkait, partisipasi, mengadakan seminar atau workshop, serta *event*. Namun, beberapa strategi tersebut menjadi kurang maksimal karena kegiatan atau program yang dilakukan cenderung untuk membangun loyalitas anggota, sedangkan publikasi eksternal yang dimaksudkan untuk membangun citra kurang optimal, sehingga citra pramuka yang berkembang tetap sama, yaitu kuno, tepuk-tepuk, baris-berbaris, morse, dan berkemah.

Organisasi sosial yang lain tentu juga berusaha membangun citra yang baik. Berbagai kegiatan atau program dilakukan untuk mewujudkan tujuan membangun citra yang baik. Salah satu program kegiatan yang dilaksanakan yaitu program kegiatan yang langsung terjun ke masyarakat. Program kegiatan yang langsung terjun ke masyarakat dinilai efektif dalam membangun citra yang baik karena masyarakat dapat mengetahui peran

yang dilakukan oleh organisasi tersebut. Dalam (Chotimah, 2012), membangun citra dengan publikasi melalui pengabdian di masyarakat jauh lebih efektif.

Sebagai contoh organisasi sosial yang melakukan kegiatan dan program yang langsung terjun ke masyarakat adalah PMI Kota Surakarta. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh (Wulandari, 2011), membahas tentang kegiatan CSR PMI Kota Surakarta sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan pengabdian masyarakat sekaligus bentuk dari kegiatan kehumasan. Penelitian lain yang dilakukan Chusnul Chotimah membahas tentang strategi humas Pesantren Sidogiri dalam membentuk citra lembaga yang bergerak pada pendidikan islam. Pondok Pesantren ketika membangun citra tidak menggunakan publikasi terang-terangan, sebab publikasi yang dilakukan oleh alumni dengan mengabdikan langsung ke masyarakat dinilai lebih efektif.

Sebagai lembaga pendidikan nonformal, Gerakan Pramuka tentunya juga memiliki strategi untuk membangun citra organisasi. Dalam (Rencana Strategis Gerakan Pramuka 2019-2024) disebutkan bahwa membuat gerakan kerelawanan dan kepedulian yang kuat, terpercaya, dan masif sebagai bukti positif keberadaan Gerakan Pramuka bagi masyarakat merupakan salah satu strategi yang digunakan untuk membentuk citra organisasi. Dengan menciptakan citra tersebut, masyarakat akan lebih mengenal Gerakan Pramuka, bukan hanya sebagai organisasi yang dapat mendidik anak muda untuk memiliki karakter yang baik, namun Gerakan Pramuka juga sebagai organisasi yang berperan aktif untuk peduli terhadap lingkungan dan masyarakat.

Gerakan Pramuka memiliki organisasi penggerak di wilayah daerah atau provinsi yaitu Kwartir Daerah atau biasa disebut dengan Kwarda. Salah satu Kwartir Daerah yang menggunakan strategi humas yang langsung terjun ke masyarakat adalah Kwartir Daerah Gerakan Pramuka Jawa Timur atau biasa disebut Kwarda Jatim. Kwarda Jatim memiliki beberapa program yang langsung terjun ke masyarakat dan berdampak langsung kepada masyarakat. Salah satu program tersebut yaitu East Java Green Scout Innovation (EJGSI).

East Java Green Scout Innovation merupakan kegiatan yang dilaksanakan Kwarda Jatim. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan bertujuan untuk membantu masyarakat dan melestarikan lingkungan sekitar. Selain EJGSI, Kwarda Jatim juga aktif memberikan bantuan kemanusiaan sebagai bentuk kepedulian terhadap sesama manusia. Dilansir dalam website Kwarda Jatim (pramukarek.or.id), Kwarda Jatim memberikan bantuan sosial ke Kwarda Nusa Tenggara Timur.

Kwartir Daerah Gerakan Pramuka Jawa Timur merupakan Kwartir Daerah dengan jumlah Kwartir Cabang terbanyak di Indonesia. Berdasarkan data dari Sistem Pengelolaan Anggota Gerakan Pramuka Jawa Timur, Kwarda Jatim memiliki 38 Kwartir Cabang ([SIPA Pramuka Jatim](http://SIPA.Pramuka.Jatim)). Dengan jumlah Kwartir Cabang tersebut,

Kwarda Jatim memiliki 668 Kwartir Ranting, 600.885 Gugusdepan, dan 2.340.367 anggota. Anggota tersebut dibagi menjadi anggota golongan siaga sebanyak 736.657, golongan penggalang sebanyak 1.140.416, golongan penegak sebanyak 344.568, golongan pandega sebanyak 8.209, dan golongan pembina sebanyak 106.878 ([SIPA Pramuka Jatim](#)). Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi humas Kwartir Daerah Gerakan Pramuka Jawa Timur dalam membangun citra organisasi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang didapat dari wawancara dan data sekunder yang didapat dari hasil observasi dan dokumentasi. Sumber data berupa sumber data primer berupa hasil wawancara dengan informan dan sumber data sekunder berupa dokumen, catatan, foto, yang dikumpulkan selama observasi dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber yaitu membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen dan hasil wawancara dengan hasil wawancara lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Citra Kwartir Daerah Gerakan Pramuka Jawa Timur sebagai Organisasi Pembentuk Karakter Anak Muda yang Aktif Membantu Masyarakat

Kwarda Jatim selalu fokus membantu masyarakat melalui berbagai kegiatan Pramuka Peduli, yang dilaksanakan untuk penanganan bencana di dalam dan di luar Jawa Timur. Pengembangan publikasi pada media cetak dan media sosial juga telah dilaksanakan namun belum mampu diduplikasi sampai ke ranting dan gugus depan. Menghadapi problematika di atas, Kwarda Jatim perlu fokus untuk memperbanyak unit kegiatan sehingga dampak ke masyarakat menjadi semakin terlihat. Publikasi melalui media massa maupun media sosial harus dilaksanakan secara massif dengan membentuk tim siber yang bersinergi dari Kwartir Daerah sampai ke gugus depan.

Sebagaimana organisasi lainnya, Kwarda Jatim juga ingin membentuk citra yang baik dimata publik. Citra yang baik dimata publik akan mempermudah sebuah organisasi dalam menjalankan tujuan maupun fungsinya. Dalam membangun citra positif Gerakan Pramuka, target audiens dari pelaksanaan strategi humas Kwarda Jatim adalah publik atau masyarakat secara umum, akan tetapi melalui anggota Gerakan Pramuka. Dalam hal ini, diharapkan anggota Gerakan Pramuka dapat menyebarkan citra positif kepada masyarakat terutama melalui kegiatan yang bisa memberi manfaat langsung kepada masyarakat.

Kwarda Jatim akan terus berupaya membangun citra yang baik dimata masyarakat dengan berbagai program

dan kegiatan yang dilakukan. Kwarda Jatim memiliki ciri khas kegiatan inovatif yang selalu dijadikan barometer oleh Kwartir Daerah yang lain dan bahkan oleh Kwartir Nasional. Selain memiliki ciri khas kegiatan yang inovatif sehingga dijadikan barometer kegiatan pramuka nasional, Kwarda Jatim juga memiliki anggota terbanyak se-Indonesia. Hal tersebut tentu mendorong Kwarda Jatim untuk terus berupaya menciptakan program-program yang menarik sehingga dapat memberikan pendidikan kepada anggota Gerakan Pramuka.

Namun, meskipun Kwarda Jatim telah berupaya membuat program yang kreatif dan inovatif untuk membangun citra yang baik dimata publik, tidak menutup kemungkinan bahwa sebuah organisasi akan mendapatkan masalah dalam membangun sebuah citra yang baik. Agar sebuah organisasi dapat membangun citra yang baik dimata publik, maka humas sebuah organisasi harus berperan aktif. Humas organisasi harus mampu menciptakan strategi-strategi yang dapat membangun citra positif organisasi. Masing-masing humas organisasi memiliki cara atau strategi tersendiri untuk membangun citra yang baik. Kwarda Jatim setiap tahun selalu memperkuat citra Gerakan Pramuka melalui berbagai media, baik cetak, elektronik, maupun media sosial yang menampilkan sisi positif, kreasi, dan keterampilan pramuka kepada masyarakat.

B. Publikasi Pramuka Jawa Timur melalui Media Online, Elektronik, dan Cetak

Kwartir Daerah Gerakan Pramuka Jawa Timur menggunakan publikasi sebagai strategi humas. Publikasi yang dilakukan menggunakan media online, elektronik, dan cetak. Selaian itu juga melakukan publikasi melalui kegiatan yang diikuti.

Strategi publikasi humas Kwarda Jatim salah satunya menggunakan media online. Kwarda Jatim menggunakan media online berupa media sosial Instagram. Humas Kwarda Jatim memilih menggunakan media sosial Instagram karena tidak berbayar. Selain itu media sosial Instagram dinilai *kekinian* dan sangat cocok dengan generasi muda yang mana menjadi salah satu target audiens dari Gerakan Pramuka.

Humas Kwarda Jatim mencoba memfokuskan strategi humas publikasi melalui media sosial Instagram. Media sosial Instagram Kwarda Jatim mampu bersaing dengan media sosial humas Kwartir Daerah lain dan organisasi lain. Dalam hal pengikut, instagram Kwarda Jatim memiliki pengikut sebanyak 72,3 ribu pengikut. Jumlah tersebut bahkan melebihi jumlah pengikut Instagram Kwartir Nasional yang hanya berjumlah 34 ribu per tanggal 5 Juli 2022. Konten yang dimuat Instagram Kwarda Jatim yaitu informasi kegiatan pramuka Jawa Timur, bukan hanya kegiatan dari Kwarda Jatim sendiri, namun kegiatan semua pramuka di wilayah Jawa Timur yang tersebar di 38 kabupaten/kota, informasi lomba yang diadakan oleh pramuka di Jawa Timur, foto-foto kegiatan disertai dengan *quotes*, video dokumentasi kegiatan,

informasi penggalangan donasi bencana, video *reels* tentang destinasi wisata di Jawa Timur, dan informasi yang lainnya.

Selain digunakan untuk mengunggah beberapa konten di atas, media online Kwarda Jatim, khususnya Instagram, juga digunakan untuk mengunggah konten kegiatan besar Kwarda Jatim yang memberikan manfaat kepada masyarakat yaitu East Java Green Scout Innovations (EJGSI). Dengan menggunakan media online untuk mempublikasikan kegiatan East Java Green Scout Innovations (EJGSI), kegiatan tersebut dapat diketahui oleh publik yang lebih luas. Bukan hanya masyarakat yang menerima manfaat secara langsung dari kegiatan tersebut, tetapi masyarakat lain yang tidak menerima manfaat secara langsung juga mengetahui bahwa Kwarda Jatim mengadakan kegiatan tersebut sehingga akan terbangun citra yang baik bahwa Gerakan Pramuka bisa memberikan manfaat secara langsung kepada masyarakat.

Selain mengaktifkan media sosial Instagram Kwarda Jatim, humas Kwarda Jatim juga berusaha mengaktifkan media sosial Instagram dari Kwartir Cabang se Jawa Timur. Diharapkan, media sosial Kwartir Cabang juga bisa aktif sehingga media sosial dari masing-masing Kwartir Cabang khususnya Instagram dapat berkembang dan mampu mengimbangi media sosial dari Kwarda Jatim. Hal tersebut dilakukan dengan cara memberikan *reward* kepada humas Kwarcab yang teraktif yaitu dilihat dari jumlah unggahan dan jumlah pengikut baru Instagram setiap bulan. Pada tanggal 15 setiap bulan, humas Kwarda Jatim mengunggah pengumuman hasil penghitungan unggahan dan pengikut baru dari media sosial Instagram Kwartir Cabang. Dengan begitu diharapkan bisa memberikan motivasi kepada Kwartir Cabang yang lain untuk selalu aktif membuat konten media sosial terutama pada Instagram.

Selain melalui media sosial Instagram, strategi publikasi yang dilakukan humas Kwarda Jatim juga dilakukan melalui media sosial facebook, twitter, dan web. Dalam media sosial tersebut, bisa dimasukkan konten-konten kegiatan yang dilaksanakan oleh pramuka-pramuka di Jawa Timur.

Satu hal yang unik dan berbeda dari publikasi kegiatan Kwarda Jatim yaitu adanya publikasi kegiatan melalui web SIPA (Sistem Pengelolaan Anggota). Web yang menyajikan jumlah anggota pramuka se Jawa Timur yang sudah terdaftar dalam SIPA tersebut, juga dapat menampilkan publikasi kegiatan yang akan dilakukan mulai dari kegiatan di Kwarda, Kwarcab, Kwarran, hingga Gugus depan. Web SIPA tidak hanya bisa diakses oleh anggota Gerakan Pramuka yang terdaftar di SIPA, tetapi publik umum juga bisa mengakses SIPA di halaman pertama web. Sehingga ketika ada kegiatan yang dipublikasikan melalui SIPA, maka yang mengetahui bukan hanya anggota Gerakan Pramuka saja, tetapi publik umum juga bisa mengetahui kegiatan yang dipublikasikan melalui SIPA. SIPA juga merupakan salah satu program

inovasi dari Kwarda Jatim yang digunakan untuk pengelolaan anggota dan juga sebagai sarana publikasi kegiatan.

Selain menggunakan media online untuk publikasi, humas Kwarda Jatim juga menggunakan media elektronik dan media cetak. Strategi publikasi melalui media elektronik maupun media cetak digunakan untuk mempublikasikan kegiatan atau prestasi yang baik dari Kwarda Jatim. Apabila ada hal yang menarik dan layak dipublikasikan, maka humas Kwarda Jatim juga akan berkoordinasi dengan pihak media massa untuk mempublikasikan hal yang menarik tersebut.

Media elektronik yang digunakan Kwarda Jatim adalah televisi dan radio. Publikasi melalui media elektronik televisi yang pernah dilaksanakan Kwarda Jatim adalah dengan menampilkan video adzan di bulan Ramadhan dengan *background* kegiatan pramuka yang pernah dilaksanakan. Sedangkan publikasi melalui media elektronik radio adalah publikasi kegiatan yang sedang dilaksanakan Kwarda Jatim. Selain itu, Kwarda Jatim selalu mengadakan *talkshow* bersama tokoh pramuka di media televisi seperti JTV, TVRI, dan SBO TV.

Humas Kwarda Jatim juga melakukan publikasi melalui media cetak yang salah satunya diterbitkan oleh Kwarda Jatim sendiri yaitu Majalah Genderang. Majalah Genderang berisi berbagai kegiatan dari Gugus depan hingga kegiatan internasional, informasi dan tips, profil tokoh, pengabdian masyarakat, lingkungan, hingga potret kegiatan di Kwartir Cabang. Humas Kwarda Jatim juga menggunakan media cetak berupa banner. Humas Kwarda Jatim menggunakan media cetak banner untuk hal-hal yang sifatnya eventual.

Disamping melakukan publikasi melalui berbagai media, humas Kwarda Jatim juga melakukan publikasi melalui berbagai kegiatan. Kwarda Jatim pernah berpartisipasi pada beberapa kegiatan pameran antara lain: Pameran Pramuka di Jambore Nasional 2016, Pameran Pramuka di Raimuna Nasional XI 2017, Pameran Pramuka di KPN (Karang Pamitran Nasional) 2018, Pameran Pramuka di Musyawarah Nasional 2018, Pameran Pramuka di Grand City 2019, dan Pameran Pramuka di Jambore Daerah 2019.

C. Pramuka dan Pengabdian kepada Masyarakat

Humas Kwartir Daerah Gerakan Pramuka Jawa Timur melakukan berbagai *event*/kegiatan sebagai salah satu bentuk strategi humas. Kegiatan yang dilaksanakan sebagai bentuk strategi humas dalam membangun citra organisasi yaitu kegiatan yang dapat mengembangkan sumber daya manusia dalam pengelolaan kehumasan serta kegiatan yang bisa memberikan manfaat langsung kepada masyarakat.

Kegiatan yang dapat meningkatkan sumber daya manusia dalam bidang kehumasan bertujuan untuk mencetak sumber daya manusia yang bisa menulis, sehingga dapat menunjang kinerja humas Kwartir Daerah karena humas di masing-masing wilayah kabupaten/kota

bisa memberikan informasi kepada humas Kwarda Jatim, serta untuk mengembangkan media sosial pramuka di kabupaten/kota. Beberapa kegiatan yang dilaksanakan untuk meningkatkan sumber daya manusia dalam bidang kehumasan antara lain Diklat Kehumasan, Pelatihan Jurnalistik, dan Pelatihan Jurnalis Media Sosial.

Humas Kwarda Jatim juga mengadakan kegiatan yang mampu memberi manfaat secara langsung kepada masyarakat sehingga dapat membangun citra yang baik di masyarakat. Kegiatan tersebut dilakukan bersama dengan bidang yang lain dan melibatkan seluruh elemen Kwarda Jatim. Kegiatan yang dilakukan untuk memberikan manfaat langsung kepada masyarakat memiliki banyak tujuan salah satunya yaitu untuk membangun citra Kwarda Jatim yang baik.

East Java Green Scout Innovations (EJGSI) adalah salah satu kegiatan Kwarda Jatim yang memberikan dampak positif dan memberikan manfaat langsung kepada masyarakat. East Java Green Scout Innovations (EJGSI) merupakan sebuah inovasi dan kreasi dari Gerakan Pramuka Kwartir Daerah Gerakan Pramuka Jawa Timur dalam mewujudkan kepekaan sosial di masyarakat melalui bakti pramuka. Kegiatan ini merupakan program sinergi yang dilakukan antara Kwarda Jatim, Pemerintah Provinsi Jawa Timur, Komisi E DPRD Jatim, dan Kwartir Cabang di Jawa Timur. East Java Green Scout Innovations (EJGSI) dilaksanakan di 11 zona kabupaten/kota yaitu Ponorogo, Kota Madiun, Kota Kediri, Mojokerto, Bangkalan, Kota Malang, Probolinggo, Bondowoso, Lamongan, Sidoarjo, dan Bojonegoro.

Dalam kegiatan East Java Green Scout Innovations (EJGSI), salah satu sub kegiatan yang ada adalah pemugaran RTLH (Rumah Tidak Layak Huni). RTLH yang dipugar yaitu sebanyak 83 unit yang tersebar di 11 zona kabupaten/kota tersebut. Dalam proses pemugaran rumah tersebut, dilakukan survey di masing-masing zona guna menentukan rumah tidak layak huni yang akan dipugar. Selain pemugaran rumah, fokus kegiatan yang dilaksanakan pada East Java Green Scout Innovations (EJGSI) yaitu penyerahan 100 tempat sampah, pemberian gerobak sampah, pembuatan dan pengecatan gapura dan monumen, Giat Lomba Green Scout Innovation Challenge, pembersihan lingkungan, pembagian 150 bahan pangan, dan pemberian 10 tanaman untuk taman.

East Java Green Scout Innovations (EJGSI) ialah salah satu strategi humas Kwarda Jatim yang memberikan manfaat langsung kepada masyarakat. Melalui kegiatan East Java Green Scout Innovations (EJGSI), Kwarda Jatim menjadi dikenal oleh masyarakat karena dapat memberikan manfaat langsung kepada masyarakat sehingga terbangun citra yang baik dimata masyarakat. Meskipun kegiatan yang dilakukan sudah berakhir, namun masyarakat masih mengingat kegiatan yang dilakukan dan manfaat yang diberikan oleh Kwarda Jatim.

Selain East Java Green Scout Innovations (EJGSI), program Kwarda Jatim yang juga merupakan salah satu

penerapan strategi humas adalah Festival Wirakarya Kampung Kelir Pramuka (FWKKP). Festival Wirakarya Kampung Kelir Pramuka (FWKKP) bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang mulanya kumuh menjadi lingkungan yang sehat. Selain itu, FWKKP juga bertujuan untuk meningkatkan potensi daerah serta menumbuhkan jiwa gotong royong pada Pramuka Penegak.

Selain itu, humas Kwarda Jatim juga melakukan beberapa kegiatan aksi pramuka yaitu Aksi Pramuka Peduli Covid-19, Aksi Pramuka Peduli Lebaran, Aksi Pramuka Peduli Pertolongan Kebencanaan, dan Aksi Pramuka Peduli Lingkungan. Kegiatan aksi pramuka yang memberikan manfaat langsung kepada masyarakat dapat membangun citra Kwarda Jatim yang baik dimata masyarakat.

D. Produksi Berita Positif Pramuka Jawa Timur melalui Media Online, Elektronik, dan Cetak

Humas Kwarda Jatim juga menggunakan strategi humas berupa *news*/berita. Humas Kwarda Jatim membuat *press release* yang kemudian disebar ke media. Salah satu media yang digunakan humas Kwarda Jatim yaitu media online. Humas Kwarda Jatim mengadakan pelatihan kehumasan dan pelatihan literasi dengan tujuan untuk mencetak SDM agar bisa menulis dan menggambarkan kejadian di wilayah masing-masing sehingga humas Kwarda Jatim dapat memperoleh informasi dan berita dengan cepat, selain itu juga untuk mengembangkan media sosial dari masing-masing wilayah kabupaten/kota. Selain mendapatkan informasi kegiatan atau berita dari humas di wilayah kabupaten/kota, humas Kwarda Jatim juga mendapatkan informasi atau berita dari anggota. Humas Kwarda Jatim mengutamakan anggota untuk bisa membagikan informasi atau berita dari kegiatan yang dilakukan, sehingga humas Kwarda Jatim mendapatkan berita secara cepat.

Media elektronik juga digunakan oleh humas Kwarda Jatim dalam melakukan pemberitaan. Humas Kwarda Jatim dalam satu tahun minimal melakukan pemberitaan melalui media massa elektronik sebanyak dua kali. Selain melakukan pemberitaan rutin setiap tahun, humas Kwarda Jatim juga melakukan pemberitaan sesuai dengan kegiatan yang sedang dilakukan.

Humas Kwarda Jatim juga melakukan pemberitaan melalui media cetak. Humas Kwarda Jatim akan menghubungi dan mengkomunikasikan dengan media terkait kegiatan yang menarik untuk diberitakan oleh media. Humas Kwarda Jatim membuat *press release* sesuai dengan informasi yang akan diberitakan oleh media. Dalam hal ini, humas Kwarda Jatim melakukan pemberitaan sesuai dengan wilayah yang dibutuhkan. Jika pemberitaan cukup diberitakan di media yang ada di wilayah provinsi, maka pemberitaan dilakukan dengan menghubungi media yang ada di wilayah provinsi. Jika pemberitaan diperlukan sampai ke wilayah kabupaten/kota, maka pemberitaan dilakukan dengan menghubungi media di wilayah kabupaten/kota.

Dalam kegiatan East Java Green Scout Innovations (EJGSI), humas Kwarda Jatim melakukan pemberitaan melalui media cetak pada setiap zona kegiatan East Java Green Scout Innovations yaitu di wilayah Ponorogo, Kota Madiun, Kota Kediri, Bangkalan, Kota Malang, Mojokerto, Bondowoso, Lamongan, Probolinggo, Bojonegoro, dan Sidoarjo. Hal tersebut dilakukan karena kegiatan East Java Green Scout Innovations dilaksanakan di beberapa wilayah kabupaten/kota, maka pemberitaan juga diperlukan di masing-masing wilayah kabupaten/kota yang dijadikan tempat diselenggarakannya kegiatan East Java Green Scout Innovations agar pemberitaan dapat tersebar sampai ke wilayah kabupaten/kota sehingga masyarakat di wilayah kabupaten/kota juga mengetahui kegiatan yang dilaksanakan oleh Kwarda Jatim.

E. Pembahasan

Masing-masing organisasi menggunakan strategi humas yang berbeda-beda dalam membangun citra. Dalam organisasi Gerakan Pramuka sebagai contohnya. Strategi humas yang digunakan Kwartir Daerah Gerakan Pramuka Jawa Barat berbeda dengan strategi humas yang digunakan Kwartir Daerah Gerakan Pramuka Jawa Timur. Kwartir Daerah Gerakan Pramuka Jawa Barat melakukan kampanye *Messenger of Peace* Pramuka Indonesia. Kampanye tersebut merupakan sebuah kampanye *public relations* yang melibatkan anggota Gerakan Pramuka untuk menjadi agen perdamaian dalam rangka menyebarkan misi sosial dan kemanusiaan untuk perdamaian dunia dengan melaksanakan program yang menarik serta memiliki nilai karakter dan perubahan sikap. Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh (Nurismawan, 2019), kampanye *public relations Messenger of Peace* memberi pandangan baru terhadap pengelolaan kampanye yang dilakukan organisasi dalam menyebarkan misi perdamaian serta untuk membentuk citra yang khas dari organisasi tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian dan temuan data di lapangan, Kwartir Daerah Gerakan Pramuka Jawa Timur menggunakan beberapa strategi humas sebagai upaya membangun citra organisasi. Strategi pertama yang digunakan Kwarda Jatim yaitu publikasi melalui berbagai media. Media yang digunakan humas Kwarda Jatim dalam melakukan publikasi adalah media online, media elektronik, dan media cetak.

Dalam strategi publikasi, humas Kwarda Jatim lebih memfokuskan publikasi media online yakni melalui media sosial Instagram, facebook, dan twitter. Hal tersebut dikarenakan publikasi melalui media sosial tidak berbayar dan lebih *kekinian* sehingga lebih sesuai dengan salah satu target audiens dari Gerakan Pramuka yaitu anak muda. Hal ini menunjukkan bahwa publikasi melalui media sosial penting dilakukan oleh organisasi Gerakan Pramuka mengingat bahwa target audiens utama dari Gerakan Pramuka adalah anak muda.

Publikasi melalui media online juga digunakan untuk membentuk citra khususnya di kalangan anak muda yang

menjadi salah satu target audiens dari Gerakan Pramuka. Jika citra Gerakan Pramuka yang terbentuk di kalangan anak muda baik, maka minat anak muda untuk bergabung menjadi anggota Gerakan Pramuka juga meningkat. Sehingga, selain untuk membangun citra, publikasi media online juga digunakan untuk menarik minat anak muda untuk bergabung menjadi anggota Gerakan Pramuka.

Selain dengan media sosial, humas Kwarda Jatim bersama dengan bidang Orgakum (Organisasi dan Hukum) juga melakukan publikasi kegiatan melalui web SIPA (Sistem Pengelolaan Anggota) yang bisa diakses oleh anggota Gerakan Pramuka mulai dari tingkat Gugusdepan, Kwartir Ranting, hingga Kwartir Cabang. Dengan adanya SIPA, anak muda yang mendaftarkan diri menjadi anggota Gerakan Pramuka meningkat.

Publikasi media elektronik dilakukan melalui televisi dan radio. Humas Kwarda Jatim mengadakan kontrak dengan media untuk mempublikasikan Kwarda Jatim. Publikasi melalui media elektronik televisi yang dilakukan yaitu dengan membuat siaran langsung peringatan Hari Pramuka, *talkshow*, membuat video cuplikan ucapan selamat Ramadhan dan Hari Raya Idul Fitri, dan video Adzan dengan *background* kegiatan pramuka yang pernah dilakukan. Sedangkan publikasi melalui media elektronik radio yaitu berupa publikasi kegiatan yang dilaksanakan Kwarda Jatim. Publikasi dilakukan untuk memberikan informasi kegiatan apa yang sedang dilaksanakan, apa tujuan dari kegiatan tersebut, dan apa manfaat dari kegiatan tersebut.

Humas Kwarda Jatim juga melakukan publikasi melalui media cetak. Humas Kwarda Jatim memiliki media cetak yang dibuat sendiri yaitu majalah Genderang yang diterbitkan setiap tiga bulan. Selain majalah Genderang, humas Kwarda Jatim juga melakukan publikasi media cetak berupa banner. Publikasi media cetak banner dilakukan secara eventual yaitu ketika ada kegiatan yang harus dipublikasikan sampai ke Kwartir Cabang, maka humas Kwarda Jatim mencetak banner kegiatan yang kemudian didistribusikan ke Kwartir Cabang, baik dikirim langsung ke Kwartir Cabang maupun ditiptikan ketika ada kegiatan di Kwarda Jatim yang diikuti oleh anggota atau pengurus Kwartir Cabang.

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh (Kriyantono, 2017), strategi humas *publications* dan *publicity* adalah memperkenalkan perusahaan pada publik dengan memproduksi tulisan yang kemudian disebar ke media berupa *newsletter*, artikel, atau yang lain. Hal ini sejalan dengan studi tentang Gerakan Pramuka yang dilakukan oleh (Niqmah, 2015) di Kwartir Nasional Gerakan Pramuka. Dalam studi tersebut diperoleh data bahwa inti dari semua kegiatan yaitu publikasi. Jika kegiatan *keren*, tetapi tidak *terpublish* dengan baik dan *keren*, maka kegiatan yang dilakukan tidak akan ada orang yang mengetahui. Oleh karena itu, fokus utama strategi dalam membangun *image* atau citra organisasi Gerakan

Pramuka khususnya di Kwartir Nasional berdasarkan hasil penelitian dari (Niqmah, 2015) adalah publikasi.

Penelitian di organisasi non pramuka dilakukan oleh (Charter & Puspitosari, 2019) di Basarnas (Badan SAR Nasional). Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa Basarnas melakukan publikasi program melalui humas Basarnas yang menggunakan website dan media sosial instagram, twitter, dan facebook agar kegiatan yang dilaksanakan oleh Basarnas dapat diketahui oleh masyarakat dengan mudah. Dalam penelitian tentang strategi komunikasi humas PMI yang dilakukan oleh (Annisya, 2016) juga dijelaskan bahwa publisitas pada *Public Relations* sangatlah penting, untuk itu menjalin hubungan dengan jurnalis maupun media massa juga merupakan hal yang penting. Informasi dari *Public Relations* akan diterima oleh jurnalis atau media massa kemudian akan dipublikasikan baik berupa cetak ataupun elektronik. Penelitian yang dilakukan oleh (Wisataone, 2018), juga menunjukkan bahwa strategi humas dan aktivitas yang dilakukan oleh humas Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU) Yogyakarta salah satunya adalah publikasi. Humas Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU) Yogyakarta menggunakan publikasi digital untuk mempublikasikan program-program yang dilaksanakan Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU) Yogyakarta. Publikasi digital yang dilakukan yaitu melalui media sosial *fanspage* (facebook), Instagram, dan twitter.

Berdasarkan pembahasan di atas, humas Kwartir Daerah Gerakan Pramuka Jawa Timur melakukan strategi humas publikasi melalui beberapa media yakni media online, media elektronik, dan media cetak. Selain menggunakan berbagai media, humas Kwarda Jatim juga melakukan publikasi melalui beberapa kegiatan yang diikuti, baik yang dilaksanakan oleh pihak pramuka maupun non pramuka. Strategi publikasi yang dilakukan humas Kwarda Jatim sejalan dengan strategi publikasi yang dilakukan oleh humas Kwartir Nasional Gerakan Pramuka berdasarkan penelitian yang dilakukan (Niqmah, 2015), humas Basarnas berdasarkan penelitian yang dilakukan (Charter & Puspitosari, 2019), humas PMI Kota Bima berdasarkan penelitian (Annisya, 2016), dan humas Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU) Yogyakarta berdasarkan penelitian yang dilakukan (Wisataone, 2018). Hal tersebut menunjukkan bahwa organisasi Gerakan Pramuka maupun organisasi sosial lain juga melakukan strategi publikasi dengan caranya masing-masing, sehingga strategi publikasi perlu dilakukan oleh organisasi sosial untuk membangun citra yang baik dimata publik.

Selain menggunakan strategi publikasi, humas Kwarda Jatim juga menggunakan strategi berupa *event* atau kegiatan. Kegiatan tersebut merupakan kegiatan yang bisa memberi manfaat langsung untuk masyarakat. Kegiatan yang bisa memberi manfaat langsung untuk masyarakat dilakukan agar masyarakat mengetahui kontribusi Gerakan Pramuka terhadap masyarakat sehingga akan terbangun citra yang baik. Kegiatan yang

memberi manfaat langsung kepada masyarakat antara lain kegiatan East Java Green Scout Innovation (EJGSI), Festival Wirakarya Kampung Kelir (FWKK), aksi pramuka peduli, dan lomba aksi pramuka. *Event* atau kegiatan perlu dilakukan sebagai strategi humas organisasi Gerakan Pramuka, terutama kegiatan yang bisa memberi manfaat langsung untuk masyarakat.

Menurut pendapat yang dikemukakan (Kriyantono, 2017), sebuah perusahaan harus mengorganisasi *event* atau kegiatan sebagai upaya pembentukan citra. Hasil penelitian lain tentang Gerakan Pramuka yang dilakukan oleh (Niqmah, 2015) pada organisasi Kwartir Nasional Gerakan Pramuka bahwa salah satu pengimplementasian *image* pramuka yang dilakukan Kwartir Nasional yaitu melalui kegiatan yang menarik dan menantang. Kegiatan pramuka lebih kompleks, tidak hanya tepuk-tepuk atau bernyanyi, tetapi juga berorientasi pada kegiatan yang disesuaikan dengan kebutuhan usia anggota. Kegiatan dilaksanakan dengan konsep yang menarik dan menantang dengan tujuan agar anggota tidak bosan dan tetap loyal dengan Gerakan Pramuka.

Sedangkan hasil penelitian lain dari organisasi non pramuka yang dilakukan oleh (Charter & Puspitosari, 2019) di Basarnas, menunjukkan bahwa humas Basarnas mengadakan *event* yakni program SAR *Goes to School* yang bertujuan untuk memberikan Pendidikan SAR (*Search and Rescue*) sejak dini, agar siswa mengetahui tugas-tugas apa saja yang dilakukan oleh tim SAR, serta untuk melatih kemampuan dan keterampilan SAR secara mendasar. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Wisataone, 2018) pada organisasi Pos Keadilan Umat (PKPU) Yogyakarta, menunjukkan bahwa humas Pos Keadilan Umat (PKPU) Yogyakarta melakukan kegiatan berupa *pressconference* yang dilakukan dengan mengundang donatur tetap (loyal), penerima manfaat (anak yatim dan dhuafa), dan awak media.

Berdasarkan pembahasan di atas, humas Kwartir Daerah Gerakan Pramuka Jawa Timur memilih mengadakan kegiatan yang dapat mengembangkan sumber daya manusia dalam pengelolaan kehumasan untuk meningkatkan kemampuan kehumasan dari humas Kwartir Cabang di masing-masing kabupaten/kota dan melaksanakan kegiatan yang bisa memberi manfaat langsung untuk masyarakat agar masyarakat mengetahui secara langsung manfaat dan kontribusi yang diberikan pramuka khususnya Kwarda Jatim sehingga dapat terbangun citra yang baik dimata publik atau masyarakat. Begitupun dengan humas organisasi serupa lainnya yang juga menggunakan strategi humas berupa *event* atau kegiatan sesuai kebutuhan untuk membangun citra yang baik dimata publik.

Maka dari itu, strategi humas berupa *event* atau kegiatan yang dilakukan humas Kwarda Jatim tersebut sejalan dengan strategi humas yang dilakukan Kwartir Nasional Gerakan Pramuka berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Niqmah, 2015). Selain itu juga

sejalan dengan strategi humas yang dilakukan organisasi non pramuka berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan (Charter & Puspitosari, 2019) di Basarnas dan strategi humas yang dilakukan Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU) Yogyakarta berdasarkan hasil penelitian dari (Wisataone, 2018). Sehingga, *event* atau kegiatan diperlukan dalam setiap organisasi untuk mencapai sebuah tujuan dan untuk membangun citra yang baik dimata publik.

Humas Kwarda Jatim juga melakukan strategi humas berupa *news*/berita untuk mambangun citra positif organisasi dimata publik. Humas Kwarda Jatim membuat *press release* yang kemudian disebarakan ke berbagai media. Media yang digunakan humas Kwarda Jatim untuk melakukan strategi pemberitaan yaitu media online, media elektronik, dan media cetak. Dalam strategi pemberitaan, humas Kwarda Jatim menyebarkan berita sesuai dengan wilayah yang dibutuhkan, yaitu di wilayah provinsi atau di wilayah kabupaten/kota.

Penggunaan media online dilakukan dengan memberdayakan SDM yang ada di Kwartir Cabang sehingga humas Kwarda Jatim bisa meneruskan berita yang dibuat oleh Kwartir Cabang. Selain itu, humas Kwarda Jatim juga mengutamakan anggota untuk mandiri dalam membuat informasi atau berita di wilayahnya masing-masing, sehingga dapat diteruskan ke humas Kwarda Jatim dan menjadi informasi atau berita untuk pramuka Jawa Timur. Penggunaan media elektronik dilakukan dengan mengontrak stasiun televisi maupun radio untuk menyiarkan pemberitaan dari Kwarda Jatim yang setidaknya dilakukan dua kali dalam jangka waktu satu tahun. Sedangkan pemberitaan melalui media cetak dilakukan melalui koordinasi dengan pihak media. Apabila ada pemberitaan yang menarik atau kegiatan yang layak diberitakan maka humas Kwarda Jatim akan menghubungi pihak media untuk memberitakan hal yang menarik atau kegiatan yang sedang dilaksanakan. Berdasarkan temuan tersebut, *news* atau berita juga dibutuhkan oleh organisasi Gerakan Pramuka dalam membangun citra organisasi, karena dengan *news* atau berita, Gerakan Pramuka khususnya Kwarda Jatim dapat memberi informasi kepada publik baik kegiatan maupun hal yang menarik dari Kwarda Jatim.

Menurut (Kriyantono, 2017), seorang humas harus bisa membuat produk-produk tulisan yang bersifat menyebarkan informasi kepada publik, seperti *press release*, *newsletter*, berita, dan yang lain. Oleh karena itu, *public relations* diharuskan untuk dapat menguasai teknik-teknik menulis (*Public Relations Writing*). Berdasarkan hasil studi yang dilakukan oleh (Niqmah, 2015) di Kwartir Nasional Gerakan Pramuka, dalam *news* media PR Kwartir Nasional memiliki *newspaper* dan website sebagai *computer based media*. Sedangkan hasil studi non pramuka yang dilakukan oleh (Charter & Puspitosari, 2019) di Basarnas menunjukkan bahwa humas Basarnas menyusun berita tentang program SAR *Goes to School* yang kemudian disebarluaskan guna

memberikan informasi kegiatan apa saja yang dilakukan oleh Basarnas, humas Basarnas membuat berita melalui *press release*, advertorial, serta majalah terkait program SAR Goes to School. Hasil penelitian lain dilakukan oleh (Triyanto, 2013) pada organisasi Aksi Cepat Tanggap (ACT) yang menunjukkan bahwa humas Aksi Cepat Tanggap (ACT) melakukan strategi humas yaitu menjalin hubungan dengan pers serta pihak media. Hubungan yang dijalin oleh humas Aksi Cepat Tanggap (ACT) dengan pers adalah melalui surat kabar, majalah, kantor berita, radio, dan yang lain. Sedangkan hubungan dengan media massa dilakukan untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas melalui televisi, radio, media cetak (koran), majalah Global Qurban, dan media baru (internet).

Berdasarkan pembahasan di atas, humas Kwarda Jatim melakukan strategi pemberitaan melalui media online, media elektronik, dan media cetak untuk membangun citra Kwarda Jatim yang baik dimata publik atau masyarakat. Hal tersebut sejalan dengan strategi humas yang dilakukan oleh Kwartir Nasional Gerakan Pramuka berdasarkan penelitian yang dilakukan (Niqmah, 2015), humas Basarnas berdasarkan penelitian yang dilakukan (Charter & Puspitosari, 2019), dan humas Aksi Cepat Tanggap (ACT) berdasarkan penelitian yang dilakukan (Triyanto, 2013). Sehingga, organisasi Gerakan Pramuka maupun organisasi serupa lainnya sama-sama melakukan strategi humas pemberitaan untuk mencapai tujuan masing-masing organisasi dan untuk membangun citra yang baik dimata publik atau masyarakat.

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan pembahasan yang dipaparkan sesuai data yang ditemukan di lapangan, maka terungkap bahwa humas Kwartir Daerah Gerakan Pramuka Jawa Timur menggunakan beberapa strategi untuk membangun citra organisasi. Strategi humas yang digunakan oleh humas Kwartir Daerah Gerakan Pramuka Jawa Timur untuk membangun citra organisasi antara lain *publications*/publikasi, *events*/kegiatan, dan *news*/pemberitaan. Strategi publikasi dilakukan melalui media online, elektronik, dan cetak. Strategi kegiatan dilakukan dengan mengadakan kegiatan yang dapat memberikan manfaat kepada masyarakat. Strategi pemberitaan dilakukan melalui media online, elektronik, dan cetak.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Saran untuk Kwartir Daerah Gerakan Pramuka Jawa Timur
 - a. Menambah Relasi dengan Media
Diharapkan yang memiliki *channel* atau *link* dengan pihak media bukan hanya Andalan saja, tetapi staf juga. Sehingga ketika staf membutuhkan peran media, bisa langsung menghubungi media tanpa harus melalui

- Andalan terlebih dahulu. Dengan begitu, proses publikasi maupun pemberitaan akan lebih cepat.
- b. Melakukan riset humas
Humas Kwarda Jatim diharapkan dapat melakukan riset kepada masyarakat mengenai citra yang terbentuk di masyarakat, sehingga dapat mengetahui dengan jelas bagaimana citra Kwarda Jatim di masyarakat. Riset humas diperlukan untuk menentukan strategi apa yang akan diterapkan untuk jangka waktu ke depan.
 - c. Mengumpulkan komentar dari pengikut media sosial
Humas Kwarda Jatim diharapkan dapat mengumpulkan komentar dari pengikut media sosial untuk mengetahui bagaimana *feedback* dari pengikut media sosial tersebut. Sehingga dapat dijadikan evaluasi maupun pandangan program dan kegiatan untuk kedepannya.
 - d. Membuat pesan kunci yang diviralkan
Diharapkan humas Kwarda Jatim dapat membuat pesan kunci atau *tagline* agar menjadi ciri khas dari Kwarda Jatim yang diketahui oleh pengikut dan publik yang lain.
2. Saran Akademis
Diharapkan ada penelitian lain yang bisa memberikan pengembangan dan memperdalam kajian tentang Strategi Humas Kwartir Daerah Gerakan Pramuka Jawa Timur dalam Membangun Citra Organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisya, A. (2016). Strategi komunikasi hubungan masyarakat (Humas) palang merah Indonesia (PMI) kota Bima dalam meningkatkan kesadaran masyarakat untuk donor darah. *Jurnal Komunikasi dan Kebudayaan*, 3(1), 1-14.
- Cerita Kita Jurnalisme Warga (2020). Diakses pada 6 September 2021 09.13 WIB, dari <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38554/u-u-no-12-tahun-2010>.
- Charter, D., & Puspitosari, R. (2019). Strategi Humas Basarnas Dalam Memberikan Edukasi Tanggap Bencana Melalui Program Sar Goes to School. *PANTAREI*, 3(04).
- Chotimah, C. (2012). Strategi Public Relations Pesantren Sidogiri dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan Islam. *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman*, 7(1), 186-210.
- Damanik, S. A. (2014). Pramuka ekstrakurikuler wajib di sekolah. *Jurnal Ilmu Keolahragaan*, 13(02), 16-21.
- East Java Green Scout Innovation: Pramuka Pugar Rumah (2020). Diakses pada 8 September 2021 pukul 14.56 WIB, dari [East Java Green Scout Innovation: Pramuka Pugar Rumah – Warta Pramuka](#).
- Kriyantono, Rachmat. (2017). *PR. Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Kurniawan, R., Razaq, A. G., & Poerbaningtyas, E. (2021). Perancangan Board Game sebagai Media Penunjang untuk Meningkatkan Minat Kegiatan Ekstrakurikuler Pramuka Penggalang Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Desain*, 8(2), 132-146.
- Kwartir Daerah Gerakan Pramuka Jawa Timur (2021). Diakses pada 8 September 2021 pukul 15.17 WIB, dari <https://pramukarek.or.id/index/2021/06/kwarda-jatim-peduli-kwarda-ntt-khusus-di-kab-lembata/>.
- Lisayanti, D. (2014). Implementasi Kegiatan Pramuka sebagai Estrakurikuler Wajib Berdasarkan Kurikulum 2013 dalam Upaya Pembinaan Karakter. *Journal of Educational Social Studies*, 3(2).
- Masih Adakah Keberadaan Pramuka di Kalangan Remaja? (2012). Diakses pada 15 Mei 2021 pukul 14.17 WIB, dari <http://m.republika.co.id/berita/rol-to-campus/uin-syarif-hidayatullah/12/06/18/m5sj3v-masih-adakah-keberadaan-pramuka-di-kalangan-remaja>.
- Niqmah, L. (2015). *Strategi Public Relations Kwartir Nasional Gerakan Pramuka Dalam Membangun Image Organisasi Pramuka* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA).
- Nurismawan, F. (2019). *Kampanye Public Relations Messengers of Peace Pramuka Indonesia* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI (2022). Diakses pada 08 Juli 2022 pukul 14.45 WIB, dari [Peraturan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan Nomor 63 Tahun 2014 \(infoasn.id\)](#).
- Rencana Strategis (2019). Diakses pada 08 Juli 2022 pukul 14.55 WIB, dari [Renstra Gerakan Pramuka 2014-2019 \[34m78w7d0p46\] \(idoc.pub\)](#).
- Semedi, P. (2012). Di Sini Senang, di Sana Senang: Melihat pramuka dari perspektif kaum muda. *Jurnal Studi Pemuda*, 1(1), 1-14.
- Sistem Pengelolaan Anggota Gerakan Pramuka Jawa Timur (2021). Diakses pada 13 September 2021 pukul 19.33 WIB, dari [SIPA Pramuka Jatim](#).
- Triyanto, W. A. (2013). Strategi Public Relations Aksi Cepat Tanggap (ACT) Dalam Membangun Citra Positif Program Global Qurban.
- Wisataone, V. (2018). Pelaksanaan Fungsi Hubungan Masyarakat dan Publisitas pada Organisasi Non-Profit. *Efisiensi: Kajian Ilmu Administrasi*, 15(1), 15-27.
- Wulandari, U. (2011). Corporate Social Responsibility di PMI Kota Surakarta.