

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Pada penelitian ini terdapat beberapa karya ilmiah dan penelitian sejenis yang didapatkan sebagai bahan referensi, rujukan, dan pendukung agar penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Peneliti menggunakan dua penelitian terdahulu yang sejenis dan berkaitan dengan objek penelitian.

Penelitian sejenis yang menjadi referensi peneliti sebagai berikut :

Tabel 2.1. Review Penelitian Sejenis

SKRIPSI			
Peneliti	Resty Nurwandi 2020	Merry Arizona 2012	Suwandi Syarif 2018
Judul	Aktivitas <i>Media Relations</i> Humas Polrestabes Bandung	Penerapan <i>Excellence Communication</i> Dalam Divisi Humas Lembaga Perbankan Indonesia (studi kasus Humas Bank Tabungan Negara Tbk)	Penerapan <i>Excellence Communication</i> dalam Divisi Humas PDAM Kota Makassar
Tujuan	Mengetahui bagaimana Humas Polrestabes Bandung menerapkan tiga aspek <i>excellence communication</i>	Mengetahui bagaimana penerapan dan adakah kendala yang menghambat lembaga perbankan Indonesia dalam menerapkan tiga	Mengetahui bagaimana penerapan <i>excellence communication</i> dan mengetahui apa saja faktor pendukung serta penghambat di

	dalam menjalin relasi dengan media	aspek <i>excellence communication</i>	Divisi Humas PDAM Kota Makassar.
Metodologi	Kualitatif, Deskriptif, Wawancara	Kualitatif, Deskriptif, Wawancara	Kualitatif, Deskriptif, Wawancara
Hasil	Humas di Humas Polrestabes telah berupaya menjalankan aktivitas <i>media relations</i> dengan baik. Aktivitas <i>media relations</i> nya antara lain melaksanakan <i>press conference, press release, press tour, press gathering, media visit</i> dan <i>special events</i> .	Humas BTN telah menjalankan perannya dengan baik. Dapat dilihat dari penanganan krisis pada tahun 2008 Humas BTN menerapkan <i>excellence communication</i> dalam menanganinya	Humas PDAM kota Makassar telah menjalankan tugasnya dengan baik. Dapat dilihat dari penanganan terhadap masalah yang terjadi pada pelanggan PDAM kota Makassar melalui Program Peduli Air bersih.
Perbedaan	Fokus penelitian diatas mengenai bagaimana penerapan <i>excellence communication</i> dalam menjalin relasi dengan media, sedangkan peneliti fokus pada bagaimana penerapan <i>excellence communication</i> pada program DeDe Humas Polda Jabar	Fokus penelitian diatas mengenai bagaimana penerapan 3 aspek <i>excellence communication</i> di Lembaga Perbankan Indonesia, sedangkan peneliti fokus pada bagaimana penerapan <i>excellence communication</i> pada program DeDe Humas Polda Jabar	Fokus penelitian diatas mengenai bagaimana penerapan <i>excellence communication</i> dalam seluruh kegiatan kehumasan di Humas PDAM Kiota Makassar, sedangkan peneliti fokus pada bagaimana penerapan <i>excellence communication</i> pada program DeDe Humas Polda Jabar

- 1) Penelitian yang berjudul “Aktivitas *Media Relations* Humas Polrestabes Bandung” ini menjadi referensi rujukan. Penelitian ini dilakukan oleh Resty Nurwandi jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti berupa wawancara mendalam, observasi partisipan dan studi literatur. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa Humas di Humas Polrestabes telah berupaya menjalankan aktivitas *media relations* dengan baik. Aktivitas *media relations* nya antara lain melaksanakan *press conference, press release, press tour, press gathering, media visit* dan *special events*. Namun dalam pelaksanaannya masih terhalang oleh struktur dan budaya organisasi sehingga Humas tidak memiliki kendali penuh untuk mengelola kegiatannya.
- 2) Penelitian yang berjudul “Penerapan *Excellence Communication* dalam Divisi Humas Lembaga Perbankan Indonesia”. Penelitian ini dilakukan oleh mahasiswi Universitas Indonesia yang bernama Merry Arizona jurusan Ilmu Komunikasi peminatan Hubungan Masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data adalah dengan wawancara mendalam, observasi dan studi dokumentasi. Penelitian ini menggunakan strategi studi kasus yaitu penelitian intensif dengan sumber-sumber fakta yang terperinci dan merupakan kesatuan tunggal berdasarkan waktu dan tempat yang telah ditentukan. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Humas

BTN telah menjalankan perannya dengan baik. Dapat dilihat dari penanganan krisis pada tahun 2008 Humas BTN menerapkan *excellence communicaton* dalam menanganinya. Tetapi terdapat hambatan yaitu komunikasi dua arah yang dilakukan cenderung ke arah asimetris dan posisi Humas yang tak tepat berada di bawah pimpinan yang menyebabkan humas tidak bisa berkomunikasi langsung dengan pimpinan.

- 3) Penelitian yang berjudul “Penerapan *Excellence Communication* dalam Divisi Humas PDAM Kota Makassar”. Penelitian ini dilakukan oleh Suawandi Syarif, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti berupa wawancara mendalam, observasi partisipan dan studi literatur. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa Humas PDAM kota Makassar telah menjalankan tugasnyanya dengan baik. Dapat dilihat dari penanganan terhadap masalah yang terjadi pada pelanggan PDAM kota Makassar melalui Program Peduli Air bersih. Namun, Kurangnya staf ahli dalam memberikan support terhadap pekerjaan yang terkadang tidak sesuai dengan jabatan sehingga membuat informasi menjadi ambigu terkait persoalan keluhan pelanggan.

2.1.2 Kerangka Konseptual

2.1.2.1 Komunikasi Massa

2.1.2.1.1 Definisi Komunikasi Massa

Manusia adalah makhluk individual yang tidak bisa hidup sendirian. Maka dari itu manusia juga disebut makhluk sosial. Dalam prakteknya makhluk sosial adalah makhluk yang saling membutuhkan informasi satu sama lain. Dalam memenuhi kebutuhannya dibutuhkanlah interaksi atau komunikasi. Oleh karena itu komunikasi memiliki peran penting dalam kehidupan sosial. Melalui komunikasi manusia bisa berbagi informasi (Panuju, 2018).

Menurut Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante dalam buku yang berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar karangan Mulyana (2013), Komunikasi merupakan transmisi informasi dengan harapan terpengaruhinya khalayak. Artinya dengan berkomunikasi kita bisa mengubah sikap bahkan perilaku orang lain tanpa kita sadari. Sebagai contoh ketika seorang guru menjelaskan pada muridnya tentang apa saja yang baik dan tidak baik. Dengan begitu murid akan tahu dan seketika mengubah sikapnya apakah akan memilih yang baik atau tidak baik.

Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang berlangsung secara dua arah atau timbal balik. Pesan yang disampaikan melalui media tertentu untuk menghasilkan efek atau *feedback*. Dalam kegiatan *public relations* komunikasi menjadi hal penting. Sebagaimana seorang *public relations* ketika menjadi komunikator harus memahami latar belakang lawan bicaranya dan mampu menempatkan diri sehingga komunikasi akan berlangsung secara efektif.

Menurut Panuju (2018), Komunikasi dapat berjalan efektif jika memperhatikan lima aspek, diantaranya :

- 1) Pertama, kejelasan. Dalam komunikasi harus menggunakan bahasa yang jelas dan dimengerti, sehingga dapat dipahami dan diterima dengan baik oleh komunikan.
- 2) Kedua, ketepatan. Hal ini berkaitan dengan penggunaan bahasa yang tidak bertele-tele dan berputar-putar ketika menyampaikan informasi, agar hal ini dapat membuat komunikan fokus pada setiap yang disampaikan dan dapat memengaruhi langsung ke dalam pemikirannya. *Gesture* serta ekspresi wajah yang tepat juga dapat menambah keberhasilan dalam komunikasi.
- 3) Ketiga, konteks. Hal ini menjelaskan bahwa bahasa dan informasi yang disampaikan harus sesuai dengan situasi dan lingkungan dimana komunikasi itu berlangsung.
- 4) Keempat, alur. Untuk bahasa dan informasi yang akan disampaikan harus dengan alur atau sistematika yang jelas, agar komunikan dapat menerima informasi dengan cepat dan tanggap.
- 5) Dan yang kelima, budaya. Hal ini juga harus menjadi perhatian dalam penyampaian informasi. Komunikator harus dapat beradaptasi dan menyesuaikan diri dengan budaya komunikan, baik itu secara verbal maupun nonverbal. Hal ini berguna untuk menghindari terjadinya kesalahan persepsi.

Pada komunikasi terdapat beberapa jenis komunikasi. Salah satunya adalah Komunikasi Massa. Komunikasi massa adalah proses penyampaian informasi, dan gagasan yang dilakukan oleh suatu organisasi kepada khalayak yang heterogen dan tersebar. Pengiriman dilakukan dengan menggunakan mesin tertentu.

Vivian (2008) dari Winona State University membatasi komunikasi massa, sebagai berikut:

“Mass communication is the sending of message to great number of people at widely separated points, mass communication is possible only through technology, whether it be a printing press, a broadcast transmitter or an internet server. the massiveness of the audience is a defining characteristic of mass communication. “

“Komunikasi massa adalah pengiriman pesan ke sejumlah besar orang di titik-titik yang terpisah secara luas, komunikasi massa hanya mungkin menggunakan teknologi, apakah itu mesin cetak, pemancar siaran atau server internet. kebesaran khalayak adalah karakteristik komunikasi massa yang menentukan.”

Dapat diartikan bahwa walaupun media sekarang sudah terhubung dengan teknologi informasi, media massa masih eksis dalam batas-batas lamanya, yaitu media khalayak besar dan komunikasi massa hanya dimungkinkan dengan bantuan teknologi.

2.1.2.1.2 Tujuan dan Fungsi Komunikasi Massa

Pada dasarnya tujuan komunikasi adalah untuk memahami pesan yang disampaikan oleh komunikator. Pertukaran informasi dalam berkomunikasi

memungkin adanya perubahan persepsi dan terpengaruhnya seseorang. Tujuan khusus komunikasi tergantung pada komunikator yang menyampaikan pesan (Lubis, 2012).

Secara umum tujuan komunikasi adalah untuk memberikan informasi. Memberikan informasi adalah tujuan dasar komunikasi. Komunikator harus bisa memastikan bahwa lawan bicaranya mengerti dan memahami maksud dari pesan yang disampaikan. Komunikasi juga bertujuan untuk mempengaruhi orang lain. Dalam menyampaikan ide dan gagasan, tak lain dan tak bukan berkomunikasi menjadi cara pertamanya. Tak jarang dengan komunikasi persuasif kita dapat menyamakan persepsi yang akhirnya dapat mempengaruhi seseorang untuk bertindak sesuai dengan yang kita inginkan.

Tidak semua orang memiliki cara berpikir yang sama. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan tersebut komunikator harus memahami bagaimana kondisi dari lawan bicaranya. Penyampaian pesan harus dilakukan dengan cara yang baik dan benar. Komunikator harus memahami latar belakang komunikan agar dapat strategi bagaimana agar komunikasi berjalan efektif.

Umumnya komunikasi memiliki empat fungsi yaitu informasi, edukasi, hiburan dan persuasi. Dalam fungsi informasi, komunikasi bekerja untuk menyampaikan jenis informasi yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan. Fungsi kedua, fungsi edukasi berfungsi untuk memberikan pengetahuan atau mendidik. Fungsi ketiga, komunikasi berfungsi untuk memberikan hiburan. Fungsi komunikasi yang terakhir atau keempat adalah

membuat komunikasi mempercayai pesan atau informasi. Dengan fungsi persuasif ini dapat mempengaruhi dan memperkuat kepercayaan, sikap atau nilai seseorang.

Pada Komunikasi Massa, komunikasi memiliki fungsi utama sebagaimana yang disampaikan oleh Wimmer & Dominick (2011) sebagai berikut :

- 1) Fungsi pengawasan. Yang dimaksud dengan fungsi pengawasan adalah menjaga tertib sosial dan harmoni sosial dengan pesan-pesan yang disampaikan. Misalnya, media massa ikut serta dalam membantu masyarakat dengan memberitakan sesuatu yang dapat bermanfaat dalam kehidupannya.
- 2) Fungsi interpretasi. Media massa memiliki standar penyiaran, kebijakan penyiaran/peliputan, dan basis ideologis. Penelitian analisis bingkai adalah contoh metode yang digunakan untuk mengetahui bagaimana media melingkupi suatu peristiwa atau fenomena ide atau ideologi di baliknya. Dengan kata lain, media massa dimaksudkan untuk membantu orang memahami fakta dan peristiwa. Apa yang dianggap penting oleh media seharusnya penting bagi masyarakat.
- 3) Fungsi mediasi atau hubungan. Media massa adalah lembaga yang menghubungkan komunikasi antara berbagai kelompok masyarakat, seperti antara produsen dan konsumen, antara pemerintah dan antara elit politik dan konstituennya.

2.1.2.2 Hubungan Masyarakat

2.1.2.2.1 Definisi Hubungan Masyarakat

Para ahli komunikasi sudah banyak meneliti apa definisi dari Hubungan Masyarakat (Humas). Definisi Hubungan Masyarakat sendiri sangatlah banyak tergantung dari apa yang dilihat, sudut pandang yang diambil, dan menyesuaikan dengan kebutuhan yang akan digunakan meskipun pada dasarnya bermakna sama.

Rafi (2019) menjelaskan bahwa hubungan masyarakat merupakan strategi terencana yang berguna untuk memberikan pengaruh pada opini publik melalui karakter yang baik dan kinerja yang bertanggungjawab, yang dilandasi pada komunikasi dua arah yang menguntungkan kedua belah pihak. Hubungan Masyarakat atau Humas adalah sebuah fungsi manajemen yang berkaitan dengan usaha untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan (*mutually beneficial relationship*) antara sebuah organisasi dengan publiknya. Humas merupakan bagian dari suatu organisasi yang menjalankan fungsi komunikasi yaitu terjalinnya komunikasi dua arah atau timbal balik antara publik dengan organisasi/instansi. Dengan tujuan terciptanya saling pengertian antara publik dengan organisasi dan membangun relasi antara publik dengan organisasi guna membangun citra positif di mata publik.

2.1.2.2.2 Tujuan Hubungan Masyarakat

Pada dasarnya tujuan Humas adalah untuk meningkatkan citra positif terhadap organisasi dan mengurangi bahkan menghilangkan citra negatif terhadap suatu organisasi.

Menurut Rachmadi (2012), tujuan Humas adalah sebagai berikut:

- 1) Menumbuhkembangkan citra perusahaan yang positif untuk publik eksternal atau masyarakat dan konsumen.
- 2) Mendorong tercapainya saling pengertian antara publik sasaran dengan perusahaan.
- 3) Mengembangkan sinergi fungsi pemasaran dengan *public relations*.
- 4) Efektif dalam membangun pengenalan merek dan pengetahuan merek.
- 5) Mendukung bauran pemasaran.

Kegiatan Humas adalah untuk mendapatkan kepercayaan, menciptakan saling pengertian dan menciptakan citra yang baik dari publik atau masyarakat terhadap organisasi. Humas bertujuan untuk menciptakan opini publik yang *favourable* tentang kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh badan yang bersangkutan.

Humas mempunyai tanggung jawab dengan memastikan organisasi yang diwakilinya dikenal dan dipahami oleh masyarakat sehingga mendapatkan kepercayaan dari publik. Dengan begitu organisasi yang diwakili mendapatkan dukungan dari publik (Sinduwiatmo, 2018).

Tujuan utama Humas adalah mempertahankan reputasi positif organisasi sembari membina, mempertahankan hubungan strategis dengan pihak internal maupun eksternal yang akan mencerminkan organisasi yang jujur, sukses, penting, dan relevan.

2.1.2.2.3 Fungsi Hubungan Masyarakat

Secara garis besar Humas merupakan komunikator dari sebuah perusahaan, organisasi maupun lembaga yang dituntut untuk menjalin hubungan baik dengan publik internal maupun eksternal. Humas sebagai alat manajemen yang menyusun dan mempertahankan hubungan yang baik dan menguntungkan antara organisasi dengan publik yang memberikan pengaruh besar pada keberhasilan atau kegagalan pada kinerja organisasi tersebut (Rafi, 2019).

Fungsi Humas menyelenggarakan komunikasi dua arah dijelaskan oleh Rafi (2019) sebagai berikut :

- 1) Memberikan penerangan yang berkaitan dengan kepentingan organisasi dan kepentingan khalayak dengan cara-cara yang sesuai dengan jamannya.
- 2) Mengukur dan menafsirkan sikap, pendapat dan perilaku masyarakat terhadap organisasi, sehingga tercapainya misi pesan yang dikehendaki.
- 3) Merumuskan kegiatan-kegiatan yang bertujuan meningkatkan pengertian masyarakat terhadap aktivitas lembaga/perusahaan guna memperoleh dukungan publik.
- 4) Melaksanakan dan mengembangkan setiap program yang berhubungan dengan usaha untuk menciptakan saling pengertian antara organisasi dan masyarakat, sehingga terjalin kerjasama yang diharapkan.
- 5) Melakukan evaluasi internal sejauhmana terjalinnya kerjasama harmonis dan sampai dimana telah terciptanya persepsi positif masyarakat dan citra organisasi yang didambakan.

2.1.2.3 Humas Pemerintah

2.1.2.3.1 Definisi Humas Pemerintah

Dalam sebuah organisasi, khususnya di lingkup pemerintahan, humas memegang peranan yang sangat penting dan strategis. Humas pemerintah adalah fungsi manajemen yang berkaitan dengan jalan untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan antar berbagai *stakeholders* organisasi, baik internal dan eksternal dalam upaya membangun citra positif dari institusi pemerintah itu sendiri serta berperan menginformasikan semua tindakan-tindakan dan kebijakan yang telah dilaksanakan oleh pemerintah (Lubis, 2012).

Berdasarkan Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor PER/12/M.PAN/08/TAHUN 2007 tentang Pedoman Umum Hubungan Masyarakat Di Lingkungan Instansi Pemerintah pada Pasal 1 ayat (1) yang dimaksud dengan hubungan masyarakat di lingkungan instansi pemerintah adalah aktivitas lembaga dan atau individu, yang melakukan fungsi manajemen dalam bidang komunikasi dan informasi kepada publik pemangku kepentingan dan sebaliknya.

Terdapat beberapa hal yang membedakan humas pemerintah dan humas perusahaan meskipun secara pelaksanaannya tidak jauh berbeda. Humas pemerintah bertujuan untuk memenuhi hak masyarakat yaitu memberikan pelayanan dan memberikan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Tidak hanya publik dan pemangku kepentingan saja yang menjadi sasaran dari humas pemerintah. Tapi juga seluruh warga negara. Sedangkan humas perusahaan

pada umumnya memiliki tujuan untuk mencari keuntungan bagi perusahaan. Sasarannya jelas hanya pihak-pihak yang menguntungkan bagi perusahaan.

2.1.2.3.2 Tujuan Humas Pemerintah

Menurut Lee et al. (2012) terdapat delapan tujuan dari humas pemerintah, antara lain:

1) *Media relations*

Umumnya media hanya tertarik untuk meliputi kegagalan pemerintah dalam melaksanakan kebijakannya karena lebih menarik perhatian masyarakat. Namun tidak bisa dipungkiri media juga butuh informasi mengenai keberhasilan pemerintah dalam menjalankan tugasnya. Oleh sebab itu humas pemerintah hadir untuk menjalin kerjasama yang baik agar citra positif instansi pemerintah tetap terjaga.

2) *Public reporting*

Humas pemerintah harus selalu memberikan informasi kepada masyarakat mengenai kegiatan yang dilakukan melalui berbagai media. Oleh sebab itu, humas pemerintah harus mengelola arus informasi dengan baik. Melalui informasi yang diberikan oleh Humas, masyarakat dapat memantau perkembangan dan kinerja pemerintah.

3) *Responsiveness to the public*

Humas sebagai jembatan antara instansi dan masyarakat harus bisa melakukan komunikasi dua arah atau timbal balik. Humas menjadi pendengar yang baik, menyerap aspirasi dan keinginan masyarakat lalu

disampaikan kepada instansi khususnya kepada pimpinan. Humas harus menunjukkan sikap atau respon yang tepat bahwa instansi yang diwakilinya peduli terhadap masalah yang sedang terjadi pada masyarakat. Karena pada dasarnya instansi atau lembaga pemerintah memang bertugas untuk melayani masyarakat termasuk mencari solusi dari permasalahan.

4) *Increasing the utilization of service and product*

Pemerintah harus selalu meningkatkan pelayanan terhadap masyarakat terutama pelayanan informasi yang menjadi tanggung jawab dari humas. Pada dasarnya setiap instansi pemerintah bertugas untuk melayani masyarakat.

5) *Public education and public service campaigns*

Humas memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai program dan kebijakan yang akan diterapkan melalui kampanye atau sosialisasi. Sosialisasi bisa dilakukan dengan terjun langsung ke pemukiman dan menjelaskan dengan alat peraga, atau memasang spanduk dan baliho di tempat-tempat yang banyak dijangkau oleh masyarakat. Sehingga edukasi dan kampanye sampai kepada khalayak yang menjadi sasaran.

6) *Seeking voluntary public compliance with law and regulations*

Informasi mengenai kebijakan yang akan diterapkan harus disampaikan dengan baik oleh humas agar masyarakat mengerti dan memahami mengenai aturan tersebut. Apa saja yang harus dipatuhi dan tidak boleh dilanggar, bagaimana konsekuensi dan hukumannya. Humas harus mampu menyampaikan dengan bahasa yang dapat dimengerti oleh semua kalangan.

Misalnya untuk aturan tertentu, jika disosialisasikan dengan menggunakan bahasa atau istilah hukum tentunya tidak semua masyarakat dapat memahami. Oleh karena itu Humas diperlukan untuk memberikan pemahaman yang dapat dimengerti oleh semua kalangan.

7) *Using the public as the eyes and ears of an agency*

Humas bisa memanfaatkan masyarakat sebagai perpanjangan tangan untuk mendapatkan informasi mengenai situasi yang terjadi. Karena tidak semua informasi dapat dijangkau oleh humas karena masyarakat yang jumlahnya cukup banyak. Humas bisa mendapatkan informasi dari istilah yang sedang *trending* atau topik yang lagi hangat dikalangan masyarakat melalui media sosial. Oleh karena itu praktisi Humas harus selalu *update* dengan perkembangan dan berita terbaru dari berbagai media.

8) *Increasing public support*

Melalui komunikasi yang dilakukan humas diharapkan akan masyarakat turut berpartisipasi dan memberikan dukungan terhadap program atau kebijakan yang akan diterapkan.

2.1.2.3.3 Fungsi Humas Pemerintah

Secara umum, fungsi paling dasar humas dalam pemerintahan adalah membantu menjabarkan dan menjelaskan serta mencapai tujuan program pemerintahan, meningkatkan sifat responsif atau cepat tanggap pemerintah, serta memberikan informasi yang dapat membantu publik untuk mengatur diri sendiri (Lubis, 2012).

Fungsi humas telah diatur dalam Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2011 Tentang Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan. Dalam KEMENPANRB (2011) tersebut menyebutkan bahwa fungsi humas pemerintah adalah :

- 1) Membentuk, meningkatkan, serta memelihara citra dan reputasi positif instansi pemerintah dengan menyediakan informasi tentang kebijakan, program, dan kegiatan instansi. Oleh sebab itu, sebagai implementasi dari UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik humas pemerintah disetiap Kementrian dan Lembaga atau Pemda menjadi Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi. Yang salah satu tugasnya melayani informasi kepada masyarakat yang memerlukan.
- 2) Menciptakan iklim hubungan internal dan eksternal yang kondusif dan dinamis. Ini sangat penting dilakukan, karena yang sering terjadi humas pemerintah selalu lebih mementingkan eksternal dan melupakan internal.
- 3) Menjadi penghubung instansi dengan publiknya. Tentunya setiap unit dalam organisasi memiliki tugas dan fungsi masing – masing. Demikian juga dengan humas pemerintah, harus mampu menjadi penghubung instansi dengan masyarakatnya. Dengan demikian, unit yang lain dapat bekerja dengan tenang tanpa mendapat beban permintaan informasi dan berkomunikasi dengan masyarakat yang memerlukan.
- 4) Melaksanakan fungsi manajemen komunikasi, yang meliputi kegiatan perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, dan pemberian masukan dalam

pengelolaan informasi. Tentu dalam melaksanakan tugas dan fungsinya humas pemerintah melaksanakan fungsi manajemen agar semua programnya bisa berjalan dengan baik.

2.1.2.3.4 Tugas Humas Pemerintah

Tugas humas pemerintah terbagi menjadi dua macam yaitu kedalam dan keluar. Hubungan kedalam berupa koordinator dengan badan pemerintah yang lain sedangkan hubungan keluar yaitu berhadapan dengan masyarakat (Suharyanti et al., 2012).

Tujuan humas pemerintah juga telah diatur dalam Peraturan KEMENPANRB (2011) Nomor 30 Tentang Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan. Tujuan tersebut antara lain :

- 1) Melaksanakan komunikasi timbal balik antara instansi pemerintah dan publik yang terencana untuk menciptakan saling pengertian dalam mencapai tujuan, demi memperoleh manfaat bersama. Oleh sebab itu, humas pemerintah hadir ditengah masyarakat dan instansi pemerintah untuk melancarkan tugas tersebut.
- 2) Meningkatkan kelancaran arus informasi dan aksesibilitas publik. Humas pemerintah harus bisa berupaya dan menjaga kelancaran arus informasi dan aksesibilitas guna terpenuhinya hak masyarakat dalam mendapatkan keterbukaan informasi dari pemerintah.
- 3) Meningkatkan koordinasi dalam penyebarluasan informasi tentang kebijakan pemerintah. Kebanyakan dari masyarakat melakukan

pelanggaran hukum atau bahkan ketinggalan informasi kebijakan-kebijakan pemerintah adalah karna ketidaktahuannya atas informasi tersebut atau bahkan informasi tersebut tidak samapai kepada masyarakat. Oleh karna itu humas pemerintah harus bisa melakukan kordiansi dalam penyebarluasan informasi tentang kebijakan pemerintah agar informasi tersebut sampai hingga ke publik luas.

- 4) Membangun citra dan reputasi positif. Humas pemerintah harus bisa menciptakan dan mempertahankan serta meningkatkan citra dan reputasi positif instansi pemerintah.

2.1.2.4 *External Public Relations*

External Public Relations atau Humas eksternal merupakan kegiatan ataupun hubungan yang dibina antara Humas dengan publik yang berada diluar perusahaan atau instansi. Hubungan yang dilakukan agar kebijakan perusahaan dapat dimengerti oleh publik. Tujuannya, agar tujuan perusahaan dapat tercapai tanpa adanya resistensi dari publiknya sendiri (Effendy, 2016).

External Public Relations bertugas memperkenalkan perusahaannya kepada publik, mengetahui sikap dan pendapat publik terhadap perusahaannya, serta mendapatkan kepercayaan dari pihak-pihak diluar perusahaannya. Kegiatan eksternal yang dilakukan *External Public Relations* bertujuan untuk menciptakan komunikasi dua arah antara publik dan perusahaan. Biasanya komunikasi yang terjadi bersifat informatif untuk sekedar memberikan informasi dan persuasif untuk mempengaruhi publik.

Kegiatan *External Public Relations* juga bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, mencapai kesepakatan dan kerjasama dengan pihak-pihak yang berkaitan dengan perusahaan. Dengan adanya kegiatan *External Public Relations* maka akan berdampak terhadap citra perusahaan dimata publik. Humas bukan hanya memberikan informasi kepada publik tetapi juga mengumpulkan informasi mengenai publiknya.

Menurut Hasan (2016), dalam menjalankan tugasnya humas eksternal mempunyai beberapa kegiatan, antara lain:

- 1) Hubungan dengan Pers (*Press Relations*). Tujuan dari kegiatan *press relations* ini adalah untuk memberikan informasi mengenai sesuatu kegiatan yang dilakukan perusahaan melalui press dimana pada tahap selanjutnya pers akan menyebarkan informasi tersebut melalui pemberitaannya kepada masyarakat luas.
- 2) Hubungan dengan pihak pemerintah (*Government Relations*). Ditujukan kepada kegiatan menyelenggarakan hubungan dengan pihak pemerintah.
- 3) Hubungan dengan publik pelanggan (*Costumer Relations*). Salah satu bentuk kegiatan *external public relation* yang kegiatannya diarahkan kepada menciptakan hubungan kepada pemakai jasa atau publik konsumen. Bila seorang petugas kehumasan ingin melaksanakan maka bentuk kegiatan penyelenggaraanya dapat dilaksanakan dalam bentuk periklanan, publisitas, dan promosi penjualan.

- 4) Hubungan dengan publik masyarakat (*Community Relations*). Salah satu bentuk kegiatan *external public relations* yang ditujukan kegiatannya kepada usaha untuk menciptakan hubungan dengan masyarakat luas.
- 5) Hubungan dengan pihak pengedar (*Supplier Relations*). Salah satu bentuk dari kegiatan *external public relations* yang ditunjukkan kepada menyelenggarakan hubungan dengan pihak pengecer.
- 6) Hubungan dengan pihak pendidikan (*Educational Relations*) Salah satu bentuk kegiatan *external public relations*, yang kegiatannya ditunjukkan kepada hubungan dengan pihak sekolah. Tujuan *external public relations* ini dalam menyelenggarakan hubungan dengan pihak pendidikan dapat mempunyai arti adalah bertujuan untuk memberikan bantuan secara khusus kepada pengembangan bidang pendidikan.

2.1.2.5 Duta Desa (DeDe) Humas Polda Jawa Barat

DeDe Humas Polda Jabar adalah salah satu kegiatan *external public relations* Humas Polda Jabar. DeDe Humas Polda Jabar di bentuk pada Februari 2021. Program ini dibentuk untuk memenuhi harapan dan kebutuhan masyarakat terhadap terselenggaranya layanan keamanan publik khususnya di media sosial sehingga dimungkinkan pengendalian respon kebutuhan masyarakat terhadap kepolisian.

DeDe Humas Polda Jabar merupakan perwakilan dari tokoh masyarakat, tokoh agama atau pesantren, karang taruna dan ibu-ibu PKK yang dapat bekerjasama secara sukarela atau partisipasi dari setiap desa yang dapat memberikan informasi dan/atau menerima informasi melalui media sosial secara cepat dan akurat. Program ini pun merupakan pendeteksi dini apa yang sedang terjadi didaerahnya guna mendukung tugas kepolisian dalam melayani, mengayomi dan melindungi masyarakat dengan baik.

Strategi Humas Polda Jabar :

- 1) Dengan terbentuknya komunitas DeDe (duta desa) humas di media sosial, maka dengan perkembangan teknologi internet, kini komunikasi tidak hanya terjadi secara tatap muka, namun juga bermedia perangkat lunak atau dikenal dengan istilah *digital mediated communication* (cmc).
- 2) Perkembangan teknologi diikuti juga dengan perkembangan beragam platform media sosial yang banyak digunakan sebagai media komunikasi. Yang mana media sosial dapat dimanfaatkan oleh humas polda jabar bersama DeDe humas, sebagai sarana komunikasi dan interaksi dengan masyarakat.
- 3) Hal tersebut mendorong terbentuknya komunitas dan terakomodir virtual/*virtual police*.
- 4) Dengan deteksi dini untuk memindai potensi tindak pidana khususnya di media sosial dapat terwujud.
- 5) Dimana kedepan akan dibuat media dalam jaringan di platform media sosial baik itu di *fanpage facebook instagram, twitter, youtube* dan *tiktok*.

2.1.3 Kerangka Teoritis

2.1.3.1 *Exellence Theory*

Exellence theory bermula dari Grunig dan rekan-rekannya yang ingin mengetahui bagaimana seharusnya humas yang ideal. Kemudian Grunig dan rekan-rekannya melakukan penelitian yang menghasilkan *excellence theory*. *Exellence theory* memaparkan bagaimana cara humas berperan dalam organisasi untuk mencapai tujuan dan menjadi lebih efektif. *Exellence theory* adalah alat yang cukup penting dalam membantu organisasi untuk berkomunikasi dengan lebih baik dan efektif serta membangun hubungan baik dengan publik. Melalui *excellence theory*, organisasi dapat lebih memahami publik (Ajianto et al., 2018).

Suharyanti et al. (2012) menjelaskan di dalam *excellence theory* terdapat *excellence communication* yang merupakan ilustrasi konsep humas yang ideal. *Exellence communication* menjadi kunci keberhasilan humas sebagai komunikator dalam suatu organisasi. *Excellence communications* menggambarkan kriteria yang harus diterapkan oleh humas untuk mencapai keberhasilan dari suatu organisasi. *Excellence communications* terdiri dari tiga aspek yaitu *knowledge core* (pengetahuan dasar), *shared expectations* (harapan bersama) dan *participative culture* (budaya partisipatif dalam organisasi).

1) *Knowledge core*

Dalam setiap organisasi, humas harus memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam bidang kehumasan. Secara umum, kemampuan humas adalah kemampuan menulis *press release*, membuat *advertorial*, melakukan publikasi mengenai event dan berbagai kemampuan lainnya.

Knowledge core merupakan pengetahuan dasar yang harus dimiliki oleh humas sebagai komunikator mengenai peran manajerial, bagaimana merencanakan strategi operasional atau bentuk komunikasi yang ideal dengan menerapkan komunikasi dua arah antara organisasi dengan publiknya.

Peran manajerial adalah tanggung jawab humas dalam melaksanakan manajemen semua program komunikasi organisasi, terutama manajemen strategi. Humas bertanggungjawab atas manajemen komunikasi dimulai dari perencanaan, pelaksanaan hingga tahap evaluasi.

Sedangkan dasar pengetahuan komunikasi dua arah adalah komunikasi yang didalamnya terdapat pertukaran informasi, hubungan timbal balik, saling memberi dan menerima pesan antar organisasi dengan publik. Komunikasi dua arah dapat bersifat asimetris dan simetris. Dalam komunikasi dua arah asimetris, humas melakukan persuasi untuk mempengaruhi publik agar bertindak sesuai dengan keinginan organisasi dan memanipulasi publik. Komunikasi dua arah asimetris masih berorientasi pada keuntungan organisasi. Sedangkan dalam komunikasi dua arah simetris, humas bernegosiasi untuk mencapai kesepakatan kerjasama. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa humas memiliki peran mediasi yang penting antara organisasi dengan publiknya.

2) *Shared expectations*

Pengetahuan dan pengalaman dasar saja tidak cukup untuk menciptakan *excellence communication* dan menjadikan humas yang ideal dalam sebuah organisasi. Humas tidak bisa bekerja sendiri dengan mengandalkan pengetahuan dasar. Oleh karena itu untuk mencapai *excellence communication* tersebut humas harus menjalin hubungan dengan koalisi dominan yaitu pimpinan organisasi atau perusahaan. Tujuannya adalah agar harapan bersama (*shared expectations*) organisasi dapat diakui dan disetujui oleh pimpinan organisasi. Seperti pemahaman *shared expectation* yaitu harapan bersama yang diakui oleh komunikator dan koalisi dominan dalam hal komunikasi organisasi.

Pimpinan yang memahami pentingnya komunikasi dua arah serta humas yang memiliki pengetahuan dasar tentang peran manajerial akan memungkinkan humas dengan mudah menyampaikan pendapat publik dan memberikan saran kepada pimpinan organisasi. Sehingga komunikasi dua arah antara publik dan perusahaan dapat berlangsung efektif. Hubungan yang baik antara humas dengan pimpinan akan menjadikan humas sebagai pihak yang dapat dipercaya sehingga tidak akan terjadi pertentangan antara perencanaan humas dengan keputusan pimpinan.

Penerapan dari *excellence theory* tidak bisa terwujud apabila kemampuan manajerial humas tidak diimbangi dengan dukungan dari pimpinan atau pihak yang berpengaruh dalam pengambilan keputusan organisasi. Oleh karena itu jika humas tidak menempati posisi strategis

setidaknya humas harus bisa menjalin hubungan dan komunikasi yang baik dengan pimpinan.

3) *Participative culture*

Participative culture atau budaya partisipatif adalah aspek yang terkait dengan budaya organisasi yang mendukung penerapan *excellence communication*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Grunig dan rekan-rekannya, diketahui bahwa budaya dan struktur organisasi adalah elemen yang membentuk *excellence communications*. Ketika sebuah organisasi menerapkan budaya komunikasi satu arah, seperti ketika pimpinan mengambil keputusan berdasarkan kekuasaan dan jabatan tanpa melibatkan saran dari pihak lain khususnya humas, maka tidak akan tercipta *excellence communication*. Komunikasi satu arah akan menciptakan budaya otoriter yaitu adanya dominasi kekuasaan dan bersifat tertutup. Hal ini akan memperumit tugas humas dalam merencanakan program dan kegiatan karena semua keputusan mutlak ditentukan oleh pimpinan.

Sementara *participative culture* identik dengan kerjasama dan keterbukaan dalam berorganisasi. Budaya partisipatif akan memberikan kesempatan kepada karyawan dan pihak yang berkaitan untuk menyampaikan ide dan aspirasi demi kemajuan organisasi. Sehingga semua pihak dapat terlibat dan secara sukarela berpartisipasi dalam setiap program dan kegiatan.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan diagram yang menggambarkan secara garis besar bagaimana suatu penelitian akan dijalankan. Kerangka pemikiran dibuat berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya. Melalui kerangka pemikiran peneliti akan menjelaskan konsep dan kaitan antara masalah yang akan diteliti dengan teori yang akan digunakan.

Pada program DeDe Humas Polda Jabar memiliki visi dan misi yaitu pendeteksi dini apa yang sedang terjadi didaerahnya guna mendukung tugas kepolisian dalam melayani, mengayomi dan melindungi masyarakat dengan baik. Dengan begitu peneliti ingin mengetahui apakah teori *Excellence communications* dapat diterapkan sejalan dengan program DeDe Humas Polda Jabar. Sehingga teori ini dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian tentang aktivitas *external public relations* Humas Polda Jabar.

Teori yang digunakan dapat membantu peneliti memfokuskan permasalahan yang akan diteliti sehingga tidak keluar dari topik permasalahan. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah *excellence theory* Grunig, dkk. Penggunaan *Excellence Theory* dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk membantu peneliti memahami bagaimana manajemen komunikasi dan pola komunikasi yang diterapkan oleh Humas Polda Jabar untuk melaksanakan kegiatan *External public relations*.

Excellence Theory merupakan alat yang dapat membantu organisasi menjalankan komunikasi yang efektif dalam menjalin hubungan dengan publiknya

baik internal maupun eksternal. *Excellence Theory* dapat memberikan gambaran bagaimana peran Humas dalam sebuah organisasi atau perusahaan untuk membangun komunikasi antara perusahaan dengan publik, merencanakan strategi dan berperan dalam manajemen organisasi sehingga dapat terus berkembang menjadi lebih baik. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya di dalam *Excellence Theory* terdapat *Excellence Communication* yang memiliki tiga aspek yaitu *knowledge core* (pengetahuan dasar), *shared expectations* (harapan bersama) dan *participative culture* (budaya partisipatif dalam organisasi).

1) *Knowledge Core*

Knowledge core merupakan pengetahuan dasar yang harus dimiliki komunikator yaitu Humas Polda Jabar. Sejauh mana peran pengetahuan dasar yang dimiliki praktisi Humas Polda Jabar sebagai keahliannya untuk menjalankan fungsi komunikasi. Pengetahuan dasar meliputi dua unsur yang pertama pengetahuan untuk menjalankan peran manajerial.

Salah satu dari manajemen komunikasi humas pada kegiatan *External public relations* humas Polda Jabar yaitu bagaimana humas menjalankan manajemen semua program komunikasi organisasi, terutama manajemen strategi. Humas Polda Jabar dituntut harus bisa menghasilkan strategi dan program-program yang dapat menguntungkan instansi. Manajemen program komunikasi yang dilakukan organisasi mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi.

Pengetahuan dasar Humas untuk menjalankan aktivitas *External public relations* meliputi pengetahuan penelitian atau riset, manajemen strategis dan oprasional, pengetahuan negoisasi, dan pengetahuan persuasi. Namun disisi lain

seiring dengan perkembangan humas, peran humas juga dikategorikan kedalam peran teknisi komunikasi. Kemampuan teknisi komunikasi berupa kemampuan menulis, desain, fotografi, dan publikasi. Oleh karena itu setiap praktisi Humas harus mengetahui bagaimana cara mengerjakan kegiatan teknis yang baik dan menarik.

Unsur kedua dari pengetahuan dasar yaitu mengenai komunikasi dua arah yaitu simetris dan asimetris. Adanya pertukaran informasi, hubungan timbal balik, dan saling memberi pesan antar instansi dengan publik merupakan komunikasi yang ideal. Dalam hal ini humas berperan sebagai mediator atau penengah antara Polda Jabar dengan publik. Melalui komunikasi dua arah akan terjalin hubungan baik antara Polda Jabar dengan publik yang akan saling mendukung untuk mencapai tujuan bersama.

Pada komunikasi dua arah simetris humas melakukan negosiasi untuk mencapai kesepakatan kerjasama. Yang pasti kerjasama ini harus memberikan keuntungan untuk kedua pihak baik Humas sebagai perwakilan instansi ataupun untuk pihak media massa. Sedangkan pada komunikasi dua arah asimetris humas melakukan persuasi agar publik bertindak sesuai dengan keinginan organisasi. Dengan memiliki pengetahuan dasar, humas dapat mengupayakan jenis komunikasi seperti apa yang akan dilakukan untuk mencapai hubungan timbal balik yang saling menguntungkan.

2) *Shared Expectations*

Shared expectation merupakan aspek harapan bersama mengenai komunikasi dengan koalisi dominan. Humas harus menjalin hubungan dengan koalisi dominan. Hal ini bertujuan untuk memudahkan humas dalam melakukan perencanaan tanpa khawatir tidak mendapat persetujuan. Saat ini sudah banyak organisasi yang menempatkan posisi humas tepat dibawah pimpinan. Namun, tak jarang penempatan humas bukan di puncak struktur organisasi, oleh karena itu dibutuhkan harapan bersama antara humas dan koalisi dominan.

Koalisi dominan merupakan pihak yang paling berpengaruh dalam pengambilan keputusan dan menentukan kebijakan organisasi. Cara untuk memperoleh dukungan dan harapan bersama dari koalisi dominan adalah dengan ikut berkontribusi dalam perencanaan strategis dan pembuatan keputusan sehingga dapat memberi pertimbangan dari publik. Oleh karna itu humas harus bisa merancang program-program yang bermanfaat untuk mengatasi krisis, meningkatkan nilai instansi dan mendukung proses pencapaian tujuan isntansi.

Pada aktivitas *External public relations*, jika humas memiliki akses dan wewenang akan lebih mudah untuk menentukan strategi komunikasi seperti apa yang akan dilaksanakan guna mencapai tujuan instansi. Namun jika humas masih membutuhkan persetujuan, dibutuhkan hubungan yang baik dengan koalisi.

Penempatan posisi Humas di Polda Jabar tepat di bawah *top management*. Ini akan sangat memudahkan adanya harapan bersama dengan koalisi dominan, yaitu pimpinan. Adanya persetujuan dari Kapolda Jabar dan Wakapolda Jabar merupakan hal yang sangat penting dalam melaksanakan kegiatan kehumasan.

Pada gambar struktur organisasi diatas diberi keterangan tingkatan Humas sebagai unsur pengawas dan pembantu pimpinan. Dapat diartikan bahwa Humas cukup memiliki peran untuk memberikan saran dan masukan terhadap pelaksanaan kegiatan di Polda Jabar.

3) *Participative Culture*

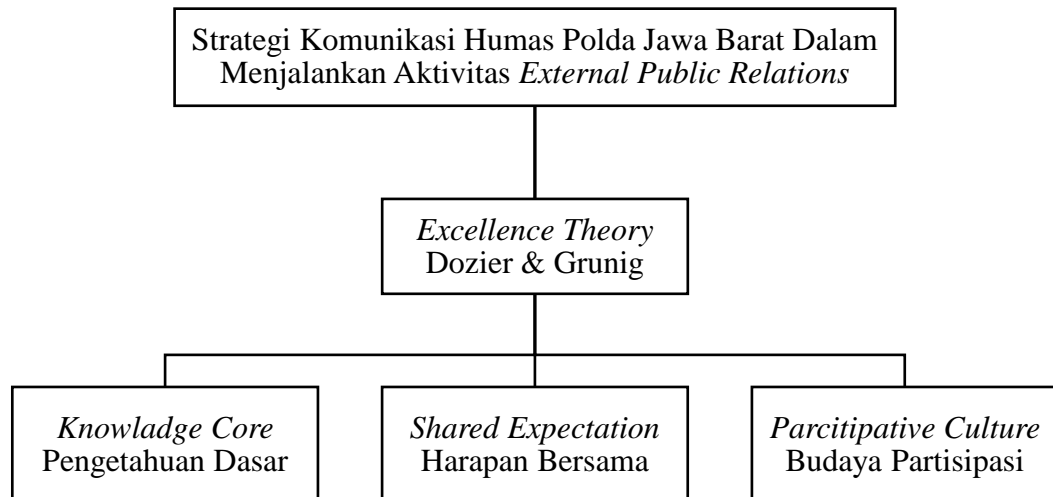
Participative culture merupakan aspek terkahir yang harus dipenuhi guna mencapai *excellence communication*. *Participative culture* merupakan budaya komunikasi dalam suatu organisasi. Setiap instansi memiliki sejarah, budaya, pendekatan dan cara yang berbeda-beda. Budaya dalam sebuah instansi akan mempengaruhi cara individu dalam berinteraksi satu sama lain. Dalam menjalankan *External public relations* dibutuhkan hubungan yang terbuka antara satu sama lain guna menyatukan semua dimensi sosial ayang ada didalam instansi tersebut.

Adanya budaya partisipatif akan mendukung komunikasi yang *excellence*. Budaya partisipatif dapat meingkatkan kondisi instansi dalam menjalankan program-program komunikasinya. Budaya partisipatif memberikan kesempatan bagi karyawannya untuk mengeluarkan pendapat. Hal ini akan meningkatkan komunikasi dua arah yang menjadi nilai penting bagi *excellence communication*.

Manajemen partisipatif adalah cara yang sangat baik untuk meningkatkan partisipasi anggota di setiap tingkatan sehingga akan meningkatkan produktivitas instansi. Budaya partisipatif sangat dibutuhkan untuk menggapai *excellence communication*. Melalui teori ini peneliti akan menelaah bagaimana penerapan

excellence communications di Humas Polda Jabar dalam melaksanakan kegiatan *external public relations*

Bagan 2.2 Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan peneliti (2021)