**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang Masalah**

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya, komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik badan, menunjukkan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu. Cara seperti ini disebut komunikasi nonverbal. Komunikasi atau *communicaton* berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti 'sama' *Communico*, *communicatio* atau *communicare* yang berarti membuat sama (*make to common*).Secara sederhana komuniikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampaian pesan dan orang yang menerima pesan. Oleh sebab itu, komunikasi bergantung pada kemampuan kita untuk dapat memahami satu dengan yang lainnya (*communication depends on our ability to understand one another*).

Pada awalnya, komunikasi digunakan untuk mengungkapkan kebutuhan organis, sinyal kimiawi pada [organisme](http://id.wikipedia.org/wiki/Organisme" \o "Organisme) awal digunakan untuk [reproduksi](http://id.wikipedia.org/wiki/Reproduksi" \o "Reproduksi). Seiring dengan evolusi kehidupan, maka sinyal-sinyal kimiawi [primitif](http://id.wikipedia.org/wiki/Primitif) yang digunakan dalam berkomunikasi juga ikut berevolusi dan membuka peluang terjadinya perilaku yang lebih rumit.

[Manusia](http://id.wikipedia.org/wiki/Manusia" \o "Manusia) berkomunikasi untuk membagi [pengetahuan](http://id.wikipedia.org/wiki/Pengetahuan" \o "Pengetahuan) dan [pengalaman](http://id.wikipedia.org/wiki/Pengalaman" \o "Pengalaman) Bentuk umum komunikasi manusia termasuk bahasa sinyal, bicara, [tulisan](http://id.wikipedia.org/wiki/Tulisan" \o "Tulisan), gerakan, dan penyiaranKomunikasi dapat berupa [interaktif](http://id.wikipedia.org/wiki/Interaksi" \o "Interaksi), komunikasi transaktif, komunikasi bertujuan, atau komunikasi tak bertujuan Melalui komunikasi, sikap dan perasaan seseorang atau sekelompok [orang](http://id.wikipedia.org/wiki/Orang" \o "Orang) dapat dipahami oleh pihak lain.Akan tetapi, komunikasi hanya akan efektif apabila pesan yang disampaikan dapat ditafsirkan sama oleh penerima pesan tersebut.

Komunikasi sudah dipelajari sejak lama dan termasuk “barang antik”, topik ini menjadi penting khususnya pada abad 20 karena pertumbuhan komunikasi digambarkan sebagai “penemuan yang revolusioner”, hal ini dikarenakan peningkatan teknologi komunikasi yang pesat seperti Radio, Televisi, Telepon, Satelit dan jaringan komputer seiring dengan industrialisasi bidang usaha yang besar dan politik yang mendunia. Komunikasi dalam tingkat akademi mungkin telah memiliki departemen sendiri dimana komunikasi dibagi-bagi menjadi komunikasi masa, komunikasi bagi pembawa acara, humas dan lainnya, namun subyeknya akan tetap. Pekerjaan dalam komunikasi mencerminkan keberagaman komunikasi itu sendiri.

Komunikasi ini akan diterapkan didalam kinerja seorang *Public Relation* , yang dimana *Public Relation* / Humas menciptakan pengertian publik yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu/ organisasi.

*Public Relation*  adalah fungsi manajemen dari ciri yang terencana dan berkelanjutan melalui organisasi dan lembaga swasta atau publik *(public)* untuk memperoleh pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang terkait atau mungkin ada hubungannya dengan penelitian *opini public* di antara mereka. Sebagai sebuah profesi seorang Humas bertanggung jawab untuk memberikan [informasi](http://id.wikipedia.org/wiki/Informasi" \o "Informasi), mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan [masyarakat](http://id.wikipedia.org/wiki/Masyarakat" \o "Masyarakat) akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi.

Seorang humas selanjutnya diharapkan untuk membuat program-program dalam mengambil tindakan secara sengaja dan terencana dalam upaya-upayanya mempertahankan, menciptakan, dan memelihara [pengertian bersama](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Pengertian_bersama&action=edit&redlink=1" \o "Pengertian bersama (halaman belum tersedia)) antara [organisasi](http://id.wikipedia.org/wiki/Organisasi) dan masyarakatnya.

Posisi humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh suatu manajemen organisasi. Sasaran humas adalah publik internal dan eksternal, dimana secara operasional humas bertugas membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya dan mencegah timbulnya rintangan psikologis yang mungkin terjadi di antara keduanya.

Sosialisasi Seorang *Public relation*/Humas dituntut untuk bisa bersosialisasi yang dimana Sosialisasi ( *social)* adalah sebuah proses penanaman atau transfer kebiasaan atau [nilai](http://id.wikipedia.org/wiki/Nilai_sosial" \o "Nilai sosial) dan aturan dari satu generasi ke generasi lainnya dalam sebuah [kelompok](http://id.wikipedia.org/wiki/Kelompok" \o "Kelompok) atau [masyarakat](http://id.wikipedia.org/wiki/Masyarakat" \o "Masyarakat). Sejumlah [sosiolog](http://id.wikipedia.org/wiki/Sosiolog" \o "Sosiolog) menyebut sosialisasi sebagai teori mengenai [peranan](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Peran_sosial&action=edit&redlink=1" \o "Peran sosial (page does not exist)) (*role theory*). Karena dalam proses sosialisasi diajarkan peran-peran yang harus dijalankan oleh individu.

Berdasarkan jenisnya, sosialisasi dibagi menjadi dua: sosialisasi primer (dalam keluarga) dan sosialisasi sekunder (dalam masyarakat). kedua proses tersebut berlangsung dalam institusi total, yaitu tempat tinggal dan tempat bekerja. Dalam kedua institusi tersebut, terdapat sejumlah individu dalam situasi yang sama, terpisah dari masyarakat luas dalam jangka waktu kurun tertentu, bersama-sama menjalani hidup yang terkukung, dan diatur secara formal.

1. Sosialisasi primer

Sosialisasi primer adalah sosialisasi pertama yang dijalani individu semasa kecil dengan belajar menjadi anggota masyarakat (keluarga). Sosialisasi primer berlangsung saat anak berusia 1-5 tahun atau saat anak belum masuk ke [sekolah](http://id.wikipedia.org/wiki/Sekolah" \o "Sekolah). Anak mulai mengenal anggota [keluarga](http://id.wikipedia.org/wiki/Keluarga" \o "Keluarga) dan lingkungan keluarga. Secara bertahap dia mulai mampu membedakan dirinya dengan orang lain di sekitar keluarganya.

Dalam tahap ini, peran orang-orang yang terdekat dengan anak menjadi sangat penting sebab seorang anak melakukan pola [interaksi](http://id.wikipedia.org/wiki/Interaksi_sosial" \o "Interaksi sosial) secara terbatas di dalamnya. [Warna kepribadian](http://id.wikipedia.org/wiki/Kepribadian" \o "Kepribadian) anak akan sangat ditentukan oleh warna kepribadian dan interaksi yang terjadi antara anak dengan anggota keluarga terdekatnya.

1. Sosialisasi sekunder

Sosialisasi sekunder adalah suatu proses sosialisasi lanjutan setelah sosialisasi primer yang memperkenalkan individu ke dalam kelompok tertentu dalam [masyarakat](http://id.wikipedia.org/wiki/Masyarakat" \o "Masyarakat). Salah satu bentuknya adalah *resosialisasi* dan *desosialisasi*. Dalam proses resosialisasi, seseorang diberi suatu identitas diri yang baru. Sedangkan dalam proses desosialisasi, seseorang mengalami 'pencabutan' identitas diri yang lama.

Setiap kelompok [masyarakat](http://id.wikipedia.org/wiki/Masyarakat" \o "Masyarakat) mempunyai standar dan [nilai](http://id.wikipedia.org/wiki/Nilai_sosial" \o "Nilai sosial) yang berbeda. contoh, standar 'apakah seseorang itu baik atau tidak. Perbedaan standar dan nilai pun tidak terlepas dari tipe sosialisasi yang ada. Ada dua tipe sosialisasi. Kedua tipe sosialisasi tersebut adalah sebagai berikut.

1. Formal

Sosialisasi tipe ini terjadi melalui lembaga-lembaga yang berwenang menurut ketentuan yang berlaku dalam negara.

1. Informal

Sosialisasi tipe ini terdapat di masyarakat atau dalam pergaulan yang bersifat kelompok-kelompok sosial yang ada di dalam masyarakat.Baik sosialisasi formal maupun sosialisasi informal tetap mengarah dan sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku di lingkungannya. Meskipun proses sosialisasi dipisahkan secara formal dan informal, namun hasilnya sangat sulit untuk dipisah-pisahkan karena individu biasanya mendapat sosialisasi formal dan informal sekaligus.

Latar belakang masalah yang peneliti angkat disini adalah masalah yang yang ada di Kabupaten Bandung Barat yang dimana ini menjadi Tugas *Public Relation*/Humas Dewan Perwakilan Rakyat daerah Bandung Barat yang menyelesaikan permasalahan di Bandung Barat dengan cara ***“Mensosialisasikan Program kerja Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Dalam Meningkatkan Informasi Masyarakat Bandung Barat*** , masalah di Kabupaten Bandung Barat dan penyebabnya diantaranya :

1. Permasalahan

Permasalahan yang dihadapi Kabupaten Bandung Barat antara lain kemiskinan, penataan ruang dan lingkungan hidup, pertumbuhan dan pemerataan pembangunan, terbatasnya kesempatan kerja, mitigasi bencana serta kesenjangan sosial, serta kurangnya informasi masyarakat tentang fungsi program kerja DPRD kabupaten Bandung Barat.

1. Penyebab Masalah

Semakin bertambahnya penduduk di bandung barat tentunya masalah yang timbul dijawa barat sangat kompleks menanggapi hal ini semakin besar pula tanggung jawab DPRD Bandung Barat sebagai perwakilan rakyat Kabupaten Bandung Barat.

* 1. **Identifikasi Masalah**

1. Bagaimana DPRD Bandung Barat dalam mensosialisasikan program kerja kepada masyarakat Kabupaten Bandung Barat?
2. Bagaimana hambatan – hambatan yang dihadapi DPRD Bandung Barat dalam mensosialisasikan program kerja kepada masyarakat Kabupaten Bandung Barat?
3. Usaha – usaha apa yang telah dilakukan oleh DPRD Bandung Barat dalam mensosialisasikan program kerja kepada masyarakat Kabupaten Bandung Barat?
   1. **Tujuan Penelitian**
4. Untuk mengetahui tentang DPRD Bandung Barat dalam mensosialisasikan program kerja kepada masyarakat Kabupaten Bandung Barat.
5. Untuk mengetahui hambatan – hambatan DPRD Bandung Barat masyarakat Kabupaten Bandung Barat.
6. Untuk mengetahui usaha – usaha yang dilakukan oleh DPRD Jawa Barat dalam mensosialisasikan program kerja kepada masyarakat Kabupaten Bandung Barat .

**1.4. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian dapat diklasifikasikan menjadi manfaat teoritis dan manfaat praktis. Manfaat teoritis bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan obyek penelitian. Manfaat praktis bermanfaat bagi berbagai pihak yang memerlukannya untuk memperbaiki kinerja seperti Humas dan DPRD provinsi jawa Barat.

**1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pengembangan ilmu komunikasi yang berkaitan dengan peran dan fungsi Humas pada lembaga pelayanan masyarakat.

**1.4.2. Kegunaan Praktis**

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi lembaga pelayanan masyarakat, yang berkaitan dengan langkah yang diambil Humas dalam mencapai sasaran yang lebih baik dalam hubungannya dengan masyarakat luas.

* 1. **Kerangka Pemikiran**

Hubungan Humas dengan masyarakat Kabupaten Bandung Barat erat kaitannya yang dimana bukan hanya di Kabupaten Bandung Barat saja melainkan disemua wilayah yang menjadi bagian Bandung Barat .

Tujuan pokok dari Humas ini sendiri adalah menjadikan Masyarakat Kabupaten Bandung Barat yang Mandiri, Dinamis dan Sejahtera, jadi jelas bukan semata - mata untuk kepentingan orang Humas atau DPRD Jawa Barat tapi untuk seluruh masyarakat Kabupaten Bandung Barat dan untuk menyikapi perubahan paradigma dan kondisi yang akan dihadapi pada masa yang akan datang, diharapkan Kabupaten Bandung Barat dapat lebih berperan dalam perubahan yang terjadi di lingkup nasional, regional, maupun global.

Cara mensosialisasikan kinerja Humas yaitu peningkatan kompetensi segenap sumber daya yang terdapat di Kabupaten Bandung Barat dalam segala bidang, guna menyiapkan kemandirian masyarakat Kabupaten Bandung Barat. Hal tersebut akan dicapai dengan menciptakan aktivitas ekonomi yang efektif dan efisien, menekankan upaya penguatan suprastruktur pelayanan kesehatan dan pendidikan, melanjutkan pembangunan infrastruktur wilayah, memantapkan revitalisasi infrastruktur yang telah ada, meningkatkan kualitas lingkungan, meningkatkan kinerja pemerintahan daerah, menyusun perencanaan yang cerdas dan mampu menjawab masalah serta mengantisipasi peluang dan tantangan yang muncul secara cermat dan cerdas. Menurut Frank Jefkinsdalam bukunya*Public Relations* edisi kelima yang diterjemahkan oleh Daniel Yadin, menjelaskan makna sesungguhnya dari PR:

**PR senantiasa berkenaan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui pengetahuan, dan melalui kegiatan-kegiatan tersebut diharapkan akan muncul perubahan yang berdampak. (Public Relation, (1992:20)**

Membina hubungan merupakan bagian dari fungsi Humas khususnya sebagai pendukung untuk kepentingan bersama dan demi menjadikan masyarakat jawa barat yang dinamis, mandiri dan sejahtera.

Selanjutnya jefkins mengemukakan tentang fungsi humas adalah sebagai berikut : **1) sosialisasi.,2)pencitraan.,3)problemsolver (1992:46)**

Untuk itu sosialisasi ini dilakukan oleh Humas DPRD Jawa Barat yang dimana ingin menjadikan masyarakat Jawa Barat ini lebih maju yang dimana tugas Humas DPRD inipun mencakup semua sisi sosialisasi.

Seorang *public Relation* juga harus bisa melakukan pencitraan *( image*) menurut,

**Frank Jefkins** (2002) tentang pencitraan citra yang dikemukakannya, yakni:

1**. *Mirror Image* (Citra Bayangan). Citra ini melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi – biasanya adalah pemimpinnya – mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya. Dalam kalimat lain, citra bayangan adalah citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar, terhadap organisasinya. Citra ini seringkali tidak tepat, bahkan hanya sekedar ilusi, sebagai akibat dari tidak memadainya informasi, pengetahuan ataupun pemahaman yang dimiliki oleh kalangan dalam organisasi itu mengenai pendapat atau pandangan pihak-pihak luar. Dalam situasi yang biasa, sering muncul fantasi semua orang menyukai kita.**

Selain itu *Public Relation* harus menjadi seorang *Problem Solver* yang dimana menjalankan peran ini bekerja bersama-sama dengan para manajer untuk memecahkan masalah.

Menurut **Frank Jefkins** mendefinisikan tentang problem solver :

**Dari sekian banyak hal yang menjadi tujuan kegiatan *Public Relation*, *Public Relation* harus bisa menahan dan memperbaiki *crisis*** **.(1992:67)**

Praktisi *Public Relation* menjadi bagian dari tim strategis. Hal ini bisa terjadi bila praktisi *Public Relation* mampu mempergunakan manajemen dalam menyelesaikan masalah.

Yakni petugas humas melibatkan diri atau dilibatkan dalam setiap manajemen/krisis.Dia menjadi anggota tim bahkan bila tidak memungkinkan menjadi leader dalam penanganan krisis manajemen.

Problem solving adalah merupakan suatu keterampilan yang meliputi kemampuan untuk mencari informasi, menganalisa situasi, mengidentifikasi masalah dengan tujuan untuk menghasilkan alternatif tindakan, kemudian mempertimbangkan alternatif tersebut sehubungan dengan hasil yang dicapai dan pada akhirnya melaksanakan rencana dengan melakukan suatu tindakan yang tepat.

Seorang Humas harus bisa untuk melakukan sosialisasi yang dimana sosialisasi ini adalah salah satu tugas pokok seorang Humas yang dimana **Soerjono Soekanto** menyebutkan dalam bukunya **Sosiologi Suatu Pengantar** Sosialisasi adalah : **proses mengkomunikasikan kebudayaan kepada warga masyarakat yang baru.(1982:59)**

Selanjutnya **Soekanto** mengemukakan dimensi dari sosialisasi, sebagai berikut:

**1.Pesan ,** Adalah [**pemberitahuan**](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Pemberitahuan&action=edit&redlink=1)**,** [**kata**](http://id.wikipedia.org/wiki/Kata)**, atau [komunikasi](http://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi" \o "Komunikasi) baik [lisan](http://id.wikipedia.org/wiki/Lisan" \o "Lisan) maupun [tertulis](http://id.wikipedia.org/wiki/Tertulis" \o "Tertulis), yang dikirimkan dari satu [orang](http://id.wikipedia.org/wiki/Orang" \o "Orang) ke orang lain. Pesan menjadi inti dari setiap proses komunikasi yang terjalin.(1982:67)**

**2.*Response ,*** Adalah **Tanggapan,seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan.**

***Feedback ,*** adalah**Tanggapan dari penerimaan pesan atas isi pesan yang disampaikan.(1982 ,38)**

Untuk lebih jelasnya yang berkaitan dengan variabel – variabel yang akan diteliti penulis membuat bagan kerangka pmikiran sebagai berikut :

**Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pemikiran**

**RUMUSAN MASALAH**

“Fungsi Sosialisasi Program Kerja Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Dalam Meningkatkan Informasi Masyarakat Kabupaten Bandung Barat”

**Teori S-O-R**

***Organism***

***Response***

***Stimulus***

**Variabel Y**

**Informasi Masyarakat**

**Sub Variabel**

**1. Akurat**

**2. *Tepat Waktu***

**3. *Relevan***

**(Tugiman)**

**Variabel X**

**Sosialisasi**

**Sub Variabel**

1. ***Pesan***
2. ***Response***
3. ***Feedback***

**(Soerjono Soekanto)**

**Indikator**

1. kejelasan informasi

a. mudah dan cepat diperoleh

b. informasi tidak mengandung prasangka

2. Tepat Waktu

a. informasi yang disampaikan tidak terlambat

3.Relevan

a. mempunyai manfaat

**Indikator**

1. **sosialisasi**
2. **perkumpulan massa**
3. **pengumuman**
4. **kegiatan/kerjasama**
5. ***pencitraan***
   1. **menaikkan rating perusahaan/lembaga**
6. ***problem solver***
7. **pemecahan masalah**
8. **Tujuan**
9. **Kepentingan bersama**

Sumber : Hasil modifikasi

Sumber: penulis dan pembimbing, 2016

**Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Bandung Barat Jl. Raya Tagog No. 545, Padalarang, bandung Barat, Jawa Barat.40553. Indonesia.

Phone : + 62 22 61342 448