

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggrisnya *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna.

Jadi kalau dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang di percakapkan. Pentingnya komunikasi bagi kehidupan sosial, budaya, pendidikan, dan politik sudah di sadari oleh para cendekiawan sejak *Aristoteles* yang hidup ratusan tahun sebelum masehi. Menurut *Carl I. Hovland*, ilmu komunikasi adalah : Upaya sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap (Effendy:2011:10). Definisi *Hovland* tersebut menunjukkan bahwa yang di jadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*public opinion*) dan sikap publik (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Bahkan dalam definisinya secara khusus mengenai pengertian komunikasinya sendiri, *Hovland* mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behavior of other individuals*). Akan tetapi seseorang akan dapat

mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain apabila komunikasinya itu memang komunikatif seperti uraian di atas. Para peminat komunikasi seringkali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh *Harold Lasswell* dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. *Lasswell* mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut : *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* . paradigma *Lasswell* ini menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang di ajukan itu, yakni, Komunikator, Pesan, Media, Komunikan, Efek. (Fiske:2012:10)

Yang dimaksud dengan komunikasi disini ialah mekanisme dimanaterdapat hubungan antar manusia dan yang memperkembangkan semua lambang pikiran, bersama-sama dengan alat-alat untuk menyiarkannya dalam ruang dan merekamnya dalam waktu. Ini mencakup ekspresi wajah, sikap, dan gerak-gerik, suara, kata-kata tertulis, percetakan, telepon, dan apa saja untuk mempengaruhi ruang dan waktu. (Effendy:1986:14)

Jadi, berdasarkan paradigma *Lasswell* tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Komunikasi adalah hubungan kontak antara manusia baik individu maupun kelompok. Dalam kehidupan sehari-hari disadari atau tidak komunikasi adalah bagian dari kehidupan manusia itu sendiri.

Para ahli komunikasi memberikan batasan-batasan pengertian dan definisi komunikasi antara lain : (Widjaja:2010:8)

1. James A.F Stoner, dalam bukunya yang berjudul : Manajemen, menyebutkan bahwa komunikasi adalah proses dimana seorang berusaha memberikan pengertian dengan cara pemindahan pesan.
2. William F. Glueck mengatakan bahwa komunikasi dapat di bagi dalam 2 bagian, yakni :
 - a. *Interpersonal Communication*, komunikasi antar pribadi yaitu proses pertukaran informasi serta pemindahan pengertian antara 2 orang atau lebih di dalam suatu kelompok kecil manusia.
 - b. *Organizational Communication*, yaitu dimana pembicara secara sistematis memberikan informasi dan memindahkan pengertian kepada orang banyak di dalam organisasi dan kepada pribadi-pribadi dan lembaga-lembaga di luar yang ada hubungan.

2. Fungsi dan Tujuan Komunikasi

Apabila komunikasi di pandang dari arti yang lebih luas, tidak hanya di artikan sebagai pertukaran berita dan pesan tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar menukar data, fakta, dan ide maka fungsinya dalam setiap sistem sosial adalah sebagai berikut : (Widjaja:2010:9)

1. Informasi : Pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan opini dan komentar yang di butuhkan agar dapat di mengerti dan beraksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat.
2. Sosialisasi (pemasarakatan) : penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat.
3. Motivasi : menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.
4. Perdebatan dan Diskusi : menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan bukti-bukti yang relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kepentingan bersama di tingkat nasional dan lokal.
5. Pendidikan : pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentuk watak dan pendidikan keterampilan dan kemahiran yang diperlukan semua bidang kehidupan.
6. Memajukan kebudayaan : penyebaran hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, perkembangan kebudayaan

dengan memperluas horison seseorang, membangun imajinasi dan mendorong kreatifitas dan kebutuhan estetikannya.

7. Hiburan : penyebarluasan simbol, sinyal, suara, dan image dari drama, tari, kesenian, kesusastraan, musik, olah raga, permainan, dan lain-lain untuk rekreasi, kesenangan kelompok dan individu.
8. Integrasi : menyediakan bagi bangsa, kelompok dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang mereka perlukan agar mereka dapat saling kenal dan mengerti dan menghargai kondisi, pandangan dan keinginan orang lain.

Tujuan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari ialah untuk menyampaikan informasi dan mencari informasi, agar apa yang ingin kita sampaikan dan yang kita minta dapat dimengerti sehingga komunikasi yang kita laksanakan dapat tercapai. Pada umumnya komunikasi dapat mempunyai beberapa tujuan antara lain : (Widjaja:2010:10)

- a) Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti. Sebagai pejabat ataupun komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan atau bawahan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kita maksudkan.
- b) Memahami orang lain. Kita sebagai pejabat atau pimpinan harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang di inginkan, jangan mereka menginginkan arah untuk pergi ke Barat tetapi kita memberikan jalan pergi ke Timur.

- c) Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain. Kita harus berusaha agar gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasif bukan memaksa kehendak.
- d) Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu. Menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam-macam, mungkin berupa kegiatan. Kegiatan yang dimaksud disini adalah kegiatan yang lebih banyak mendorong, namun yang penting harus diingat adalah bagaimana cara yang baik untuk melakukannya.

3. Proses Komunikasi

Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara Primer dan secara Sekunder. (.Effendy:2011:11)

a. Proses komunikasi secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahasa yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah jelas karena hanya bahasa yang mampu “menerjemahkan” pikiran seseorang kepada orang lain. Apakah itu berbentuk ide, informasi atau opini baik mengenai hal yang konkret maupun yang abstrak, bukan saja tentang

hal atau peristiwa yang terjadi pada saat sekarang, melainkan juga pada waktu yang lalu dan masa yang akan datang.

b. Proses komunikasi secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses komunikasi dengan menggunakan media yang dapat diklarifikasikan sebagai media massa (*massmedia*). Misalnya surat kabar, radio siaran, televisi siaran, dan film yang diputar di gedung bioskop memiliki ciri-ciri tertentu, antara lain ciri *massif* atau massal, yakni tertuju kepada sejumlah orang yang relatif amat banyak. Karena proses komunikasi sekunder ini merupakan hubungan dari komunikasi primer untuk menembus dimensi ruang dan waktu, maka dalam menata lambang-lambang.

Adapun proses komunikasi secara umum ialah meliputi sumber, komunikator, pesan, saluran, komunikan, effect. (Widjaja:2010:12)

- a. Sumber adalah dasar yang digunakan didalam penyampaian pesan, yang digunakan dalam rangka memperkuat pesan itu sendiri. Sumber dapat berupa orang, lembaga, buku, dan sejenisnya. Dalam hal sumber ini yang perlu kita perhatikan adalah kredibilitas sumber baru, lama, sementara, dan lain sebagainya.
- b. Komunikator dapat berupa individu yang sedang berbicara, menulis, kelompok orang, organisasi komunikasi seperti surat kabar, radio, televisi, film dan sebagainya. Dalam komunikator

menyampaikan pesan kadang-kadang komunikator dapat menjadi komunikan sebaliknya komunikan menjadi komunikator.

- c. Pesan adalah keseluruhan dari pada apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan seharusnya mempunyai inti pesan (tema) sebagai pengarah didalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Pesan dapat disampaikan secara panjang lebar, namun yang perlu di perhatikan dan diarahkan kepada tujuan akhir dari komunikasi.
- d. Saluran komunikasi selalu menyampaikan pesan yang dapat diterima melalui panca indera atau menggunakan media. Pada dasarnya komunikasi yang sering dilakukan dapat berlangsung menurut 2 saluran, yaitu saluran formal atau yang bersifat resmi, dan saluran informal yang bersifat tidak resmi.
- e. Komunikan atau penerima pesan dapat digolongkan dalam 3 jenis personal, kelompok, dan massa. Komunikasi akan berhasil baik jika pesan yang disampaikan sesuai dengan rangka pengetahuan dan lingkup pengalaman komunikan. Demikian juga pesan harus cocok dengan lingkup pengalaman komunikan.

4. Sosialisasi

Sosialisasi adalah sebuah proses wajar individu sebagai makhluk sosial. Banyak konsep-konsep sosialisasi yang harus kita pahami. diantaranya adalah tipe-tipe sosialisasi, pola dan bentuknya, proses sosialisasi dalam diri seseorang, agen-agen sosialisasi, pemikiran para ahli tentang sosialisasi dan konsep diri, dan

sebagainya. Sosialisasi juga adalah proses dimana memungkinkan individu mengembangkan cara berpikir, berperasaan, dan berperilaku yang berguna bagi penyesuaian sosial efektif dalam hidup bermasyarakat.

Selain itu sosialisasi dapat menjadi tolak ukur yang membedakan antara manusia dengan makhluk lain. Berbeda dengan makhluk lain yang seluruh perilakunya dikendalikan oleh naluri yang diperoleh sejak awal hidupnya.

Pendapat para ahli mengenai sosialisasi di antaranya :

1. Peter L. Berger, sosialisasi adalah proses belajar seorang anak untuk menjadi anggota yang dapat berpartisipasi di dalam masyarakat.
2. David Gaslin, sosialisasi adalah proses belajar yang dialami seseorang untuk memperoleh pengetahuan tentang nilai dan norma-norma agar ia dapat berpartisipasi sebagai anggota kelompok masyarakat.
3. Menurut Soejono Dirjosisworo, sosialisasi mengandung tiga pengertian seperti berikut :
 - a) Proses sosialisasi adalah proses belajar, yaitu proses akomodasi tempat individu menahan, mengubah implus-implus dalam dirinya, dan mengambil alih cara hidup masyarakatnya.
 - b) Dalam sosialisasi itu, individu mempelajari kebiasaan, sikap, ide, pola nilai dan tingkah laku dalam masyarakat tempat ia hidup.
 - c) Semua sifat dan kecakapan yang dipelajari dalam proses sosialisasi itu disusun dan di kembangkan sebagai kesatuan sistem dalam diri pribadinya.

4. Lawang Robert M.Z, Sosialisasi merupakan suatu proses mempelajari norma, nilai, peran, dan semua persyaratan lain yang diperlukan sehingga memungkinkan untuk berpartisipasi secara efektif dalam kehidupan sosial.

Sosialisasi merupakan suatu proses dimana individu mendapatkan budaya dan norma-norma sosial kelompoknya sehingga mengarahkan seseorang untuk memperhitungkan harapan orang lain terhadapnya. Sosialisasi tidak pernah berlaku secara sempurna, tetapi terus terjadi berproses dan bergerak sejak masa anak-anak, remaja, sampai usia tua. Norma seperti cara makan, berpakaian, dan tingkah laku hormat, di ajarkan pada masa anak-anak. Norma-norma lainnya di berikan pada masa remaja, usia dewasa, dan seterusnya (Wright dalam Halim:2010:60).

Proses sosialisasi sendiri terjadi dalam perkembangan generasi muda untuk menerima nilai-nilai sosial yang telah di sepakati dalam suatu komunitas lingkungan sosial budaya tertentu, dapat di jelaskan dalam beberapa teori yaitu Teori Belajar Sosial, Teori Perkembangan Kognitif, dan Teori Psikoanalisis. (Hanurawan:2015:57)

1. Teori Belajar Sosial

Teori belajar sosial mengemukakan bahwa melalui belajar pengamatan, individu dapat memiliki pola perilaku baru. Berkenan dengan proses sosialisasi, para pakar teori belajar sosial mengemukakan bahwa proses sosialisasi dapat di capai melalui proses belajar secara langsung maupun tidak langsung. Proses belajar secara

langsung adalah belajar melalui proses mengalami ganjaran dan hukuman. Perilaku individu yang mendapat ganjaran akan memiliki kecendrungan untuk di ulangi, sedangkan perilaku yang mendapat hukuman akan cenderung untuk tidak di ulangi. Sedangkan proses belajar tidak langsung adalah proses belajar melalui belajar pengamatan terhadap perilaku orang lain yang di modelkan.

2. Teori Perkembangan Kognitif

Teori perkembangan kognitif ini memiliki 4 tahap, tahap pertama yaitu tahap motor sensorik, tahap yang di mulai dari awal kelahiran sampai usia delapan belas bulan. Tahap ini merupakan tahap basis bagi perkembangan intelektual. Tahap kedua ialah tahap berpikir praoperasional, pada tahap ini di tandai dengan di mulainya aktifitas-aktifitas yang berhubungan dengan simbol-simbol, khususnya bahasa. Tahap ketiga ialah tahap operasi konkret yang dimulai dari usia tujuh tahun sampai belasan tahun. Pada tahap ini terdapat peningkatan cara berpikir ke arah yang lebih abstrak. Tahap ke empat ialah tahap operasi formal, pada tahap ini individu telah mampu menghadapi objek-objeknya dengan pemikiran yang lebih abstrak dan dapat berpikir dalam penalaran hipotesis logis. (:59)

3. Teori Psikoanalisis

Proses sosialisasi pada teori ini menurut Sigmund Freud ialah memandang proses sosialisasi berdasarkan pada tahap-tahap psikoseksual dan dinamika kepribadian. Sigmund Freud meyakini

bahwa sosialisasi individu akan melewati periode-periode psikoseksual, yaitu mulai masa anak sampai masa dewasa.

5. Pengertian Hubungan Masyarakat (Humas)

Hubungan masyarakat yang di singkat “humas” sebagai terjemahan dari istilah public relations, di indonesia sendiri sudah benar-benar memasyarakat dalam arti kata telah di pergunakan secara luas oleh departemen, jawatan, perusahaan, badan, lembaga, dan lain-lain organisasi kekaryaan. (Effendy:2007:131). Falsafah dari PR itu sendiri secara singkat intinya “mengangkat martabat manusia”. PR tidak boleh menganggap orang lain bodoh dan memandang orang lain lebih rendah. PR haruslah jujur, transparan, objektif dalam segala macam kegiatan dan seterusnya. (Rumanti:2005:2)

Sementara itu, *The British Institute of Public Relations* mendefinisikan humas sebagai *an effort to establish and maintain mutual understanding between organization and its public*. (upaya yang mantap, berencana dan berkesinambungan untuk menciptakan dan membina pengertian bersama antara organisasi dengan khalayaknya). (Cangara:2008:134)

Majelis Humas Dunia (*World Assembly of Public Relations*) mendefinisikan humas sebagai : *Public Relations is the art and social science of analyzing trends, predicting their consequences, counseling organization leaders and implementing planned program of action which serve both the organization's and the public interest*. (Humas adalah seni dan ilmu sosial dalam menganalisis

kecendrungan, memperkirakan akibat-akibat, memberikan saran kepada pimpinan perusahaan serta melaksanakan program tindakan terencana yang melayani baik kepentingan organisasi dan khalayaknya.

Hingga awal tahun 1970-an tercatat tidak kurang dari dua ribu definisi mengenai *Public Relations* atau hubungan masyarakat yang dapat dijumpai dalam buku-buku, majalah-majalah ilmiah, atau berkala-berkala lainnya. Definisi Humas tersebut di ketengahkan oleh para ahli hubungan masyarakat dengan titik pandangan dari berbagai sudut, ada yang dari sudut manajemen, sudut ekonomi, dan lain-lain. (Cangara:2008:134)

Edward L. Bernays (*Public Relations University of Oklohama Press*), humas, mempunyai 3 pengertian : (Widjaja:2010:54)

1. Memberi penerangan kepada masyarakat
2. Pembujukan langsung terhadap masyarakat guna mengubah sikap dan tindakan
3. Usaha-usaha mengintegrasikan sikap dan tindakan dari permasalahan dengan masyarakat dan dari masyarakat terhadap permasalahannya.

Dalam definisi-definisi tersebut secara implisit terdapat tiga fungsi mempaktek hubungan masyarakat : (Rumanti:2005:134)

- 1.) Mengetahui secara pasti dan mengevaluasi pendapat umum yang berkaitan dengan organisasinya

- 2.) Menasehati para eksekutif mengenai cara-cara menangani pendapat umum yang timbul
- 3.) Menggunakan komunikasi untuk mempengaruhi pendapat umum.

Dari uraian diatas jelas bahwa ciri hakiki *Public Relations* sebagaimana di singgung di muka ialah berlangsungnya komunikasi timbal balik. Mempraktekkan seorang PR harus peka terhadap pendapat umum. Jika ternyata negatif, harus segera diusahakan secara tuntas sehingga pendapat umum menjadi positif dalam arti kata pendapat umum menjadi *favourable* bagi organisasi. Kalau tidak cepat di tangani, pendapat umum tersebut akan berubah bentuk menjadi *action* yang lebih merugikan instansi atau organisasi.

Jika hubungan masyarakat memang terjemahan dari *Publik Relations*, maka ciri-ciri hakiki *Publik Relations* harus ada pada hubungan masyarakat dan dilaksanakan oleh kepala humas beserta stafnya. Adapun ciri-cirinya adalah sebagai berikut : (Cangara:2008:132)

- a. Komunikasi dilancarkan berlangsung dua arah secara timbal balik
- b. Kegiatan yang dilakukan terdiri dari penyebaran informasi, penggiatan persuasi, dan pengkajian pendapat umum.
- c. Tujuan yang hendak di capai adalah tujuan organisasi tempat humas menginduk
- d. Sasaran yang dituju adalah khalayak di dalam organisasi dan khalayak di luar organisasi

- e. Efek yang diharapkan adalah terbinanya hubungan yang harmonis antara organisasi dan khalayak.

Dari ciri-ciri *Public Relations* atau hubungan masyarakat itu jelas bahwa kegiatan Humas adalah mendukung tercapainya tujuan organisasi yang dikejar dan dilaksanakan oleh seluruh insan dalam organisasi yang bersangkutan, mulai dari pimpinan tertinggi sampai bawahan terendah. Para ahli membagi hubungan masyarakat menjadi dua jenis pengertian, yakni dalam pengertian *technique of communication* dan sebagai *state of being*. (Effendy:2007:132-133)

- 1) Hubungan masyarakat sebagai *Technique of Communication*

Seperti telah disinggung, kegiatan hubungan masyarakat pada hakikatnya adalah kegiatan komunikasi. Berbeda dengan jenis komunikasi lainnya, komunikasi yang dilancarkan oleh Humas mempunyai ciri-ciri tertentu yang disebabkan oleh fungsi hubungan masyarakat, sifat organisasi dimana Humas itu dilakukan, sifat-sifat manusia yang terlibat, faktor-faktor ekstern yang mempengaruhi, dan sebagainya. Hubungan masyarakat yang dalam pengertian *technique of communication* mengandung arti bahwa kegiatan Humas dilakukan sendiri oleh seorang pemimpin, apakah ia pemimpin jawatan, perusahaan, instansi lembaga, atau organisasi lainnya.

- 2) Hubungan Masyarakat sebagai *State of Being*

Yang di maksud dengan state of being disini ialah keadaan wujud yang merupakan wahana kegiatan hubungan masyarakat dalam bentuk biro, bagian, seksi, urusan, dan lain-lain. Penggunaan istilah tersebut bergantung pada struktur organisasi dimana Humas itu dilakukan.

Biro, bagian, seksi, atau urusan Humas sebagai sarana kegiatan Humas, jelas dapat dilihat wujudnya, yakni ruangan kantornya lengkap segala peralatannya ; meja, lemari, kursi, mesin tik, dan lain-lain.

Melihat dua pengertian hubungan masyarakat (Humas) diatas dapat diartikan bahwa kegiatan hubungan masyarakat bukan monopoli pekerjaan kepala Humas saja, melainkan dapat dilakukan oleh siapa saja yang menjadi pemimpin organisasi.

Humas sendiri mencakup hal-hal sebagai berikut :

a) Humas memiliki kaitan erat dengan opini publik

Pada satu sisi, praktisi humas berupaya mempengaruhi publik agar memberikan opini yang positif bagi organisasi atau perusahaan, namun pada sisi lain humas harus berupaya mengumpulkan informasi dari khalayak, menginterpretasikan informasi itu dan melaporkannya kepada manajemen jika informasi itu memiliki pengaruh.

b) Humas berkaitan erat dengan komunikasi

Praktisi humas bertanggung jawab menjelaskan tindakan instansi kepada khalayak yang berkepentingan. Humas harus menjadi saluran arus bolak balik

antara instansi dan khalayaknya. Secara umum khalayak humas terbagi atas khalayak internal seperti : karyawan, organisasi buruh serta pemegang saham yang namanya tercatat pada perusahaan. Dan khalayak eksternal seperti: dealer, pemasok, masyarakat sekitar, media massa dan pemegang saham.

c) **Humas merupakan fungsi manajemen**

Humas berfungsi membantu manajemen dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapai serta menyesuaikan diri terhadap lingkungan yang berubah. Humas juga harus secara rutin memberikan saran kepada manajemen atau instansi. Humas harus memiliki kegiatan yang terencana dengan baik. Bagian humas harus mampu mengorganisir dan mengarahkan dirinya untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

6. Peranan Humas

Banyak yang mengira bahwa seorang humas atau PR hanyalah kegiatan-kegiatan yang tampak saja, tetapi kenyataannya kegiatan yang tampak oleh publik justru hanya satu tahap saja dari keseluruhan kegiatan seorang humas yang sebenarnya. Menurut F. Rachmadi tahap-tahap seorang PR/humas dalam menjalankan tugasnya, adapun tugas pokok seorang praktisi Humas ialah (Rumanti:2005:39) :

- a. Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar (visual) kepada publik, supaya publik mempunyai pengertian yang benar tentang organisasi

atau perusahaan, tujuan, serta kegiatan yang dilakukan. Itu semua disesuaikan dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan publik internal atau eksternal dan memperhatikan, mengolah, mengintegrasikan pengaruh lingkungan yang masuk demi perbaikan dan perkembangan organisasi.

- b. Memonitor, merekam, dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum atau masyarakat. Disamping itu, menjalankan dan bertanggung jawab terhadap kehidupan kita bersama di lingkungan.
- c. Memperbaiki citra organisasi, sebagai seorang praktisi Humas menyadari bahwa citra yang baik bukan terletak pada bentuk gedung, presentasi, publikasi, dan seterusnya, tetapi terletak pada bagaimana organisasi bisa mencerminkan organisasi yang dipercayai, memiliki kekuatan, mengadakan perkembangan secara berkesinambungan yang selalu terbuka untuk di kontrol, dievaluasi, kemudian dapat dikatakan bahwa citra tersebut merupakan gambaran komponen yang kompleks.

Berdasarkan tugas pokok tersebut, maka Humas memerinci lebih lanjut tugas pokok tersebut sebagai berikut :

- a. Pengumpulan dan pengolahan data
 - 1) Mengumpulkan data untuk keperluan informasi
 - 2) Mengolah data
 - 3) Menyajikan data sehingga siap digunakan
 - 4) Mengarsipkan data sehingga sewaktu-waktu dapat digunakan kembali
 - 5) Melayani kebutuhan data bagi yang memerlukan

6) Membuat kliping dari seluruh media massa (Widjaja.2010.57)

b. Penerangan

- 1) Menyebarkan informasi dengan jelas
 - a) Menyediakan dan mengumpulkan bahan informasi
 - b) Memberikan paket informasi
 - c) Memberikan bahan berita (*release*) baik yang tertulis maupun foto
- 2) Mengadakan hubungan dengan media massa yang berupa :
 - a) Menyiapkan baik lewat pers maupun yang bersifat berita, wawancara, varia pendidikan, dinamika pembangunan, siaran pedesaan, apresiasi budaya, dan lain-lain.
 - b) Mengadakan konfrensi pers
 - c) Mengatur wawancara langsung antara pejabat dengan wartawan
- 3) Mengadakan pemberian kehumasan yang berupa :
 - a) Mengadakan temu karya (rapat kerja)
 - b) Mengadakan temu karya antara pejabat dengan wartawan
- 4) Membuat dokumentasi kegiatan lembaga, meliputi dokumentasi foto, rekaman pidato, film movie, sambutan-sambutan.
- 5) Menyelenggarakan pameran
- 6) Memberikan pelayanan informasi dengan menyajikan berita-berita dan kliping
- 7) Mentranskrip rekaman pidato dan mengarsipkannya
- 8) Mengalbumkan foto-foto kegiatan

9) Mengikuti kunjungan kerja pejabat/pimpinan

10) Mengadakan wisata pers ke objek yang telah di tentukan

(Widjaja:2010:59)

c. Publikasi

1) Menerbitkan warta harian, mingguan, majalah bulanan, dan folder

2) Menerbitkan buku kerja

3) Menerbitkan kalender kerja

4) Ikut serta menyelenggarakan pameran, antara lain pameran pembangunan. (Widjaja:2010:59)

Tahap-tahap humas ini berlangsung secara berkesinambungan. Hugo A. de Roode dalam bukunya *Public Relations Interne en externe Communicatie voor Organisatie en beleid*, mengatakan definisi lain seorang PR yaitu :
(Rumanti:2005:9)

a. PR merupakan upaya yang disengaja, direncanakan, dan dilakukan terus-menerus untuk membangun dan menjaga adanya saling pengertian antarorganisasi dengan publiknya

b. PR merupakan fungsi manajemen yang mengevaluasi perilaku publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur organisasi dengan interes publik dan melaksanakan program tindakan (komunikasi) untuk mendapatkan pemahaman dan pengertian publik.

c. PR merupakan upaya dengan menggunakan informasi, persuasi, penyesuaian, untuk menghidupkan dukungan publik atas suatu kegiatan, atau suatu sebab.

- d. PR merupakan seni dari pengetahuan untuk mengembangkan saling pengertian dan niat baik di antara seseorang, perusahaan, atau institusi dan publiknya.
- e. PR praktik merupakan seni dan ilmu sosial untuk menganalisis kecendrungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensi mereka, menasehati para pimpinan organisasi, dan melaksanakan program yang di rencanakan dari tindakan-tindakan yang akan melayani baik organisasi maupun interes publik

A. Ruang Lingkup Humas

Pembahasan mengenai ruang lingkup humas memberikan pandangan kepada kita, bahwa pekerjaan humas saat ini sudah terspesialisasi. Setiap organisasi atau perusahaan tidak bisa di pisahkan dengan khalayaknya. Khalayak humas dapat di bagi menjadi khalayak internal, yaitu mereka yang terlibat dalam pekerjaan internal organisasi misalnya pegawai dan keluarga, serta khalayak eksternal, yaitu khalayak yang berada diluar organisasi misalnya masyarakat sekitar, konsumen, pemerhati lingkungan, dan lain sebagainya.

Ruang lingkup humas yang luas ini menyebabkan praktisi humas harus memiliki bidang kekhususan humas yang diminatinya. Dengan kata lain, kegiatan seperti membangun relasi, kepercayaan, dan kerjasama antara individu dan organisasi, serta dengan publik melalui strategi atau program komunikasi yang dialogis dan partisipatif. (Kriyantono:2015:2).

7. **Kehumasan Pemerintah**

Eksistensi humas sebagai salah satu lembaga/instansi pemerintah merupakan keharusan secara fungsional dan operasional. Humas dalam bidang pemerintahan sebagai organisasi/lembaga yang bersifat nonprofit, lebih banyak mengacu pada pembentukan dan pemeliharaan hubungan dengan anggota organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan dengannya. Sesuai dengan peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 30 tahun 2011 tentang Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi Pemerintah menjelaskan bahwa, Humas pemerintah adalah lembaga Humas dan/atau praktisi Humas pemerintah yang melakukan fungsi manajemen dalam bidang informasi dan komunikasi yang persuasif, efektif, dan efisien, untuk menciptakan hubungan yang harmonis dengan publiknya melalui berbagai sarana kehumasan dalam rangka menciptakan citra dan reputasi yang positif instansi pemerintah.

1. **Humas Sebagai Komunikator**

Setiap lembaga atau instansi tentu ingin berhasil mencapai tujuannya, keberhasilan tersebut tidak dapat dicapai hanya berdasarkan kemampuan yang ada pada lembaga itu saja. Disamping itu perlu adanya pengertian, penerimaan dan keikutsertaan publiknya. Yang dimaksud dengan publik adalah publik intern ataupun ekstern.

Adanya unit kehumasan pada setiap instansi pemerintah merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka penyebaran tentang aktivitas instansi tersebut

baik dalam maupun luar yaitu kepada masyarakat pada umumnya. Humas merupakan suatu alat untuk memperlancar jalannya interaksi serta penyebaran informasi melalui pers, radio, televisi dan media lainnya.

Singkatnya, humas sebagai komunikator mempunyai fungsi ganda yaitu : keluar, ia memberikan informasi kepada khalayak sesuai dengan kebijakan instansinya dan kedalam, ia wajib menyerap reaksi dari khalayak untuk kepentingan instansinya. (Widjaja:2010:63)

2. Tugas Kehumasan Pemerintah
 - a. Tugas strategis : Ikut serta dalam decision making process
 - b. Tugas taktis : Memberikan informasi
Memberikan motivasi
Menjalankan komunikasi timbal balik
Membuat citra yang baik

tugas taktis dapat disebut dengan singkat mengamankan kebijaksanaan pemerintah. Supaya dapat menjalankan tugas “taktis” secara baik, maka tugas “strategis” perlu dimiliki oleh humas. Tugas strategis ini penting, mengingat humas mempunyai fungsi sebagai juru bicara dan koordinator lalu lintas informasi dengan masyarakat. Dengan demikian humas akan selalu dapat mengetahui latar belakang dari pada suatu kebijaksanaan dan keputusan yang diambil.

Terbatasnya wewenang humas, hal ini bertalian erat dengan statusnya dan kedudukan humas dalam struktur organisasi pada masing masing instansi. Kekurangan humas dalam menjalankan fungsinya, ini dapat dicari sebabnya,

disamping terbatasnya wewenang yang diberikan masih belum memadainya letak humas pada struktur organisasi pemerintah dan juga termasuk kualifikasi pejabat humasnya itu sendiri. (Widjaja:2010:64)

3. Kemampuan Pejabat Humas

Melihat tugas tugas taktis dan strategi daripada humas, olehkarena itu kehadiran didalam organisasi/lembaga selayaknya berada langsung dibawah pimpinan atau sekurang kurangnya mempunyai hubungan kerja langsung dengan pimpinan. Sebaliknya, pejabat humas itu sendiri harus juga mempunyai kemampuan untuk menguasai segala permasalahan instansinya. Kemampuan yang dimaksud dapat digambarkan antara lain :

- a. Kemampuan mengamati dan menganalisis persoalan.
 - b. Kemampuan menarik perhatian.
 - c. Lemampuan mempengaruhi pendapat umum.
 - d. Kemampuan menjalin kerjasama dan saling percaya dan keakraban
- (Widjaja:2010:64)

4. Aparat Kehumasan Pemerintahan

Dalam rangka menunjang pelaksanaan tugas dan fungsi kehumasan, sebagai aparat kehumasan pemerintah, maka berbagai kegiatan yang perlu diperhatikan antara lain :

- a. Membina pengertian pada khalayak/publik terhadap kebijaksanaan pimpinan, baik kepada khalayak intern maupun khalayak ekstern.

Pembinaan pengertian kepada khalayak termasuk pemberian dan pelayanan informasi.

- b. Menyelenggarakan dokumentasi kegiatan-kegiatan pokok instansi pemerintah, terutama yang menyangkut publikasi.
- c. Memonitor dan mengevaluasi tanggapan dan pendapat masyarakat.
- d. Mengumpulkan data dan informasi yang datang dari berbagai sumber
- e. Bentuk produk humas yang dihasilkan seperti majalah, buletin, *press release*, poster, folder, pamflet, selebaran dan lain-lain.
(Widjaja:2010:65)

8. Pengertian Transportasi (Sepeda Motor)

Transportasi dapat diartikan sebagai usaha memindahkan, menggerakkan, mengangkut, atau mengalihkan suatu objek dari suatu tempat ke tempat lain, dimana di tempat lain ini objek tersebut lebih bermanfaat atau dapat berguna untuk tujuan-tujuan tertentu. Karena dalam pengertian diatas terdapat kata-kata usaha, berarti transportasi juga merupakan sebuah, yakni proses pindah, proses gerak, proses mengangkut dan mengalihkan dimana proses ini tidak bisa di lepas dari keperluan alat pendukung seperti mobil, sepeda motor, untuk menjamin lancarnya proses perpindahan sesuai dengan waktu yang diinginkan. Menurut Undang-undang Republik Indonesia No.22 Tahun 2009 tentang lalu lintas dan angkutan jalan, sepeda motor adalah kendaraan bermotor beroda dua dengan atau tanpa rumah-rumah dan dengan atau tanpa kereta samping. Alat pendukung apa yang di

pakai untuk melakukan proses pindah, gerak, angkut dan alih ini, bisa bervariasi, tergantung pada : (Miro:2004:5)

1. Bentuk objek yang akan dipindahkan tersebut.
2. Jarak antara suatu tempat dengan tempat yang lain.
3. Maksud objek yang akan di pindahkan tersebut.

Dalam ilmu transportasi, alat pendukung ini diistilahkan dengan sistem transportasi yang didalamnya mencakup berbagai unsur (subsistem) berikut :

- a. Ruang untuk bergerak (jalan).
- b. Tempat awal/akhir pergerakan (terminal).
- c. Yang bergerak (alat angkut/kendaraan dalam bentuk apapun).
- d. Pengelolaan (yang mengkoordinasikan ketiga unsur sebelumnya).

B. Definisi Operasional

a. Pengertian Hubungan Masyarakat (HUMAS)

Humas merupakan suatu istilah yang di berikan kepada seseorang dalam suatu instansi atau kelompok, dimana ia bertugas sebagai penyebar informasi dan juga sebagai penyambung komunikasi dari pihak satu dengan pihak lain. Selain memiliki fungsi sebagai penyambung informasi Humas juga berperan serta dalam membangun hubungan yang baik antara kelompok satu dengan kelompok yang lain, Humas harus mampu memilah-milih mana yang di perlukan, mana yang tidak di perlukan dalam penyampaian pesan dan senantiasa memastikan organisasi tersebut di mengerti oleh pihak-pihak yang yang turut berkepentingan.

b. Pengertian Sosialisasi

Sosialisasi adalah upaya yang dilakukan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat luas dimana cara melakukannya dengan berbagai cara dan tempat seperti di sekolah, di tempat umum, di pedesaan, di dalam ruangan (aula, auditorium, gedung-gedung tertentu). Yang dimana tujuan sosialisasi ini untuk memberikan pemahaman lebih dalam kepada masyarakat terkait pesan yang disampaikan, karena pihak penyampai pesan turun langsung dalam menyampaikan informasi kepada publik. Sosialisasi merupakan suatu upaya yang di anggap lebih efektif dalam menyampaikan pesan dari pada menggunakan media massa sebagai penyalur pesan.

c. Pengertian Transportasi (sepeda motor)

Sepeda motor adalah alat transportasi kendaraan beroda dua yang biasa digunakan masyarakat untuk melakukan aktifitas bepergian sehari-hari.

d. Pengertian Fly Over

fly over adalah jembatan penghubung alternatif untuk menghindari kemacetan yang biasanya jembatan fly over di bangun khusus di ibukota besar.

e. Dinas Perhubungan

Dinas Perhubungan adalah dinas yang bertugas dalam memanajemen rekayasa lalu lintas (MRL), mulai dari teknik sarana dan prasarana angkutan hingga keselamatan pengamanan segala jenis transportasi dan mengatur bagaimana manajemen rekayasa lalu lintas baik di darat, laut, dan udara.

C. Penelitian Terdahulu

(Tabel 1.1. Penelitian Terdahulu)

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian
1.	Agung Dwi Prabowo Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Akutansi Universitas Sam Ratulangi Manado	Efektivitas Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pelaporan SPT Tahunan Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Kantor Pelayanan, Penyuluhan, Dan Konsultasi Perpajakan (KP2KP) Tondano	Kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh pihak KP2KP Tondano antara lain melakukan penyuluhan, Dialog Interaktif, Advertorial pada media cetak/reklame.
2.	Syarifah Aini Eka Putri Universitas Islam Riau 2015	Peranan Humas Dalam Mensosialisasikan Surat Edaran Gubernur Riau Nomor 800/UM/01.20 Tahun 2014 Tentang Seragam PNS Pada Badan Perpustakaan Arsip Dan Dokumentasi Provinsi Riau.	Peranan Humas dalam mensosialisasikan dalam penelitian ini cukup penting Humas Badan Perpustakaan Arsip dan Dokumentasi Provinsi Riau ini melakukan perannya dengan cara memberi ceramah, mengumpulkan seluruh PNS di ruangan bedah buku lantai 3 untuk di berikan pengarahan oleh Kepala Badan atau pihak Humas yang mewakili, memfotocopy surat edaran Gubernur Riau, lalu membagikan pada setiap bidang
3.	Yulanda Atika STIE MDP	Analisis Sosialisasi Perpajakan pada Wajib Pajak dalam upaya Peningkatan Penerimaan Perpajakan Pada KPP Madya Palembang	Pelaksanaan Sosialisasi pajak pada Kantor pelayanan pajak Madya Palembang belum berjalan secara efektif dikarenakan tidak adanya aturan yang mengikat dan juga domisili wajib pajak yang berada diluar daerah kurang melaporkan SPT ke KPP madya dikarenakan bagi wajib pajak yang berada di luar Palembang dan pemberitaan negatif tentang pegawai pajak

1. Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang

a. Persamaan dan perbedaan

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sebelumnya ini adalah sama-sama meneliti mengenai analisis

sosialisasi instansi pemerintahan. Penelitian ini juga memiliki perbedaan yaitu penelitian sebelumnya membahas fokus hanya pada analisis sosialisasi dari Perpajakan saja, sementara penelitian saat ini berfokus pada analisis sosialisasi dalam 1 bidang tertentu yaitu bidang darat Dinas Perhubungan Provinsi Riau.

2. Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang
 - a. Persamaan dan perbedaan

Dalam penelitian terdahulu terlihat sangat jelas dari judul dimana sama-sama melakukan peranan humas dalam mensosialisasikan suatu informasi di instansi pemerintahan. Sementara perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian saat ini ialah terletak pada tujuan sosialisasinya, dalam penelitian sebelumnya tujuan sosialisasi dari humas nya ialah kepada staf/pegawai pemerintahan yang bekerja di badan perpustakaan arsip dan dokumentasi Provinsi Riau. Sementara dalam penelitian ini peranan humas dalam mensosialisasikan kebijakan di tujukan kepada masyarakat.

3. Persamaan dan Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang
 - a. Persamaan dan Perbedaan

Dalam penelitian terdahulu persamaannya ialah sama-sama menganalisis tentang sosialisasi, perbedaannya penelitian saat ini terfokus pada bentuk sosialisasinya sedangkan penelitian terdahulu yang di lakukan lebih berfokus pada bagaimana respon masyarakat

terhadap pihak dari kantor pajak dalam melayani wajib pajak dalam membayar pajak, dari hasil penelitian terdahulu ini, masih banyak warga yang menilai negatif tentang pegawai pajak sehingga ini menjadi penghambat pihak KPP dalam menjalankan sosialisasi.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau