

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Literatur

Literatur adalah bahan-bahan yang diterbitkan secara rutin ataupun berkala. Literatur sebagai dokumen apabila peneliti melakukan studi literatur dan ini banyak dilakukan dalam penelitian bahasa. Suatu literatur menjadi dokumen kajian dalam studi literatur karena memiliki kriteria yang relevan dengan fokus kajian. Yang dimaksud relevan ialah sesuatu sifat yang terdapat pada dokumen yang dapat membantu pengarang dalam memecahkan kebutuhan akan informasi. Dokumen dinilai relevan apabila dokumen tersebut mempunyai topik yang sama, atau berhubungan dengan subjek yang diteliti.

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

- a. Neng Lasmy Liesmaya, tahun 2013 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang, melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Pejabat Pengelola Informasi dan Data (PPID) Polda Banten Dalam Pelayanan Informasi Publik”. Metode yang digunakan yaitu metode kualitatif. Penelitian ini menganalisis strategi Pejabat Pengelola Informasi dan Data (PPID) Polda Banten dalam hal pelayanan informasi publik.

- b. Vivi Nur Elvia Margarita, Tahun 2017 Institut Agama Islam Negeri Surakarta, melakukan penelitian yang berjudul “Implementasi Kinerja Bagian Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Wonogiri Dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Publik”. Metode yang digunakan adalah Kualitatif Deskriptif. Penelitian ini menganalisis kinerja Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Wonogiri.

Tabel 2.1

Review Penelitian Sejenis

Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Perbedaan Penelitian
Neng Lasmy Liesmaya 2013	Strategi Pejabat Pengelola Informasi dan Data (PPID) Polda Banten Dalam Pelayanan Informasi Publik	Kualitatif	Penelitian ini menganalisis strategi Pejabat Pengelola Informasi dan Data (PPID) Polda Banten Dalam Pelayanan Informasi Publik
Vivi Nur Elvia Margarita 2017	Implementasi Kinerja Bagian Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Wonogiri Dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Publik	Kualitatif	Penelitian ini Menganalisis kinerja Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Wonogiri

Modifikasi Peneliti (2019)

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Konsep Humas

2.2.1.1 Pengertian Humas

Pada dasarnya *Public Relations* atau disebut juga Humas merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, perusahaan bahkan pemerintahan. Perannya sebagai wahana komunikasi ke dalam dan ke luar. Kebutuhan dan kehadirannya tidak bias dicegah, karena Humas merupakan salah satu elemen yang menentukan kelangsungan suatu organisasi secara positif.

Batasan pengertian Humas, menurut para ahli sampai saat ini belum ada satu kesepakatan secara tegas, ini disebabkan karena pertama, banyaknya definisi Humas yang satu sama lain saling berbeda pendapat tentang Humas yang telah dirumuskan oleh para pakar atau ahli, maupun profesional Humas yang satu sama lain saling berbeda pendapat tentang Humas. Kedua, terjadi perbedaan batasan pengertian tentang Humas diakibatkan karena adanya latar belakang yang berbeda, misalnya definisi yang dilontarkan oleh kalangan akademis akan lain dengan apa yang diungkapkan oleh kalangan praktisi Humas. Ketiga, sesuatu yang menunjukkan baik secara teoritis maupun praktisi bahwa kegiatan Humas itu bersifat dinamis dan fleksibel terhadap perkembangan dinamika masyarakat serta mengikuti kemajuan zaman. Mungkin tidak ada bidang ilmu lain yang sulit didefinisikan seperti Humas. Semua orang percaya bahwa definisi dari Humas bisa saja berbedabeda arti bagi masing-masing pihak. Ada yang melihatnya dari segi komunikasi, publikasi, manajemen, pemasaran, atau periklanan, begitu kompleksnya.

Keberadaan suatu organisasi sangat tergantung pada hubungan yang baik dengan orang-orang yang menjadi publiknya yang memiliki pengaruh terhadap kelancaran kegiatan organisasi. Oleh karena itu, *public relations* akan senantiasa dibutuhkan sebagai upaya membina hubungan baik antara organisasi dengan publiknya. IPRA (*The International Public Relations Assosiations*) memberikan definisi *Public relations* yang dikutip oleh **Onong Uchjana Effendy** bahwa:

“public relations adalah seni dan ilmu pengetahuan sosial yang dapat dipergunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, menasehati para pemimpin organisasi, dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik untuk kepentingan organisasi maupun kepentingan publik atau umum.” (1989:21)

Definisi dari *public relations* Menurut **Rosady Ruslan**, dalam bukunya **Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi**, ada beberapa hal yang menyebabkan hal tersebut:

“Pertama, beragamnya definisi public relations didasari perbedaan sudut pandang mereka terhadap pengertian dari public relations. Kedua, perbedaan latar belakang, misalkan definisi yang dilontarkan oleh akademisi di perguruan tinggi tersebut akan lain bunyinya dengan apa yang diungkapkan oleh kalangan praktisi public relations. Ketiga, adanya indikasi baik teoritis maupun praktis bahwa kegiatan public relations atau kehumasan itu bersifat dinamis dan fleksibel terhadap perkembangan dinamika kehidupan masyarakat yang mengikuti kemajuan zaman, khususnya era globalisasi dan era millenium ketiga saat ini.” (2008:17).

Berdasarkan definisi tersebut, dapat dianalisis bahwa sebelumnya kegiatan *public relations* merupakan “suatu seni sekaligus ilmu”. Hal tersebut memberikan

pemahaman bahwa kegiatan *public relations* erat kaitanya dengan seni, dalam hal ini adalah komunikasi.

Artinya seorang praktisi *public relations* harus mampu dan menunjukkan seni berkomunikasi yang baik, dengan demikian dapat menjadi daya tarik bagi perusahaan atau lembaga tertentu dalam membentuk dan menjaga nama baik perusahaan maupun lembaga tersebut sesuai dengan *image* positif kepada publik, kepada perusahaan atau lembaga sesuai dengan yang diharapkan.

Cutlip dan **Center** dalam bukunya *Effective Public Relations* mengatakan bahwa definisi *public relations* adalah :

“Public relations adalah suatu usaha yang terencana untuk mempengaruhi pendapat dan kegiatan melalui pelaksanaan yang bertanggung jawab dalam masyarakat berdasarkan komunikasi dua arah yang saling memuaskan.” (2002:16)

2.2.1.2 Karakteristik Humas

Kusumastuti dalam bukunya **Dasar - Dasar Humas** mengatakan bahwa ada beberapa karakteristik humas yaitu :

1. Adanya Upaya Komunikasi yang Bersifat Dua Arah

Hakikat Humas adalah komunikasi. Namun, tidak semua komunikasi dapat dikatakan humas. Komunikasi yang menjadi ciri kehumasan adalah komunikasi dua arah yang sangat memungkinkan terjadinya arus informasi timbal balik. Komunikasi timbal balik dalam praktik kehumasan bukan berarti komunikasi yang harus bersifat langsung, melainkan bersifat tertunda (*delayed*). Oleh karena itu, setiap upaya yang memungkinkan terjadinya arus timbal balik dapat disebut sebagai komunikasi kehumasan. Upaya-upaya tersebut misalnya dengan menyediakan sarana atau media komunikasi seperti kotak surat, bulletin atau media internal (*IngGriya*), suatu forum atau pertemuan yang

diformat untuk terjadinya dialog semisal program orientasi bagi karyawan baru, rapat, pertemuan dan forum bebas.

2. Sifatnya yang Terencana

Humas adalah suatu kerja management atau fungsi management. Oleh karena itu, kerja humas haruslah menerapkan prinsip-prinsip management, supaya hasil kerjanya dapat diukur. Banyak kalangan berpendapat bahwa hasil kerja humas bersifat *intangible* (abstrak) sehingga orang sulit mempercayai bahwa humas bermanfaat bagi organisasi atau lembaganya, sebab tidak diketahui apa hasil kontribusinya. Anggapan ini muncul karena terdapat kesalahan dalam penerapan humas itu sendiri. Penerapan humas cenderung tidak terintegrasi dengan bagian yang lain, bahkan sering pula tidak terencana dengan baik berdasarkan kebutuhan dan kondisi yang sebenarnya (sesuai fakta). Humas dianggap mampu sebagai “tukang sihir” yang dapat seketika membuat hitam menjadi putih. Padahal humas tidak beda dengan fungsi manajemen yang lain, yang memerlukan *fact finding*, perencanaan, pengorganisasian, aksi dan evaluasi. Artinya aktivitas humas perlu direncanakan, dirumuskan tujuannya, dan ditentukan ukuran keberhasilannya.

3. Berorientasi pada Organisasi atau Lembaga

Syarat mutlak dalam kerja humas adalah pemahaman yang tinggi terhadap visi, misi, dan budaya organisasi atau lembaga. Visi, misi dan budaya organisasi atau lembaga inilah yang menjadi materi utama humas, sehingga dapat mencapai tujuan humas dan mendukung tujuan management lainnya.

4. Sasarannya adalah Publik.

Sasaran humas adalah publik, yakni suatu kelompok dalam masyarakat yang memiliki karakteristik kepentingan yang sama. Jadi, sasaran humas bukanlah individu perorangan. Hal itu perlu disampaikan sebab masih ada orang yang mengistilahkan PR sebagai *personal relations*. (2002:15-16).

Terjemahan *public relations* menjadi hubungan masyarakat juga harus dibedakan dengan pengertian masyarakat sebagai “*society*”. Cara yang mudah untuk membedakannya terletak pada adanya “*interest*” (Kusumastuti, 2002:16). Dalam praktiknya publik ini dikelompokkan menjadi dua, yakni

publik internal dan *publik eksternal*. *Publik internal* merupakan publik karyawan, yakni mereka yang bekerja dalam suatu organisasi atau lembaga dengan karakteristik kepentingan berupa kesejahteraan (penghasilan), promosi jabatan atau penghargaan publik berupa saham yang memiliki karakteristik kepentingan investasi yang aman, terjaganya asset, publik pengelola, yang memiliki kepentingan terhadap peningkatan kinerja organisasi atau lembaga.

Publik eksternal, masing-masing organisasi atau lembaga biasanya memiliki publik eksternal yang berbeda. Namun, pada prinsipnya publik ini berada di luar organisasi atau lembaga. Publik eksternal misalnya komunitas lokal (tetangga) yang memiliki karakteristik kepentingan, rasa aman, rasa bangga, keindahan dan kesehatan lingkungan, kesempatan kerja, penambahan penghasilan; publik pers yang memiliki kepentingan terhadap peristiwa-peristiwa yang memiliki nilai berita dan sumber-sumber berita; publik pemerintah yang memiliki kepentingan terhadap mitra pengelola sumber daya alam dan lingkungan, pemasukan pajak hingga penyerapan tenaga kerja.

Berdasarkan beberapa definisi public relations yang disampaikan oleh para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa *public relations* merupakan suatu kegiatan yang dilaksanakan oleh suatu organisasi atau lembaga dalam rangka mengorganisasikan dan mengkomunikasikan segala sesuatu guna mencapai saling pengertian dan menjalin hubungan baik antara organisasi dengan khalayak sasaran, sehingga tercipta suatu kondisi yang saling menguntungkan

2.2.1.3 Fungsi Humas

Fungsi utama kegiatan *public relations* adalah menumbuhkan dan mengembangkan antara organisasi dengan publiknya secara internal maupun eksternal, dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi, partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan perusahaan atau lembaga tertentu. Singkatnya dapat dikatakan bahwa fungsi *public relations* adalah memelihara, mengembang-tumbuhkan, mempertahankan adanya komunikasi timbal balik yang diperlukan dalam menangani, mengatasi masalah yang muncul, atau meminimalkan munculnya masalah.

Fungsi Humas menurut **Scott M. Cutlip** dan **Allen Center** dalam bukunya *Effective Public Relations*, memberikan penjelasan sebagai berikut:

1. Memudahkan dan menjamin arus opini yang bersifat mewakili dari publik-publik suatu organisasi, sehingga kebijaksanaan beserta operasionalisasi organisasi dapat dipelihara keserasiannya dengan ragam kebutuhan dan pandangan publik-publik tersebut
2. Menasehati manajemen mengenai jalan dan cara menyusun kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi untuk dapat diterima secara maksimal oleh publik
3. Merencanakan dan melaksanakan program-program yang dapat menimbulkan penafsiran yang menyenangkan terhadap kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi. (1982).

Fungsi *public relations* menurut **Effendy** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi**

Teori dan Praktek, menerangkan tentang fungsi *public relations* yaitu :

1. Mengetahui secara pasti dan mengevaluasi pendapat umum yang berkaitan dengan organisasi.
2. Menasehati para eksekutif mengenai cara-cara menangani pendapat umum yang timbul.

3. Menggunakan komunikasi untuk mempengaruhi pendapat umum (1999:134-135).

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa fungsi *public relations* adalah memberikan penerangan kepada masyarakat dengan melakukan berbagai upaya untuk membina hubungan baik dengan publik dan menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik, mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari organisasi ke publiknya atau sebaliknya demi mewujudkan citra positif bagi organisasi. Jadi jiwa seseorang *public relations* haruslah jiwa orang-orang yang dapat berpikir kritis dalam menghadapi permasalahan yang muncul di dalam perusahaan atau lembaga tertentu. Seorang *public relations* harus dapat menyelesaikan permasalahan secepat mungkin tanpa adanya pemberitaan yang kontroversial di kalangan umum.

Seorang *public relations* haruslah memiliki sifat kejujuran yang tinggi dalam melaksanakan tugasnya dan tidak sembarangan memberitakan suatu keadaan internal perusahaan atau lembaga tertentu, sebab di lain pihak perusahaan atau lembaga tersebut haruslah dapat dimengerti oleh masyarakat dan perlu citra positif yang harus melekat pada diri masyarakat.

2.2.1.4 Peranan Petugas Humas

Dalam organisasi perusahaan atau lembaga peran *Public Relations* tidak dapat dianggap remeh. Sebab, menurut **Biddle** dan **Thomas** dalam bukunya **Sarlito Wirawan Sarwono, Teori-Teori Psikologi Sosial**, teori perannya mengatakan bahwa:

“seseorang itu diartikan sebagai aktor dimana aktor ini harus bermain sebagai tokoh tertentu dan dalam posisinya

sebagai tokoh itulah, seseorang tersebut diharapkan dapat berperilaku sesuai peranannya tersebut.” (1983: 234).

Jadi, disini *public relations* menjadi bagian yang sangat penting karena, *public relations* harus bermain sebagai seorang tokoh yaitu sebagai mediator, komunikator dan sebagainya dan dalam posisinya sebagai tokoh tersebut *public relations* diharapkan dapat berperilaku sesuai perannya tersebut.

Pendapat lain juga dikemukakan oleh **Phinston & Zanawi** di dalam buku ***Human Relation dan Public Relation*** milik **Onong Uchjana**, yang mengatakan:

“bahwa peranan humas dalam perusahaan adalah menjadikan orang menyadari apa yang perusahaan tersebut hasilkan (barang dan jasa), dan membantu bisnis tersebut berkomunikasi dengan pihak- pihak yan memiliki kepentingan didalamnya.” (2009).

Dapat diberikan contoh, misalnya: pemilik, karyawan, konsumen dan masyarakat serta membantu perusahaan untuk membangun suatu citra guna mendapatkan kepercayaan dan loyalitas dari lingkungannya.

Sedangkan menurut **Frank Jefkins**, di dalam bukunya **Soleh Soemirat** dan **Elvinaro Ardianto, Dasar-Dasar Pubic Relations**, pemahaman peran dan fungsi *public relations* secara operasional dan profesional, adalah :

“ability to get on with people, and good personal integrity.” (2003:13).

Kategori-kategori yang merupakan peran *public relations* untuk mendinamisasi perusahaan dan peran tersebut diharapkan juga dapat menjadi mata dan telinga serta “tangan kanan” top management dalam organisasi atau lembaga, menurut **Rosady Ruslan**, dalam bukunya **Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi. (2003:20-21)**, peran *public relations* di dalam perusahaan

dalam pencapaian profesionalisme *public relations* di dalam organisasi dapat dibagi dalam empat kategori yaitu sebagai berikut:

1. Sebagai Penasehat Ahli (*Expert Prescriber*)

Seorang praktisi *Public Relations* yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah yang berhubungan dengan Publiknya. Hubungan praktisi pasar *Public Relations* dengan manajemen organisasi seperti hubungan antara dokter dan pasiennya. Yang artinya pihak manajemen bertindak pasif untuk menerima atau mempercayai apa yang telah disarankan oleh pakar *Public Relations* dalam memecahkan dan mengatasi persoalan *Public Relations* yang tengah dihadapi oleh organisasi. yang bersangkutan.

2. Fasilitator Komunikasi (*communication Fasilitator*)

Dalam hal ini praktisi *Public Relations* bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh Publiknya. Di pihak lain, dia juga dituntut mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan, dan harapan organisasi kepada pihak publiknya. Dengan demikian melalui komunikasi timbal balik dapat tercipta adanya saling pengertian, mempercayai, menghargai, mendukung, dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak.

3. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem Solving Proses Fasilitator*)

Public Relations dalam proses pemecahan persoalan ini merupakan bagian dari tim manajemen, hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasehat hingga mengambil tindakan eksekusi (keputusan) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan profesional.

4. Teknisi Komunikasi (*Communication Technician*)

Sistem komunikasi dalam organisasi tergantung dari masing-masing bagian atau lingkungan yaitu secara teknis komunikasi, baik arus maupun media komunikasi yang dipergunakan dari tingkat pimpinan dengan bawahan akan berbeda dari bawahan ketingkat atasan. Hal yang sama juga

berlaku pada arus dan media komunikasi antara satu level misalnya komunikasi antar karyawan satu perusahaan dengan perusahaan lainnya . (2003: 20-21)

Apabila dipaparkan secara rinci, empat peran utama humas (*communicator, relationship, back up management, dan corporate image*) tersebut adalah sebagai berikut. *Pertama*, bertindak sebagai *communicator* dalam kegiatan komunikasi pada organisasi perusahaan, prosesnya berlangsung dalam dua arah timbal balik (*two way traffic reciprocal communication*).

Dalam hal ini, di satu pihak melakukan fungsi komunikasi merupakan bentuk penyampaian informasi, di lain pihak komunikasi berlangsung dalam bentuk penyampaian pesan dan menciptakan opini publik (*public opinion*).

Kedua, membangun atau membina hubungan (*relationship*) yang positif dan baik dengan pihak publik sebagai target sasaran, yaitu publik internal dan eksternal, khususnya dalam menciptakan saling mempercayai (*mutually understanding*) dan saling memperoleh manfaat bersama (*mutually symbiosis*) antara lembaga/organisasi perusahaan dan publiknya.

Ketiga, peranan *backup management* yaitu sebagai pendukung dalam fungsi management organisasi atau perusahaan. Dalam ilmu management menurut **Currier dan Filley**, dikatakan bahwa :

“istilah fungsi menunjukkan suatu tahap pekerjaan yang jelas dan dapat dibedakan, bahkan terpisah dari tahapan dengan pekerjaan lain. “ (Rosady Ruslan, 2005: 9).

Hal tersebut sama halnya dengan fungsi *public relations* yang dijabarkan dalam sub bab berikutnya, sehingga fungsi *public relations* melekat pula dalam fungsi management. Untuk mencapai tujuan dari fungsi management, menurut teori bahwa

proses management melalui tahapan yang terkenal yaitu *POAC*, adalah singkatan dari *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (penggiatan), dan *controlling* (pengawasan). Lalu diikuti unsur lain yang terlibat dalam proses melakukan komunikasi dua arah untuk menunjang kegiatan bagian (departemen) lainnya.

Keempat, menciptakan citra perusahaan atau lembaga (*corporate image*) yang merupakan tujuan (*goals*) akhir dari suatu aktivitas program kerja *public relations campaign* (kampanye *public relations*), baik untuk keperluan publikasi maupun promosi. Peranan *public relations* mencakup bidang yang luas menyangkut hubungan dengan berbagai pihak dan tidak hanya sekedar berbentuk *relations* arti sempit, karena *personal relations* mempunyai peranan yang cukup besar dalam melakukan kampanye *public relations*.

Peran sebagai teknisi berada di bawah peran sebagai *problem solver*, karena peran tersebut merupakan sebuah fungsi management dengan tanggung jawab sebagai pembuat keputusan dan ketetapan organisasi. Jadi, dari keempat peranan *public relations* tersebut, dapat terlihat mana yang berperan pada tingkat *managerial*, keterampilan hubungan antar individu (*human relations skill*) dan keterampilan teknis (*technical skill*) dalam management *public relations*. Selain itu, peran *public relations* tersebut diharapkan dapat menjadi “mata” dan “telinga” serta “tangan kanan” *top management* dalam organisasi/perusahaan. *Public Relations* juga merupakan jembatan penghubung antara pimpinan perusahaan dengan publiknya baik publik intern maupun ekstern. Jembatan penghubung yang menerjemahkan bahasa pimpinan perusahaan ke dalam bahasa publik (masyarakat)

dan sebaliknya, sehingga terjadi suatu pengertian yang dapat memperlancar jalannya perusahaan dalam hal mencapai tujuan di tengah- tengah masyarakat. Namun, selain sebagai jembatan penghubung *public relations* juga menjalankan peran sebagai agen komunikasi di dalam perusahaan.

Seperti menurut **Yosal Irantara**, dalam bukunya **Management Strategi Public Relations** :

“memang bisa saja manajemen puncak langsung mengkomunikasikan strategi perusahaan tersebut kepada lingkungan internal. Pada umumnya bagian atau divisi Public Relations diperankan untuk mengkomunikasikan strategi perusahaan.” (2005: 73).

Kotler juga menjelaskan peran *Public Relations* dalam organisasi secara garis besar, antara lain :

- a. Menumbuhkembangkan kesadaran konsumennya terhadap produk atau jasa yang pernah diluncurkan.
- b. Membangun kepercayaan konsumen terhadap citra perusahaan atau manfaat atas produk atau jasa yang ditawarkan.
- c. Mendorong antusiasme (*sales force*) melalui suatu artikel sponsor tentang kegunaan dan manfaat suatu produk atau jasa.
- d. Menekan biaya promosi iklan komersial, baik di media elektronik maupun media cetak dan sebagainya demi tercapainya efisiensi biaya.

2.2.1.5 Tugas Humas

Ada tiga tugas humas menurut **Kusumastuti** dalam bukunya **Dasar - Dasar Humas** di dalam organisasi atau lembaga yang berhubungan erat dengan tujuan dan fungsi humas. Ketiga tugas tersebut adalah sebagai berikut :

1. Menginterpretasikan, menganalisis dan mengevaluasi kecenderungan perilaku publik, kemudian direkomendasikan kepada management untuk merumuskan kebijakan-kebijakan organisasi atau lembaga.

Kecenderungan perilaku publik diklasifikasikan dengan baik oleh Frank Jeffkins menjadi empat situasi atau kondisi kecenderungan publik yang dihadapi oleh humas, yakni tidak tahu, apatis, prasangka dan memusuhi. Mengacu pada klasifikasi publik yang tidak tahu menjadi tahu, yang apatis menjadi peduli, yang prasangka menjadi menerima, dan yang memusuhi menjadi simpati. Tugas ini melekat dengan kemampuan praktisi humas mengamati dan meneliti perilaku berdasarkan kajian ilmu-ilmu sosial.

2. Mempertemukan kepentingan organisasi atau lembaga dengan kepentingan publik. Kepentingan organisasi atau lembaga dapat jadi jauh berbeda dengan kepentingan publik dan sebaliknya, namun dapat juga kepentingan ini sedikit berbeda bahkan dapat juga kepentingan sama. Dalam kondisi yang manapun, tugas humas adalah mempertemukan kepentingan ini menjadi saling dimengerti, dipahami, dihormati, dan dilaksanakan. Bila kepentingan berbeda, maka humas dapat bertugas untuk menghubungkannya.

3. Mengevaluasi program-program organisasi atau lembaga, khususnya yang berkaitan dengan publik. Tugas mengevaluasi program manajemen ini mensyaratkan kedudukan dan wewenang humas yang tinggi dan luas. Karena tugas ini dapat berarti humas memiliki wewenang untuk memberi nasihat apakah suatu program sebaiknya diteruskan ataukah ditunda atau dihentikan. Humas disini bertugas untuk senantiasa memonitor semua program. (2002:25-26).

2.2.1.6 Program Humas

Menurut **Widjaja** dalam bukunya **Komunikasi dan Hubungan Masyarakat**, sesuai dengan peran humas sebagai sarana untuk melayani kepentingan umum, sebagai mediator antara pimpinan dengan publik, dan sebagai dokumentator, maka program humas dititikberatkan pada:

1. Program pelayanan

Program ini berupa pelayanan data atau informasi secara lisan maupun tertulis.

2. Program mediator

Program ini berupa penerbitan berbagai media massa, penyelenggaraan konferensi pers, wisata pers, menjawab surat pembaca, menanggapi tajuk rencana yang negatif dan lain-lain.

3. Program dokumenter

Program ini berupa pembuatan dokumentasi film, foto rekaman (kaset, audio visual), transkrip pidato dan lain-lain. (1993:61)

2.2.1.7 Tahap Kegiatan Humas

Kegiatan *public relations* menurut **Cutlip dan Center** dilakukan melalui proses yang bisa dijelaskan sebagai berikut :

1. Penemuan Fakta atau Mendefinisikan Permasalahan

Pada tahap ini berisikan kegiatan mencari atau mengumpulkan fakta atau data sebelum melakukan suatu kegiatan atau tindakan. Selain itu pada tahap ini pula dilakukan pemantauan dan membaca opini, sikap, dan perilaku mereka yang berkepentingan dan terpengaruh oleh sikap dan tindakan organisasi

Penemuan fakta dilakukan untuk mengetahui apakah situasi dan pendapat dalam masyarakat menunjang atau justru menghambat kegiatan organisasi, instansi atau perusahaan.

Dalam fase penemuan fakta ini seorang petugas *public relations* dituntut :

- a. Memperhatikan berbagai kejadian atau perkembangan sosial, politik maupun ekonomi yang secara langsung berhubungan dengan organisasi atau perusahaannya.
- b. Mengumpulkan berbagai macam data untuk diolah menjadi informasi.
- c. Menganalisis informasi itu agar sesuai dengan keperluan organisasi ataupun perusahaan.
- d. Selalu siap menyajikan berbagai informasi secukupnya kepada setiap unit organisasi atau perusahaannya.

- e. Menyempurnakan segala macam informasi yang dirasakan masih kurang memadai.
- f. Melengkapi simpanan data dan informasi antara lain dengan menyelenggarakan dokumentasi dan *press clipping*.

2. Perencanaan dan Program

Perencanaan atau *planning* merupakan bagian yang sangat penting dalam usaha memperoleh *public opinion* yang menguntungkan, karena menghubungkan kegiatan komunikasi dengan kepentingan organisasi. Berdasarkan hasil *fact finding*, dalam tahap perencanaan, ada sejumlah langkah yang harus dilakukan, yaitu :

- a. Merumuskan apa tujuan yang harus dicapai oleh *public relations* ketika mengirim pesan tertentu.
- b. Mengolah data yang diperolehnya tentang berbagai faktor sosial, politik, dan sebagiannya yang sekiranya diperlukan.
- c. Merumuskan bagaimana pesan itu harus disebarkan.
- d. Menentukan teknik komunikasinya.
- e. Memeriksa kesempurnaan informasi yang diperolehnya pada tahap *fact finding*.
- f. Membandingkan pengalaman-pengalaman pihak lain dan organisasinya sendiri guna memperoleh langkah terbaik.
- g. Mengadakan analisis atas informasi yang diperoleh serta merumuskan sesuai dengan program kerja, yaitu sesuai dengan situasi ataupun tempat.

Berdasarkan fakta atau data yang telah diperoleh selanjutnya seorang praktisi public relations membuat rencana tentang apa yang harus dilakukan dalam menghadapi permasalahan-permasalahan itu. Untuk memperoleh hasil yang diharapkan maka komunikasi itu harus baik disamping menyesuaikan anggaran yang diperlukan. Adapun beberapa hal yang perlu diperhatikan meliputi : 1) *Encoder* (komunikator) 2) Pesan 3) Media 4) Komunikan

3. Aksi dan Komunikasi

Pada tahap ini seorang praktisi public relations melaksanakan semua perencanaan yang telah disusun serta dikaitkan dengan tujuan dan sasaran yang spesifik. Tahapan komunikasi tidak terlepas dari perencanaan tentang bagaimana mengkomunikasikan dan apa yang dikomunikasikan. Kedua hal tersebut tidak terlepas dari tujuan yang hendak dicapai melalui kegiatan *public relations*. Kegiatan komunikasi dapat berbentuk lisan,

tertulis, visual, atau dengan menggunakan lambing-lambang tertentu.

4. Evaluasi

Setelah komunikasi dilaksanakan, maka suatu organisasi atau perusahaan tentu ingin mengetahui dampak atau pengaruhnya terhadap publik atau khalayak. Hal tersebut dilakukan melalui evaluasi. Evaluasi diperlukan untuk menilai suatu kegiatan sudah tercapai, perlu dilakukan kembali operasi, atau perlu menggunakan cara lain untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. (Rachmadi 1994 : 111)

Hal lain juga disampaikan oleh **Rusady Ruslan** yang menyebutkan bahwa aktivitas utama public relations dilapangan mencakup sebagai berikut :

“1) Mengevaluasi sikap atau opini publik, 2) Mengidentifikasi kebijakan dan prosedur organisasi/perusahaan dengan kepentingan publiknya, 3) Merencanakan dan melaksanakan penggiatan aktivitas public relations”. (2012:22)

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat diketahui setidaknya ada sepuluh kategori yang meringkaskan aktivitas yang dilakukan oleh praktisi *public relations* di tempat kerja, meliputi:

- a. Menulis dan mengedit menyusun rilis berita dalam bentuk cetak atau siaran, surat kabar untuk karyawan dan *stakeholders* eksternal, korespondensi, pesan *website* dan pesan media online lainnya, laporan tahunan, pidato, brosur, film dan artikel publikasi perdagangan, iklan, dan materi-materi pendukung teknis lainnya.
- b. Hubungan Media dan Penempatan Media mengontak media koran, majalah, suplemen mingguan, dan publikasi perdagangan agar mereka mempublikasikan atau menyiarkan berita tentang organisasi itu sendiri atau oleh orang lain.

Merespons permintaan informasi oleh media, memverifikasi berita, dan membuka akses.

- c. Riset mengumpulkan informasi tentang opini publik, tren, isu yang sedang muncul, iklim politik dan peraturan perundangan, liputan media, opini kelompok kepentingan dan pandangan-pandangan lain berkenaan dengan *stakeholder* organisasi. Mencari *database* di internet, jasa *online* dan data pemerintah elektronik. Mendesign riset program, melakukan survei dan menyewa perusahaan riset.
- d. Management dan Administrasi Pemrograman dan perencanaan dengan bekerja sama dengan manager lain; menentukan kebutuhan, menentukan prioritas, mendefenisikan publik, *setting* dan tujuan, dan mengembangkan strategi dan taktik, menata personal, anggaran dan jadwal program.
- e. Konseling memberi saran kepada management dalam masalah sosial, politik, dan peraturan; berkonsultasi dengan tim management mengenai cara menghindari atau merespon krisis; dan bekerja bersama pembuat keputusan kunci untuk menyusun strategi untuk mengelola atau merespons isu-isu yang sensitif dan kritis.
- f. Acara spesial mengatur dan mengelola *konferensi pers*, lomba lari, konvensi, *open house*, pemotongan pita dan *grand opening*, perayaan ulang tahun, acara pengumpulan dana, mengunjungi tokoh tokoh terkemuka, mengadakan kontes, program penghargaan, dan kegiatan khusus lainnya.

- g. Pidato tampil di depan kelompok, melatih orang untuk memberi kata sambutan dan mengelola biro juru bicara untuk menjelaskan *platform* organisasi di depan audiens penting.
- h. Produksi membuat saluran komunikasi dengan menggunakan keahlian dan pengetahuan multimedia, termasuk seni, tipografi, fotografi, tata letak, perekaman audio dan video dan editing; dan menyiapkan presentasi *audiovisual*.
- i. *Training*: mempersiapkan eksekutif dan juru bicara lain untuk menghadapi media dan tampil di hadapan publik. Memberi petunjuk kepada orang lain di dalam organisasi untuk meningkatkan keahlian menulis dan berkomunikasi. Membantu memperkenalkan perubahan dalam kultur, kebijakan, struktur dan proses organisasional.
- j. Kontak bertugas sebagai penghubung dengan media, komunitas, dan kelompok internal dan eksternal lainnya. Sebagai mediator antara organisasi dan *stakeholder* penting dengan bertugas untuk mendengarkan pandangan, menegosiasikan, mengelola konflik, dan menjalin kesepakatan. Sebagai tuan rumah dengan melakukan pertemuan dan jamuan untuk tamu dan pengunjung.

Sementara itu, **Prof Marston** menyebutkan proses *public relations* itu sebagai berikut:

- a. *Research* (penelitian), ampuh memastikan informasi dan data mengenai organisasi, persoalan atau situasi, khalayak serta sikap dan opini publik.**
- b. *Action* (akting), mencakup nasihat kepada manajemen dan mengenai program bersama.**

- c. *Communication* (komunikasi), meliputi cara-cara penyampaian unsur-unsur program berencana kepada publik beragam.
- d. *Evaluation* (evaluasi), cara-cara memantau dan mempertimbangkan keeffektifan proses melalui penelitian.

Hal lain juga disampaikan oleh **Rusady Ruslan** yang menyebutkan bahwa aktivitas utama *public relations* di lapangan mencakup sebagai berikut :

“1) Mengevaluasi sikap atau opini publik, 2) Mengidentifikasi kebijakan dan prosedur organisasi/perusahaan dengan kepentingan publiknya, 3) Merencanakan dan melaksanakan penggiatan aktivitas public relations”. (1993 : 122).

2.2.2 Implementasi

Implementasi merupakan tindakan-tindakan yang dilakukan baik oleh individu, pejabat, kelompok pemerintah atau swasta yang diarahkan pada tercapainya tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut **Nurdin Usman** dalam bukunya yang berjudul **Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum** mengemukakan pendapatnya mengenai implementasi atau pelaksanaan sebagai berikut :

“Implementasi adalah bermuara pada aktivitas, aksi, tindakan, atau adanya mekanisme suatu sistem. Implementasi bukan sekedar aktivitas, tetapi suatu kegiatan yang terencana dan untuk mencapai tujuan kegiatan” (2002:70).

Pengertian implementasi yang dikemukakan di atas, dapat dikatakan bahwa implementasi adalah bukan sekedar aktivitas, tetapi suatu kegiatan yang terencana dan dilakukan secara sungguh-sungguh berdasarkan acuan norma tertentu untuk mencapai tujuan kegiatan. Oleh karena itu implementasi tidak berdiri sendiri tetapi dipengaruhi oleh objek berikutnya.

Menurut **Guntur Setiawan** dalam bukunya yang berjudul **Implementasi Dalam Birokrasi Pembangunan** mengemukakan pendapatnya mengenai implementasi atau pelaksanaan sebagai berikut :

“Implementasi adalah perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan proses interaksi antara tujuan dan tindakan untuk mencapainya serta memerlukan jaringan pelaksana, birokrasi yang efektif” (2004:39).

Pengertian implementasi yang dikemukakan di atas, dapat dikatakan bahwa implementasi yaitu merupakan proses untuk melaksanakan ide, proses atau seperangkat aktivitas baru dengan harapan orang lain dapat menerima dan melakukan penyesuaian dalam tubuh birokrasi demi terciptanya suatu tujuan yang bisa tercapai dengan jaringan pelaksana yang bisa dipercaya.

Menurut **Hanifah Harsono** dalam bukunya yang berjudul **Implementasi Kebijakan dan Politik** mengemukakan pendapatnya mengenai implementasi atau pelaksanaan sebagai berikut :

“Implementasi adalah suatu proses untuk melaksanakan kebijakan menjadi tindakan kebijakan dari politik ke dalam administrasi. Pengembangan kebijakan dalam rangka penyempurnaan suatu program” (2002:67).

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa implementasi adalah suatu aktivitas, aksi, tindakan, atau adanya mekanisme suatu sistem dengan kegiatan yang terencana untuk mencapai tujuan dengan evaluasi yang saling menyesuaikan proses interaksi antara tujuan dan tindakan mencapainya dalam rangka menghantarkan kebijakan kepada masyarakat sehingga kebijakan tersebut dapat membawa hasil sebagaimana yang diharapkan.

2.2.3 Pelayanan Informasi Publik

Setiap warga negara memiliki hak untuk mencari, memperoleh, menggunakan, dan menyebarluaskan informasi yang akurat secara benar, cepat dan sederhana. Berkenaan dengan hal ini, Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Pemerintah Kota Bandung sebagai salah satu badan publik yang dikenai Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik telah menetapkan regulasi yang secara internal berlaku di lingkungannya. Regulasi yang dimaksud yaitu Peraturan Walikota Bandung Nomor 1352 Tahun 2014 tentang Pedoman Pengelolaan Pelayanan Informasi dan Dokumentasi di Lingkungan Pemerintah Kota Bandung. Secara umum peraturan ini bertujuan untuk pengintegrasian peranan pengembangan fungsi Humas Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Pemerintah Kota Bandung dalam memberikan dan menerima informasi yang diperlukan guna mewujudkan komunikasi dua arah yang harmonis dengan pihak yang berkepentingan (masyarakat).

Pelayanan informasi publik sendiri merupakan sebuah kebijakan yang diambil di wilayah Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Kota Bandung agar dapat diakses oleh setiap warga sesuai aturan perundang-undangan yang berlaku.

2.2.3.1 Sistem Pelayanan Informasi

Untuk memenuhi dan melayani permintaan dan kebutuhan pemohon/pengguna informasi publik, Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Pemerintah Kota Bandung melalui *desk* layanan informasi publik, memberikan layanan langsung dan layanan melalui media cetak dan elektronik (*website*):

1. Layanan informasi secara langsung, yaitu layanan informasi publik yang dikategorikan wajib tersedia setiap saat, dengan mekanisme pelayanan sebagai berikut:

- a. Pemohon informasi datang ke *desk* layanan informasi mengisi formulir permintaan informasi dengan melampirkan foto copy KTP pemohon dan pengguna informasi, bagi lembaga publik/ormas dilengkapi foto copy akta pendirian yang dikeluarkan oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenhum dan Ham); surat keterangan terdaftar di Bakesbangpol Pemerintah Kota Bandung/ setempat, surat keterangan domisili, serta AD/ART lembaga publik/ormas.

Maksud dan tujuan permintaan informasi harus jelas penggunaannya/logis serta materi atau informasi yang diminta maksimal 2 (dua) tahun anggaran dan berlaku mundur dari tahun anggaran yang sedang berjalan.

- b. Petugas memberikan tanda bukti penerimaan permintaan informasi publik kepada pemohon informasi publik, setelah persyaratan permohonan dilengkapi atau dinyatakan lengkap.
- c. Petugas memproses permintaan pemohon informasi publik sesuai dengan formulir permintaan informasi publik yang telah ditandatangani oleh pemohon informasi publik.
- d. Petugas menyerahkan informasi sesuai dengan yang diminta oleh pemohon/pengguna informasi. Jika informasi yang diminta masuk dalam kategori dikecualikan, Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi

- (PPID) menyampaikan alasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundangan yang berlaku.
- e. Petugas memberikan tanda bukti penyerahan informasi publik (berita acara penerimaan informasi publik) kepada pengguna informasi publik.
 - f. Petugas membukukan dan mencatat permohonan informasi publik yang masuk tersebut.
2. Layanan informasi melalui media baik *online* maupun cetak, yaitu informasi publik yang tersedia dan diumumkan secara berkala dilayani melalui *website ppid.bandung.go.id* atau *website* masing-masing Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) dan media cetak yang tersedia.

2.2.3.2 Standar Layanan Informasi

Komitmen Keterbukaan Informasi yang diamanatkan Pasal 28F Undang Undang Dasar 1945 ini, memang tidak hanya berlaku untuk Pemerintah, tetapi juga untuk institusi non-Pemerintah. Hal itu tersurat secara eksplisit dalam Undang Undang Keterbukaan Informasi Publik. Undang Undang itu menyebutkan bahwa yang memiliki kewajiban untuk menyediakan, memberikan, dan/atau menerbitkan informasi publik adalah Badan Publik. Badan Publik adalah lembaga eksekutif, legislatif, yudikatif, dan badan lain yang fungsi dan tugas pokoknya berkaitan dengan penyelenggaraan negara, yang sebagian atau seluruh dananya bersumber dari APBN dan/atau APBD, atau organisasi non-Pemerintah sepanjang sebagian atau seluruh dananya bersumber dari APBN dan/atau APBD, sumbangan masyarakat, dan/atau luar negeri.

Isi Pasal 1 ayat (3) tersebut menyuratkan bahwa yang dimaksud Badan Publik bukan hanya Pemerintah; bukan hanya lembaga yang dibiayai APBN atau APBD, tetapi juga lembaga Non-Pemerintah yang dibiayai oleh sumbangan masyarakat dan/atau bantuan dari luar negeri.

Hal itu menyuratkan lembaga yang betul-betul murni “swasta”, tetapi menggunakan dana dari bantuan masyarakat dan/atau bantuan luar negeri pun terikat sebagai Badan Publik. Oleh karena itu, lembaga “swasta” tersebut sama halnya dengan Pemerintah memiliki kewajiban untuk berkomitmen menjalankan keterbukaan informasi. Namun, dalam konteks implementasi Keterbukaan Informasi ini, Pemerintahlah yang harus menunjukkan komitmen paling besar.

Pemerintah harus menjadi garda terdepan bagi efektifitas pelaksanaan Keterbukaan Informasi dan menjadi teladan bagi badan publik lainnya untuk responsif dalam menyongsong era keterbukaan informasi ini. Komitmen Pemerintah, baik Pemerintah (Pusat) maupun Pemerintah Daerah, bahkan sampai ke Pemerintahan tingkat Desa/Kelurahan, harus diimplementasikan dalam bentuk kebijakan yang selaras dengan amanat Undang Undang Keterbukaan Informasi Publik beserta peraturan pelaksanaan lainnya.

Hal itu sejalan dengan amanah Undang Undang Keterbukaan Informasi Publik sebagaimana kewajiban Badan Publik. Badan Publik dalam mengimplementasikan Keterbukaan Informasi Publik memiliki kewajiban sebagai berikut:

1. Mewujudkan Pelayanan Cepat, Tepat, dan Sederhana;
2. Menunjuk & Menetapkan Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi;

3. Membuat dan Mengembangkan Sistem Penyediaan Pelayanan Informasi secara cepat, mudah, dan wajar.

Untuk menjalankan hal tersebut, sebagaimana amanah Peraturan Keterbukaan Informasi No. 1 Tahun 2010, maka Badan Publik memiliki kewajiban riil berupa:

1. Menetapkan SOP Layanan Infoblik;
2. Membangun & Mengembangkan sisfodok baik dan efisien;
3. Menunjuk & mengangkat PPID;
4. Menganggarkan biaya layanan infoblik;
5. Menyediakan sarana & prasarana pelayanan infoblik;
6. Menetapkan standar biaya perolehan salinan infoblik;
7. Menetapkan & memutakhirkan secara berkala daftar infoblik;
8. Menyediakan & memberikan infoblik;
9. Memberikan tanggapan atas keberatan terhadap PPID;
10. Membuat & mengumumkan laporan layanan infoblik;
11. Melakukan evaluasi & pengawasan terhadap pelaksanaan layanan infoblik.

Dalam sekian kewajiban Badan Publik tersebut, hal urgen yang harus dilakukan adalah menunjuk Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID). Keberadaan Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) menunjukkan komitmen keseriusan Badan Publik dalam menyongsong era keterbukaan informasi. Dalam konteks pelayanan, Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) adalah pelayan terdepan yang akan langsung berhadapan dengan masyarakat, terkait dengan informasi yang diminta oleh masyarakat

maupun memberikan tanggapan terhadap keberatan yang diajukan oleh masyarakat. Dalam hal inilah peran Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) sangat penting karena dapat menjadi fasilitator penyampaian informasi yang dibutuhkan masyarakat.

Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) pun memiliki kewenangan untuk “menentukan” jenis informasi yang dimiliki oleh institusinya, dengan memilah mana informasi yang wajib tersedia dan diumumkan secara berkala, informasi yang wajib diumumkan secara serta merta, dan informasi yang wajib tersedia setiap saat. Bahkan, Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) pun dapat “merahasiakan” informasi melalui uji konsekuensi.

Dengan merujuk pada Pasal 17 Undang Undang No. 14 Tahun 2008, Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) dapat menetapkan informasi yang dikecualikan, yakni informasi yang tidak dapat diakses oleh masyarakat karena bersifat rahasia. Selain merujuk pada Undang Undang Kebijakan Publik, untuk menentukan informasi yang dikecualikan, Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) dapat juga menyesuaikan dengan kepatutan dan kepentingan umum didasarkan pada pengujian tentang konsekuensi yang timbul apabila suatu informasi diberikan kepada masyarakat.

Patut dipertimbangkan dengan saksama bahwa menutup Informasi Publik dapat melindungi kepentingan yang lebih besar daripada membukanya atau sebaliknya. Oleh karena itu, selain memiliki tugas melayani masyarakat yang membutuhkan informasi, Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) pun harus piawai mengelola sistem pelayanan informasi yang isinya menyajikan

ketiga jenis informasi tersebut plus menguatkan tentang informasi yang dikecualikan.

Kepiawaian Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) dalam menyajikan sistem pelayanan informasi yang memadai menunjukkan kualitas layanan informasi publik bagi Badan Publik. Kualitas pelayanan informasi publik yang tinggi akan dapat menekan lahirnya sengketa informasi. Pada intinya Peraturan Perundang-Undangan mengamanatkan Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) memiliki sepuluh tugas sebagai berikut :

1. Membangun dan mengembangkan sistem informasi dan dokumentasi;
2. Mengajukan standar biaya perolehan salinan Informasi Publik;
3. Memutakhirkan secara berkala Daftar Informasi Publik;
4. Menyediakan dan memberikan Informasi Publik yang diminta pemohon;
5. Membuat dan mengumumkan laporan tentang layanan Informasi Publik;
6. Menyampaikan salinan laporan kepada atasan Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi;
7. Mengkoordinasikan pengumpulan informasi berkala, tersedia setiap saat, serta merta, dan informasi yang diminta pemohon informasi publik secara fisik dari setiap unit/satuan kerja;
8. Mengkoordinasikan pendataan Informasi Publik yang dikuasai Badan Publik dalam rangka pembuatan dan pemutakhiran Daftar Informasi Publik;
9. Melakukan pengujian tentang konsekuensi yang timbul sebelum menyatakan Informasi Publik dikecualikan;

10. Mengkoordinasikan dan memastikan agar pengajuan keberatan diproses berdasarkan prosedur penyelesaian keberatan apabila permohonan Informasi Publik ditolak.

Dari tugas pokok Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) itu juga selain menetapkan jenis informasi juga membuat standar layanan informasi yang jelas yang dapat dijadikan rujukan bagi pemohon informasi, baik individu maupun kelompok masyarakat.

2.2.4 Tinjauan Tentang Pelayanan Publik

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 tahun 2009 tentang pelayanan publik mendefinisikan pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.

Pelayanan publik dari wikipedia bahasa indonesia, pelayanan publik dapat didefinisikan sebagai segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang publik jasa publik yang pada prinsipnya menjai tanggung jawab dan dilaksanakan oleh instansi pemerintah di pusat, di daerah dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah, dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan perundangundangan, sedangkan menurut **Widodo Joko:**

“pelayanan publik dapat diartikan sebagai pemberian pelayanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi tersebut sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan. “ (2001:131)

Menurut keputusan menteri pendayagunaan aparatur negara Nomor : 63/Kep/M.PAN/7/2003 tentang pedoman umum penyelenggaraan pelayanan publik. Pelayanan publik adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya untuk pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksana ketentuan peraturan perundang-undangan.

Berdasarkan ulasan teori pelayanan publik dapat disimpulkan sebagai pemberi pelayanan (melayani) yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya untuk pemenuhan kebutuhan dan keperluan penerima pelayanan atau masyarakat maupun pelaksana ketentuan peraturan perundang-undangan yang mempunyai kepentingan pada organisasi tersebut sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan.

2.2.4.1 Prinsip Pelayanan Publik

Penyelenggara pelayanan publik juga harus memenuhi beberapa prinsip pelayanan sebagaimana yang disebutkan dalam Kepmenpan No.63 tahun 2003 yang menyatakan bahwa penyelenggara pelayanan publik harus memenuhi beberapa prinsip pelayanan publik, sebagai berikut :

1. Kesederhanaan, yaitu prosedur pelayanan publik tidak berbelit-belit, mudah dipahami, dan mudah dilaksanakan.
2. Kejelasan
 - a. Persyaratan teknis dan administratif pelayanan publik.

- b. Kerja/pejabat yang berwenang dan bertanggungjawab dalam memberikan pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan/sengketa dalam pelaksanaan pelayanan publik.
 - c. Rincian biaya pelayanan publik dan tatacara pembayaran.
3. Kepastian waktu, yaitu pelaksanaan pelayanan publik dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.
 4. Akurasi, yaitu produk pelayanan publik diterima dengan benar, tepat, dan sah
 5. Keamanan, yaitu proses dan produk pelayanan publik memberikan rasa aman dan kepastian hukum.
 6. Tanggung jawab, yaitu pimpinan penyelenggara publik atau pejabat yang ditunjuk bertanggungjawab atas pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan dalam pelaksanaan pelayanan publik.
 7. Kelengkapan sarana dan prasarana, yaitu tersedianya sarana dan prasarana kerja, peralatan kerja dan pendukung lainnya yang memadai termasuk penyediaan sarana teknologi telekomunikasi dan informatika (telematika).
 8. Kemudahan akses, yaitu tempat dan lokasi serta sarana pelayanan yang memadai, mudah dijangkau oleh masyarakat dan dapat memanfaatkan teknologi telekomunikasi dan informatika.
 9. Kedisiplinan, kesopanan dan keramahan yaitu, pemberi pelayanan harus bersikap disiplin, sopan santun, ramah serta memberikan pelayanan dengan ikhlas.
 10. Kenyamanan, yaitu lingkungan pelayanan harus tertib, teratur, disediakan ruang tunggu yang nyaman, bersih, rapi, lingkungan yang indah dan sehat serta

dilengkapi dengan fasilitas pendukung pelayanan seperti parkir, toilet, tempat ibadah dan lain-lain.

2.2.4.2 Asas-asas Pelayanan Publik

Berdasarkan Kepmenpan No.63 tahun 2003 adapun asas pelayanan publik sebagai berikut :

1. Transparansi bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.
2. Akuntabilitas dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
3. Kondisional sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektivitas.
4. Partisipatif mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan masyarakat.
5. Keamanan hak tidak diskriminatif dalam arti tidak membedakan suku, ras, agama, golongan, gender dan sttus ekonomi.
6. Keseimbangan hak dan kewajiban pemberi dan penerima pelayanan publik harus memenuhi hak dan kewajiban masing-masing pihak.

Menurut **Moenir** (dalam **Wijyanto**) menyatakan bahwa di dalam pelayanan umum terdapat beberapa faktor penting yang harus diperhatikan, yakni sebagai berikut :

- 1. Faktor Kesadaran menunjukkan suatu keadaan pada jiwa seseorang, yaitu merupakan titik temu atau**

equilibrium dari berbagai pertimbangan sehingga diperoleh suatu keyakinan, ketenangan, ketetapan hati dan keseimbangan jiwa yang bersangkutan.

2. Faktor Aturan adalah perangkat penting dalam segala tindakan dan perbuatan orang. Makin maju dan majemuk suatu masyarakat makin besar peranan aturan dan dapat dikatakan orang tidak dapat hidup layak dan tenang tanpa aturan. Oleh karenanya peranan aturan demikian besar dalam hidup bermasyarakat maka dengan sendirinya aturan harus dibuat, dipatuhi dan diawasi sehingga dapat mencapai sasaran sesuai dengan maksudnya.

3. Faktor Organisasi dalam pelayanan pada dasarnya tidak berbeda dengan organisasi pada umumnya, namun ada perbedaan sedikit dalam penerapannya, karena sasaran pelayanan ditujukan secara khusus kepada manusia yang mempunyai watak dan kehendak multi kompleks. Faktor organisasi dilihat dari : a) sistem b) prosedur c) metode

4. Faktor Pendapatan ialah seluruh penerimaan seseorang sebagai imbalan atas tenaga atau pikiran yang telah dicurahkan untuk orang lain atau badan organisasi, baik dalam bentuk uang, natura maupun fasilitas, dalam jangka waktu tertentu. Pada dasarnya pendapatan harus dapat memenuhi kebutuhan hidup maupun baik bagi dirinya maupun keluarganya.

5. Faktor Kemampuan dan Keterampilan berasal dari kata dasar mampu yang dalam hubungan dengan tugas/pekerjaan berarti dapat melakukan tugas/pekerjaan sehingga menghasilkan barang atau jasa sesuai dengan yang diharapkan. Selanjutnya mengenai Keterampilan itu sendiri adalah kemampuan melaksanakan tugas/pekerjaan dengan menggunakan anggota badan dan peralatan kerja yang tersedia. Dengan kemampuan dan keterampilan memadai maka pelaksanaan tugas/pekerjaan dapat dilakukan dengan baik, cepat dan memenuhi keinginan semua pihak, baik manajemen itu sendiri maupun masyarakat.

6. Faktor Sarana Pelayanan sarana pelayanan yang dimaksud adalah segala jenis peralatan, perlengkapan kerja dan fasilitas lain yang berfungsi sebagai alat utama/pembantu dalam pelaksanaan pekerjaan dan juga berfungsi sosial dalam rangka kepentingan orang-orang yang sedang berhubungan dengan organisasi kerja itu. Fungsi sarana pelayanan tersebut adalah sebagai berikut :

- a. mempercepat proses pelaksanaan pekerjaan, sehingga dapat menghemat waktu.
- b. meningkatkan produktivitas baik barang dan jasa.

- c. kualitas produk yang lebih baik/terjamin.
- d. ketepatan susunan dan stabilitas ukuran terjamin.
- e. lebih mudah/ sederhana dalam gerak para pelakunya.
- f. menimbulkan rasa kenyamanan bagi orang-orang yang berkepentingan.
- g. menimbulkan perasaan puas pada orang-orang yang berkepentingan sehingga dapat mengurangi sifat emosional mereka. (2007:88-119)

2.3 Kerangka Teoritis

Teori merupakan pengetahuan yang didasarkan pada pengalaman yang telah diuji kebenarannya. Penelitian ini menggunakan teori sistem yang terdapat dalam buku Stephen W. Littlejohn. Sistem berasal dari bahasa Yunani yaitu *sistema* yang berarti suatu keseluruhan yang tersusun dari sekian banyak bagian.

Teori sistem memfokuskan bagaimana kualitas fungsi yang dijalankan setiap sistem dalam suatu relasi dinamis dengan sistem-sistem lainnya. Teori sistem menjelaskan esensi dasar kehidupan pentingnya menjalani hubungan sosial. Menjalani hubungan merupakan hal yang interes dalam suatu sistem.

Teori sistem di adopsi dari biologi yang di gagas oleh Ludwig Van Bertakaffy. Bertakaffy mengatakan pentingnya saling keterhubungan antara semua elemen tubuh dari biologi, teori sistem berkembang menjadi teori yang interdisipliner dan teori ini telah di adopsi beberapa pakar bidang ilmu yang berbeda. **Littlejohn** mengatakan bahwa :

“teori sistem tidak dapat disebut teori khusus membahas komunikasi, tetapi mempunyai aplikasi penting bagi studi komunikasi dan peristiwa sosial lainnya.” (1992).

Teori sistem, menurut **Heath** bahwa :

”berguna untuk memahami proses public relations. Tetapi teori ini tidak fokus membahas peran etik, bahasa, dan pemaknaan yang terkandung dalam pesan. “(2009).

Teori sistem mengadopsi pemikiran Darwin, bahwa organisasi melalui *public relations* perlu membangun dan menjaga relasi serta beradaptasi dengan lingkungannya untuk bertahan.

Teori sistem membahas hubungan antar bagian dalam organisasi, teori sistem lebih fokus membahas kontrol dan aturan-aturan dalam suatu sistem, teori informasi fokus mengkaji pengukuran dan transisi sinyal-sinyal pesan. Teori ini, sistem diartikan sebagai seperangkat hal-hal yang saling mempengaruhi dalam suatu lingkungan dan membentuk suatu keseluruhan (sebuah pola yang lebih besar dari setiap bagian-bagiannya). Asumsi teori ini adalah adanya saling ketergantungan antara objek-objek dalam sebuah sistem. Umumnya teori sistem banyak diaplikasikan pada konteks organisasi.

Bukunya yang berjudul *Theories of Human Communication*, Littlejohn mengatakan bahwa suatu sistem sedikitnya terdiri dari empat hal, di antaranya sebagai berikut:

1. Objek-objek, adalah bagian-bagian dari sistem. Bisa berbentuk fisik atau abstrak atau keduanya. Yang menjadi objek dalam penelitian ini yaitu anggota Humas Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Pemerintah Kota Bandung.
2. Atribut, adalah kualitas atau properti sistem itu dan objek-objeknya. Yang menjadi atribut adalah pendidikan, pengalaman dan pengetahuan anggota

Humas Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Kota Bandung mengenai pelaksanaan pelayanan informasi publik.

3. Hubungan internal, hubungan antara anggota sistem yaitu hubungan antar anggota Humas Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) dan Humas Pemerintah Kota Bandung.
4. Lingkungan, adalah keadaan di sekitar sistem, yaitu masyarakat dan anggota lain yang ada di Pemerintah Kota Bandung.

Organisasi yaitu suatu sistem. Di dalamnya terdapat hubungan interaksi antar bagian dan komponennya. Sistem di luar suatu sistem yang lain disebut sebagai lingkungan. Hubungan dan interaksi antar bagian dalam suatu sistem dan antara sistem dan sistem yang lain (dengan lingkungannya) memungkinkan terjadinya pertukaran input dari lingkungannya, memprosesnya dan mengirim produk (*output*) pada lingkungannya.

Organisasi memproses *input* untuk menghasilkan *output* untuk mencapai tujuannya, sehingga kualitas tidaknya perubahan input menjadi *output* tergantung pada proses di dalam organisasi. Komunikasi merupakan darah bagi langgengnya hubungan dan kerja sama dalam sistem. Sebagai suatu sistem, organisasi memiliki karakteristik yang dimiliki setiap sistem sosial:

1. Keseluruhan dan saling bergantung

Organisasi adalah satu kesatuan, karena bagian-bagiannya berhubungan satu sama lain dan tidak dapat dipahami secara terpisah.

2. Hierarki

Satu sistem merupakan bagian dari sistem yang lebih besar. Suatu sistem merupakan bagian (subsistem) dari sistem yang lebih besar.

3. Peraturan sendiri dan kontrol

Aktivitas sistem diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu. Sistem mengatur perilakunya dalam mencapai tujuan tersebut.

4. Pertukaran dalam lingkungan.

Sistem berinteraksi dengan lingkungannya. Setiap sistem dapat mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungannya.

5. Keseimbangan

Sistem harus tinggal dalam keseimbangan agar tetap hidup keseimbangan akan dapat dicapai jika suatu sistem berfungsi dengan baik. Sistem berfungsi dengan baik homeostatis dan ekilibrium.

6. Perubahan dan kemampuan adaptasi

Untuk mencapai keseimbangan, sistem harus mencapai kemampuan menyesuaikan diri dengan lingkungannya.

7. Sama tujuan

Sistem mempunyai sistem yang sama.

Untuk mengatasi masalah yang muncul organisasi membutuhkan subsistem *public relations* yang dapat menjalin komunikasi antara organisasi dan publik proses *public relations* mesti mendorong organisasi untuk terbuka, membuka komunikasi dua arah dan mementingkan terciptanya pemahaman bersama.

Teori sistem memandang bahwa komunikasi yang dilakukan *public relations* terjadi dalam suatu sistem saling terhubung dan saling pengaruh. Komunikasi ini penting bagi lancarnya operasional seluruh sistem organisasi.

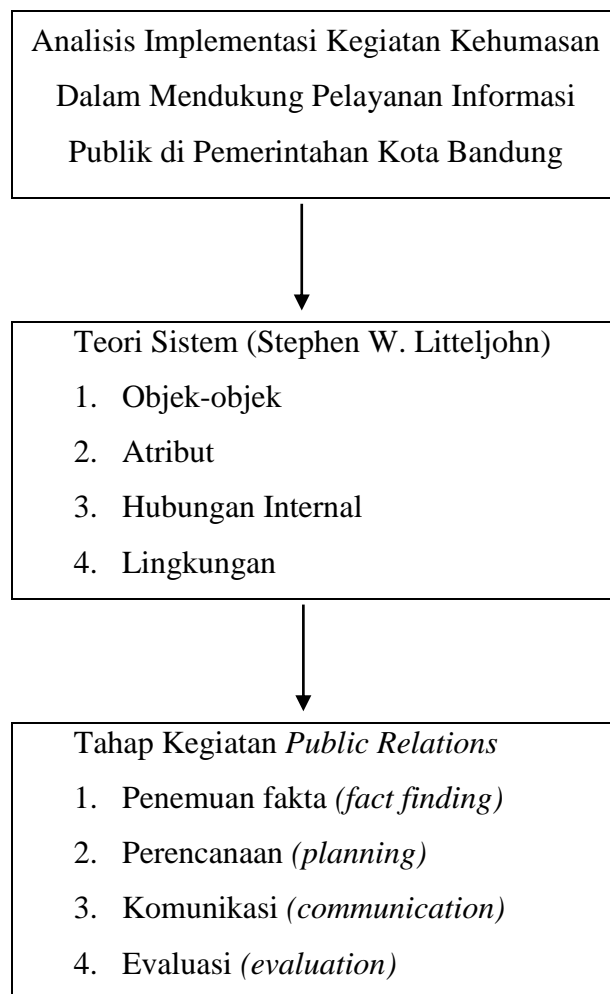
2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan pemetaan yang dibuat dalam penelitian untuk menggambarkan alur pikir peneliti.

Berdasarkan tujuan penelitian ini yaitu untuk menjelaskan Implementasi Kegiatan Kehumasan Dalam Mendukung Pelayanan Informasi Publik. Pendalaman analisis atas implementasi kegiatan kehumasan tersebut akan dapat menunjukkan bagaimana dukungannya terhadap pelayanan informasi publik.

Analisis implementasi kegiatan kehumasan dalam mendukung pelayanan informasi publik di Pemerintah Kota Bandung ini didasari oleh teori sistem Stephen W. Littlejohn yang meliputi objek-objek penelitian (sumber daya manusia) sebagai bagian dari sistem; atribut (bagian sistem yang terkait kapabilitas sumber daya manusia pelaksana pelayanan informasi publik; hubungan internal antara Humas Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Kota Bandung dan Humas Pemerintah Kota Bandung; lingkungan sekitar sistem, yakni masyarakat dan bagian lainnya dari Pemerintah Kota Bandung.

Tahap-tahap analisis dilakukan melalui penemuan fakta (*fact finding*), perencanaan (*planning*), komunikasi (*communication*) dan evaluasi (*evaluation*).

Gambar 2.1**Bagan Kerangka Pemikiran**

sumber : penelitian 2019 dan dimodifikasi oleh penulis dan pembimbing2019