

Strategi Komunikasi Kementerian Agama Jawa Barat dalam Mensosialisasikan Travel Umroh Bersertifikat Izin

Vira Anriani, Erik Setiawan
 Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi
 Universitas Islam Bandung
 Bandung, Indonesia
 viraanriani@gmail.com, erik.setiawan@unisba.ac.id

Abstract—Going to the holy land is a dream that Muslims crave, so it's no wonder that every year the Umrah pilgrimage will increase. The higher the number of pilgrims interested in Umrah, the increasing number of cases of umrah travel permits being revoked because they are not in accordance with regulations from the Ministry of Religion. Therefore, it takes a role from the Ministry of Religion of West Java to convey a message about travel permits. The purpose of this study was to determine the situational knowledge, goal setting, communication competence, and management carried out by the West Java Ministry of Religion in disseminating travel permits. This research method is descriptive qualitative with a constructivist approach. The data research methods used in this research are interviews, non-participant observation, and literature study. The data obtained were then analyzed using triangulation of sources. The results of this study indicate that the determination of goals begins with the existence of problems and strategies, then situational knowledge is carried out by determining accessibility, openness and candor. then on communication communication To ensure effective and appropriate communication, factors must be considered, namely: messages, internal communication, and channels. Reduction management in this socialization is to minimize existing obstacles. The obstacles that occur are divided into obstacles from external and internal parties.

Keywords—Permit, Socialization, Communication Strategy, Travel, Umrah.

Abstrak—Pergi ke tanah suci adalah impian yang didambakan oleh umat muslim maka tak heran setiap tahunnya ibadah umrah akan mengalami peningkatan. Semakin tingginya peminat jamaah untuk umrah semakin maraknya juga kasus izin travel umrah yang dicabut karena tidak sesuai dengan regulasi dari Kementerian Agama. Maka dari itu dibutuhkan peran dari Kementerian Agama Jawa Barat untuk menyampaikan pesan sosialisasi mengenai izin travel. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengetahuan situasional, penentuan tujuan, kompetensi komunikasi, dan manajemen kecemasan yang dilakukan Kemenag Jabar dalam mensosialisasikan izin travel. Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan konstruktivis Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara, observasi non partisipan, dan studi kepustakaan. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan triangulasi sumber. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penentuan tujuan diawali dengan adanya identifikasi masalah & pemetaan strategi, lalu pengetahuan situasional yang dilakukan yaitu dengan

menentukan kredibilitas, keterbukaan dan keterusterangan. lalu pada kompetensi komunikasi Untuk memastikan komunikasi yang efektif dan tepat, harus mempertimbangkan empat factor yaitu: pesan, komunikasi internal, komunikasi eksternal, dan saluran. Manajemen kecemasan dalam sosialisasi ini adalah dengan meminimalisir hambatan yang ada pada sosialisasi Kemenag Jabar. Hambatan yang terjadi terbagi dalam hambatan dari pihak eksternal dan internal Kemenag Jabar.

Kata Kunci—Izin, Sosialisasi, Strategi Komunikasi, Travel, Umroh

I. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang penduduknya sebagian besar menganut agama islam, sebagai umat muslim menjalankan perintah-perintah Allah SWT merupakan suatu bentuk kesempurnaan beribadah kepada Allah SWT. Salah satu ibadah yang didambakan oleh umat muslim adalah beribadah ke tanah suci.

Umrah merupakan salah satu cara umat muslim untuk beribadah ke Baitullah. Umrah pada hakikatnya menjadi sarana dan media bagi kaum muslimin untuk beribadah ke tanah suci setiap saat (Raya and Mulia 2003:227).

Umrah menurut *syara* adalah berkunjung ke Baitul Haram untuk mengerjakan tawaf dan *sa'i* (tuntutan manasik haji dan umrah 63:2014). Pelaksanaan ibadah umrah dilakukan lebih cepat dari pada ibadah haji. Waktu pelaksanaan umrah dapat dilaksanakan kapan saja, kecuali ada beberapa waktu yang dimakruhkan melaksanakan umrah bagi jemaah haji, yaitu pada saat jemaah haji wukuf di Padang Arafat pada hari Arafah, hari Nahr (10 Dzulhijjah) dan hari-hari Tasyriq.

Di Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan peminat jamaah untuk pergi umrah. Kementerian Haji dan Umrah Arab Saudi merilis data jumlah jemaah umrah sepanjang 5 bulan ini periode 1 Muharram - 22 Jummadil Awal 1441 Hijriyah (31 Agustus 2019 - 17 Januari 2020) mencapai 2.9 juta visa umrah atau tepatnya 2,913,170 (<https://www.bareksa.com/id/text/2020/01/20/dalam-5-bulan-jemaah-umrah-asal-indonesia-capai-538-ribu/24081/news> diakses pada tanggal 26 maret 2020 pukul 21.01 WIB)

Dalam hal ini Kementerian Agama memiliki tugas untuk menyelenggarakan fungsi pemerintahan dalam

membimbing dan mengelola fungsi administratif dari kegiatan keagamaan di Indonesia. Salah satu tugas Kementerian Agama Republik Indonesia yaitu meningkatkan kualitas penyelenggaraan ibadah haji dan umrah yang transparan dan akuntabel untuk pelayanan ibadah haji dan umrah yang prima (kemenag.go.id/home/artikel/42942 diakses pada 26 maret 2020 pukul 21.10)

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji bahwa perjalanan ibadah haji dan umrah dapat dilakukan secara perseorangan atau rombongan melalui penyelenggara perjalanan ibadah umrah yang dilakukan oleh pemerintah atau biro perjalanan wisata yang ditetapkan Menteri agama. Dengan memenuhi beberapa syarat di antaranya telah terdaftar sebagai biro perjalanan wisata yang sah, memiliki kemampuan teknis dan finansial untuk menyelenggarakan perjalanan umrah dan haji serta memiliki komitmen untuk meningkatkan kualitas Ibadah Umrah dan Haji.

Dari data diatas beberapa travel tidak patuh kepada peraturan yang telah ditetapkan. Adanya sosialisasi mengenai izin tavel ini adalah salah satu bentuk dari program komunikasi yang dilakukan Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat dalam mewujudkan terciptanya komunikasi yang efektif antara Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat, travel umrah dan para jamaah umrah. Maka dari itu urgensi dari penelitian ini dengan melalui perencanaan strategi komunikasi diharapkan dapat menyebarkan isi pesan yang bersifat persuasive, informatif, dan secara tersusun kepada sasaran agar memperoleh hasil yang optimal. Dengan merencanakan strategi komunikasi yang efektif diharapkan dapat menghasilkan tujuan dari Kemendag mengenai sosialisasi travel umrah berizin kepada travel umroh agar lebih profesional dan transparan dalam menjalankan agen travel umroh ini.

Dari pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti kasus tersebut dari ke dalam skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Kementerian Agama Jawa Barat Dalam Mensosialisasikan Travel Umrah Dan Haji Bersertifikat Izin”

Tujuan penelitian ini diantaranya untuk mengetahui:

1. Mengetahui pengetahuan situasional yang dilakukan Kemenag Jabar dalam mensosialisasikan travel umrah bersertifikat izin.
2. Mengetahui penentuan tujuan yang dilakukan Kemenag Jabar dalam mensosialisasikan travel umrah bersertifikat izin.
3. Mengetahui kompetensi komunikasi yang dilakukan Kemenag Jabar dalam mensosialisasikan travel umrah bersertifikat izin.
4. Mengetahui manajemen kecemasan yang dilakukan Kemenag Jabar dalam mensosialisasikan travel umrah bersertifikat izin.

II. LANDASAN TEORI

Strategi komunikasi merupakan suatu konsep yang

banyak diadopsi dari berbagai ilmu ekonomi, politik atay biasa ditemukan pada istilah militer dalam peperangan, namun kata “strategi” merujuk pada seperangkat komponen atau unsur dalam komunikasi yang sangat spesifik berdasarkan konteks yang dihadapi untuk mencapai keberhasilan atau efektifitas komunikasi (Rachmiatie dkk, 2013).

A. Pengertian Strategi

Supaya pesan tersampaikan secara efektif maka komunikator harus berkomunikasi secara tersusun atau strategis. Strategi didefinisikan oleh para ahli diantaranya, strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (Plan), sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (planning), yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen (Ruslan 2007:133)

Dengan begitu, strategi merupakan suatu proses perencanaan agar tercapainya tujuan. Adanya strategi merupakan cara bagaimana merepkan Langkah yang sistemais, efektif dan efisien dalam pelaksanaannya. Strategi merupakan acuan suatu Lembaga, perusahaan ataupun organisasi dalam mencapai tujuan suatu program yang dijalankan.

Dalam paparan diatas pentingnya sebuah strategi dalam suatu organisasi atau Lembaga dapat menjadi salah satu cara yang efektif apakah sebuah program dapat terencana dan berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

B. Pengertian Komunikasi

Setiap manusia membutuhkan komunikasi, karena komunikasi merupakan alat untuk bersosialisasi antara satu dengan yang lainnya. Komunikasi Menurut Rogers (Mulyana 2015:69) yang berjudul “Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar”, ialah proses di mana suatu ide dialihkan sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya “Ilmu Komunikasi dan Praktek” (Effendy 2004:29) bahwa proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan sekunder.

1. Proses komunikasi secara primer

Proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media primer, lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikir atau perasaan komunikator kepada komunikan.

2. Proses komunikasi secara sekunder

Proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarananya berada ditempat yang relatif jauh dan jumlahnya banyak. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan banyak lagi adalah media kedua yang digunakan dalam komunikasi.

C. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi Komunikasi merupakan keseluruhan perencanaan, taktik dan cara yang akan di pergunakan oleh kelompok atau organisasi untuk melancarkan komunikasi dengan memperlihatkan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Arni 2014:66).

Strategi komunikasi merupakan perpaduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi harus menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata pendekatannya berbeda-beda tergantung pada suatu situasi dan kondisi.

Ada beberapa hal yang dibutuhkan dalam membangun strategi komunikasi yang efektif menurut (Nurjaman and Khaerul Umam 2012:46) yaitu:

1. Ketahui mitra bicara (*audience*) Ketika kita mengetahui dengan siapa kita akan berkomunikasi maka kita dapat memilih kata-kata yang akan disampaikan saat menyampaikan informasi.
2. Ketahui tujuan
3. Sebelum berkomunikasi kita harus menentukan tujuan kita berkomunikasi karena hal ini menentukan bagaimana cara kita akan menyampaikan informasi tersebut agar tersampaikan dengan jelas.
4. Perhatikan konteks, Konteks di sini bisa berarti keadaan atau lingkungan pada saat berkomunikasi. Konteks sangat berperan dalam memperjelas informasi yang disampaikan.
5. Pelajari kultur, Kultur atau budaya, habit atau kebiasaan orang perlu diperhatikan dalam berkomunikasi sehingga timbul saling pengertian dan penyesuaian gaya komunikasi.
6. Pahami bahasa “bahasa menunjukkan bangsa”, artinya bahasa dapat menjadi ciri atau identitas suatu bangsa. Berbicara identitas berarti bicara harga diri atau kebanggaan. Dengan memahami bahasa orang lain, berarti kita berusaha menghargai orang lain.

Menurut Dan O’hair (O’Hair, Friedrich, and Dixon 2009:172) menyatakan bahwa teori strategi komunikasi berarti dapat memanfaatkan potensi di empat area utama:

1. Pengetahuan Situasional; informasi yang dimiliki (dikumpulkan) tentang syarat syarat agar komunikasi sukses dan efektif dalam konteks tertentu.
2. Penentuan Tujuan; setiap situasi komunikasi dapat dilihat sebagai aktifitas penentuan tujuan. Bagi suatu lembaga/organisasi akan lebih sukses dalam menyampaikan komunikasi jika mampu menentukan tujuan yang jelas dan tepat untuk organisasinya.
3. Kompetensi Komunikasi; ketika merancang strategi komunikasi, bagi suatu organisasi/Lembaga perlu memilih sejumlah faktor

seperti tipe pesan, saluran, gaya penyampaian yang menunjukkan pemahaman tentang nilai dan kebutuhan lembaga/organisasi.

4. Manajemen kecemasan; kontrol kecemasan adalah unsur penting dalam strategi komunikasi. Agar dapat menjaga ketenangan serta dapat membuat proses komunikasi menjadi efektif.

D. Definisi sosialisasi

Kimball Young (2005:33) mengatakan bahwa “Sosialisasi merupakan hubungan interaktif dimana seseorang dapat mempelajari kebutuhan sosial dan kultural yang menjadikan sebagai anggota masyarakat.”

Sosialisasi merupakan proses bimbingan individu ke dalam dunia sosial. Sosialisasi dilajukan dengan mendidik individu mengenai kebudayaan yang harus dimiliki dan diikutinya, agar ia menjadi anggota yang baik dalam masyarakat dan alam berbagai kelompok khusus (Nasution 2009:126). Wright (1988:182) mendefinisikan sosialisasi sebagai proses ketika individu mendapatkan kebudayaan kelompoknya dan menginternalisasikan (sampai tingkat tertentu) norma-norma sosialnya, sehingga membimbing orang itu untuk memperhitungkan harapan-harapan orang lain. Menurut Charlotte Buhler (dalam Soekanto, 1990:2), “Sosialisasi adalah proses yang membantu individu-individu belajar dan menyesuaikan diri, bagaimana cara hidup, dan berpikir kelompoknya agar ia dapat berperan dan berfungsi dengan kelompoknya.” Sosialisasi dapat terwujud melalui interaksi sosial secara langsung ataupun tidak langsung.

Lalu terdapat juga sosialisasi informal yaitu sosialisasian yang terdapat di masyarakat atau dalam pergaulan yang bersifat kekeluargaan, seperti antara teman, sahabat, sesama anggota klub, dan kelompok sosial yang ada di dalam masyarakat (Sunarto, 2005:25)

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Penentuan Tujuan Yang Dilakukan Kemenag Jabar Dalam Mensosialisasikan Travel Umrah Bersertifikat Izin.

Menurut Dan O’hair (O’Hair, Friedrich, and Dixon 2009:172) teori strategi komunikasi berarti dapat memanfaatkan potensi di empat area utama, Penentuan tujuan adalah hal pertama.

Dengan adanya penentuan tujuan maka situasi dalam berkomunikasi dapat ditentukan. Bagi suatu Lembaga atau organisasi akan lebih efektif dalam berkomunikasi jika mampu menentukan tujuan yang jelas untuk organisasi/ Lembaganya. Dalam penentuan tujuan terdapat aspek aspek pendukung didalamnya yaitu:

1. Identifikasi masalah

Seperti yang diungkapkan pada teori tersebut jika dikaitkan dengan temuan penelitian yang penulis dapatkan, dalam menjalankan sosialisasi travel umroh bersertifikat izin, pihak Subbagian Penyelenggaraan Haji dan Umrah melakukan identifikasi, pemeriksaan, dan verifikasi apakah benar travel itu melakukan pelanggan mengenai izin

travelnya.

2. Pemetaan strategi

Pada tahap ini jika dikaitkan dengan temuan yang penulis dapatkan maka bentuk Pemetaan strategi Kemenag Jabar khususnya Subbagian Penyelenggaraan Haji dan Umrah adalah dengan menentukan strategi komunikasi dengan cara apa yang paling efektif untuk menyampaikan sosialisasi ini.

Kemenag Jabar melakukan strategi komunikasi dengan cara offline dan online. Sosialisasi offline dipilih untuk lebih focus kepada travel saat memberikan materi mengenai regulasi terbaru dan menekankan prinsip “5 pasti umroh” kepada travel sebagai pedoman menjadi travel yang amanah.

3. Identifikasi sumber daya

Dalam tahapan ini bila dikaitkan dengan temuan yang penulis dapat, Subbagian Penyelenggaraan Haji dan Umrah telah menyiapkan sumber daya apa saja yang diperlukan dalam sosialisasi ini, yang pertama adalah dana untuk sosialisasi secara offline yang diadakan di hotel di Jawa Barat. Selain itu peralatan lain seperti bahan presentasi sosialisasi mengenai regulasi disiapkan oleh pihak dari bidang haji dan umrah ini. Yang tak kalah pentingnya adalah sumber daya manusia yang mendukung jalannya strategi komunikasi ini agar efektif, sumber daya manusia disini adalah anggota dari subbagian penyelenggaraan haji dan umrah yang telah dibekali dan di berikan materi mengenai regulasi terbaru mengenai izin umrah, agar saat sosialisasi berlangsung dapat disampaikan secara jelas kepada pihak travel.

B. Pengetahuan Situasional Yang Dilakukan Kemenag Jabar Dalam Mensosialisasikan Travel Umrah Bersertifikat Izin.

Bentuk strategi komunikasi dari pengetahuan situasional yang dilakukan Subbagian Penyelenggaraan Haji dan Umrah Kemenag Jabar adalah dengan adanya sosialisasi izin travel ini bertujuan untuk membekali dan mengawasi para travel umroh di Jawa Barat agar tetap menjalani sesuai peraturan yang ada. Dalam sosialisasi ini travel diberikan materi mengenai regulasi PMA No.8 Tahun 2018 tentang penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah serta mengenai prinsip 5 pasti umroh yang harus dijalankan oleh travel.

Didalam pengetahuan situasional terdapat aspek iklim komunikasi yang mencakup informasi tentang karakter organisasi. Iklim merupakan fungsi dari interaksi dan proses sosial yang terjadi di tempat kerja (dan o’hair:2002). Iklim komunikasi yang ideal memiliki beberapa dimensi yaitu:

1. Kredibilitas

Suatu lembaga dicirikan oleh integritas, kredibilitas seseorang sangat berpengaruh terhadap Lembaga yang di naungi. Dalam hal ini kredibilitas Kemenag Jabar khususnya Subbagian Penyelenggaraan Haji dan Umrah sangat penting.

2. Keterbukaan dan keterusterangan

Komunikasi yang bebas, jujur dan terbuka. Keterbukaan konsep yang berorientasi pada penerima:

berfokus pada penerimaan dan tanggap informasi dari orang lain. Sebuah organisasi terbuka mempromosikan keterbukaan komunikatif di antara orang-orang di berbagai tingkat otoritas dan tanggung jawab.

Diadakannya sosialisasi ini agar travel dan Kemenag Jabar menjalankan komunikasi dengan baik mengenai izin travel. Travel dibekali prinsip “5 pasti umroh” agar selalu menekankan bahwa sebagai travel yang amanah selalu memastikan travelnya berizin, pasti jadwal keberangkatannya, pastikan penerbangannya, pastikan hotel yang digunakan, dan pastikan visa keberangkatannya agar hal ini berjalan dengan lancar pihak Kemenag Jabar khususnya Subbagian Penyelenggaraan Haji dan Umrah melakukan komunikasi dan pengawasan kepada travel agar jamaah umrah yang menggunakan jasa travel terjamin keselamatan, kenyamanan dan keamanannya. Jangan sampai para jamaah terlantar di tanah suci.

C. Kompetensi Komunikasi Yang Dilakukan Kemenag Jabar Dalam Mensosialisasikan Travel Umrah Bersertifikat Izin.

Dalam temuan penelitian, pesan dalam sosialisasi travel umrah bersertifikat izin yang diadakan oleh Kemenag Jabar, jika dijabarkan sudah memiliki ciri ciri pesan diatas yang pertama spesifik.

Pak Gatot menyebutkan subbagian Penyelenggaraan Haji dan umrah secara spesifik sudah menjelaskan dalam sosialisasi offline mengenai regulasi terbaru izin travel umrah, prinsip 5 pasti umrah, PMA No.8 Tahun 2018 dan mengenai Nota Kesepahaman dengan Kapolresta mengenai pengawasan umrah di setiap sosialisasi.

Data ini diperkuat dengan pernyataan dari pihak travel PT.Darussalam Tour yaitu Pak Megantoro yang menyebutkan bahwa pihak kemenag sudah cukup jelas menyampaikan isi pesan mengenai sosialisasi izin tersebut dan informasi dari Kemenag sudah cukup tersampaikan dengan baik karena info mengenai regulasi terbaru sampai ke travel dengan sesuai.

Ciri yang kedua yaitu *Be relevant*, pastikan pesan diterima oleh komunikan yang membutuhkan informasi tersebut. Dalam sosialisasi ini, isi pesan ditujukan untuk para travel di Jawa Barat agar selalu memastikan izin travelnya masih aktif dan mengetahui regulasi terbaru mengenai travel umrah. Menurut pernyataan dari pihak travel PT. Dago Wisata, bapak Dodi Sudrajat menyebutkan bahwa informasi yang didapatkan sudah cukup diterima dengan baik dengan adanya group forum dengan Kemenag Jabar. Selain itu dari pihak travel Darussalam pak Megantoro menyebutkan dengan adanya website mereka mendapatkan informasi mengenai regulasi terbaru dari Kemenag Jabar.

D. Manajemen Kecemasan Yang Dilakukan Kemenag Jabar Dalam Mensosialisasikan Travel Umrah Bersertifikat Izin.

Dalam sebuah sosialisasi kekhawatiran yang terjadi adalah adanya hambatan yang terjadi dalam pelaksanaannya. Dalam suatu pelaksanaan tujuan pasti akan adanya hambatan. Dalam penelitian peneliti menemukan

beberapa hambatan dari pihak internal maupun external. Hambatan dari pihak internal yaitu dari Subbagian Penyelenggaraan Haji dan Umrah adalah masih kekurangannya Sumber Daya Manusia dalam mensosialisasikan izin travel ini dan juga karena adanya pandemic covid-19 yang membuat beberapa agenda sosialisasi offline terhenti sampai batas waktu yang tidak bisa di tentukan. Hambatan dari pihak external adalah Ketika diundang sosialisai pihak travel tidak datang saat sosialisasi tersebut begitu menurut pihak Kemenag Jabar.

Lain halnya hambatan dari pihak travel setelah di wawancarai. Menurut travel PT. Dago Wisata menurut Bapak Dodi Sudrajat hambatan nya mengenai proses perizinan karena system online, masih harus ada detail system perizinannya. Hambatan lain dikatakan oleh pihak PT. Darussalam Tours mengatakan bahwa kurangnya publikasi dari pihak Kemenag Jabar menjadi salah satu hambatan sosialisasi izin travel ini.

Dalalm menangani manajemen kecemasan ini salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan adanya evaluasi. Dari sosialisasi travel bersertifikat izin ini masih banyak yang harus di evaluasi. Adanya evaluasi dilakukan supaya mengetahui kekurangan dalam pelaksanaan sosialisasi. Evaluasi yang dilakukan Subbagian Haji dan Umrah adalah dengan mamaksimalkan Sumber daya manusia yang ada dan menambah jumlahnya dengan penambahan staff kerja. Serta memaksimalkan penggunaan media online karena adanya pandemic ini untuk tetap berkomunikasi dan menginformasikan hal penting kepada travel di Jawa Barat. Evaluasi dari bagian humas menyebutkan bahwa harus adanya kegiatan sosialisasi lain seperti Forum Group Discussion dengan pihak travel setelah berakhirnya pandemic ini dan menambah tim investigasi untuk mengawas jalannya travel di Jawa Barat.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Strategi Komunikasi Kemenag Jabar dalam Mensosialisasikan Travel bersertifikat izin, dapat diambil kesimpulan yang mempunyai hubungan dengan pertanyaan penelitian ini:

Penulis menyimpulkan Dalam penentuan tujuan pihak Kemenag Jabar memiliki beberapa aspek pendukung yang pertama identifikasi masalah mengenai izin travel dan pelanggaran apa yang dilakukan travel. Selanjutnya pemetaan strategi offline dan online yang dilakukan pihak kemenag jabar. Aspek ketiga identifikasi sumber daya yang diperlukan dalam sosialisasi. Kenali hambatan, dalam sosialisasi ini hambatan kekurangannya Dan aspek terakhir adalah adanya unpan balik, dalam sosialisasi izin travel ini,

Penulis menyimpulkan Tahapan kedua yaitu pengetahuan situasional yang dilakukan oleh Kemenag Jabar yang bertujuan untuk membekali dan mengawasi para travel umroh di Jawa Barat. Dalam sosialisasi ini travel diberikan materi mengenai regulasi PMA No.8 Tahun 2018 tentang penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah serta

mengenai prinsip 5 pasti umroh yang harus dijalankan oleh travel.

Penulis menyimpulkan dalam kompetensi komunikasi yang dilakukan Kemenag Jabar yaitu menyampaikan pesan secara spesifik, memastikan bahwa pesan mengenai izin travel tersampaikan. Lalu menjalankan internal dan external komunikasi dengan pihak kemenag jabar serta travel. Serta menentukan saluran media offline dan online yang efektif dalam sosialisasi ini.

Dalam Tahapan manajemen kecemasan penulis menyimpulkan bahwa kecemasan yang terjadi dalam sosialisasi ini adalah adanya hambatan kekurangannya SDM dan keadaan pandemic ini. Dalam mengatasi manajemen kecemasan ini cara yang dilakukan pihak Kemenag Jabar adalah dengan menambah staff ahli dalam kegiatan sosialisasi dan melakukan sosialisasi secara online sementara ini.

V. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis akan memberikan saran untuk peneliti lain yang akan melakukan penelitian mengenai strategi komunikasi, sebagai berikut:

1. Kepada peneliti selanjutnya jika meneliti mengenai strategi komunikasi suatu Lembaga agar lebih menelusuri lebih dalam mengenai langkag strategi yang dilakukan.
2. Secara teoritis peneliti berharap penelitian yang dilakukan dapat bermanfaat bagi peneliti yang ingin meneliti mengenai strategi komunikasi dalam mensosialisasikan program.
3. Kemenag Jabar agar dapat lebih sering mengadakan sosialisasi mengenai izin travel secara offline agar tersampaikan lebih jelas. Dan juga memberikan arahan kepada travel untuk selalu datang Ketika diadakanya sosialisasi izin travel.
4. Kemenag Jabar hendaknya menambah jumlah sumber daya manusia yang kompeten agar sosialisasi berjalan dengan lancar.
5. Kemenag Jabar khususnya pihak Subbagian Penyelenggaraan Haji dan Umrah agar selalu melakukan pengawasan dan pengecekan mengenai izin terbaru travel yang ada di Jawa Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ardianto, Elvinaro. 2010. Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [2] Effendy, Onong Uchjana. 2006. Ilmu Komunikasi Dan Praktik. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- [3] Mulyana, Deddy. 2006. Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- [4] Mulyana, Deddy. 2015. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. 19th ed. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- [5] O'Hair, Dan, Gustav W. Friedrich, and Lynda Dee Dixon. 2002. *Strategic Communication in Business and the Professionis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- [6] Rakhmat, Jalaludin. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- [7] Ruslan, Rosady. 2007. *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi: Konsepsi Dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- [8] Rachmiate, Atie, dkk. 2013. "Strategi Komunikasi Politik dan Budaya Transparasi Partai Politik", dalam *Jurnal Mimbar* Vol. 29, No.2, Desember 2013 (hal.25).