

**IMPLEMENTASI FUNGSI PRANATA HUMAS DALAM
KOMUNIKASI INTERNAL**

*(Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Vertikal dan Horizontal dalam
Organisasi Di Balai Pengkajian Dan Pengembangan Komunikasi Dan
Informatika Kementerian Komunikasi Dan Informatika Daerah Istimewa
Yogyakarta)*



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGAI SYARAT MEMPEROLEH
GELAR SARJANA STRATA SATU
DALAM ILMU KOMUNIKASI**

OLEH:

**JAUHARI
05730027**

PEMBIMBING

Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si

**ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA 2011**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini

Nama Mahasiswa : Jauhari
Nomor iniduk mahasiswa : 05730027
Institusi : Universitas Islam Negeri (UIN)
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relation (PR)*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya yang berjudul **IMPLEMENTASI FUNGSI PRANATA HUMAS DALAM KOMUNIKASI INTERNAL** (*Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Vertikal dan Horizontal dalam Organisasi Di Balai Pengkajian Dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika Kementerian Komunikasi Dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta*)

ini merupakan bukan karya orang lain yang di ajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi. Dan bahwa skripsi ini adalah asli/hasil karya penelitian saya sendri dan bukan merupaka plagiasi dari karya atau penelitian orang lain

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya agar dapat di ketahui oleh dewan penguji dan digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta 15. November 2011
Yang menyatakan



JAUHARI
05730027



Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Sunan Kalijaga

FM-UINSK-BM-05-03/RO

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Jauhari

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

Asslamu'alaikum Wr.Wb

Setelah membaca, meneliti, dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : Jauhari

NIM : 05730027

Judul skripsi : IMPLEMENTASI FUNGSI PRANATA HUMAS
DALAM KOMUNIKASI INTERNAL
(*Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Vertikal dan Horizontal dalam Organisasi Di Balai Pengkajian Dan Pengembangan Komunikasi Informatika Kementerian Komunikasi Dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta*)

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Hukum Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi/tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 15 November 2011

Pembimbing

Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si

NIP : 19610816 199203 2003



PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor: UIN02./DSH/PP.00.9/16.37/2011

Skripsi/tugas Akhir dengan judul :IMPLEMENTASI FUNGSI PRANATA HUMAS DALAM KOMUNIKASI INTERNAL (*Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Vertikal dan Horizontal dalam Organisasi Di Balai Pengkajian Dan Pengembangan Komunikasi Dan Informatika Kementerian Komunikasi Dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta*)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : J A U H A R I

NIM : 05730027

Telah dimunaqasahkan pada : Selasa, 15, November 2011

Dengan nilai : 81,66 (B+)

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga.

SIDANG DEWAN MUNAQASYAH:

Ketua Sidang,

Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si

NIP : 19610816 199203 2003

Penguji I

Penguji II

Drs. Bono Setyo, M.Si

NIP: 196003172008011013

Drs. Siantari Rihartono, M.S

NIP: 196003231991031002

Yogyakarta, 15, November 2011

Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

DEKAN



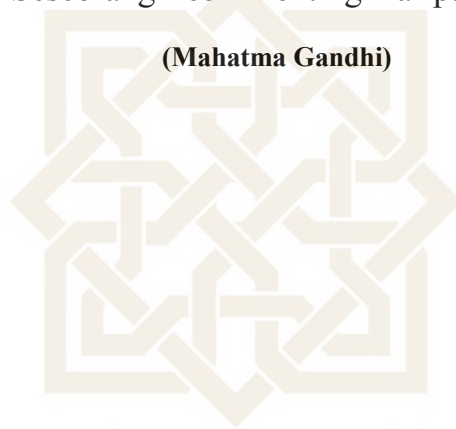
Prof. Dr. Dudung Adurrahman

NIP: 19630306 198903 1010

MOTTO

Perilaku Seseorang Lebih Penting Daripada Prestasinya

(Mahatma Gandhi)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

SKRIPSI INI DIPERSEMBAHKAN KEPADA :



Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Keluarga Besar Ilmu Komunikasi Angkatan 2005 UIN Sunan Kalijaga

ABSTRAK

Fungsi Humas adalah mengkomunikasikan sekian hal dalam management organisasi dimana humas memiliki peran yang cukup signifikan dalam organisasi, oleh karenanya humas termasuk salah satu kunci sebagai tolak ukur kesuksesan organisasi, peran humas yang signifikan ini kadangkala tidak berjalan sebagaimana amanat fungsi Humas, atau yang dikenal dengan istilah *Public Relations*.

Yang sering terjadi miss komunikasi dalam PR adalah komunikasi internal dalam sebuah organisasi, hal ini penulis fokuskan penelitian, yaitu komunikasi internal organisasi yang dilakukan oleh humas sebagai penanggung jawab komunikasi internal dalam organisasi, baik bentuk komunikasi sesama karyawan atau disebut komunikasi horizontal, maupun komunikasi vertikal yaitu proses komunikasi antara atasan dan bawahan atau sebaliknya. yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah komunikasi internal organisasi.

Penelitian ini dilakukan dalam rangka menjelaskan fungsi humas dalam komunikasi internal, dan bagaimana implementasinya dalam organisasi, penelitian ini mengangkat judul: **IMPLEMENTASI FUNGSI PRANATA HUMAS DALAM KOMUNIKASI INTERNAL (*Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Vertikal dan Horizontal dalam Organisasi Di Balai Pengkajian Dan Pengembangan Komunikasi Informatika Kementerian Komunikasi Dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta*)** yaitu sedikit menjawab pertanyaan bagaimana implementasi fungsi humas dalam menjalankan komunikasi yang bersifat kehumasan dalam internal organisasi.

Adapun tempat penelitian study deskriptif kualitatif yang bertempat di BPPKI Kementerian komunikasi dan informatika Daerah Istimewa Yogyakarta didasarkan pada pertimbangan bahwa satu-satunya instansi pemerintah yang dianggap telah menjalankan fungsi-fungsi Humas khususnya, dan komunikasi secara umum dalam menjalankan roda organisasi pemerintahan.

Hasil yang dapat disimpulkan bahwa hubungan masyarakat internal BPPKI, yaitu komunikasi yang dilakukan pranata humas baik vertikal maupun horizontal dengan analisis komunikasi yang sifatnya informatif, regulatif dan integratif yang dilandaskan pada nilai-nilai keislaman yang jujur dan menjunjung tinggi nilai-nilai etik.

Abstraction

The function of Public Relation is to communicate so many things in the management of the organization where public relations has a significant role in the organization. There by including one of the key public relations as a bench mark of an organization's success, a significant public relations role is sometimes not running as the mandate of the Public Relations function, or known by the term Public Relations.

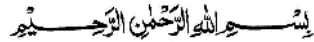
All too often miss communication in Public Relations is an internal communication within an organization. It is the authors focus on research, that internal communication is done by public relations organizations in charge of internal communication within the organization, whether a fellow employee or a form of communication is called horizontal communication, as well as vertical communication is personal communication process between superiors and subordinates or vice versa. which became the focus of this research is the organization's internal communications..

This research is done in order to explain the function of public relations in the internal communication and how its implementation in organiosasi. This study named the title: **IMPLEMENTATION OF FUNCTIONS OF PUBLIC RELATIONS IN INTERNAL COMMUNICATION (*Qualitative Descriptive Study Of Vertical And Horizontal Communication In Organizations In BPPKI Ministry Of Communications And Information Technology Area Parties Yogyakarta*)** That's to answer the question: how implementate public relations function in carrying out that communication is public relations in the internal organization..

As for the descriptive qualitative research study which took place at the Ministry of communication and informatics BPPKI Special Region Yogyakarta. Based on guessed that made is the only government agency that is considered has run public relations functions in particular and communication in general in running the government organization

The results can be concluded that internal public relations BPPKI namely communication by institutions of public relations, both vertical and horizontal communication analisis informative nature, the regulative and integrative based on Islamic values of honest and uphold ethical values.

PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah saya panjatkan kehadiran Allah SWT karena hanya dengan izin-Nya skripsi ini dapat diselesaikan. Shalawat dan salam saya haturkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW, karena hanya beliau yang pantas dijadikan suri tauladan bagi kita semua.

Skripsi ini study tentang : **IMPLEMENTASI FUNGSI PRANATA HUMAS DALAM KOMUNIKASI INTERNAL (*Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Vertikal dan Horizontal dalam Organisasi Di Balai Pengkajian Dan Pengembangan Komunikasi Dan Informatika Kementerian Komunikasi Dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta*)**

Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, sehingga sehingga penyusun dapat menghadapi berbagai kendala yang berkaitan dengan penyusunan skripsi ini dengan baik meski jauh dari kesempurnaan. Penyusun mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Musa Asyari, Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Dudung Adurrahman, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. BPPKI Yogyakarta yang telah menerima dan memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian.
4. Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si selaku pembimbing yang sabar dan telah memberi bimbingan kepada penulis
5. Drs. Bono Setyo, M.Si Selaku ketua Program study Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Seluruh Dosen dan staf tata usaha (TU) “Bu Nur Fadilah” Program study Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

7. Orang tua saya yang tercinta, Ibunda Tubriyah dan Ayahanda Nawawi, Adekku Hamidah, Abdul Wasik dan Pamanda Nurussalam M.Pd dan Abdul hayat (Aab)
8. Sahabat-sahabat Ilmu Komunikasi 05, Sahabat Pergerakan berbagai elemenn organisassi, Terimakasih atas dialektikanya. Sahabat-sahabat yang telah membantu penulis; Zam,Irfan, Sabrie. Dan sluruh sahabat “Humaniora Park” berjuanglah.

Penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penyusun sangat mengharapkan saran yang konstruktif guna menyempurnakan skripsi ini yang akan datang. Dan segala kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyerahkan sepenuhnya kepada kaum akademik dan intelektual kampus untuk memperbaiki, dan kepada seluruh pihak yang telah membantu semoga amal baik yang telah diberikan mendapatkan balasan serta rahmat dari_Nya. Amien

Yogjakarta, 15 November 2011

Penyusun


STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA JAUHARI
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI.....	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTARISI	x
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	4
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan penelitian	6
E. Telaah Pustaka	7
F. Kajian Teori	7
1. Definisi Humas	9
2. Tujuan Humas	14
3. Fungsi Humas	16
4. Komunikasi Dalam Organisasi	19
5. Komunikasi Internal	25
6. Etika dan Prinsip Komunikasi Dalam Humas	27
G. Metode Penelitian	27
1. Subyek dan Obyek Penelitian	27

2. Jenis Penelitian	28
3. Sumber Data	28
4. Metode Pengumpulan Data	30
5. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	33
BAB II. GAMBARAN UMUM	33
A. Sejarah BPPKI	56
B. Tugas Pokok Dan Fungsi	38
C. BPPKI Wilayah IVYogyakarta	40
D. VISI dan MISI	41
E. Struktur Organisasi	42
1. Bagian Tata Usaha	42
2. Bidang Program dan Evaluasi	43
3. Bidang Publikasi dan Dokumentasi	44
4. Kelompok Jabatan Fungsional	47
F. Tata Kerja BPPKI	48
G. Logo dan slogan BPPKI	49
H. Letak geografis BPPKI	50
BAB III. FUNGSI HUMAS DALAM KOMUNIKASI INTERNAL	50
DI BPPKI	50
A. Implementasi Fungsi Pranata Humas	55
B. Fungsi Pranata Humas Dalam Komunikasi Internal	62
C. Fungsi Pranata Humas Dalam Komunikasi Vertikal	64
D. Etika dan prinsip komunikasi pranata humas.....	70
E. Fungsi Pranata Humas dalam Komunikasi Horizontal	72
F. Kendala dalam implementasi fungsi pranata humas.....	74
BAB IV. PENUTUP	74

A. Kesimpulan	76
B. Saran-saran	78
C. Penutup	79
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN- LAMPIRAN	



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Organisasi tidak terlepas dari dunia komunikasi sebagai bagian yang tidak terpisahkan dalam mengembangkan organisasi secara professional. Dalam sebuah organisasi, komunikasi menempati posisi yang sentral dan signifikan dan bahkan menjadi keharusan untuk menjalankan komunikasi secara baik dan terus menerus. Hal semacam ini terjadi di dalam anggota organisasi secara menyeluruh dan merata, dan sudah barang tentu komunikasi yang baik dan sehat akan sangat membantu perjalanan managerial organisasi sehari-hari. Dalam konteks ini, komunikasi antara bawahan dan atasan yang berbentuk vertikal dan komunikasi sesama pegawai menjadi penting dan mutlak diperlukan.

Hal ini dikarenakan komunikasi berperan cukup penting dalam mencapai tujuan organisasi dalam sebuah institusi yang di dalamnya ada pimpinan dan bawahan, dan bahkan dalam segala hal komunikasi sangat memainkan peran dominan demi tercapainya tujuan organisasi. Itulah sebabnya, komunikasi diperlukan terlebih komunikasi yang baik dan efektif. Visi-misi dan target organisasi tidak mungkin akan tercapai bila komunikasi tidak berjalan dengan baik dan efektif. Pendeknya, komunikasi harus tersampaikan secara utuh dan komprehensif dalam organisasi atau lembaga.

Pada prinsipnya, dalam sebuah lembaga atau organisasi komunikasi dijalankan oleh humas yang di dalamnya untuk mengatur berbagai hal dalam

menjalankan tugas dan fungsi kehumasan yang seringkali menjadi ujung tombak maupun faktor penentu berjalanya komunikasi yang baik dalam sebuah organisasi. Pada tataran inilah humas organisasi mempunyai peranan yang signifikan dalam upaya menjalankan tugas komunikasi, baik di internal maupun di eksternal organisasi, bahkan seringkali humas sebagai penentu pengambilan keputusan, sesuai dengan fungsi humas yang harus menjaga dan mempertahankan kondusifitas organisasi baik di dalam organisasi maupun di luar dalam rangka menjaga *image* organisasi.

Harus disadari bahwa humas tidak hanya menjaga *image* semata, akan tetapi bagaimana humas menjalankan komunikasi internal dalam sebuah organisasi, yang mana humas bertindak sebagai penanggung jawab komunikasi dalam internal organisasi, baik komunikasi sesama karyawan atau pegawai maupun komunikasi pegawai dan pimpinan ataupun sebaliknya, komunikasi ini merupakan tanggung jawab humas dalam menjalankan fungsinya.

Namun persoalan yang kerap terjadi di dalam sebuah organisasi adalah lemahnya peran humas dalam menjalankan fungsinya sebagai lokomotif komunikasi, yang mana acapkali tidak sesuai dengan fungsi yang diembannya. Banyak organisasi atau lembaga saat ini, humas seringkali hanya berfungsi menjaga *image* semata, padahal ia merupakan bagian dari lembaga yang dapat menyalurkan komunikasi di berbagai level baik antar lini dalam organisasi maupun antar personal di dalamnya. Lebih luas, bahkan humas berperan menjaga komunikasi baik dengan masyarakat luas maupun internal organisasi sendiri.

Di berbagai instansi pemerintah maupun non pemerintah humas atau yang sering disebut *Public Relations (PR)* seringkali hanya dijadikan formalitas belaka tanpa mempertimbangkan perannya, sehingga akibatnya cenderung mengabaikan fungsi penting dari humas sebagai alat dan ruang komunikasi organisasi banyak pihak. Hal inilah selama ini banyak ditemukan di banyak organisasi, ini sebagai titik tolak penulis untuk komunikasi internal organisasi, sehingga dirasa perlu untuk mengetahui kendala-kendala yang dialami para pelaku humas di instansi pemerintah, Implikasi dari gagalnya komunikasi internal visi organisasi tidak terkomunikasikan dengan baik.

Dengan kata lain, komunikasi yang dibangun organisasi tidak mencapai sasaran yang diharapkan secara maksimal dan efisien. Sedangkan proses komunikasi dalam organisasi bukan soal yang sederhana seperti yang dibayangkan banyak pihak, namun soal yang serius sehingga ia membutuhkan kemampuan membangun strategi yang tepat sebagai mediator antara atasan dengan bawahan maupun antara sesama pegawai dalam institusi, di mana proses komunikasi merupakan suatu hal yang niscaya dibangun dan dikembangkan. Dengan demikian, humas berfungsi sebagai *stockis* dan penyalur informasi dari berbagai pihak yang ada. Atau, dalam bangunan ilmu komunikasi lebih dikenal dengan istilah *channel*.

Sebagai asumsi dasar dalam pemilihan tempat penelitian ini sangat sederhana, yaitu mengasumsikan bahwa lembaga yang berada dibawah kementerian komunikasi dan informatika sebagai representasi lembaga pemerintah

yang punya kemampuan atau kapasitas yang lebih dibanding dengan lembaga-lembaga pemerintahan yang lain.

Adapun pilihan penulis pada komunikasi internal organisasi atau lebih tepatnya komunikasi dalam organisasi yang dijalankan oleh humas dalam hal ini pranata humas, karena komunikasi internal lebih kompleks daripada komunikasi eksternal, dan juga untuk membatasi penelitian agar fokus masalah bisa dibatasi, dengan demikian penulis dalam melakukan penelitian bisa membatasi dan fokus, dalam penelitian ini penulis tidak perlu menjelaskan komunikasi eksternal yang dilakukan pranata humas.

Atas dasar yang diatas penulis memilih lembaga pemerintah yang berada dibawah naungan kementerian komunikasi dan informatika, dengan demikian Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BPPKI) menjadi tempat penelitian.

B. Perumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah di atas dapat di ambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana implementasi fungsi pranata Humas di UPT BPPKI Kementerian Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta dalam menjalankan komunikasi internal dalam organisasi ?
2. Apa kendala dalam pengimplementasikan fungsi pranata humas?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan komunikasi internal organisasi baik vertikal dan horizontal secara utuh sesuai dengan fungsi pranata humas dalam mengkomunikasikan segala informasi dalam internal organisasi baik vertikal maupun horizontal dan mendeskripsikan berbagai kendala yang di alami pranata humas di UPT Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BPPKI) Departemen Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini, antara lain :

1. Kegunaan praktis. Bagi pihak yang bertindak selaku humas dan mahasiswa *PR* pada khususnya, riset ini mampu menjadi rujukan dalam pengembangan profesi ke-humas-an.
2. Kegunaan teoritis. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran untuk memperkaya khasanah teori ilmu komunikasi umumnya dan teori-teori *PR* khususnya.

E. Telaah Pustaka

Sebagai perbandingan penelitian ini, penulis mengambil referensi penelitian sebelumnya yaitu skripsi Desi Ervina Perwitasari (2004) berjudul “*Komunikasi Internal dan Perubahan Budaya Perusahaan (Studi Kasus mengenai Aktivitas Komunikasi Internal pada Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dalam*

Sosialisasi Perubahan Budaya Perusahaan)”. Dalam penelitian ini, Perwitasari mencoba menganalisa persoalan perubahan budaya dalam Bank Rakyat Indonesia melalui proses komunikasi internal organisasi, baik melalui komunikasi vertikal dan horizontal dimana komunikasi mempunyai peranan yang signifikan dalam perubahan budaya, hal ini dikelola oleh humas secara baik dan menjalankan fungsi-fungsi humas sebagaimana yang di idealakan kalangan praktisi humas, dimana komunikasi internal memberikan kontribusi yang cukup baik dalam sosialisasi perubahan budaya perusahaan, komunikasi internal memungkinkan terjadinya pentransferan dan pemahaman makna tentang nilai-nilai dan budaya yang baru dalam perusahaan. keterkaitanya dengan penelitian penulis bertemu dalam komunikasi internal organisasi.

Dalam penelitian yang lain yang dilakukan oleh Diana Setiawati (2001) yang berjudul “*Aktivitas Komunikasi dalam Sosialisasi Karyawan (Studi Etnografi tentang Aktivitas Komunikasi yang Dilakukan Karyawan dalam Bersosialisasi di Sekolah Bahasa Realia*” dalam penelitian ini Diana menyimpulkan berbagai hal terkait komunikasi karyawan dalam bersosialisasi yang berkaitan dengan budaya dalam sebuah lembaga, dimana aktivitas komunikasi dalam sosialisasi karyawan dan guru di Realia dipengaruhi oleh banyak faktor di sekitarnya, yaitu mentor teman sebaya (*peers*), kolega senior dan budaya organisasi itu sendiri.

Adapun perbedaan mendasar penelitian yang diuraikan di atas dengan penelitian yang akan dilakukan penulis yaitu perbedaan obyek penelitian, dimana penelitian di atas menitik beratkan pada perubahan budaya organisasi melalui

komunikasi organisasi, sedangkan penelitian yang dimaksudkan penulis adalah bagaimana proses komunikasi berjalan dalam organisasi yang dilakukan oleh humas dalam komunikasi internal, dimana komunikasi bisa sampai dari kalangan atas hingga pada khalayak dalam sebuah organisasi, hal ini yang menjadi focus dalam penelitian ini.

F. Kajian Teori

1. Definisi Hubungan masyarakat

Awalnya, hubungan masyarakat, selanjutnya disebut humas, hanyalah merupakan gejala, kemudian menjadi kegiatan tak terorganisasikan (*unorganized activity*), lalu menjadi aktivitas terorganisasikan (*organized activity*) dengan konsep yang khas dan jelas yang menuju kepada satu profesi, dan selanjutnya menjadi bahan studi perguruan tinggi yang mengarah kepengakuan menjadi cabang baru dari ilmu-ilmu sosial. Meskipun tampaknya sukar bagi humas untuk menjadi cabang ilmu-ilmu sosial, para ahli tetap mengadakan studi penelitian untuk menemukan metode-metode, teknik-teknik, dan hal-hal baru yang dapat diuji kebenarannya bagi pengembangan hubungan masyarakat. Dikatakan bahwa tampaknya sulit bagi humas untuk menjadi cabang ilmu sosial, mengingat bahwa ciri ilmu antara lain adalah *universal* yang berarti berlaku di manapun juga, langgeng yang mengandung arti tidak menjadi terhapus disebabkan satu dan lain hal, obyektif yang bermakna tidak memihak kepada siapapun juga dan tidak akan terpengaruhi oleh siapapun

juga, sistematis yang mengandung makna ada keteraturan yang mantap. Serta metodologis yang artinya berdasarkan tata cara menurut asas-asas hasil pemikiran yang sudah diuji kebenarannya.

Beberapa definisi dan pengertian humas yang berasal dari para pakar PR (*Public relation*) yang dapat digunakan sebagai referensi antara lain :

- a. Definisi J. C Seidel, public relation director, Division of Housing, State of New York, Humas adalah proses yang berkesinambungan dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh *goodwill* dan pengertian dari para langganan, pegawai, dan publik pada umumnya. Ke dalam, dengan mengadakan analisis dan perbaikan-perbaikan terhadap diri sendiri. Ke luar, dengan mengadakan pernyataan-pernyataan.
- b. Definisi W. Emerson Reck, Public Relation Director, Colgate University, Humas adalah kelanjutan dari proses penetapan kebijakan penentuan pelayanan-pelayanan dan sikap yang disesuaikan dengan kepentingan orang-orang atau golongan, agar orang atau lembaga itu memperoleh kepercayaan dan *goodwill* bagi mereka. Pelaksanaan kebijaksanaan, pelayanan, dan sikap, adalah untuk menjamin adanya pengertian dan penghargaan yang sebaik-baiknya.
- c. Definisi Howard Bonhan, Vice Chairman, American National Red Cross, Humas adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik dan dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap seseorang atau suatu organisasi maupun badan. (Studi Pemberdayaan

Bakorhumas Daerah Dalam Era Desentralisasi Dan Otonomi Daerah
Depkominfo.Jakarta.2005:11)

Humas merupakan bagian integral dalam organisasi, H. Frazier More dalam bukunya mendefinisikan humas, adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan-kebijaksanaan dan prosedur-prosedur seorang individu atau sebuah organisasi berdasarkan kepentingan publik dan menjalankan suatu program untuk mendapatkan pengertian. Definisi yang lain adalah humas merupakan suatu filsafat sosial dan manajemen yang dinyatakan dalam kebijaksanaan beserta pelaksanaannya, yang melalui interpretasi yang peka mengenai peristiwa-peristiwa berdasarkan pada komunikasi dua arah (*reciprocal*) dengan publiknya, berusaha untuk memperoleh saling pengertian(Moore, 2005, hal.6.)

Dalam literatur yang berbeda Scott M. Cutlip, Center, dan Broom mendefinisikan humas atau yang sering disebut *public relation* adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. Cutlip menggaris bawahi fungsi manajemen dalam definisi yang diungkapkan. (Cutlip dkk, 2007, hal.6.)

Sementara Frank Jefkins mendefinisikan humas atau *public relation* sebagai berikut; PR adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua

khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian (Jefkins, 2002, hal.10.) Dari beberapa definisi di atas dapat dipahami bahwa humas didefinisikan sebagai fungsi manajemen, dalam arti lain sebagai manajerial dalam internal organisasi.

2. Tujuan Hubungan masyarakat

Tujuan humas adalah menjalankan komunikasi organisasi baik komunikasi internal maupun komunikasi eksternal. Menurut Dra. Mardiyani F. Kuncoro (alumnus jurusan Komunikasi Universitas Indonesia, pengajar Komunikasi Bisnis/pemasaran dan Account Manager pada Kiat Komunika, Marketing Communication Agency) dalam makalahnya yang berjudul "Introduction to Public Relations", tujuan yang ingin dicapai dalam pekerjaan kehumasan tergolong dua golongan besar yaitu:

- a. Komunikasi Internal (personil atau anggota institusi)
 - 1) Memberikan informasi sebanyak dan sejelas mungkin mengenai institusi.
 - 2) Menciptakan kesadaran personil mengenai peran institusi dalam masyarakat.
 - 3) Menyediakan sarana untuk memperoleh umpan balik dari anggotanya.
- b. Komunikasi Eksternal (masyarakat)
 - 1) Informasi yang benar dan wajar mengenai institusi.

- 2) Kesadaran mengenai peran institusi dalam tata kehidupan umumnya dan pendidikan khususnya.
- 3) Motivasi untuk menyampaikan umpan balik. Maksud dan tujuan yang terpenting dari PR adalah mencapai saling pengertian sebagai obyektif utama. Pujian citra yang baik dan opini yang mendukung bukan kita yang menentukan tetapi feed back yang kita harapkan. Obyektif atau tujuan PR yaitu "Pengertian". *"The object of PR is not the achievement of a favourable image, a favourable climate of opinion, or favourable by the media"*. PR is about achieving an understanding.

Tujuan utama penciptaan pengertian adalah mengubah hal negatif yang diproyeksikan masyarakat menjadi hal yang positif. Biasanya dari hal-hal yang negatif terpancar: hostility, prejudice, apathy, ignorance. Sedangkan melalui pengertian kita berusaha merubahnya menjadi: sympathy, acceptance, interest dan knowledge.

(<http://bahumasartikel.blogspot.com>)

Sesuai dengan apa yang di deskripsikan Dozier membagi peran PR menjadi dua kelompok besar, yaitu (Putra, 1999 : 14-15):

1. *Public Relations Manager* atau *Communication Manager Role*

Bertugas mengawasi staf teknik dan ikut serta dalam perencanaan dan penetapan kebijakan sebagai penasihat bagi manajemen, meliputi :

a. *Expert prescriber*

Praktisi PR membantu manajemen dengan pengalaman dan keterampilan mereka untuk mencari solusi bagi penyelesaian masalah *Public Relationship* yang dihadapi oleh organisasi.

b. *Communication Facilitator*

Praktisi PR membantu manajemen dengan menciptakan kesempatan-kesempatan untuk ‘mendengar’ apa kata publik dan menciptakan peluang agar publik penting mendengar apa yang diharapkan manajemen.

c. *Problem Solving Process Facilitator*

Praktisi PR membantu kerja manajemen melalui kerja sama dengan bagian lain dalam organisasi untuk menemukan pemecahan masalah yang memuaskan masalah bagi masalah *Public Relations*.

d. *Public Relations Technician atau Communication Technician Role*

Praktisi *Public Relations* menyediakan layanan teknis komunikasi untuk organisasi. Bertugas menjalankan keahlian pekerjaan yang dituntut oleh PR, yaitu sebagai *Communication Technician* atau *journalis in residence*. Pada akhirnya dengan mengacu pada peran-peran praktisi *public relations* yang dikonsepsikan, maka dapat diperoleh gambaran-gambaran mengenai peran *public relations* pada sebuah departemen dalam perusahaan sebagai berikut :

1) Peran *public relations* sebagai manajer komunikasi

- a. Memiliki keterlibatan dalam proses pembuatan keputusan (*decisionmaking*).

- a. Member masukan, pertimbangan atau saran kepada manajemen dalam proses pengambilan keputusan.
 - b. Merancang kebijakan yang terapkan melalui program-programnya.
 - c. Menjalankan atau mengimplementasikan program-program hasil implementasi kebijakan tersebut.
 - d. Mengevaluasi program-program tersebut
 - e. Mengevaluasi kebijakan dengan jalan menelaah hasil evaluasi atas program-program, yang merupakan implementasi dari kebijakan tersebut.
- 2) Peran *public relations* sebagai teknisi komunikasi
- a. Menjalankan program-program hasil implementasi kebijakan yang telah digariskan pihak lain, yang secara struktural berada di atas departemen *public relations*.
 - b. Mensosialisasikan kebijakan-kebijakan tersebut kepada publik-publik perusahaan. Atau dengan kata lain departemen *public relations* menjadi juru bicara perusahaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam sebuah organisasi atau sebuah perusahaan, sebagai sebuah departemen *public relations* memiliki peran sebagai berikut:

1) Peran Departemen *Public Relations* Sebagai Manager Komunikasi

Peran yang dilakukan departemen *public relations* sebagai suatu subsistem organisasi, dimana departemen *public relations* dilibatkan secara aktif didalam proses pengambilan keputusan,

merencanakan, melaksanakan dan mengevaluasi program-program hasil implementasi kebijakan, dan mengevaluasi kebijakan tersebut. Dimana dalam menjalankan peran tersebut, departemen *public relations* dituntut untuk melakukan suatu proses manajemen *public relations*.

2) Peran Departemen *Public Relations* Sebagai Teknisi Komunikasi

Peran departemen *public relations* sebagai suatu sub sistem dari organisasi, dimana departemen *public relations* dilihat sebagai eksekutor program-program hasil implementasi suatu kebijakan yang digariskan manajemen dan cenderung dijadikan sebagai juru bicara perusahaan. Lebih jelas lagi dapat dijelaskan bahwa faktor yang membedakan antara peran departemen *public relations* sebagai manager komunikasi dan peran departemen *public relations* sebagai teknisi komunikasi dalam sebuah perusahaan adalah tingkat keterlibatan departemen *public relations* tersebut dalam proses pembentukan atau pengambilan suatu kebijakan. Sebagai manager komunikasi peran departemen *public relations* sangat besar dan penting. Sedangkan sebagai teknisi komunikasi, peran departemen *public relations* tidak lebih hanya merupakan juru bicara perusahaan (Putra, 1999:15).

3. Fungsi Hubungan masyarakat

Adapun fungsi humas dalam organisasi Rhenald Kasali menjelaskan dalam bukunya berjudul “Manajemen *Public Relations*”, 2008 yang diterbitkan oleh grafiti, menerangkan bahwa seorang praktisi Humas (*PR*) harus mampu mendefinisikan persoalan yang ada dalam organisasi, kemudian merencanakan solusi yang diperlukan sebagai langkah pemecahan. Dalam hal ini, seorang *PR* harus betul-betul memahami penyebab timbulnya persoalan. Pemahaman yang muncul tersebut tidak didasarkan pada asumsi untuk menentukan langkah-langkah yang akan dilakukan, namun pada fakta persoalan yang kemudian terumuskan dalam bentuk perencanaan dan program yang matang. dan untuk mendapatkan partisipasi dari berbagai elemen dalam organisasi serta dilanjutkan dengan aksi dan komunikasi. Aksi dan komunikasi itu harus berangkat dari analisa yang mendalam dan hasilnya telah dikalkulasi atas pertimbangan baik dan buruknya. Dan, akhir dari semuanya harus melalui proses evaluasi yang matang terhadap rencana dan program dengan mengumpulkan data dan fakta yang ada (Kasali, 2008, hal.85.)

Sedangkan penelitian yang diadakan oleh International *Public Relations Association* (IPRA) pada tahun 1981 menyimpulkan bahwa pada umumnya fungsi PR/humas masa kini meliputi 15 pokok yaitu:

- a. Memberi konseling yang didasari pemahaman masalah perilaku manusia.

- b. Membuat analisis "trend" masa depan dan ramalan akan akibat-akibatnya bagi institusi.
- c. Melakukan riset pendapat, sikap dan harapan masyarakat terhadap institusi serta memberi saran tindakan-tindakan yang diperlukan institusi untuk mengatasinya.
- d. Menciptakan dan membina komunikasi dua-arah berlandaskan kebenaran dan informasi yang utuh.
- e. Mencegah konflik dan salah pengertian
- f. Meningkatkan rasa saling hormat dan rasa tanggung jawab sosial.
- g. Melakukan penyerasian kepentingan institusi terhadap kepentingan umum.
- h. Meningkatkan itikat baik institusi terhadap anggota, pemasok dan konsumen.
- i. Memperbaiki hubungan industrial.
- j. Menarik calon tenaga yang baik agar menjadi anggota serta mengurangi keinginan anggota untuk keluar dari institusi.
- k. Memasyarakatkan produk atau layanan.
- l. Mengusahakan perolehan laba yang maksimal.
- m. Menciptakan jadi diri institusi.
- n. Memupuk minat mengenai masalah-masalah nasional maupun internasional.
- o. Meningkatkan pengertian mengenai demokrasi.
(<http://bahumasartikel.blogspot.com>).

4. Komunikasi dalam Organisasi

Menurut Sendjaja, organisasi baik yang berorientasi untuk mencari keuntungan (*profit*) maupun nirlaba (*non profit*), memiliki empat fungsi organisasi, yaitu fungsi informatif, regulatif, persuasif, dan integratif. Keempat fungsi tersebut dijelaskan sebagai berikut:

a. Fungsi Informatif

Organisasi dapat dipandang sebagai suatu system proses informasi (*information-processing system*). Maksudnya, seluruh anggota dalam organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik, dan tepat waktu. Informasi yang didapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti. Informasi pada dasarnya dibutuhkan oleh semua orang yang mempunyai perbedaan kedudukan dalam suatu organisasi. Orang-orang dalam tataran manajemen membutuhkan informasi untuk membuat suatu kebijakan organisasi ataupun guna mengatasi konflik yang terjadi di dalam organisasi. Sedangkan karyawan (bawahan) membutuhkan informasi untuk melaksanakan pekerjaan, disamping itu juga informasi tentang jaminan keamanan, jaminan sosial dan kesehatan, izin cuti, dan sebagainya.

b. Fungsi Regulatif

Fungsi regulatif ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Pada semua lembaga atau ada dua hal

yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif ini. *Pertama*, atasan atau orang-orang yang berada dalam tatanan manajemen, yaitu mereka yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan. Di samping itu, mereka juga mempunyai kewenangan untuk memberi instruksi atau perintah, sehingga dalam struktur organisasi kemungkinan mereka ditempatkan pada lapis atas (*position of outhority*) supaya perintah-perintahnya dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Namun demikian, sikap bawahan untuk menjalankan perintah banyak bergantung pada :

- 1) Keabsahan pimpinan dalam menyampaikan perintah.
- 2) Kekuatan pimpinan dalam memberi sanksi.
- 3) Kepercayaan bawahan terhadap atasan sebagai seorang pemimpin sekaligus sebagai pribadi.
- 4) Tingkat kredibilitas pesan yang diterima bawahan.

Kedua, berkaitan dengan pesan atau masage. Pesan-pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja. Artinya, bawahan membutuhkan kepastian peraturan tentang pekerjaan yang boleh untuk dilaksanakan.

c. Fungsi Persuasif

Dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan wewenang tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan. Adanya kenyataan ini, maka banyak pimpinan yang lebih suka untuk

mempersuasi bawahannya daripada memberi perintah. Sebab pekerjaan yang dilakukan secara sukarela oleh karyawan akan menghasilkan kepedulian yang lebih besar dibanding kalau pimpinan sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya.

d. Fungsi Integratif

Setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik. Ada dua saluran komunikasi formal, seperti penerbitan khusus dalam organisasi tersebut (*newsletter, bulletin*) dan laporan kemajuan organisasi, juga saluran komunikasi informal, seperti perbincangan antar pribadi selama istirahat kerja, pertandingan olahraga, ataupun kegiatan darma wisata. Pelaksanaan aktivitas ini akan menumbuhkan keinginan untuk berpartisipasi yang lebih besar dalam diri karyawan terhadap organisasi. (Bungin, 2006, hal.272.)

5. Komunikasi Internal

Lawrence D. Brennan mendefinisikan komunikasi internal sebagai berikut :

“interchange of ideas among the administrators and its particular structure (organization) and interchange of ideas horizontally and vertically within the firm which gets work done (operation and management)” (Efendy, 2003, hal.122.)

(pertukaran gagasan antara administrator dan karyawan dalam suatu perusahaan yang menyebabkan terwujudnya perusahaan tersebut lengkap dengan strukturnya yang khas (organisasi) dan pertukaran gagasan secara horizontal dan vertikal di dalam perusahaan yang menyebabkan pekerjaan berlangsung (operasi dan manajemen).

Sedangkan H. Frazier More mendefinisikan komunikasi internal yaitu mengusahakan agar para karyawan mengetahui apa yang sedang dipikirkan manajemen dan mengusahakan agar manajemen mengetahui apa yang sedang dipikirkan karyawan (Moore, 2005, hal.87) Dari rangkaian definisi di atas dapat diketahui bahwa komunikasi internal mempunyai peranan yang signifikan dalam sebuah lembaga, dan banyak kalangan menilai bahwa komunikasi internal merupakan kunci sukses perusahaan-perusahaan modern, meskipun komunikasi ini harus melalui beberapa tahap otoritas dalam skala perusahaan besar. Dengan demikian tidak mudah memberikan pemahaman yang sama antara karyawan dan manajemen.

Dalam konteks ini, komunikasi diklasifikasikan menjadi dua bagian yaitu:

a. Komunikasi Informal

Proses komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih dalam suatu situasi sosial atau bisnis yang membicarakan hal-hal tentang sifat perseorangan atau bisnis, adalah komunikasi informal. Komunikasi informal berperan penting dalam menciptakan pengertian

yang lebih baik atau dalam mengoreksi kesalahan konsepsi para karyawan, dalam tugas atau dalam percakapan dengan khalayak sekitar perusahaan, para pemegang saham, pemasok, dan penyalur. Beberapa komunikasi informal yang dianggap selentingan terdiri dari gosip, desas-desus, dan informasi palsu, seringkali menimbulkan kesalahpahaman dan i'tikad buruk. (Moore, 2005, hal.91)

b. Komunikasi Formal

Komunikasi formal digunakan oleh manajemen untuk menyampaikan informasi kepada dan menerima dari eksekutif dan para karyawan dalam sebuah perusahaan, komunikasi formal juga digunakan untuk komunikasi eksternal dengan masyarakat sekitar, para pelanggan, pemasok, pemegang saham, pendidik dan para petugas pemerintahan. Komunikasi internal secara formal mempunyai dua dimensi; vertikal dan horizontal.

1) Komunikasi internal formal secara vertikal dua arah

Model komunikasi ini bersifat formal, karyawan dan eksekutif mengikuti rantai komando organisasional secara menurun, yaitu dari pimpinan tertinggi melalui beberapa jenjang manajemen kepada para pekerja dan secara vertikal dari pekerja melalui peringkat kewenangan kepada pimpinan. Komunikasi manajemen ke bawah (*downward communication*) terdiri dari perintah formal, pengumuman, majalah berkala, dan pesan verbal. Komunikasi keatas (*upward communication*) dari para pekerja sebagian besar bersifat

informal dalam bentuk saran secara verbal, gagasan, kritik, dan komentar meskipun catatan (*memorandum*) formal juga digunakan.

Arus komunikasi manajemen internal yang tradisional mengikuti jalur satu arah dari taraf puncak kewenangan menuju para pekerja terendah dalam organisasi. Di masa lampau, para karyawan tidak diharapkan untuk menyampaikan tanggapannya kepada manajemen yang memang tidak berkepentingan dengan pendapat yang berasal dari para pekerja biasa. Dalam komunikasi eksternal arus informasi sama satu arah telah digunakan selama beberapa tahun oleh manajemen dalam berkomunikasi dengan publik luar. Tetapi pada tahun-tahun belakangan ini, manajemen telah sadarkan nilai komunikasi dua arah dengan para karyawan dan publik dan meningkatkan pemberian kesempatan kepada mereka untuk mengungkapkan pandangannya mengenai kebijaksanaan dan kegiatan lembaga.

2) Komunikasi internal formal secara horizontal dua arah.

Komunikasi di antara eksekutif, para pengawas dan mandor pada peringkat kewenangan yang sama dilaksanakan melalui konferensi, transmisi televisi siaran terbatas (CCTV), briefing dan diskusi, komunikasi formal secara horizontal dua arah ini esensial bagi koordinasi yang efektif dan memperlancar kerja sama yang lebih baik antara kelompok staf dan para pelaksana. (Moore, 2005, hal.92.)

Joko Purwanto menjelaskan komunikasi horizontal (*horizontal communication*) atau yang sering disebut juga dengan istilah komunikasi lateral (*lateral communication*) adalah komunikasi yang terjadi antara bagian-bagian yang memiliki posisi sejajar atau sederajat dalam suatu organisasi, tujuan komunikasi horizontal antara lain untuk melakukan persuasi, mempengaruhi, dan memberikan informasi kepada bagian atau departemen yang memiliki kedudukan sejajar (Purwanto, 2006, hal.42.)

Dalam kaitanya dengan komunikasi Internal Cutlip mendefinisikan dengan istilah yang berbeda dia menyebutnya dengan istilah hubungan internal sebagai fungsi humas, hubungan internal adalah bagian khusus dari *public relation* yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan saling bermanfaat antara manajer dan karyawan tempat organisasi menggantungkan kesuksesannya. Ahli hubungan internal bekerja di bagian komunikasi karyawan, hubungan karyawan atau hubungan internal mereka ini merancang dan mengimplementasikan program komunikasi internal dengan tujuan agar karyawan tetap mendapat informasi baru dan tetap termotivasi, serta menciptakan kultur organisasi. (Cutlip dkk, 2007, hal.11-12.)

Pada dasarnya humas internal (*internal Public Relations*) itu mempunyai andil yang sama pentingnya dengan humas eksternal. Sebagai suatu gambaran, jika yang menjadi ukurannya itu adalah

uang maka humas internal mampu memberi kontribusi profitabilitas perusahaan yang sama besarnya dengan yang diberikan oleh humas eksternal.

Humas internal atau dalam istilah perhumasan sering disebut dengan istilah komunikasi pegawai telah berkembang begitu pesat sehingga pada saat ini wahananya tidak hanya sebatas pada jurnal internal saja, melainkan sebagai kegiatan sampingan untuk pertanda bahwa pihak manajemen senantiasa memberi perhatian kepada segenap jajaran perusahaan atau organisasi.

Pemikiran bahwa wujud komunikasi dalam jurnal internal selalu dikatakan sebagai komunikasi ke bawah, artinya hanya berisi pesan dan instruksi dari atasan kepada bawahan saja itu ternyata sudah ketinggalan. Jurnal internal kini makin bersifat independent, dimana setiap para pembaca diundang untuk menyampaikan pendapatnya secara jujur meskipun berupa kecaman terhadap organisasi atau perusahaan itu sendiri.

Hal ini disebabkan dengan adanya ketentuan hukum yang mengharuskan pihak manajemen untuk lebih bersifat terbuka dan informatif kepada semua pegawainya. Ketentuan tersebut diberlakukan salah satunya disebabkan oleh adanya kenyataan bahwa sebagian besar terjadinya kasus pemogokan dan unjuk rasa para pegawai bersumber dari desus-desus yang berkembang sebagai

akibat dari ketertutupan pihak manajemen. (<http://ruang-ihsan.blogspot.com>).

Dengan demikian hemat penulis, komunikasi internal atau disebut dengan hubungan internal sangat dominan dalam mencapai sukses organisasi maupun lembaga. Di mana komunikasi internal semestinya bisa dijalankan secara maksimal sehingga tujuan organisasi dapat dicapai secara maksimal pula. Bagaimanapun komunikasi meajadi kunci keberhasilan dalam organisasi.

6. Etika dan prinsip Komunikasi dalam Humas

Ada beberapa Etika dan prinsip komunikasi dalam al-quran antara lain, perkataan yang benar (*qoulan syadidan*) yang disebutkan dalam surat An-Nisa ayat 9 sebagai berikut:

وَلِيَحْشَ الْأَٰدِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ
وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan di belakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar.

Dalam surat yang sama di ayat 63 juga termaktub perkataan yang efektif (*qoulan balighan*).

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا ﴿٦٣﴾

Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan Katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka.

Menurut Al-Ashfahani, perkataan yang efektif (*qoulan balighan*) dalam ayat di atas memiliki dua makna :

- a. Apabila memiliki tiga unsur :
 1. Memiliki kebenaran dari sudut bahasa (*shawaban fi lughatihi*)
 2. Mempunyai kesesuaian dengan apa yang dimaksudkan (*thabqan li al-ma'na al-maqsud bihi*)
 3. Mengandung kebenaran secara substansial (*shidqan fi nafsihi*)
- b. Ketika perkataan itu dipersepsikan atau dipahami oleh pihak yang mendengar seperti yang dimaksudkan oleh yang mengatakan (Rohman, 2007, hal.103.)

Imam Alkhdlori dalam sebuah buku yang berjudul ilmu blaghoh tarjamah Jauhar maknun menjelaskan komunikasi efektif dalam bahasa yang berbeda dia menyebut dengan istilah tata cara berbicara dengan orang lain, dia mengisyaratkan berkomunikasi yang singkat dan padat dan mudah dipahami oleh yang menerima pembicaraan, dia menjelaskan bentuk sayair sebagai berikut:

فينبغى اقتصار ذى الاخبار على المفيد خشية الاكثار

Artinya: maka oleh karena pembicara/pemberita itu sekadar untuk memberitahu mukhotob, maka seyogyanya dalaqm memberitakan sesuatu itu ia mempersingkat kata benda yang memberi faedah (seperlunya) saja, sebab khawatir terlalu banyak omong (yang tidak berfaedah) (Akhdlori,1982, hal.27.

G. Metode Penelitian

1. Subyek dan Obyek Penelitian

Subyek penelitian adalah informan yang akan diminta informasinya tentang obyek yang akan diteliti (Komaruddin, 1987, hal.113.) Para informan tersebut diantaranya pimpinan, kepala humas, dan sebagian pegawai Depatemen Komunikasi dan informasi Daerah Istimewa yogyakarta. Sedangkan obyek penelitian adalah Komunikasi Internal Depatemen Komunikasi dan informasi Daerah Istimewa Yogyakarta, serta apa saja faktor-faktor yang mendukung dan menghambat dalam menjalankan komunikasi internal organisasi baik vertikal maupun horizontal

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif karena data-data yang diperoleh dari lapangan berupa kata-kata, gambar baik itu dari hasil wawancara, dokumentasi maupun observasi dan bukan berupa angka. Sedangkan datanya berupa kualitatif yaitu dengan pertimbangan menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan ganda. Sehingga jenis penelitian ini termasuk dalam kategori jenis penelitian deskriptif kualitatif.

3. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer penelitian ini adalah pimpinan, kepala humas, dan sebagian pegawai Departemen Komunikasi dan Informasi Daerah Istimewa Yogyakarta. Sedangkan data sekunder penelitian ini terdiri dari arsip, dokumen maupun laporan yang mendukung bahan penelitian Komunikasi Internal Departemen Komunikasi dan Informasi Daerah Istimewa Yogyakarta.

4. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan berbagai cara seperti:

a. Interview (Wawancara)

Adalah teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan berhadapan muka dengan orang yang dapat memberikan keterangan kepada peneliti (Mardalis, 1995, hal.64.) Jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara mendalam, dimana tujuannya untuk memperoleh bentuk-bentuk informasi dari semua responden, tetapi susunan dan urutan kalimatnya disesuaikan dengan ciri-ciri responden (Mulyana, 2004, hal.181.) Jadi penulis nanti pertama kali dalam mengumpulkan data adalah dengan melakukan wawancara dengan narasumber secara langsung. Data yang akan penulis tanyakan adalah hal-hal yang berkaitan dengan Komunikasi internal yang dilakukan

Pranata humas Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BPPKI) Departemen Komunikasi dan Informasi Daerah Istimewa Yogyakarta. khususnya yang dilakukan bagian humas.

b. Observasi

Menurut Suharsimi Arikunto, Observasi adalah suatu metode pengamatan dan pencatatan secara sistematis mengenai fenomena-fenomena yang diselidiki atau diteliti baik itu secara langsung maupun tidak langsung (Arikunto, 1991, hal.189.). Observasi yang penulis gunakan adalah observasi non partisipan, dimana penulis tidak akan ikut berperan serta ambil bagian dalam kehidupan subjek penelitian. Penulis nanti akan mengadakan observasi menurut kenyataan yang terjadi di lapangan dengan cara melukiskan kata-kata secara cermat dan tepat yang penulis amati, mencatatnya dan kemudian mengolahnya menjadi laporan penelitian. Data yang akan dikumpulkan dalam observasi ini seperti bagaimana proses komunikasi internal yang dilakukan humas dalam menjalankan fungsi-fungsi ke-humas-an sesuai idealitas humas secara teoritik dan implementasi fungsi humas khususnya dalam komunikasi internal.

c. Dokumentasi

Metode ini digunakan untuk memperoleh data yang tidak diperoleh dengan menggunakan metode di atas berupa data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual (Bahtiar, 1997, hal.77.). Dalam hal ini bisa

berupa data-data, arsip, dokumen, catatan-catatan penting yang ada di Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BPPKI) Departemen Komunikasi dan informasi Daerah Istimewa Yogyakarta. dan berhubungan dengan permasalahan penelitian.

5. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Jenis teknik pemeriksaan keabsahan data yang dipakai adalah Jenis Trianggulasi. Pengertian dari trianggulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai perbandingan terhadap data itu sendiri. Teknik trianggulasi yang digunakan adalah trianggulasi sumber. Yaitu membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal ini bisa dilakukan dengan jalan :

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- b. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berlainan (J.Moleong,2002, hal.331.)

Jadi trianggulasi merupakan cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kajian dan hubungan dari berbagai pandangan. Untuk itu maka peneliti dapat melakukannya dengan cara :

1. Mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan.

2. Mengeceknnya dengan berbagai sumber data (J.Moleong,2002, hal.332.).

6. Analisis Data

Pada tahap ini, data dikerjakan dan dimanfaatkan sedemikian rupa sampai berhasil menyimpulkan kebenaran-kebenaran yang dapat dipakai untuk menjawab persoalan-persoalan yang diajukan dalam penelitian (Koentjaraningrat, 1991, hal.269.).

Penulis menggunakan analisis data model alur Miles dan Huberman, dimana dalam menjelaskan analisis data mempunyai tiga alur yaitu :

a. Reduksi data, yaitu proses pemilihan data, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan dan verifikasi.

Penyajian data. Dalam alur ini seluruh data-data di lapangan yang berupa dokumen, hasil wawancara dan hasil observasi akan dianalisis sehingga dapat memunculkan deskripsi tentang strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Departemen Komunikasi dan informasi Daerah Istimewa Yogyakarta.

b. Penarikan kesimpulan merupakan hasil akhir dari proses analisis data, dimana penulis akan mendeskripsikan, menganalisa dan menginterpretasikan data yang penulis dapatkan melalui penelitian tersebut diatas (Rohendi, 1992, hal.16.)

Dalam Analisis data, penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif dimana dalam melakukan penelitian, penulis akan mencoba mendeskripsikan fakta dari semua hasil penelitian di lapangan, menganalisa dan menginterpretasikannya sehingga penelitian ini dapat ditarik suatu benang merah Implementasi fungsi humas dalam komunikasi internal yang dilakukan pranata humas Balai pengembangan dan pengkajian komunikasi dan informatika (BPPKI) kementerian Komunikasi dan informasi Daerah Istimewa Yogyakarta.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis di bidang humas atau lebih tepatnya Pranata humas di BPPKI dapat di simpulkan dalam beberapa poin sebagai berikut;

1. Pranata humas sebagai pelaksana komunikasi di BPPKI merupakan bagian yang sangat di perlukan dalam menjaga komunikasi dalam sebuah organisasi, oleh karenanya pranata humas memiliki peran dan fungsi yang signifikan dalam organisasi, dimana dalam menjalankan tugas dan fungsi humas dapat mengemplementasikan secara baik, meski harus di akui banyak kekurangan yang harus jadi koreksi tersendiri, banyak hal yang dapat di laksanakan dalam bidang kehumasan, misalnya melaksanakan kerja-kerja humas dalam bidang pelayanan informasi yang dilakukan pranata humas di BPPKI, hal sangat membantu dalam komunikasi internal di BPPKI yang mana lembaga pemerintahan yang mampu menjalankan fungsi-fungsi humas meski tidak bisa dilaksanakan secara menyeluruh layaknya humas-humas yang ada di perusahaan swasta yang sangat profesional, meski banyak fungsi yang semestinya di laksanakan oleh pranata humas BPPKI masih tumpang tindih dengan bagian bidang lain, misalnya benturan dengan tata usaha maupun dengan bagian umum. Keberadaan humas di lembaga pemerintahan dalam hal ini BPPKI sangat membantu pelayanan khususnya dalam bidang informasi.

2. Dalam komunikasi internal pranata humas dapat melaksanakan fungsi humas, baik komunikasi yang sifatnya vertikal maupun horizontal. Dalam internal BPPKI pranata humas menjalin komunikasi dengan berbagai elemen yang ada di lembaga ini, baik sesama pegawai maupun dengan pimpinan, ini merupakan kerja humas dalam melaksanakan fungsinya sebagai operator komunikasi di internal organisasi. Pranata humas sebagai pelaksana komunikasi di BPPKI mempunyai peran yang sangat aktif dalam menjalankan komunikasi, dalam melaksanakan fungsinya pranata humas memberikan masukan pada berbagai elemen khususnya kepada pimpinan dalam mengambil kebijakan organisasi. Sebagai pengawas komunikasi pranata humas ikut andil dalam proses-proses komunikasi di internal BPPKI.
3. BPPKI sebagai lembaga pemerintahan yang membidangi penelitian dan pengembangan informatika memiliki pranata humas yang berfungsi sebagai pelaksana *event* dalam berbagai kegiatan di BPPKI, yaitu sebagai penyedia berbagai kebutuhan dalam pelaksanaannya. Pranata humas secara otomatis menyiapkan pelaksanaan kegiatan, misalnya; mempersiapkan forum untuk rapat para pimpinan, seperti halnya sebagai notulensi dalam setiap kegiatan. Meskipun dalam hal ini kadangkala benturan dengan bagian tata usaha (TU). Setidaknya pranata humas di BPPKI melaksanakan fungsi humas sebagaimana mestinya.
4. Sebagai penanggung jawab dalam komunikasi, pranata humas membangun partisipasi dari internal organisasi, yang didasarkan kepada

pandangan pegawai dalam organisasi, menghargai informasi dan mencari input dari publik internal. Sehingga terjadi komunikasi yang baik antara pihak manajemen maupun pimpinan dengan seluruh pegawai di internal BPPKI. Hal ini sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan pimpinan, dengan ini pula terjadi dialog yang baik antara bawahan dan atasan maupun dengan sesama pegawai BPPKI. Dengan demikian tujuan atau visi dari lembaga ini akan tercapai dirasakan secara bersama-sama baik pegawai maupun pimpinan lembaga.

5. Pranata humas tidak bisa menjalankan fungsi-fungsi humas di karenakan banyak kendala yang dialami pranata humas antara lain; tidak luasnya dalam mengambil kebijakan, minimnya kewenangan yang dimiliki oleh pranata humas.

B. Saran-saran

Dari berbagai uraian di atas dapat penulis rangkum beberapa saran sebagai berikut;

1. Minimnya kewenangan pranata humas di BPPKI membuat jabatan fungsional ini tidak bisa maksimal dalam menjalankan fungsi-fungsi kehumasan, ini di harapkan menjadi bahan evaluasi untuk selanjutnya bisa memiliki kewenangan yang di idealkan, di harapkan juga pranata humas di BPPKI memiliki kewenangan untuk mengambil kebijakan atau keputusan internal untuk mengajukan program-program yang sifatnya kehumasan.

2. Tumpang tindih yang terjadi dalam menjalankan fungsi kehumasan di internal BPPKI di harapkan bisa segera di selesaikan , sehingga kewenangan pranata humas jelas dan pasti, dan tumpang tindih pelaksanaan dapat di hindari. Di harapkan kejelasan fungsi pranata humas dan tata usaha bisa memaksimalkan kerja-kerja kehumasan. dan juga sentralisasi program di BPPKI membuat peran pranata humas terpancang. Hal ini di harapkan pranata humas bisa mengambil bagian dalam pelaksanaan program-program kehumasa. Di harapkan pula pranata humas memiliki program yang terencana dengan baik.
3. Pranata humas di BPPKI sebagai humas yang ada di lembaga pemerintahan menjadi humas yang profesional dan mampu bersaing dengan humas swasta, di harapkan pranata humas di BPPKI menjadi pelopor dalam humas-humas pemerintahan.
4. Harapan penulis penelitian ini dalam bidang kehumasan yang meneliti tentang fungsi humas internal bisa di sempurnakan dalam bentuk penelitian yang lain yang lebih maksimal.
5. Harapan kepada BPPKI, pranata humas yang hanya fungsional dalam waktu dekat bisa dirubah melalui peraturan menteri menjadi struktu tersendiri di BPPKI, sehingga dapat menjalankan tugas-tugas kehumasan secara baik.

C. Penutup

Alhamdulillah rabbil alamain, segala puji baginya ya allah. Semoga senantiasa dalam lindungan dan rahmatNya, sampai detik ini telah memberikan kesehatan dan kelancaran dalam menjalani tugas-tugas keseharian. Dengan rahmatNya pula penelitian ini dapat di selesaikan meski tidak mampu mencapai kesempurnaan yang di idealkan penulis, banyak kekurangan disana-sini, berharap penelitian ini dapat di sempurnakan penelittii-peneliti berikutnya. Namun demikian hal ini telah penulis upayakan semaksimal mungkin, dengan harapan dapat kesempurnaan dari sebuah proses yang penulis lalui.

Kepada seluruh pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung penulis hanya mampu mengucapkan "*Khairul jaza ahsananul jaza*" karena penelitian ini tak akan berarti dan tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, bermanfaat bagi siapapun adalah harapan terbesar.

Akhirnya kritik dan saran penulis harapkan dalam perbaikan penulis kedepan dan lebih menyempurnakan penelitian ini bagi para peneliti berikutnya. Semoga apa yang kita cita-citakan tercapai dan selalu mendapat *hidayah* dai yang maha Esa. Amin

DAFTAR PUSTAKA

- Akhdlori, Imam.1982, *Ilmu Blaghoh*, Almaa'arif, Bandung.
- Bungin, Burhan.2006. *Sosiologi Komunikasi*, Kencana.Jakarta.
- Cutlip, Scott M.,dkk. 2007. *Effectif Public Relation*, Edisi Kesembilan dalam bahasa Indonesia, cetakan kedua.Kencana, Jakarta.
- Devito, Joseph A. 1997. *Komunikasi antar Manusia Kuliah Dasar*, Edisi Kelima, Profesinal Books, Jakarta.
- Efendy, Onong U. 2003. *Komunikasi Teori dan Praktek*, Rosdakarya, Bandung.
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relation*, Edisi Kelima, Direvisi Daniel Yadin.Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kasali, Rhenald. 2005. *Manajemen Public Relation*,Grafiti, Jakarta.
- Littlejohn, Stephen. 2009. *Teori Komunikasi*, Edisi Kesembilan, Salemba Humanika, Jakarta.
- Mulyana, Deddy.2007. *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar*, Rosda, Bandung.
- _____. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Rosdakarya, Bandung.
- Moore, Frazier. 2004. *Humas, membangun Citra dengan Komunikasi*, Rosda, Bandung
- Purwanto, Joko. 2006. *Komunikasi Bisnis*,; Penerbit Erlangga, Jakarta.

Rohman, Abd. 2007. *Komunikasi Dalam Al-Quran*, UIN_Malang Press, Malang.

Severin, Werner J.. 2005. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*, Edisi Kelima, Kencana, Jakarta.

SKRIPSI :

Ervina Perwitasari, Desi. 2001. *Komunikasi Internal dan Perubahan Budaya Perusahaan (Studi Kasus mengenai Aktivitas Komunikasi Internal pada Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dalam Sosialisasi Perubahan Budaya Perusahaan*, Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Setiawati, Diana. 2001. *Aktivitas Komunikasi Dalam Sosialisasi Karyawan (Studi Etnografi Tentang Aktivitas Komunikasi Yang Dilakukan Karyawan Dalam Bersosialisasi Di Sekolah Bahasa Realia*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

INTERNET :

Imam.Mudjiono. staff.uin.ac.id/konsep-komunikasi-dalam-al-qur'an. diakses tanggal 12/01/2011

Mardiani F. Kuncoro.<http://bahumasartikel.blogspot.com> humas. diakses tanggal 27/01/2011

Ihsan.<http://ruang-ihsan.blogspot.com>. komunikasi internal organisasi. diakses tanggal 27/01/2011