

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Bab II berisi landasan teori yang digunakan sebagai landasan pengembangan teoritis. Penjelasan mengenai tinjauan pustaka diawali dengan definisi Hubungan Masyarakat, Karakteristik Hubungan Masyarakat, Ciri Hubungan Masyarakat, Hubungan Masyarakat dalam Organisasi, Hubungan Masyarakat sebagai suatu profesi. Selanjutnya setelah itu akan dijelaskan mengenai teori yang dipergunakan dalam penelitian ini.

DEFINISI PUBLIC RELATIONS/HUBUNGAN MASYARAKAT

Definisi Public Relations atau Hubungan Masyarakat jumlahnya sangat banyak tapi dalam beberapa hal memiliki kesamaan satu dsama lain. Diantara definisi yang sangat banyak itu peneliti mengambil beberapa definisi :

J.C Seidel *Public Relations Director, Division of Housing State of New York* dalam Abdurrachman (1990) mengatakan : *Public Relations is continuing process by which management emdeavors to obtain goodwill and understanding of its customersits employees and the public at large, inwardly through self analysis and correccion, outwardly through all means of expression* (Public Relations adalah proses yang kontinu dari usaha-usaha managemen untuk mempeoleh itikad baik dan pengertian dari para langganannya, pegawainya dan public umumnya, kedalam dengan mengadakan analisa dan perbaikan-perbaikan terhadap diri sendiri, keluar dengan mengadakan pernyataan-pernyataan.

Howard Bonham, *Vice Chairman, American National Red Cross* dalam Abrurrachman (1990) menyatakan : *Public Relations is the art of bringing about better public understanding which breeds greater public confidence for any individual or*

organization (Public Relations adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian public yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan public terhadap seseorang atau suatu organisasi)

KARAKTERISTIK HUBUNGAN MASYARAKAT

Menurut Kusumastuti (2002) karakteristik Hubungan Masyarakat yaitu :

- a. Adanya upaya komunikasi yang bersifat dua arah

Praktek komunikasi timbale balik dalam kehumasan dapat berlangsung secara langsung atau bersifat tertunda (*delayed*). Upaya-upaya yang dapat dilakukan agar terjalin komunikasi secara dua arah misalnya dengan menyediakan sarana/media komunikasi.

- b. Sifatnya yang terencana

Humas adalah suatu kerja manajemen atau fungsi manajemen. Oleh karena itu, kerja humas haruslah menerapkan prinsip-prinsip manajemen agar hasil kerjanya dapat terukur. Sifat kerja humas yang terencana akhirnya mengandung pengertian bahwa aktivitas humas merupakan kerja/aktivitas yang berkesinambungan, memiliki metode, terintegrasi dengan bagian lain dan hasilnya nyata (dapat terlihat).

- c. Berorientasi pada Organisasi/Lembaga

Syarat mutlak dalam kerja humas adalah pemahaman yang tinggi terhadap visi, misi dan budaya organisasi/lembaga.

d.Sasarannya adalah Publik

Sasaran Humas adalah public yaitu suatu kelompok dalam masyarakat yang memiliki karakteristik kepentingan yang sama. Sasaran Humas bukan perorangan. Dalam prakteknya public ini dikelompokkan menjadi dua yaitu public internal dan eksternal

CIRI-CIRI HUBUNGAN MASYARAKAT

Menurut Effendy (1999) berfungsi atau tidaknya humas dalam sebuah organisasi dapat diketahui dari ada tidaknya kegiatan yang menunjukkan ciri-cirinya. Ciri-ciri tersebut secara eksplisit yakni :

1. Humas adalah kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi yang berlangsung dua arah secara timbal balik.
2. Humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh manajemen suatu organisasi
3. Publik yang menjadi sasaran kegiatan humas adalah public eksternal dan internal
4. Operasionalisasi humas adalah membina hubungan yang harmonis antara organisasi dan public dan mencegah terjadinya rintangan psikologi baik yang timbul dari pihak organisasi atau publik.

HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM ORGANISASI

Menurut Tondowijodjo (2002) kedudukan humas dalam organisasi dan kewenangan petugasnya tidak selalu dapat dinyatakan dengan tegas. Bila humas diakui sebagai bagian jajaran kebijaksanaan pimpinan maka humas harus berada langsung dibawah pimpinan. Humas harus mampu menyampaikan kebijaksanaan pimpinan, sehingga ia harus langsung berada dipihak yang berhubungan dengan pimpinan dan seluruh jajaran manajemen.

Dalam organisasi yang besar seperti ini dapat timbul ketegangan dan salah faham dilingkup jajaran manajemen, karena humas seringkali mendapat informasi dan pemahaman yang lebih lengkap dan menyeluruh dalam jajaran organisasinya. Sedangkan dalam organisasi yang kecil, tugas humas dilaksanakan oleh pimpinan sendiri.

HUBUNGAN MASYARAKAT SEBAGAI SEBUAH PROFESI

Menurut Kusumastuti (2002), Humas merupakan sebuah profesi seperti profesi lainnya seperti dokter, wartawan, manager, dan sebagainya. Sebagai profesi humas dianalogikan dengan keterampilan berkomunikasi, keterampilan tampil diri, keterampilan menulis dan keterampilan untuk menjalin hubungan dengan pihak manapun.

Sebagai sebuah profesi harus terpenuhinya syarat-syarat professional, antara lain : adanya body of knowledge, standar etik (etika profesi) yang baku dan pengontrolannya oleh badan/organisasi profesi dan adanya control acces bagi orang-orang yang akan memasuki profesi ini.

TEORI YANG DIPERGUNAKAN

MODEL LASWELL (LASSWELL'S MODELS)

Laswells menyatakan bahwa cara terbaik untuk menerangkan proses komunikasi adalah menerangkan pertanyaan *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect* (Siapa Mengatakan Apa Melalui Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Efek Apa).

Jawaban bagi pertanyaan paradigmatic (paradigmatic question) lasswells ini merupakan unsure-unsur proses komunikasi, yaitu Communicator (komunikator), Message (Pesan), Media (Media), Receiver (Komunikan/Penerima) dan Effect (Efek).

Hubungan Antara Model yang dipergunakan dengan penelitian yang dilakukan adalah disini Petugas Hubungan Masyarakat di Pemerintahan Daerah Provinsi Riau

bertindak sebagai Komunikator yang senantiasa mengirim pesan-pesan, informasi melalui media yang dipergunakan kepada penerima yang dalam hal ini adalah public sasaran dengan mengharapkan mendapatkan efek yaitu citra yang positif.