

**PERAN HUMAS DALAM MEMBANGUN CITRA
PEMERINTAHAN SUMATERA UTARA
(STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF PADA KANTOR BIRO
HUMAS GUBERNUR SUMATERA UTARA)**

SKRIPSI

OLEH:

DOLLY INDRA SYAHPUTRA

NPM: 12.853.0038



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

MEDAN

2018

**PERAN HUMAS DALAM MEMBANGUN CITRA
PEMERINTAHAN SUMATERA UTARA
(STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF PADA KANTOR BIRO
HUMAS GUBERNUR SUMATERA UTARA)**

SKRIPSI

Skripsi Ini Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan
Gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area

OLEH:

DOLLY INDRA SYAHPUTRA

NPM: 12.853.0038

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

MEDAN

2018

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Peran Humas Dalam Membangun Citra Pemerintahan Sumatera Utara
Nama : Dolly Indra Syahputra
NPM : 12.853.0038
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing

Drs. Yan Hendra M.Si
Pembimbing I

Taufik Wal Hidayat, S.Sos. MAP
Pembimbing II



Prof. Dr. H.M. Arif Nasution MA
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Tanggal Lulus : 31 Mei 2018

LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah di tuliskan sumbernya sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan karya ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya.



Medan, 9 oktober 2018



Dolly Indra Syahputra
Dolly Indra Syahputra
12.853.0038

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

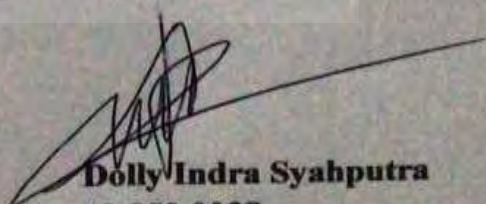
Nama : Dolly Indra Syahputra
NPM : 12.853.0038
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: *Peran Humas Dalam Membangun Citra Pemerintahan Sumatera Utara (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Kantor Biro Humas Gubernur Sumatera Utara)*

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada tanggal : 09 Oktober 2018



Dolly Indra Syahputra
12.853.0038

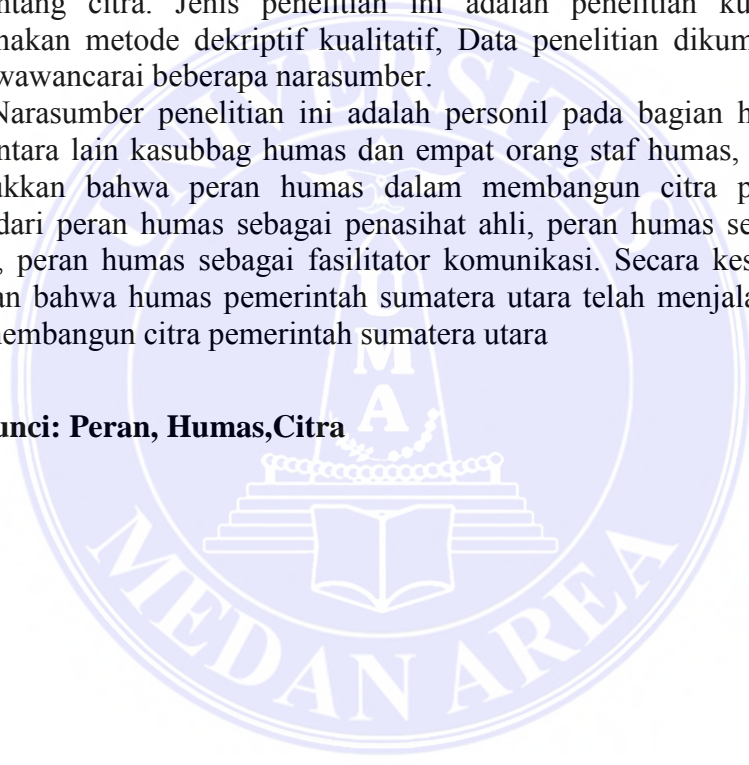
ABSTRAK

PERAN HUMAS DALAM MEMBANGUN CITRA PEMERINTAHAN SUMATERA UTARA (STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF PADA KANTOR GUBERNUR SUMATERA UTARA)

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya peran humas dalam membangun citra pemerintah. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan peran humas dalam membangun citra pemerintah Sumatera Utara. Teori yang dipakai dalam penelitian ini antara lain teori tentang komunikasi, kehumasan dan teori tentang citra. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, Data penelitian dikumpulkan dengan cara mewawancarai beberapa narasumber.

Narasumber penelitian ini adalah personil pada bagian humas Pemprov Sumut antara lain kasubbag humas dan empat orang staf humas, hasil penelitian menunjukkan bahwa peran humas dalam membangun citra Pemprov Sumut terlihat dari peran humas sebagai penasihat ahli, peran humas sebagai pemecah masalah, peran humas sebagai fasilitator komunikasi. Secara keseluruhan dapat dijelaskan bahwa humas pemerintah Sumatera Utara telah menjalankan perannya dalam membangun citra pemerintah Sumatera Utara

Kata Kunci: Peran, Humas, Citra

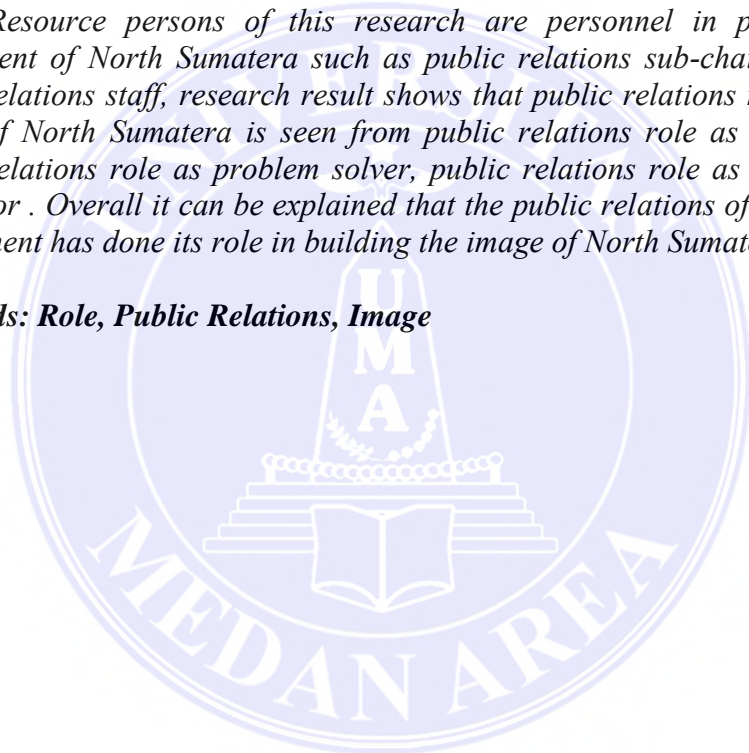


ABSTRACT
THE ROLE OF PUBLIC RELATION IN ESTABLISHING IMAGE
GOVERNMENT OF NORTH SUMATERA UTARA
(DESCRIPTIVE QUALITATIVE STUDY
ON OFFICE PUBLIC RELATION
GOVERNOR OF NORTH SUMATERA UTARA

This research is motivated by the importance of public relations role in building the image of government. The purpose of this study is to explain the role of public relations in building the image of the government of North Sumatra. Theories used in this study include the theory of communication, public relations and the theory of image. The type of this research is qualitative research using qualitative decriptive method, Research data collected by interviewing some resource.

Resource persons of this research are personnel in public relations department of North Sumatera such as public relations sub-chairman and four public relations staff, research result shows that public relations role in building image of North Sumatera is seen from public relations role as expert advisor, public relations role as problem solver, public relations role as communication facilitator . Overall it can be explained that the public relations of North Sumatra government has done its role in building the image of North Sumatera government

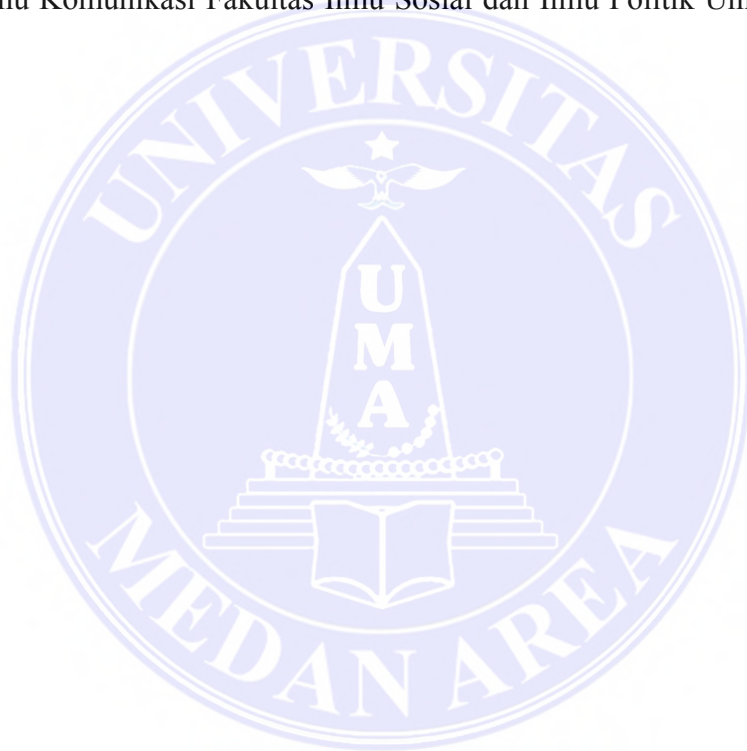
Keywords: Role, Public Relations, Image



RIWAYAT HIDUP

Peneliti bernama Dolly Indra Syahputra. Lahir di Medan pada tanggal 4 Maret 1995. Ayah peneliti bernama Koko Indra Kesuma dan ibu peneliti bernama Wartina. Peneliti merupakan anak kedua dari dua bersaudara.

Pada tahun 2006 penulis lulus dari Sekolah Dasar Medan Putri (berijazah), tahun 2009 penulis lulus dari Sekolah Menengah Pertama Swasta Medan Putri (berijazah), tahun 2012 penulis lulus dari Sekolah Menengah Atas Dharmawangsa (berijazah), dan pada tahun 2012 peneliti terdaftar sebagai mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.



KATA PENGANTAR

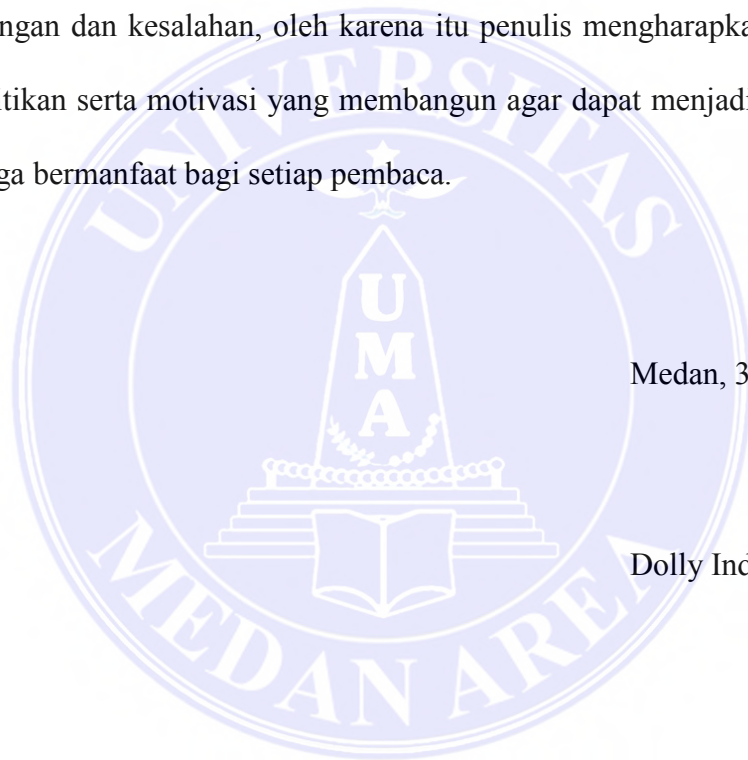
Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini berjudul "*Peran Humas Dalam Membangun Citra Pemerintahan Sumatera Utara*" dapat diselesaikan dengan baik.

Peneliti menyadari bahwa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak-pihak terkait, dari masa perkuliahan sampai kepada tahap penyusunan skripsi ini. Karena itu penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak sehingga terwujudnya skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan serta memudahkan segala sesuatu dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Yan Hendra, M.Si selaku Dosen Pembimbing I.
3. Bapak Taufik Wal Hidayat, S.Sos, M.Ap selaku Dosen pembimbing II.
4. Ibu Ananda Triana Anwar, M.A selaku sekretaris dalam panitia skripsi penulis.
5. Kedua orang tua penulis yang telah membesarkan, menyemangati, menasehatin, membimbing, mendidik, dan tidak lelah dan sabar mendidik penulis dari kecil hingga sekarang masih sabar, terimakasih.
6. Ibu H. Arvina Zuhra, S.Tp, M.Si selaku kasubbag Biro Humas beserta staf Biro Humas Pemprov Sumatera Utara.
7. Anita Munthe yang sudah memberi support yang besar kepada penulis dan sabar serta memberi perhatian dan kasih sayang kepada penulis.

8. Teman-teman seperjuangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area stambuk 2012.
9. Kepada teman-teman yang sudah banyak membantu terutama Artika Ester Sirait.
10. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

Peneliti menyadari sepenuhnya penulisan skripsi ini tidak luput dari kekurangan dan kesalahan, oleh karena itu penulis mengharapkan adanya saran dan kritikan serta motivasi yang membangun agar dapat menjadi lebih baik lagi sehingga bermanfaat bagi setiap pembaca.



Medan, 31 Mei 2018

Dolly Indra Syahputra

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
RIWAYAT HIDUP	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Fokus Penelitian.....	5
1.3. Rumusan Masalah.....	5
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	6
II. LANDASAN TEORI	
2.1. Definisi Komunikasi.....	7
2.1.1. Proses Komunikasi.....	8
2.1.2. Karakteristik Komunikasi	9
2.1.3. Fungsi Komunikasi	10
2.2. Komunikasi Massa	13
2.2.1. Pengertian Komunikasi Massa.....	13
2.2.2. Karakteristik Komunikasi Massa	13
2.3. Definisi Humas.....	17
2.4. Ciri Humas	18
2.5. Fungsi Humas.....	19
2.6. Peran Humas.....	20
2.6.1. Tujuan dan Sasaran Humas	21
2.6.2. Humas Pemerintahan.....	22
2.6.3. Program Kerja dan Aktivitas Humas	23
2.7. Pengertian Citra	27
2.7.1. Jenis-Jenis Citra.....	28
2.7.2. Penggambaran Citra	31
2.7.3. Pembentukan Citra	33
2.8. Kerangka Konsep	35
III. METODE PENELITIAN	
3.1. Metode Penelitian	37
3.2. Sumber Data.....	38
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.4. Instrumen Penelitian	39
3.5. Pengujian Kredibilitas Data	40

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Sejarah Pemprov Sumut.....	43
4.2. Sejarah Keprotokolan Humas Pemprov Sumut	45
4.3. Deskripsi Hasil Penelitian.....	46
4.3.1. Profil Informan.....	48
4.3.2. Hasil Penelitian	49
4.4. Pembahasan.....	71
V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	74
5.1. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1	Tabel Profil Informan.....	48



DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1	Gambar Sejarah Provinsi Sumatera Utara.....	44



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Humas merupakan sebuah proses yang terus menerus dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh kemauan baik dan pengertian dari pelanggan, pegawai, dan publik yang lebih luas. Dalam pekerjaannya, seorang humas membuat analisis ke dalam dan perbaikan diri serta membuat pernyataan-pernyataan keluar.

Pada umumnya kesan yang jelek datang dari ketidakpedulian, perangkat lunak, sikap melawan dan apatis. Seorang humas harus mampu untuk mengubah hal-hal ini menjadi pengetahuan dan pengertian, penerimaan dan ketertarikan.

Humas memiliki peran penting dalam membantu menginformasikan pada publik internal (dalam organisasi) dan publik eksternal (luar organisasi) dengan menyediakan informasi akurat dalam format yang mudah dimengerti sehingga ketidakpedulian akan suatu organisasi, produk atau tempat dapat diatasi melalui pengetahuan dan pengertian.

Humas juga harus dapat menciptakan ketertarikan publik dalam suatu situasi atau serial situasi, yang bisa jadi berpengaruh besar dalam suatu organisasi atau sekelompok orang. Menggunakan strategi kehumasan dalam hal ini bisa menjadi sangat efektif. Masyarakat mungkin bersikap melawan pada sebuah situasi karena mereka tidak mengerti apa yang sedang terjadi, atau mengapa hal tersebut terjadi.

Profesi humas mempunyai peran kunci untuk menjelaskan sebuah situasi atau kejadian dengan sejelas-jelasnya sehingga ketidakpedulian dan bahkan sikap

menentang, yang menjadi atmosfer di sekelilingnya dapat diputar menjadi pengertian dan penerimaan. Dengan mengemukakan informasi secara jelas dan tidak biasa, umumnya merupakan cara yang berhasil untuk meraih simpati. Namun kesalahan umum yang terjadi adalah program humas dianggap sebagai program jangka pendek dan program penanggulangan reaktif saat terjadi hal-hal yang tidak diinginkan kala hubungan dengan masyarakat menjadi buruk.

Peranan humas di lingkungan pemerintahan sangat penting dalam membangun citra positif bangsa dan negara. Apalagi pemerintah tengah menghadapi berbagai persoalan kemasyarakatan yang mendasar, yakni peningkatan investasi guna mengurangi kemiskinan dan pengangguran. Sebuah organisasi khususnya di dalam lingkup pemerintahan daerah, humas memegang peranan yang sangat penting dan strategis.

Sebagai sebuah kegiatan komunikasi, humas juga berfungsi sebagai jembatan untuk membangun suasana yang kondusif dalam kerangka *win-win solution*, antar berbagai *stakeholder* organisasi, baik internal maupun eksternal dalam rangka membangun *image* atau citra dari organisasi pemerintah itu sendiri. Humas dalam lembaga pemerintahan merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka tugas penyebaran informasi tentang kebijakan, program dan kegiatan-kegiatan lembaga pemerintahan dan kepada masyarakat.

Humas juga merupakan kelanjutan dari proses, penetapan kebijakan pemerintah, pemberi layanan informasi kepada masyarakat, sehingga humas itu bisa memperoleh kepercayaan dari publiknya, yaitu masyarakat dalam arti luas. Oleh karena itu sikap dan pelayanan yang baik sangat penting demi terciptanya citra yang baik. Salah satu tujuan keberadaan Biro Humas pada Kantor Gubernur

Daerah Provinsi Sumatera Utara adalah untuk menyampaikan informasi sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Penyampaian informasi dilakukan dengan penyesuaian-penyesuaian peran dan fungsinya dalam menghadapi perubahan-perubahan yang terjadi, supaya humas pemerintah mampu membangun citra pemerintah yang baik. Seiring dengan perkembangan jaman yang semakin pesat, maka pelaku humas dituntut untuk lebih keras dan kreatif guna meningkatkan profesionalitas. Dengan harapan, untuk memajukan instansi pemerintah yang diwakilinya, serta mampu menjaga nama baik atau reputasi instansi tersebut.

Kebutuhan akan humas tidak bisa dicegah, karena humas merupakan salah satu elemen yang menentukan kelangsungan suatu organisasi atau lembaga pemerintahan secara positif. Humas memegang peranan yang cukup besar, yakni dalam membentuk dan menjaga reputasi atau citra pada sebuah instansi terkait. Humas dalam lembaga pemerintahan merupakan keharusan fungsional dalam rangka tugas penyebaran informasi tentang kebijakan program dan kegiatan-kegiatan lembaga pemerintah kepada masyarakat.

Menjalankan kegiatannya, maka humas membutuhkan dukungan dan partisipasi dari masyarakat. Tanpa adanya dukungan dan peran serta dari masyarakat, maka kegiatan kehumasan dalam pemerintah tidak akan dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan rencana dan kebijakan yang telah ditetapkan.

Kantor Biro Humas Gubernur Daerah Provinsi Sumatera Utara merupakan suatu instansi yang berhubungan langsung dengan masyarakat. Berbagai program kegiatan maupun fasilitas yang dimilikinya, instansi ini senantiasa berusaha

memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat, khususnya anggota Biro Humas.

Banyak masyarakat yang tidak menyadari betapa sangat pentingnya instansi ini. Kantor Biro Humas Gubernur Daerah Sumatera Utara menyimpan beragam informasi dalam bentuk arsip dan dokumentasi yang bisa diakses oleh publik.

Namun yang terjadi sekarang adalah, masyarakat hanya menilai bahwa instansi ini hanyalah sebagai tempat sarana tentang kegiatan gubernur, pimpinan daerah dan pemeritahan saja bukan dijadikan sebagai lumbung informasi untuk masyarakat Sumatera Utara.

Situasi ini mungkin terjadi akibat kurangnya sosialisasi kepada masyarakat dalam setiap program atau kebijakan yang ditetapkan oleh instansi ini. Humas pemerintah saat ini hanya disibukkan dalam mengekspos pimpinan daerah saja, sehingga kadang melupakan satuan kerja perangkat daerah yang menopang pimpinan tersebut.

Dinas atau instansi di lingkup Pemerintah Provinsi Sumatera Utara masih banyak yang tidak memiliki perangkat kehumasan, humas kadang disatukan dalam satu bagian yang sering tergabung dengan protokol. Sehingga kegiatan kehumasan pada instansi pemerintah cenderung hanya ada pada saat pelaksanaan kegiatan atau acara kedinasan saja, dengan istilah humas, publikasi, dan dokumentasi. Hal ini tentu tidak akan bisa meningkatkan citra lembaga itu sendiri.

Mengingat tugas Kepala Biro Humas Kantor Gubernur Sumatra Utara yang sangat kompleks maka tidak mungkin seorang pimpinan akan menangani semua kegiatan secara langsung. Dengan demikian, sesuatu yang harus dilakukan oleh Biro Humas Provinsi Sumatera Utara dalam hubungannya dengan publik, Oleh

karena itu, humas berfungsi untuk memberikan informasi kepada masyarakat dan sekaligus menjadi jembatan komunikasi antara masyarakat dengan pemerintah.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian teoritis di atas, maka peneliti akan mempersempit penelitian ini, oleh karena itu penulis tertarik untuk lebih memfokuskan penelitian dan memperjelas penelitian penulis akan lebih berfokus pada “*Peran Humas Sebagai Penasihat Ahli, Fasilitator dan Pemecah Masalah Dalam Membangun Citra Pemerintah Sumatera Utara (Pada Kantor Biro Humas Gubernur Sumatera Utara)*”

1.3 Rumusan Masalah

Untuk lebih memperjelas ruang lingkup permasalahan yang akan diteliti agar tidak terlalu luas, maka penulis membatasi permasalahan sebagai berikut: Bagaimana Peran Humas Dalam Membangun Citra Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara.

1.4 Tujuan Penelitian

Penulis melakukan penelitian ini dengan tujuan:

Untuk mengetahui peranan humas pemerintah dalam membangun Citra Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan berguna dalam memperluas uraian teoritis dalam bidang komunikasi, khususnya humas dan citra pemerintahan.
2. Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan mampu memperluas dan menambah penelitian di bidang humas pemerintahan
3. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi peningkatan dan perbaikan peran Humas dan Citra Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Definisi Komunikasi

Kata atau istilah komunikasi dari bahasa Inggris “*communication*” secara etimologis atau menurut asal katanya adalah dari bahasa Latin “*communicates*” dan perkataan ini bersumber pada kata *communis*. Kata *communis* ini memiliki makna ‘berbagi’ atau ‘menjadi milik bersama’ yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna. Komunikasi secara terminologis merujuk pada adanya proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Jadi dalam pengertian ini yang terlibat dalam komunikasi adalah manusia.

Karena itu merujuk pada pengertian Ruben dan Steward (1998:16) mengenai komunikasi manusia yaitu:

“Human communication is the process through which individuals, in relationships, group, organizations and societies respond to and create messages to adapt to the environment and one another”. Bahwa komunikasi manusia adalah proses yang melibatkan individu-individu dalam suatu hubungan, kelompok, organisasi dan masyarakat yang merespon dan menciptakan pesan untuk beradaptasi dengan lingkungan satu sama lain.

Untuk memahami definisi komunikasi tersebut sehingga dapat dilancarkan secara efektif dalam Effendy (1994:10) bahwa para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Who With What Effect?*

Paradigma Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yaitu:

1. Komunikator (siapa yang mengatakan)
2. Pesan (mengatakan apa)
3. Media (melalui saluran/*channel*/media apa)
4. Komunikan (kepada siapa)
5. Efek (dengan dampak/efek apa)

Berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, secara sederhana proses komunikasi adalah pihak komunikator membentuk (*encode*) pesan dan menyampaikannya melalui suatu

2.1.1 Proses Komunikasi

Berdasarkan dari paradigma Lasswell, Effendy (1994:11-19) membedakan proses komunikasi menjadi dua tahap, yaitu:

1. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah pesan verbal (bahasa), dan pesan nonverbal (*kial/gesture*, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya) yang secara langsung dapat/mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Proses komunikasi ini berlangsung secara tatap muka sehingga umpan balik atau *feedback* yang diberikan komunikan dapat diterima secara langsung oleh komunikator.

2. Proses Komunikasi Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media ke dua dalam menyampaikan komunikasi ke karena komunikan sebagai sasaran berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dsb adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

Proses komunikasi secara sekunder itu menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media massa (surat kabar, televisi, radio, dsb.) dan media nirmassa (telepon, surat, megapon, dsb.).

2.1.2. Karakteristik Komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses artinya komunikasi merupakan serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan.

1. Komunikasi adalah upaya yang disengaja dan punya tujuan (dilakukan dalam keadaan sadar)
2. Komunikasi menuntut adanya partisipasi dan kerjasama dari para pelaku yang terlibat. Aktivitas komunikasi akan berlangsung dengan baik, apabila pihak-pihak yang terlibat berkomunikasi
3. Komunikasi bersifat simbolis, komunikasi pada dasarnya merupakan tindakan yang dilakukan dengan menggunakan lambang - lambang.
4. Komunikasi bersifat transaksional, komunikasi pada dasarnya menuntut dua tindakan; memberi dan menerima

5. Komunikasi menembus faktor ruang dan waktu komunikasi menembus faktor waktu dan ruang maksudnya bahwa para peserta atau pelaku yang terlibat dalam komunikasi tidak harus hadir pada waktu serta tempat yang sama.

2.1.3. Fungsi Komunikasi

William I. Gordon, dalam Deddy M (2005:5-30) mengategorikan fungsi komunikasi menjadi empat, yaitu:

1. Sebagai komunikasi sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan hubungan orang lain. Melalui komunikasi kita bekerja sama dengan anggota masyarakat (keluarga, kelompok belajar, perguruan tinggi, RT, desa, negara secara keseluruhan) untuk mencapai tujuan bersama.

2. Sebagai komunikasi ekspresif

Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan perasaan-perasaan emosi kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal. Perasaan sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut, prihatin, marah dan benci dapat disampaikan lewat kata-kata, namun bisa disampaikan secara lebih ekspresif lewat perilaku nonverbal.

Seorang ibu menunjukkan kasih sayangnya dengan membelai kepala anaknya. Orang dapat menyalurkan kemarahannya dengan mengumpat,

mengepalkan tangan seraya melototkan matanya, mahasiswa memprotes kebijakan penguasa negara atau penguasa kampus dengan melakukan demonstrasi.

3. Sebagai komunikasi ritual

Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropologi sebaga *rites of passage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, siraman, pernikahan, dan lain-lain. Dalam acara-acara itu orang mengucapkan kata-kata atau perilaku-perilaku tertentu yang bersifat simbolik.

Ritual-ritual lain seperti berdoa (salat, sembahyang, misa), membaca kitab suci, naik haji, upacara bendera (termasuk menyanyikan lagu kebangsaan), upacara wisuda, perayaan lebaran (idul fitri) atau natal, juga adalah komunikasi ritual. Mereka yang berpartisipasi dalam bentuk komunikasi ritual tersebut menegaskan kembali komitmen mereka kepada tradisi keluarga, suku, bangsa, negara, ideologi, atau agama mereka.

4. Sebagai komunikasi instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum yaitu: menginformasikan mengajar ,mendorong ,mengubah sikap menggerakkan tindakan dan juga menghibur, Sebagai instrumen komunikasi tidak saja kita gunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, namun juga untuk menghancurkan hubungan tersebut.

Studi komunikasi membuat kita peka terhadap berbagai strategi yang dapat kita gunakan dalam komunikasi kita untuk bekerja lebih baik dengan orang lain demi keuntungan bersama. Komunikasi berfungsi sebagai instrumen untuk

mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka pendek ataupun tujuan jangka panjang.

Tujuan jangka pendek misalnya untuk memperoleh pujian, menumbuhkan kesan yang baik, memperoleh simpati, empati, keuntungan material, ekonomi, dan politik, yang antara lain dapat diraih dengan pengelolaan kesan (*impression management*), yakni taktik-taktik verbal dan non-verbal, seperti berbicara sopan, mengobral janji, mengenakan pakaian necis, dan sebagainya yang pada dasarnya untuk menunjukkan kepada orang lain siapa diri kita seperti yang kita inginkan.

Sementara itu, tujuan jangka panjang dapat diraih lewat keahlian komunikasi, misalnya keahlian berpidato, berunding, berbahasa asing ataupun keahlian menulis. Kedua tujuan itu baik jangka pendek dan panjang tentu saja saling berkaitan dalam arti bahwa pengelolaan kesan itu secara kumulatif dapat digunakan untuk mencapai tujuan jangka panjang berupa keberhasilan dalam karier, misalnya untuk memperoleh jabatan, kekuasaan, penghormatan sosial, dan kekayaan.

Berkenaan dengan fungsi komunikasi ini, terdapat beberapa pendapat dari para ilmuwan yang bila dicermati saling melengkapi. Misalnya pendapat Lasswell dalam Effendy (1994:27) memaparkan fungsi komunikasi sebagai berikut:

1. Penjagaan/pengawasan lingkungan (*surveillance of the information*) yakni penyingkapan ancaman dan kesempatan yang mempengaruhi nilai masyarakat.
2. Menghubungkan bagian-bagian yang terpisahkan dari masyarakat untuk menanggapi lingkungannya .
3. Menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi berikutnya.

2.2 Komunikasi Massa

2.2.1. Pengertian Komunikasi Massa

Merujuk kepada Elvinaro dan Komala (2004:8) komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran media dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen, dan menimbulkan efek tertentu.

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Nurudin (2004:19), yakni, komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is message communicated through a mass medium to a large number of people*).

Definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa.

Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran dan televisi, keduanya dikenal sebagai media elektronik, sedangkan surat kabar dan majalah, keduanya disebut sebagai media cetak.

2.2.2. Karakteristik Komunikasi Massa

Sebelumnya telah dibahas tentang pengertian komunikasi massa melalui definisi komunikasi massa yang dikemukakan oleh beberapa ahli ilmu komunikasi. Kita juga mengetahui bahwa definisi-definisi komunikasi massa itu secara prinsip mengandung suatu makna yang sama, bahkan antara satu definisi

dengan definisi yang lainnya dapat dianggap saling melengkapi, melalui definisi itu pula kita dapat mengetahui karakteristik komunikasi massa.

Komunikasi massa berbeda dengan komunikasi lainnya, seperti komunikasi antar pribadi dan komunikasi kelompok. Perbedaan itu meliputi komponen-komponen yang terlibat didalamnya, juga proses berlangsungnya komunikasi tersebut. Namun, agar karakteristik komunikasi massa itu tampak jelas, maka pembahasannya perlu dibandingkan dengan komunikasi antar pribadi. Menurut Wiryanto (2005:78) Karakteristik komunikasi massa adalah sebagai berikut :

a. Komunikator terlembagakan

Ciri komunikasi massa yang pertama adalah komunikatornya. Kita sudah memahami bahwa komunikasi massa itu menggunakan media massa, baik media cetak maupun media elektronik. Dengan mengingat kembali pendapat Wright, bahwa komunikasi massa itu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks, mari kita bayangkan secara kronologis proses penyusunan pesan oleh komuniator sampai pesan itu diterima oleh komunikan. Apabila pesan itu akan disampaikan melalui surat kabar, maka prosesnya adalah sebagai berikut,

Komunikator menyusun pesan dalam bentuk artikel, apakah atas keinginannya atau atas permintaan media massa yang bersangkutan. Selanjutnya, pesan tersebut diperiksa oleh penanggung jawab rubrik. Dari penanggung jawab rubrik diserahkan kepada redaksi untuk diperiksa layak tidaknya pesan pesan itu untuk dimuat dengan pertimbangan utama tidak menyalahi kebijakan dari lembaga media massa itu. Ketika sudah layak, pesan dibuat *setting*-nya, lalu diperiksa oleh korektor disusun oleh *lay-out man* agar komposisinya bagus, dibuat

plate, kemudian masuk mesin cetak. Tahap akhir setelah dicetak merupakan tugas bagian distribusi untuk mendistribusikan surat kabar yang berisi pesan itu kepada pembacannya.

b. Pesan bersifat umum

Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karenanya, pesan komunikasi massa bersifat umum. Pesan komunikasi dapat berupa fakta, peristiwa atau opini. Namun tidak semua fakta dan peristiwa yang terjadi disekeliling kita dapat dimuat dalam media massa.

Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apapun harus memenuhi kriteria penting atau menarik, atau penting sekaligus menarik, bagi sebagian besar komunikan. Dengan demikian, kriteria pesan yang penting dan menarik itu mempunyai ukuran tersendiri, yakni bagi sebagian besar komunikan. Ada peristiwa yang mempunyai kategori penting, tetapi hanya penting bagi sekelompok orang.

c. Komunikannya anonim dan heterogen

Komunikan pada komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen. Pada komunikasi antar personal, komunikator akan mengenal komunikannya, mengetahui identitasnya, seperti nama, pendidikan, pekerjaan, tempat tinggal, bahkan mungkin mengenal sikap dan perilakunya. Sedangkan dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Disamping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan faktor usia,

jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama dan tingkat ekonomi.

d. Media massa menimbulkan keserempakan

Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula.

e. Komunikasi massa bersifat satu arah

Selain ada ciri yang merupakan keunggulan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, ada juga ciri komunikasi yang merupakan kelemahannya. Komunikasi massa itu adalah komunikasi dengan menggunakan atau melalui media massa. Karena media massa maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung.

Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya terjadi dalam komunikasi antar personal. Dengan demikian, komunikasi masa itu bersifat satu arah.

2.3 Definisi Humas

Humas (hubungan masyarakat) merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun organisasi yang non-komersial. Mulai dari yayasan, perguruan tinggi, dinas militer, sampai dengan lembaga-lembaga pemerintah, bahkan pesantren pun memerlukan humas.

Kebutuhan akan kehadirannya tidak bisa dicegah, terlepas dari kata menyukai atau tidak, karena humas merupakan salah satu elemen yang menentukan kelangsungan suatu organisasi secara positif, arti penting humas sebagai sumber informasi terpercaya kian terasa pada era globalisasi dan banjir informasi seperti saat ini.

Menurut Rudy (2005:26) Humas, yang merupakan terjemahan bebas dari istilah *public relations* atau PR, kedua istilah ini akan dipakai secara bergantian, itu terdiri dari semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja yang berkepentingan dengannya. Setiap orang juga pada dasarnya juga mengalami humas, kecuali jika ia adalah sejenis tarzan yang tidak pernah bertemu dan menjalin kontak dengan manusia lainnya.

Istilah dasar ini acap kali kabur dan tidak semua orang memahaminya. Karena begitu banyaknya definisi yang berkembang dari banyak tokoh, maka para praktisi *public relations* / humas yang berasal dari berbagai negara di dunia, yang tergabung dalam “*The International Public Relations Association*” menarik kesimpulan mengenai definisi tersebut. Dimana definisi tersebut diharapkan dapat diterapkan dan dipraktikkan secara bersama-sama.

Defenisinya adalah sebagai berikut :

“Hubungan Masyarakat adalah fungsi manajemen dari sikap budi yang berencana dan berkesinambungan, yang dengan itu organisasi-organisasi dan lembaga-lembaga yang bersifat umum dan pribadi berupaya membina pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang ada kaitannya atau yang mungkin ada hubungannya dengan jalan menilai pendapat umum diantara mereka, untuk mengorelasikan, sedapat mungkin, kebijaksanaan dan tata cara mereka, yang dengan informasi yang berencana dan tersebar luas, mencapai kerjasama yang lebih produktif dan pemenuhan kepentingan bersama yang lebih efisien”.

Definisi yang dikemukakan oleh para ahli tersebut dapat dikatakan sebagai definisi yang lengkap, karena mengandung semua unsur/faktor yang memang sudah seharusnya ada dalam humas.

2.4 Ciri Humas

Ciri adalah tanda yang khas untuk mengenal dan mengetahui. Fungsi atau dalam bahasa Inggris disebut dengan *function*, bersumber pada perkataan bahasa latin, *function* yang berarti penampilan, pembuatan pelaksanaan, atau kegiatan. Dalam kaitannya dengan humas, maka humas dalam suatu organisasi dikatakan berfungsi apabila humas itu menunjukkan kegiatan yang jelas, yang dapat dibedakan dari kegiatan lainnya.

Berfungsi atau tidaknya humas dalam sebuah organisasi dapat diketahui dari ada tidaknya kegiatan yang menunjukkan ciri-cirinya. Ciri-ciri tersebut sebenarnya secara tidak langsung telah diterangkan dimuka tetapi untuk memperoleh kejelasan mengenai fungsi humas, ada baiknya kiranya apabila ciri-ciri tersebut secara gamblang ditegaskan, seperti yang dikemukakan oleh Effendy (2006:42):

- a. Komunikasi yang dilancarkan berlangsung dua arah secara timbal-balik.
- b. Kegiatan yang dilakukan terdiri dari penyebaran informasi, penggiatan persuasi, dan pengkajian pendapat umum.
- c. Tujuan yang hendak dicapai adalah tujuan organisasi tempat humas menginduk.
- d. Sasaran yang dituju adalah khalayak didalam organisasi dan khalayak diluar organisasi.
- e. Efek yang diharapkan adalah terbinanya hubungan yang harmonis antara organisasi dan khalayak.

2.5 Fungsi Humas

Humas, sebagai ujung tombak suatu organisasi/perusahaan memiliki bermacam-macam dan sangat kompleks. Dimana fungsi tersebut secara umum adalah sama antara humas disuatu organisasi/perusahaan dengan organisasi/perusahaan lainnya. Hanya saja akan berbeda dalam pelaksanaannya di lapangan, karena disesuaikan dengan tujuan dari organisasi tersebut.

Fungsi humas menurut Cutlip (2006:33), sebagaimana tercantum dalam bukunya “*Effective Public Relations*”, adalah sebagai berikut:

- a. Memudahkan dan menjamin arus opini yang bersifat mewakili dari publik-publik suatu organisasi, sehingga kebijaksanaan beserta operasionalisasi organisasi dapat dipelihara keserasiannya dengan ragam kebutuhan dan pandangan publik- publik tersebut.
- b. Menasehati *management* mengenai jalan dan cara menyusun kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi untuk dapat diterima secara maksimal oleh publik.
- c. Merencanakan dan melaksanakan program-program yang dapat menimbulkan penafsiran yang menyenangkan terhadap kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi.

2.6 Peran Humas

Peran PR merupakan salah satu kunci penting untuk pemahaman fungsi PR dan komunikasi organisasi, Peranan PR menurut Dozier&Grunig (1995:16) dalam bukunya berjudul *Excellence in Public Relations and Communication Management* peranan humas terbagi dalam tiga kategori yaitu:

1. Peran humas sebagai penasihat ahli

Seorang praktisi pakar humas yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya. Hubungan praktisi humas seperti hubungan dokter dan pasiennya, artinya pihak manajemen bertindak pasif untuk menerima atau mempercayai apa yang telah disarankan oleh pakar humas tersebut dalam mengatasi persoalan

2. Peran humas sebagai fasilitator komunikasi

Humas bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Dipihak lain, dia juga dituntut mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan organisasi kepada pihak publiknya. Sehingga dengan komunikasi timbal balik tersebut dapat tercipta saling pengertian, mempercayai, menghargai, mendukung dan toleransi baik dari kedua belah pihak.

3. Peran humas sebagai pemecah masalah

Peran humas dalam proses pemecahan persoalan ini merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat hingga mengambil tindakan eksekusi (keputusan) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan profesional

2.6.1. Tujuan dan Sasaran Humas

Melaksanakan kegiatannya, humas memiliki tujuan yang sesuai dengan tujuan dari suatu organisasi/perusahaan. Maka dari itu dikatakan bahwa tujuan sentral humas yang akan dicapai adalah tujuan organisasi, sebab humas dibentuk

atau digiatkan guna menunjang manajemen yang berupaya mencapai tujuan organisasi. Tujuan organisasi yang diperjuangkan oleh manajemen dan ditunjang oleh humas itu bergantung pada sifat organisasi.

Tujuan organisasi dalam bentuk perusahaan berbeda dengan organisasi yang berbentuk universitas, berbeda pula dengan organisasi yang berbentuk pemerintahan, dan sebagainya. Sehingga kegiatan yang dilakukan pun akan berbeda satu sama lain, bergantung pada sifat organisasinya dan apa tujuan dari organisasi tersebut.

Organisasi yang berbentuk perusahaan cenderung memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dari produk barang/jasa yang mereka tawarkan. Sehingga tujuan humasnya pun adalah menunjang perusahaan tersebut dalam mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Antara lain dengan mengadakan bazar, ataupun dengan mengadakan sayembara berhadiah.

Sifat humas disini hampir serupa dengan *marketing*, namun humas memiliki tanggung jawab lebih kompleks lagi. Antara lain menjaga hubungan baik yang telah terjalin dengan pelanggan tetap misalnya, dengan distributor, maupun dengan para karyawan (kegiatan *corporate*) Anggoro (2008:18)

2.6.2. Humas Pemerintahan

Lembaga atau instansi tentu ingin berhasil mencapai tujuannya, keberhasilan tersebut tidak dapat dicapai hanya berdasarkan kemampuan yang ada pada lembaga itu saja. Disamping itu perlu adanya pengertian, penerimaan, dan keikutsertaan publiknya (internal maupun eksternal). Adanya unit kehumasan pada setiap instansi pemerintah merupakan suatu keharusan fungsional dalam

rangka penyebaran tentang aktivitas instansi tersebut baik kedalam maupun keluar yaitu kepada masyarakat pada umumnya.

Humas merupakan suatu alat untuk memperlancar jalannya interaksi serta penyebaran informasi melalui pers, radio, televisi, dan media lainnya. Singkatnya, humas sebagai komunikator mempunyai fungsi ganda yaitu: keluar memberikan informasi kepada khalayak sesuai dengan kebijaksanaan instansinya dan kedalam wajib menyerap reaksi dari khalayak untuk kepentingan instansinya. A.W.Widjaja (1993:63)

Hubungan dengan masyarakat di pemerintah, perlu sekali diadakan penelitian-penelitian tentang opini publik terhadap instansi-instansi itu secara keseluruhan. Sebagai humas pemerintahan, berbagai kegiatan yang perlu diperhatikan antara lain membina pengertian pada khalayak/publik terhadap kebijaksanaan pimpinan termasuk pemberian dan pelayanan informasi, menyelenggarakan dokumentasi kegiatan-kegiatan pokok instansi pemerintah terutama menyangkut publikasi, memonitor dan mengevaluasi tanggapan dan pendapat masyarakat, mengumpulkan data dan informasi yang datang dari berbagai sumber, bentuk produk humas yang dihasilkan seperti majalah, buletin, *press release*, *poster*, folder, pamflet, selebaran, dan lain-lain.

2.6.3. Program Kerja Dan Aktivitas Humas

Program kerja dan aktivitas Humas menurut Ruslan (1999:120) dalam bukunya Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi adalah sebagai berikut:

a. Proses perencanaan program kerja

Pada dasarnya tujuan umum dari program kerja dan berbagai aktivitas *public relations* di lapangan praktik adalah bagaimana upaya menciptakan

hubungan harmonis antara organisasi yang diwakilinya dengan publiknya. Diharapkan akan tercipta citra positif (*good image*), kemauan yang baik (*goodwill*), saling menghargai (*mutual appreciations*), saling timbul pengertian (*mutual understanding*), toleransi (*tolerance*) antara kedua belah pihak yang terkait dan sebagainya.

b. Perencanaan program *public relations* membutuhkan:

1. *A searching look back ward*

Penelusuran masa lampau untuk menetapkan faktor-faktor yang memegang peranan penting dalam situasi yang sedang terjadi.

2. *A deep look inside*

Penelaahan terhadap fakta-fakta dan pendapat yang dipertimbangkan, dipandang dari sudut pandang organisasi dan keabstrakan bobot.

3. *A wide look around*

Melihat kecenderungan-kecenderungan yang ada pada berbagai aspek (politik, ekonomi, sosial) di sekeliling kita, serta situasi dan kondisi saat itu.

4. *A look, long look a head*

Untuk tujuan pelaksanaan program organisasi yang telah ditentukan.

c. Membina hubungan dengan media dan pers

Membina hubungan dengan media dan pers merupakan bagian dari fungsi Humas khususnya sebagai alat, pendukung atau media kerja sama untuk kepentingan proses publikasi tentang berbagai kegiatan program kerja atau demi kelancaran aktivitas komunikasi humas dengan publik sebagai sarannya.

Program hubungan media dan pers dalam kehumasan tersebut dapat sebagai media saluran (*channel*) dalam penyampaian pesan, upaya peningkatan

pengenalan (*awarness*) dan informasi dari pihak publikasi humas merupakan prioritas utama dikarenakan salah satu fungsi pers adalah memiliki kekuatan sebagai pembentuk opini (*power of opinion*) yang sangat efektif.

d. Dokumentasi dan *kliping*

Dokumentasi dan kliping merupakan salah satu kegiatan PR yang berkaitan dengan pengamatan, analisa, dan kemudian mengevaluasi terhadap perkembangan kemajuan bisnis perusahaan, aktivitas dan program acara tertentu bersifat komersial dan non-komersial yang telah dimuat atau dipublikasikan di berbagai media massa dan kemudian disimpan dan digunakan sebagai sumber informasi yang diperlukan sebagai dasar untuk membuat rencana program kerja humas berikutnya.

e. *Special event*.

Kegiatan *special event* dari humas tersebut akan dianggap mampu memuaskan pihak-pihak lain yang terlibat pada acara khusus humas, baik untuk meningkatkan pengetahuan, pengenalan maupun upaya pemenuhan selera dan menarik simpati sehingga mampu menumbuhkan rasa saling pengertian antara kedua belah pihak dan pada akhirnya dapat menciptakan citra positif dari masyarakat sebagai sasarannya. Ruslan (1999:133) berkenaan dengan *stakeholder* organisasi. Mencari *database* di internet, jasa *online*, dan data pemerintah elektronik, mendesain program riset, *survey* dan menyewa perusahaan riset.

f. Manajemen dan administrasi

Pemrograman dan perencanaan dengan bekerja sama dengan manajer lain, menentukan kebutuhan, menentukan prioritas, mendefinisikan publik, *setting* dan tujuan, strategi dan taktik menata personel, anggaran, dan jadwal program.

g. Konseling

Memberi saran kepada manajemen tentang masalah sosial, politik, dan peraturan. Berkonsultasi dengan manajemen tentang cara mengatasi krisis, bekerjasama dengan penambil keputusan untuk menyusun strategi mengelola isu-isu sensitif dan kritis.

h. Acara *special*

Mengatur dan mengelola konferensi pers, lomba-lomba, konvensi, *open house*, pemotongan pita dan *grand opening*, ulang tahun, pengumpulan dana, mengunjungi tokoh terkemuka, program penghargaan, dan lain-lain.

i. Pidato

Tampil di depan kelompok, melatih orang untuk berpidato, mengelola juru bicara.

j. Produksi

Membuat saluran komunikasi, seperti multimedia, seni, tipografi, tata letak, komputer *desktop*, *publishing*, perekaman *audiovisual*. *Training* mengadakan pelatihan untuk publik internal maupun eksternal.

k. Kontak

Sebagai penghubung dan mediator antara perusahaan dengan publiknya dan sebaliknya. *Cultip*, *Center & Broom* membuat kategori berisi ringkasan yang dilakukan spesialis *public relations* di tempat kerja yaitu:

1. Menulis dan mengedit.
2. Menyusun rilis berita dalam bentuk cetak atau siaran, cerita *feature*, *newsletter* untuk karyawan dan *stakeholder* eksternal, korespondensi, pesan *website* dan pesan media *online* lainnya.

3. Laporan tahunan dan *shareholder*, pidato, brosur, film dan *script slide show*, artikel.
4. Perdagangan, iklan institusional, materi-materi pendukung teknis lainnya.
5. Hubungan media dan penempatan media.
6. Mengontak media koran, majalah, suplemen mingguan, penulis *freelance*, dan publikasi perdagangan agar mereka mempublikasikan atau menyiarkan berita dan *feature* tentang organisasi itu sendiri atau oleh orang lain. Merespons permintaan informasi oleh media, memverifikasi berita, dan membuka akses ke sumber otoritas.
7. Mengumpulkan informasi tentang opini publik, tren, isu yang muncul, iklim politik dan peraturan.
8. Perundangan, liputan media, opini kelompok kepentingan dan pandangan-pandangan lain.

2.7 Pengertian Citra

Citra sebuah organisasi untuk mempunyai citra yang baik pada publik sasaran berawal dari pengertian yang tepat mengenai citra sebagai stimulus adanya pengelolaan upaya yang perlu dilaksanakan. Ketepatan pengertian citra agar organisasi dapat menetapkan upaya dalam mewujudkannya pada objek dan mendorong prioritas pelaksanaan. Sutisna (2001:83) mengemukakan citra adalah total persepsi terhadap suatu objek yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu.

Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut, citra menunjukkan kesan suatu obyek terhadap objek lain yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari berbagai sumber terpercaya. Terdapat tiga hal penting dalam citra, yaitu: kesan

objek, proses terbentuknya citra, dan sumber terpercaya. Objek meliputi individu maupun perusahaan yang terdiri dari sekelompok orang didalamnya.

Citra dapat terbentuk dengan memproses informasi yang tidak menutup kemungkinan terjadinya perubahan citra pada objek dari adanya penerimaan informasi setiap waktu. Besarnya kepercayaan objek terhadap sumber informasi memberikan dasar penerimaan atau penolakan informasi.

Sumber informasi dapat berasal dari perusahaan secara langsung dan atau pihak-pihak lain secara tidak langsung. Citra perusahaan menunjukkan kesan objek terhadap perusahaan yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari berbagai sumber ter-percaya.

Pentingnya citra perusahaan dikemukakan oleh Suhandang (2004:17) sebagai berikut :

- a. Menceritakan harapan bersama kampanye pemasaran eksternal. Citra positif memberikan kemudahan perusahaan untuk berkomunikasi dan mencapai tujuan secara efektif sedangkan citra negatif sebaliknya.
- b. Sebagai penyaring yang mempengaruhi persepsi pada kegiatan perusahaan. Citra positif menjadi pelindung terhadap kesalahan kecil, kualitas teknis atau fungsional sedangkan citra negatif dapat memperbesar kesalahan tersebut.
- c. Sebagai fungsi dari pengalaman dan harapan konsumen atas kualitas pelayanan perusahaan.
- d. Mempunyai pengaruh penting terhadap manajemen atau dampak internal. Citra perusahaan yang kurang jelas dan nyata mempengaruhi sikap karyawan terhadap perusahaan.

2.7.1. Jenis-jenis Citra

Menurut Suhandang (2004:15), *image* atau citra didefinisikan sebagai *a picture of mind*, yaitu suatu gambaran yang ada di dalam benak seseorang. Citra dapat berubah menjadi buruk atau negatif, apabila kemudian ternyata tidak didukung oleh kemampuan atau keadaan yang sebenarnya.

Praktisi humas senantiasa dihadapkan pada tantangan dan harus menangani berbagai macam fakta yang sebenarnya, terlepas dari apakah fakta itu hitam, putih, atau abu-abu. Perkembangan komunikasi tidak memungkinkan lagi bagi suatu organisasi untuk menutup-nutupi suatu fakta.

Oleh karena itu, para personelnnya kini jauh lebih dituntut untuk mampu menjadikan orang-orang lain memahami sesuatu pesan, demi menjaga reputasi atau citra lembaga atau perusahaan yang diwakilinya.

Menurut Anggoro (2000:43) mengemukakan jenis-jenis citra, antara lain:

1. Citra bayangan (*the mirror image*)

Citra ini melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya. Kalimat lain, citra bayangan adalah citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar terhadap organisasinya. Citra ini sering kali tidaklah tepat, bahkan hanya sekedar ilusi, sebagai akibat dari tidak memadainya informasi, pengetahuan ataupun pemahaman yang dimiliki oleh kalangan dalam organisasi itu mengenai pendapat atau pandangan pihak-pihak luar.

2. Citra yang berlaku

Kebalikan dari citra bayangan, citra yang berlaku ini adalah suatu citra atau pandangan yang melekat pada pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi.

Namun sama halnya dengan citra bayangan, citra yang berlaku tidak selamanya, bahkan jarang, sesuai dengan kenyataan karena semata-mata terbentuk dari pengalaman atau pengetahuan orang-orang luar yang bersangkutan yang biasanya tidak memadai.

3. Citra harapan

Citra harapan adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen. Citra ini juga tidak sama dengan citra yang sebenarnya. Biasanya citra harapan lebih baik atau lebih menyenangkan daripada citra yang ada, walaupun dalam kondisi tertentu citra yang berlaku baik juga bisa merepotkan. Namun secara umum, yang disebut sebagai citra harapan itu memang sesuatu yang berkonotasi lebih baik.

4. Citra instansi/perusahaan

Apa yang dimaksud dengan citra instansi/perusahaan ada pula yang menyebutnya sebagai citra lembaga adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan citra atas produk dan pelayanannya saja. Citra ini terbentuk oleh banyak hal. Hal-hal positif yang dapat meningkatkan citra suatu perusahaan antara lain adalah sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan dibidang keuangan yang pernah diraihinya, sukses ekspor, hubunga yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja dalam jumlah yang besar, kesediaan turut memikul tanggung jawab sosial, komitmen mengadakan riset, dan sebagainya.

5. Citra majemuk

Setiap perusahaan atau organisasi pasti memiliki banyak unit dan pegawai (anggota). Masing-masing unit dan individu tersebut memiliki perangai dan

perilaku tersendiri. Sehingga secara sengaja atau tidak mereka pasti memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi atau perusahaan secara keseluruhan. Jumlah citra yang dimiliki suatu perusahaan boleh dikatakan sama banyaknya dengan jumlah pegawai yang dimilikinya. Untuk menghindari berbagai hal yang tidak diinginkan, variasi citra harus ditekan seminim mungkin dan citra perusahaan secara keseluruhan harus ditegakkan. (Anggoro, 2008:69-70)

2.7.2. Penggambaran Citra

Menurut Nimoeno citra itu sendiri digambarkan melalui persepsi – kognisi – motivasi - sikap. Proses-proses *psikodinamis* yang berlangsung pada individu konsumen berkisar antara komponen-komponen persepsi, kognisi, motivasi dan sikap konsumen terhadap produk. Keempat komponen itu diartikan sebagai mental *representation* (citra) dari stimulus. Empat komponen tersebut dapat diartikan sebagai berikut :

a. Persepsi.

Diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan. Dengan kata lain, individu akan memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya mengenai rangsang. Kemampuan mempersepsi itulah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra.

b. Kognisi.

Yaitu suatu keyakinan diri individu terhadap stimulus. Keyakinan ini akan timbul apabila individu telah mengerti rangsangan tersebut, sehingga individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup yang dapat mempengaruhi perkembangan informasinya.

c. Motif.

Adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan.

d. Sikap.

Adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu. Soemirat (2005;115-116) Seperti telah disinggung diatas, seorang tokoh populer (*public figure*) senantiasa menyanggah reputasi yang baik dan sekaligus yang buruk.

Kedua macam citra bersumber dari adanya citra-citra yang berlaku (*current image*) yang bersifat negatif dan positif. Sebelumnya juga sudah disebutkan bahwa citra humas yang ideal adalah kesan yang benar, yakni sepenuhnya berdasarkan pengalaman, pengetahuan, serta pemahaman atas kenyataan yang sesungguhnya. Itu berarti citra tidak seyogianya dipoles agar lebih indah dari warna aslinya, karena hal itu justru dapat mengacaukannya.

Suatu citra yang sesungguhnya bisa dimunculkan kapan saja, termasuk ditengah terjadinya musibah atau sesuatu yang buruk. Caranya adalah dengan menjelaskan secara jujur apa yang menjadi penyebabnya, baik itu informasi yang salah atau suatu perilaku yang keliru. Pemolesan citra (yang tidak sesuai dengan fakta yang ada) pada dasarnya tidak sesuai dengan hakikat humas itu sendiri.

Acap kali memiliki suatu pemikiran yang keliru bahwasannya pemolesan citra itu merupakan suatu usaha yang sah-sah saja. Tentu saja hal ini tidak bisa dibenarkan. Dalam rangka menegakkan kredibilitas humas maka segala macam usaha pemolesan citra harus dihindari. Kalaupun ada keuntungan jangka

pendeknya maka itu tidak ada artinya dibandingkan dengan kerugian jangka panjang yang akan ditimbulkannya.

Hal ini perlu disadari mengingat media massa cenderung mencurigai humas. Mereka senantiasa begitu kritis untuk memastikan bahwa keterangan-keterangan humas yang mereka terima memang benar dan sama sekali bebas polesan.

Kita tidak bisa membenarkan praktek yang sering dilakukan oleh sementara agen periklanan yang dilandaskan pada pemikiran keliru bahwa usaha memoles citra perusahaan demi kepentingan klien adalah wajar-wajar saja. Praktisi humas yang sejati tidak akan memiliki pemikiran seperti itu. Anggoro, (2008:69-70)

2.7.3. Pembentukan Citra

Kutipan yang ditulis Onong Ucjana Effendy di dalam buku berjudul *Human Relations dan Public Relations* (1993:196), Kolonel Wiliam P. Nuckols Direktur kursus *Public Relations* pada *United States Army Air Forces* memberikan sebuah ilustrasi kepada para tarunanya mengenai 'Purel' (*Public Relations*)

“*Public Relations* adalah cermin yang anda pegang di depan organisasi anda, sehingga anda, organisasi yang anda wakili, dan publik dapat melihat segala sesuatu yang terdapat pada cermin tersebut. Jika cermin itu kotor, retak, dan banyak goresan, akan merefleksikan pantulan *image* yang rusak dari wajah organisasi anda itu sebenarnya. Akan tetapi apabila cermin itu bersih cemerlang, akan terlihat bagaimana organisasi anda itu sebenarnya, terang dan jelas.

Dengan demikian memberikan citra atau kesan yang baik mengenai organisasi yang diwakilinya itu. Oleh sebab itu, humas pemerintah harus mampu membangun citra positif baik ke dalam maupun ke luar.

Citra dari suatu organisasi secara keseluruhan jadi bukan citra atas produk dan pelayanannya saja. Pembentukan citra mengungkapkan bahwa citra dari organisasi secara keseluruhan jadi bukan citra atas produk atau pelayanannya.

Citra ini terbentuk dari banyak hal. Hal yang dapat meningkatkan citra suatu perusahaan antara lain sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang. Keberhasilan dibidang keuangan yang pernah diraih, keberhasilan ekspor, hubungan yang baik dengan *stakeholder*, reputasi maupun prestasi yang baik dan masih banyak lagi.

Citra sendiri menurut Jefkins (1995:36) dalam bukunya *public relations* edisi keempat adalah kesan, gambaran, impresi yang tepat (sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya) atau sosok keberadaan, berbagai kebijakan, personel, produk atau jasa-jasa dari suatu organisasi atau perusahaan.

Sedangkan menurut Asumpta (2005:37), citra adalah kesan perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan; kesan yang sengaja diciptakan dari suatu objek atau organisasi. Bila saling pengertian dan hubungan yang harmonis antara perusahaan dan komunitas telah dibangun dan dipertahankan, maka diharapkan akan terbentuk citra perusahaan.

Komunikasi merupakan komponen utama *public relations* (PR) dalam menjalankan perannya dalam suatu perusahaan. Sebagai salah satu unsur fungsional manajemen dalam membangun citra yang baik bagi perusahaannya, maka komunikasi dilakukan terus-menerus agar terjaga sikap saling pengertian dan menghindarkan dari prasangka-prasangka yang bersifat negatif. Dengan komunikasi, akan didapatkan persamaan persepsi dan pemahaman dengan melakukan tukar-menukar pikiran, pendapat, dan perasaan dari satu pihak ke pihak lain.

2.8 Kerangka Konsep

Berdasarkan uraian teori maka konsep yang akan diteliti adalah peran humas untuk mempermudah rujukan terhadap konsep penelitian ini maka konsep penelitian ini, diatur dalam bentuk kategori sebagai berikut :

1. Peran humas sebagai penasihat ahli

Seorang praktisi pakar humas yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya. Hubungan praktisi humas seperti hubungan dokter dan pasiennya , artinya pihak manajemen bertindak pasif untuk menerima atau mempercayai apa yang telah disarankan oleh pakar humas tersebut dalam mengatasi persoalan

2. Peran humas sebagai fasilitator komunikasi

Humas bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Dipihak lain, dia juga dituntut mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan organisasi kepada pihak publiknya. Sehingga dengan komunikasi timbal balik tersebut dapat tercipta saling pengertian, mempercayai, menghargai, mendukung dan toleransi baik dari kedua belah pihak.

3. Peran humas sebagai pemecah masalah

Peran Humas dalam proses pemecahan persoalan ini merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat hingga mengambil tindakan eksekusi (keputusan) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan profesional.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Penelitian dengan metode deskriptif kualitatif yaitu teknik yang menggambarkan, memaparkan dan menginterpretasikan objek yang diteliti dengan sistematis sehingga peneliti dapat mengetahui bagaimana peran humas dalam membangun citra dan pemaknaan perilaku komunikasi interpersonal melalui observasi dan wawancara mendalam terhadap informan.

Menurut Sugiyono (2012:13) karakteristik penelitian kualitatif adalah sebagai berikut:

1. Dilakukan pada kondisi alamiah (sebagai lawannya eksperimen), langsung kesumber data dan peneliti adalah instrument kunci.
2. Penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif. Data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka.
3. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada proses dari pada produk atau *outcome*.
4. Penelitian kualitatif lebih menekankan makna (data dibalik yang teramati)

3.2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yakni :

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian melalui *interview* (wawancara) terhadap narasumber, yaitu dengan mewawancarai narasumber yang berkaitan dengan penelitian ini, serta membuat beberapa dokumentasi foto. Dalam penelitian ini narasumber adalah pegawai Biro Humas Gubernur Medan.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari *literature*, *website*, buku dan surat kabar dalam bentuk studi pustaka yang sesuai dengan materi penelitian guna mendukung sepenuhnya penelitian ini.

Narasumber yang efektif dalam memberikan data akurat yaitu :

Kasubbag humas dan Staf biro humas di kantor Gubernur Sumatera Utara.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, instrumen utama terletak pada peneliti yang berperan sebagai pengumpul data dengan terjun langsung ke lapangan guna keperluan pengumpulan data melalui observasi dan wawancara melakukan analisis sampai kepada menyimpulkan hasil penelitian Moleong, (2007:163).

Data yang dikumpulkan melalui wawancara yang mendalam pada setiap subjek penelitian. Wawancara ini merupakan wawancara tatap muka antara peneliti dan narasumber, dengan teknik wawancara mendalam untuk mendapatkan data.

Teknik pengumpulan data penelitian untuk memperoleh hasil penelitian yang valid sebagai berikut:

- a. Observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung di Biro Humas kantor Gubernur Sumatera Utara. Observasi terbagi atas dua, yaitu observasi partisipan dan observasi non partisipan, dalam hal ini peneliti bertindak sebagai observasi non partisipan dimana peneliti mengamati secara langsung interaksi pegawai humas dalam berkomunikasi dengan sesama mereka dan lingkungannya.
- b. Wawancara mendalam yaitu melakukan wawancara secara terstruktur untuk memperoleh data yang akurat dari informan. Wawancara ini bertujuan untuk memperkuat hasil observasi mengenai peran humas sebagai Penasihat Ahli, Fasilitator Komunikasi, Pemecah Masalah.

3.4. Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini, instrument utama terletak pada peneliti yang berperan sebagai pengumpul data dengan terjun langsung ke lapangan guna keperluan pengumpulan data melalui observasi dan wawancara melakukan analisis sampai kepada menyimpulkan hasil penelitian Moleong (2007:163)

Data yang dikumpulkan melalui wawancara yang mendalam pada setiap subjek penelitian. Wawancara ini merupakan wawancara tatap muka antara peneliti dan informan dengan teknik wawancara mendalam, Disini peneliti adalah instrumen utama penelitian.

3.5. Pengujian Kredibilitas Penelitian

Dalam pengujian kredibilitas penelitian setiap penelitian harus memiliki kredibilitas yang baik sehingga dapat dipertanggung jawabkan. Kredibilitas penelitian kualitatif adalah keberhasilan mencapai maksud mengeksplorasi masalah yang majemuk atau kepercayaan terhadap hasil data penelitian.

Upaya untuk menjaga kredibilitas dalam penelitian adalah melalui langkah-langkah sebagai berikut Sugiyono (2012: 270-276).

1. Perpanjangan pengamatan.

Menurut Sugiyono (2012: 271) perpanjangan pengamatan berarti peneliti kembali kelapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan nara sumber yang pernah ditemui maupun yang baru. Hal ini sangat diperlukan dalam penelitian kualitatif karena ketika peneliti awal terjun kelapangan akan dianggap orang asing oleh narasumber, maka informasi yang diberikan belum lengkap, tidak mendalam, dan mungkin masih banyak yang dirahasiakan.

Dengan diadakannya perpanjangan pengamatan, hubungan peneliti dengan narasumber akan semakin dekat atau terbentuk rapport, ketika hal ini sudah terjadi, maka narasumber akan semakin terbuka kepada peneliti dalam memberikan informasi yang bersangkutan dengan penelitian. Setelah adanya keterbukaan yang lebih dari narasumber, peneliti bisa mengecek kembali apakah data yang sudah didapatkan tetap sama atau ada bedanya, ketika terjadi perbedaan maka peneliti melakukan pengamatan lagi yang lebih luas dan mendalam sehingga diperoleh data yang pasti kebenarannya.

2. Meningkatkan ketekunan.

Menurut Sugiyono (2012: 272) meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Hal ini sangat diperlukan dalam penelitian kualitatif karena dengan meningkatkan ketekunan berarti peneliti akan mengecek kembali hasil penelitiannya apakah benar atau ada yang salah, ketika mengecek kembali ternyata ada kesalahan, maka peneliti bisa memperbaiki data tersebut sehingga peneliti dapat memberikan deskripsi data yang akurat dan sistematis tentang apa yang diamati.

3. *Triangulasi*.

Menurut Sugiyono (2012: 273) menegaskan sebagai berikut:

“Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat *triangulasi* sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu”.

4. Analisis kasus negatif.

Menurut Sugiyono (2012: 274) menjelaskan bahwa:

“Kasus negatif adalah kasus yang tidak sesuai atau berbeda dengan hasil penelitian hingga pada saat tertentu”. Selanjutnya Sugiyono (2012:274) menegaskan sebagai berikut: “Melakukan analisis kasus negatif berarti peneliti mencari data yang berbeda atau bertentangan dengan data yang telah ditemukan. Bila tidak ada lagi data yang berbeda atau bertentangan dengan data yang ditemukan, berarti data yang ditemukan sudah dapat dipercaya. Tetapi bila peneliti masih mendapatkan data-data yang bertentangan dengan data yang ditemukan, maka peneliti mungkin akan merubah temuannya”.

5. Menggunakan bahan referensi

Menurut Sugiyono (2012: 275) menyatakan bahwa: “yang dimaksud dengan bahan referensi di sini adalah adanya pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti”.

Yang dimaksud dari pernyataan tersebut adalah adanya bukti bahwa peneliti telah melakukan penelitian, sebagai contoh rekaman wawancara

6. Mengadakan *member check*

Menurut Sugiyono (2012: 276) menyatakan bahwa: “*Member check* adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data.” Sedangkan Tujuan dari *member check* menurut Sugiyono (2012: 276) adalah: “Tujuan *member check* adalah agar informasi yang diperoleh dan akan digunakan dalam penulisan laporan sesuai dengan apa yang dimaksud sumber data atau informan”.



DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro. dan Linggar. 2008. *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Ardianto, Elvinaro. dan Komala, L. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Asumpta.R. 2005. *Dasar-Dasar Public Relations*, Jakarta : PT. Grafindo.
- Cutlip, M.S. 2006. *Effective Public Relations*, Jakarta : Kencana
- Deddy dan Mulyana. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Dozier.D, Gruning, J.E. dan Gruning, L.A. 1995. *Excellence in Public Relations and Communication Mannagement*, New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates.
- Effendy,O.U. 1993. *Human Relations dan Public Relations*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
-1993. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
-2006. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Jefkins, F. 1995. *Public Relations*, Jakarta: PT. Erlangga.
- Kasali,R. 1994. *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Jakarta : PT. Pustaka Utama Grafitti.
- Moleong, dan Lexy, J. 1991. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
- Moleong, dan Lexy, J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : PT Remaja Rosda karya, Bandung
- Nurudin. 2004. *Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ruben, Brent, D. dan Stewart, L. P. 1998. *Communication and Human Behavior*, USA Viacom Company)
- Ruslan.R. 1999. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

-2000. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rudy, T. May. 2005. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat Internasional*, Bandung, Refika Aditama.
- Soemirat, Soleh, Ardianto, dan Elvinaro. 2005. *Dasar-Dasar Public Relations*, Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Suhandang, dan Kustadi. 2004. *Membangun Citra Perusahaan: Sebuah Sarana Penunjang Keberhasilan Pemasaran*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka.
- Sugiyono, 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Sutisna, 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Widjaja, A.W. 1993. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Wiryanto. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta. PT. Grasindo





UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate/Jalan PBSI Nomor 1 (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax.(061) 7366998 Medan 20223
Kampus II : Jalan Sellobudil Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A, (061) 8201994, Fax. (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 164 /FIS.2/01.10/III/2017
Lamp : -
Hal : Pengambilan Data/Riset

10 Maret 2017

Yth, Ka. Biro Humas Gubernur Sumatera Utara
Kota Medan

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan rekomendasi dan kesempatan kepada mahasiswa kami dengan data sebagai berikut :

Nama : Dolly Indra Syahputra
N P M : 128530038
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Untuk melaksanakan Pengambilan Data/riset ke Biro Humas Gubernur Sumatera Utara, dengan judul Skripsi "*Peran Humas Dalam Membangun Citra Pemerintahan Sumatera Utara (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Kantor Biro Humas Gubernur Sumatera Utara)*"

Perlu kami sampaikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, ini merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area

Selanjutnya kami mohon kiranya dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan dan surat keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Instansi/lembaga yang Bapak/Ibu pimpin

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.



Dr. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. Indra Muda, MAP

CC : File,-



PEMERINTAH PROVINSI SUMATERA UTARA
SEKRETARIAT DAERAH PROVINSI

Jalan P. Diponegoro Nomor 30 Telepon 4156000 – 4578224
MEDAN

SURAT REKOMENDASI

Nomor : 187/BHK/II/2017

Sehubungan dengan surat Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Nomor 164/FIS.2/01.10/III/2017 tanggal 10 maret 2017 perihal rekomendasi izin pengambilan data/riset.

1. Berkenaan dengan hal tersebut di atas, maka dengan ini kami memberi izin pengambilan data/riset kepada:

Nama : Dolly Indra Syahputra
NPM : 12.853.0038
Judul Penelitian : "Peran Humas Dalam Membangun Citra Pemerintahan Sumatera Utara"

Demikianlah rekomendasi izin penelitian ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk mempergunakan seperlunya.

a.n. SEKRETARIAT DAERAH PROVINSI
KEPALA BIRO HUMAS & KEPROTOKOLAN
u.b.
KASUBBAG BIRO HUMAS & PEMBERITAAN

H. Arvina Zuhra, STP, M.Si
PENATA TK. I (III/d)
NIP. 19770420 200502 2 002



PEMERINTAH PROVINSI SUMATERA UTARA
SEKRETARIAT DAERAH PROVINSI

Jalan P. Diponegoro Nomor 30 Telepon 4156000 – 4578224
MEDAN

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN

Nomor *187*/BHK/II/2017

Yang bertanda tangan dibawah ini, Kasubbag Biro Humas & Pemberitaan menerangkan bahwa :

Nama : **Dolly Indra Syahputra**
NPM : 12.853.0038
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

Mahasiswa tersebut di atas, telah melaksanakan Penelitian untuk judul skripsi "**Peran Humas Dalam Membangun Citra Pemerintahan Sumatera Utara**", dari tanggal 15 maret – 15 April 2017.

Demikian surat keterangan ini kami buat, untuk di gunakan sebagaimana mestinya.

a.n. SEKRETARIAT DAERAH PROVINSI
KEPALA BIRO HUMAS & KEPROTOKOLAN
u.b.
KASUBBAG BIRO HUMAS & PEMBERITAAN



H. Arvina Zuhra, STP, M.Si
PENATA TK. I (III/d)
NIP. 19770420 200502 2 002

DAFTAR WAWANCARA

1. Informan kunci (*key informan*) H.Arvin Zuhra S.tp, M.Si (Kasubbag Biro Humas)

1. Peran Humas Sebagai Penasihat Ahli

a. Bagaimana menurut ibu peran humas sebagai penasihat ahli?

Jawaban: Menurut saya peran humas sebagai penasihat ahli adalah memberikan opsi-opsi jalan memecahkan suatu masalah dan masukan

b. Apakah Peran Humas sebagai penasihat ahli dapat menyelesaikan masalah dengan publik?

Jawaban: Iya benar peran humas sebagai penasihat ahli harus dapat menyelesaikan masalah dengan publiknya karena humas adalah orang yang pertama sekali yang harus mengetahui masalah dan menyelesaikannya.

c. Apakah solusi yang diberikan humas sebagai penasihat ahli kepada publik?

Jawaban: Solusi yang diberikan humas sebagai penasihat ahli banyak terutama pihak humas menyarankan solusi pertama adalah musyawarah mendengarkan dari pihak-pihak terkait tentang masalah yang sedang terjadi dan apabila cara itu tidak berhasil selanjutnya akan dicari solusi yang lain.

d. Apakah kendala dalam membangun citra pemerintahan sumatera utara?

Jawaban : Adanya beberapa tipe wartawan membuat susah untuk diajak bekerjasama sehingga memperlambat hal tersebut dan banyaknya media massa yang tidak profesional sehingga banyak wartawan mengertak yang menjadi kendala sehingga mengganggu dan juga kekurangan dana atau anggaran untuk mempromosikan di media online atau cetak.

2. Peran Humas Sebagai Fasilitator Komunikasi.

a. Apakah yang harus dilakukan oleh humas selaku fasilitator komunikasi terhadap publik?

Jawaban: Yang harus dilakukan oleh pihak humas sebagai fasilitator komunikasi adalah pertama pihak humas mendengarkan apa yang sedang terjadi kemudian mencari jalan keluar seperti yang diharapkan dan humas sebagai fasilitator komunikasi bertemu dengan publik dan membicarakan hal terkait.

b. Bagaimana cara yang dilakukan oleh humas sebagai fasilitator/mediator untuk berkomunikasi dengan publik?

Jawaban: Cara yang dilakukan oleh humas sebagai fasilitator untuk berkomunikasi dengan publik meminta perwakilan publik untuk menemukan pihak-pihak terkait.

c. Apakah yang dilakukan oleh humas jika gubernur melakukan suatu kegiatan dalam memfasilitator atau mediator agar masyarakat mengetahui apa saja yang sedang gubernur lakukan?

Jawaban: Yang dilakukan oleh humas jika gubernur melakukan suatu kegiatan dalam memfasilitator atau mediator agar masyarakat mengetahui apa yang sedang gubernur lakukan pihak humas Pemprov Sumut mempunyai wartawan kemudian tugas wartawan adalah meliput, menulis berita tentang gubernur kegiatan gubernur dan apabila ada acara dikemudian hari humas membuat berita supaya dipajang.

d. Bagaimana humas menjalin hubungan baik dengan pers sehingga pemberitaan tentang pemerintahan Sumut berdampak positif membangun citra?

Jawaban: Salah satu tugas humas yaitu membina hubungan baik dengan pers, humas mempunyai kepentingan dengan pers dalam menyampaikan pesan-pesan pembangunan dan kebijakan guna mendapat dukungan publik melalui media massa, dan juga terkadang humas memfasilitasi pers dengan pejabat-pejabat serta melayani kawan media dalam hal peliputan dan jadwal gubernur dan memfasilitasinya. Untuk meningkatkan solidaritas dengan wartawan kami pihak humas terkadang membuat acara syukuran dan gathering agar menimbulkan rasa saling peduli satu sama lain.

3. Peran Humas Sebagai Pemecah Masalah

a. Apa cara-cara humas dalam memecahkan sebuah masalah yang sedang dihadapi Pemprov Sumatera Utara?

Jawaban: Cara humas dalam memecahkan sebuah masalah yang sedang dihadapi Pemprov Sumatera Utara mengumpulkan setiap humas dan membahas jalan keluar yang sedang dihadapi oleh pemprov sumut dan berkoordinasi dengan biro hukum tentang kelanjutan masalah.

b. Bagaimana cara humas mengatasi persoalan apabila pimpinan mengalami masalah?

Jawaban: Cara humas mengatasi persoalan apabila pimpinan mengalami masalah pihak humas akan berkonsultasi dengan pihak biro hukum tentang masalah yang dihadapin.

c. Bagaimana humas mengambil tindakan dalam memecahkan masalah secara profesional?

Jawaban: Humas mengambil tindakan dalam memecahkan masalah secara profesional contohnya tentang masalahnya tentang pemprov itu lebih

wewenang biro hukum dan apabila masalah citra buruk pimpinan kami menentukan staf terkait untuk menyelesaikan masalah tersebut.

d. Bagaimana peran humas dalam mengatasi masalah-masalah yang timbul di dalam lingkungan kerja itu sendiri?

Jawaban: Peran humas dalam mengatasi masalah-masalah yang timbul di dalam lingkungan kerja itu sendiri apabila masalah di lingkungan kerja humas berkordinasi dengan pimpinan-pimpinan dari suatu tempat supaya jalan penyelesaian masalah-masalah diselesaikan dikarenakan humas sudah mempunyai wewenang terhadap tempat tersebut.

e. Bagaimana cara mengatasi pemberitaan tentang citra negatif?

Jawaban: Membuat *release* berita ke wartawan termasuk online guna menetralkan pemberitaan negatif, menurunkan wartawan guna mengupdate berita *terupdate* serta juga humas *update* berita dan kegiatan gubernur melalui website dan juga akun media sosial

2. Informan Salman S.Sos, M.AP. (Staf Biro Humas)

1. Peran Humas Sebagai Penasihat Ahli

a. Bagaimana menurut bapak peran humas sebagai penasihat ahli?

Jawaban: Menurut saya peran humas sebagai penasihat ahli adalah sebagai pemberi solusi atau penengah contohnya jika ada masalah harus mempertemukan kedua belah pihak untuk menemukan solusi terbaik.

b. Apakah peran humas sebagai penasehat ahli dapat menyelesaikan masalah dengan publiknya?

Jawaban: Iya benar peran humas sebagai penasihat ahli harus dapat menyelesaikan masalah dengan publiknya contohnya konflik yang terjadi

antara wartawan dan satpol PP harus dipertemukan kedua pihak dan peran humas selaku perpanjangan tangan Pemprov untuk mencari solusi.

c. Apakah solusi yang diberikan humas sebagai penasihat Ahli?

Jawaban: Solusi yang diberikan humas sebagai penasihat ahli adalah meminta maaf satu sama lain dengan tidak menimbulkan masalah lain lagi didepan.

d. Apa kendala membangun citra pemerintahan Sumatera Utara?

Jawaban: Kendalanya ada di program dan kebijakan antara OPD (organisasi perangkat daerah) serta bedanya visi dan misi dengan gubernur, adanya sebagian OPD alergi terhadap pers dan humas sehingga menutup diri sehingga mengganggu tentang pemberitaan, humas mendorong OPD membuka diri untuk melakukan publikasi melalui media massa, online dan baliho.

2. Peran Humas Sebagai Fasilitator Komunikasi.

a. Apakah yang harus dilakukan humas selaku fasilitator komunikasi terhadap publik?

Jawaban: Yang harus dilakukan pihak humas sebagai fasilitator komunikasi adalah publik membuat surat kemudian *audience* dengan pihak humas dan publik membahas apakah yang harus dilakukan dan menentukan hasil.

b. Bagaimana cara yang dilakukan oleh humas sebagai fasilitator/mediator untuk berkomunikasi dengan publik?

Jawaban: Cara yang dilakukan oleh humas sebagai fasilitator untuk berkomunikasi dengan publik membuat surat agar humas menyampaikan kepada gubernur kemudian mengaudience publik dan gubernur sehingga menentukan hasil suatu acaranya kapan dan dimana.

c. Apakah yang dilakukan oleh humas jika gubernur melakukan suatu kegiatan dalam memfasilitator atau mediator agar masyarakat mengetahui apa saja yang sedang gubernur lakukan?

Jawaban: Yang dilakukan oleh humas jika gubernur melakukan suatu kegiatan dalam memfasilitator atau mediator agar masyarakat mengetahui apa yang sedang gubernur lakukan adalah membuat *realese* berita terhadap gubernur dan mengirimkannya kepada media-media cetak sehingga kegiatan gubernur dapat dilihat masyarakat.

d. Bagaimana menurut bapak menjalin hubungan baik dengan pers sehingga pemberitaan tentang pemerintahan Sumatera Utara berdampak positif dalam membangun citra?

Jawaban: Biro humas menganggap pers sebagai mitra strategis dalam proses membangun citra dengan membangun hubungan antar pers dan media dalam kerangka bisnis, kami memposisikan wartawan terutama pers selaku rekan kerja dengan melibatkan wartawan dalam setiap kesempatan dengan memfasilitasi kawan-kawan pers serta untuk menjalin kedekatan lebih dengan wartawan kami mengadakan syukuran.

3. Peran Humas Sebagai Pemecah Masalah

a. Apa cara-cara humas dalam memecahkan sebuah masalah yang sedang dihadapi Pemprov Sumatera Utara?

Jawaban: Cara humas dalam memecahkan sebuah masalah yang sedang dihadapi Pemprov Sumatera Utara contohnya dalam hal jika media tidak mau membuat berita tentang kegiatan gubernur itu adalah hak suatu media tersebut

dan jika tidak sesuai dengan pemberitaan akan meminta konfirmasi terhadap media tersebut.

b. Bagaimana cara humas mengatasi persoalan apabila pimpinan mengalami masalah?

Jawaban: Cara humas mengatasi persoalan apabila pimpinan mengalami masalah memberikan berupa bantuan hukum kepada pimpinan apabila mendapatkan persoalan.

c. Bagaimana humas mengambil tindakan dalam memecahkan masalah secara profesional?

Jawaban: Humas mengambil tindakan dalam memecahkan masalah secara profesional ditegur secara lisan dan jika tidak bisa berubah kemudian membuat Sp 1,2 dan 3. Apabila ada perbedaan dalam pemikiran menentukan acara harus menemukan solusi terbaik.

d. Bagaimana peran humas dalam mengatasi masalah-masalah yang timbul di dalam lingkungan kerja itu sendiri?

Jawaban: Humas mengatasi masalah-masalah di lingkungan humas sendiri dengan cara mengadakan kegiatan-kegiatan seperti *coffe morning* untuk mempererat dan lebih mengenal satu sama lain.

e. Bagaimana cara mengatasi pemberitaan tentang citra negatif?

Jawaban: Pemberitaan dan media sebagai cermin guna memperbaiki diri kedepannya kami humas menganggap pemberitaan negatif tetap positif dengan mengkoreksi 2 arah kedalam dan keluar, dan adanya kesengajaan dari sebuah pers untuk mencari perhatian dengan pemberitaan buruk, sehingga humas harus

perlu mengcover berita tersebut dengan memberi klarifikasi berita dan memanggil wartawan terkait.

3. Informan Rika Vera Sophia S.H, M.M (Staf Biro Humas)

1. Peran Humas Sebagai Penasihat Ahli

a. Bagaimana menurut ibu peran humas sebagai penasihat ahli?

Jawaban: Menurut saya peran humas sebagai penasihat ahli adalah humas memberikan saran/masukan serta informasi yang digunakan sebagai masukan

b. Apakah peran humas sebagai penasihat ahli dapat menyelesaikan masalah dengan publiknya?

Jawaban: Iya benar peran humas sebagai penasihat ahli harus dapat menyelesaikan masalah dengan publiknya dan tergantung pada permasalahan yang sering terjadi, serta pemahaman terhadap kedua belah pihak karena humas hanya sebagai penengah.

c. Apakah solusi yang diberikan humas sebagai penasihat ahli?

Jawaban: Solusi yang diberikan humas sebagai penasihat ahli adalah jalan keluar terhadap manajemen dan publik untuk menyelesaikan masalah.

d. Apa kendala dalam membangun citra pemerintahan sumatera utara?

Jawaban: Sepanjang yang saya tau perlunya ada sinergitas antara OPD (organisasi perangkat daerah) guna melakukan publikasi tentang kegiatan mereka karena humas sebagai media untuk menyampaikan pencitraan dikarenakan OPD bagian dari pemprov sumut.

2. Peran Humas Sebagai Fasilitator Komunikasi.

a. Apakah yang harus dilakukan humas selaku fasilitator komunikasi terhadap publik?

Jawaban: Yang harus dilakukan pihak humas sebagai fasilitator komunikasi yaitu sebagai komunikator/mediator pada pihak publik guna membantu pihak humas berkomunikasi dengan publik.

b. Bagaimana cara yang dilakukan oleh humas sebagai fasilitator/mediator untuk berkomunikasi dengan publik?

Jawaban: Cara yang dilakukan oleh humas sebagai fasilitator untuk berkomunikasi dengan publik dengan mengadakan jumpa pers kontes disuatu pertemuan untuk mengklarifikasi terhadap masalah yang ada dengan begitu terjadinya komunikasi timbal balik. Publik dapat mengemukakan apa yang ingin disampaikan dan sebaliknya.

c. Apakah yang dilakukan oleh humas jika gubernur melakukan suatu kegiatan dalam memfasilitator atau mediator agar masyarakat mengetahui apa saja yang sedang gubernur lakukan?

Jawaban: yang dilakukan oleh humas jika gubernur melakukan suatu kegiatan dalam memfasilitator atau mediator agar masyarakat mengetahui apa yang sedang gubernur lakukan dengan meliput kegiatan-kegiatan gubernur yang sedang berlangsung dengan wartawan, serta menerbitkan berita tersebut lewat media massa/*online*.

d. Bagaimana menurut anda menjalin hubungan baik dengan pers sehingga pemberitaan tentang pemerintahan Sumatera Utara berdampak positif dalam membangun citra?

Jawaban: Pers sebagai mitra media dengan melakukan kerjasama dengan share jadwal kegiatan , menjadi jembatan antar pers dan pimpinan serta meningkatkan wawasan mereka dengan studi banding antar pers diluar pemerintahan sumatera utara guna lebih meningkatkan hubungan, pers diajak untuk peliputan langsung kegiatan pemprov di daerah-daerah sumut.

3. Peran Humas Sebagai Pemecah Masalah

a. Apa cara-cara humas dalam memecahkan sebuah masalah yang sedang dihadapi Pemprov Sumatera Utara?

Jawaban: Cara humas dalam memecahkan sebuah masalah yang sedang dihadapi Pemprov Sumatera Utara contohnya mengenai cita pemprovsu humas bertanggung jawab mengembalikan citra tersebut dengan cara mengadakan jumpa pers dan mengklarifikasi.

b. Bagaimana cara humas mengatasi persoalan apabila pimpinan mengalami masalah?

Jawaban: cara humas mengatasi persoalan apabila pimpinan mengalami masalah mencari tahu sebab masalah yang ada, dan memberikan solusi yang dapat mengatasi masalah tersebut.

c. Bagaimana humas mengambil tindakan dalam memecahkan masalah secara profesional?

Jawaban: Humas mengambil tindakan dalam memecahkan masalah secara professional 1) mencari tahu persoalan/masalah yang dihadapi 2) menganalisa berbagai sistem/mengevaluasi masalah 3) menerangkan solusi terhadap masalah 4) menindak lanjutin/menyelesaikan masalah tanpa menimbulkan masalah baru.

d. Bagaimana peran humas dalam mengatasi masalah-masalah yang timbul di dalam lingkungan kerja itu sendiri?

Jawaban: Peran humas dalam mengatasi masalah-masalah yang timbul di dalam lingkungan kerja itu sendiri aalah tergantung permasalahannya, jika masalah terhadap individual maka akan dipertemukan saja dengan membahas permasalahannya tetapi apabila pemasalahannya antar manajemen maka akan mengadakan *meeting*/ rapat.

e. Bagaimana cara mengatasi pemberitaan negatif?

Jawaban: Menjalin kerja sama dengan medianya disamping wartawan kami menjalin hubungan dengan pimpinan redaksi guna mengklarifikasi pemberitaan negatif, adanya pemberitaan negatif merupakan bagian dari pembelajaran , apabila adanya pemberitaan negatif humas membuat release berita untuk menetralkan berita negatif tersebut , tapi hal yang terutama adalah membangun hubungan baik dan emosional dengan pers.

4. Informan Nurmin (Staf Humas Biro Humas)

1. Peran Humas Sebagai Penasihat Ahli

a. Bagaimana menurut ibu peran humas sebagai penasihat ahli?

Jawaban: Menurut saya peran humas sebagai penasihat ahli adalah humas dibutuhkan untuk mengambil keputusan, salah satunya dengan memberikan saran dan masukan, diterima atau tidak itu tergantung orang tersebut.

b. Apakah peran humas sebagai penasihat ahli dapat menyelesaikan masalah dengan publiknya?

Jawaban: Iya memang benar peran humas sebagai penasihat ahli harus dapat memberikan solusi dan masukan supaya masalah yang dihadapi dapat diselesaikan, karena humas hanya berperan sebagai penengah.

c. Apakah solusi yang diberikan humas sebagai penasihat ahli?

Jawaban: Solusi yang diberikan humas sebagai penasihat ahli adalah tergantung permasalahan yang dihadapi, yang terpenting disini humas pertama sekali yang dilakukan adalah mendengarkan kedua pihak dan menemukan solusi atau jalan keluar terhadap masalah yang terjadi.

d. Apa kendala dalam membangun citra pemerintahan Sumatera Utara?

Jawaban: Kendalanya ada pada antar OPD terkait dikarenakan susah berkoordinasi antara satu sama lain sehingga dalam hal-hal menyampaikan sesuatu ke publik terdapat kendala diakibatkannya susah berbagi informasi dalam hal pencitraan.

2. Peran Humas Pemprov Sumut Sebagai Fasilitator Komunikasi.

a. Apakah yang harus dilakukan humas selaku fasilitator komunikasi terhadap publik?

Jawaban: Yang harus dilakukan pihak humas sebagai fasilitator komunikasi yaitu memediasi pihak publik guna membantu pihak humas berkomunikasi dengan publiknya.

b. Bagaimana cara yang dilakukan oleh humas sebagai fasilitator/mediator untuk berkomunikasi dengan publik?

Jawaban: Cara yang dilakukan oleh humas sebagai fasilitator untuk berkomunikasi dengan publik berjumpa perwakilan mereka untuk tukar pendapat.

c. Apakah yang dilakukan oleh humas jika gubernur melakukan suatu kegiatan dalam memfasilitator atau mediator agar masyarakat mengetahui apa saja yang sedang gubernur lakukan?

Jawaban: Membuat klipng tentang kegiatan gubernur, meliput dan membuat rangkuman kegiatannya serta mengupload ke *website* pemprov.

d. Bagaimana menurut ibu menjalin hubungan baik dengan pers sehingga pemberitaan tentang pemerintahan Sumatera Utara berdampak positif dalam membangun citra?

Jawaban: Banyak salah satunya dengan melakukan pendekatan dengan memfasilitasi pers yang berada di lingkungan pemprov agar lebih mempunyai kedekatan yang lebih emosional, memfasilitasi kegiatan mereka serta mengajak mereka bersilahturahmi antara satu sama lain, agar pada akhirnya berdampak positif dalam pemberitaan.

3. Peran Humas Sebagai Pemecah Masalah

a. Apa cara-cara humas dalam memecahkan sebuah masalah yang sedang dihadapi Pemprov Sumatera Utara?

Jawaban: Tentunya humas pemprov bertanggung jawab dengan citra pemprov dengan mengcover citra pemprov agar tetap baik.

b. Bagaimana cara humas mengatasi persoalan apabila pimpinan mengalami masalah?

Jawaban: Kalau masalah tentang pemberitaan citra humas melindungi seorang tersebut dengan membuat pernyataan pernyataan kepada media *online/cetak*.

c. Bagaimana humas mengambil tindakan dalam memecahkan masalah secara profesional?

Jawaban: Humas punya aturannya tapi yang terutama, 1) Mencari permasalahan, 2) Me-mediasi, 3) Memberikan pernyataan keluar dan terakhir, 4) mencari solusi.

d. Bagaimana peran humas dalam mengatasi masalah-masalah yang timbul di dalam lingkungan kerja itu sendiri?

Jawaban : Kalau masalahnya tentang urusan pribadi mungkin tidak bisa , tapi kalau masalah menyangkut pekerjaan khususnya humas mungkin dengan mediasi.

e. Bagaimana cara mengatasi pemberitaan negatif?

Jawaban: Tidak mungkin ada api kalau tidak ada asap, hal yang pertama humas lakukan untuk mengatasinya dengan mengkonfirmasi dengan wartawan apakah ada salah pemberitaan terkait berita yang beredar serta membuat jumpa pers agar berita negatif tidak terlalu lama dibiarkan dengan memberi penjelasan.

5. Informan Sriawan (Staf Biro Humas)

1. Peran Humas Sebagai Penasihat Ahli

a. Bagaimana menurut ibu peran humas sebagai penasihat ahli?

Jawaban: Menurut saya peran humas sebagai penasehat ahli sangat benar karena tugas humas adalah memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi.

b. Apakah peran humas sebagai penasihat ahli dapat menyelesaikan masalah dengan publiknya?

Jawaban: Iya memang benar peran humas sebagai penasihat ahli harus dapat memberikan saran dan memberikan jalan keluar dari permasalahan yang dihadapi oleh manajemen dan khalayak karena peran humas adalah melobi, berbicara di depan publik, menyelenggarakan acara, dan membuat pernyataan tertulis.

c. Apakah solusi yang diberikan humas sebagai penasihat ahli?

Jawaban: Solusi yang diberikan humas sebagai penasihat ahli adalah melakukan tindakan persuasif kepada publik untuk mengubah sikap dan tingkah laku publik upaya untuk menyatukan sikap dan perilaku suatu lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat, atau sebaliknya.

d. Apakah kendala dalam membangun citra pemerintahan sumatera utara?

Jawaban: Tidak semua wartawan dan media bisa diajak bekerja sama dikarenakan ada beberapa wartawan yang karakternya berbeda sehingga dalam hal membangun citra atau mempublikasikan berita mereka tidak mau di ajak kerjasama.

2. Peran Humas Pemrov Sumut Sebagai Fasilitator Komunikasi.

a. Apakah yang harus dilakukan humas selaku fasilitator komunikasi terhadap publiknya?

Jawaban: Yang harus dilakukan pihak humas sebagai fasilitator komunikasi selain wadah untuk bersuara, melalui humas pendapat/suara tersebut bisa disampaikan kepada pimpinan tetapi disaring dulu pendapat/suara tersebut.

b. Bagaimana cara yang dilakukan oleh humas sebagai fasilitator/mediator untuk berkomunikasi dengan publik?

Jawaban: Cara yang dilakukan oleh humas sebagai fasilitator untuk berkomunikasi dengan publik dengan mempertemukan kedua pihak dan mengadakan jumpa pers disuatu pertemuan untuk mengklarifikasi terhadap masalah yang ada dengan begitu terjadinya komunikasi timbal balik. Publik dapat mengemukakan apa yang ingin disampaikan dan sebaliknya.

c. Apakah yang dilakukan oleh humas jika gubernur melakukan suatu kegiatan dalam memfasilitator atau mediator agar masyarakat mengetahui apa saja yang sedang gubernur lakukan?

Jawaban: Humas punya wartawan, wartawan humas meliput kegiatan dan berita gubernur, humas yang merangkum kegiatan tersebut untuk dipublikasikan.

d. Bagaimana menurut ibu menjalin hubungan baik dengan pers sehingga pemberitaan tentang pemerintahan Sumatera Utara berdampak positif dalam membangun citra?

Jawaban: Memfasilitasi apa maunya wartawan/pers menjebatani pemberitaan citra antara pimpinan serta menanya maunya dunia pers itu bagaimana , untuk lebih memahami kemauan pers dan untuk lebih menjalin hubungan yang lebih baik lagi.

3. Peran Humas Sebagai Pemecah Masalah

a. Apa cara-cara humas dalam memecahkan sebuah masalah yang sedang dihadapi Pemprov Sumatera Utara?

Jawaban: Mencari persoalan tersebut, dengan berkoordinasi dengan biro-biro yang ada di pemprov guna membangun ikatan yang baik untuk menyelesaikan masalah tersebut.

b. Bagaimana cara humas mengatasi persoalan apabila pimpinan mengalami masalah?

Jawaban: Humas berkoordinasi dengan pimpinan yang mempunyai persoalan untuk mengerti masalah yang sedang dihadapi.

c. Bagaimana humas mengambil tindakan dalam memecahkan masalah secara profesional?

Jawaban: Humas mengambil tindakan dalam memecahkan masalah secara profesional adalah tidak memandang bulu siapapun dia dan orang yang dibelakang dia.

d. Bagaimana peran humas dalam mengatasi masalah-masalah yang timbul di dalam lingkungan kerja itu sendiri?

Jawaban: Peran humas dalam mengatasi masalah-masalah yang timbul di dalam lingkungan kerja itu sendiri adalah tergantung kalau masalahnya kecil hanya dengan mediasi tetapi apabila masalahnya besar bisa berkoordinasi dengan pimpinan terkait guna menyelesaikan masalah terkait

e. Bagaimana cara mengatasi pemberitaan negatif?

Jawaban: Berita negatif merupakan hal yang positif dikarenakan , membangun semangat humas lebih baik , mungkin ada beberapa berita tidak benar dikarenakan keterbatasan tempat untuk meletakkan berita di media mereka masing-masing dan lebih membangun sinergitas antar OPD (Organisasi Perangkat Daerah)

Dokumentasi Foto

Gambar 1



H. Arvina Zuhra, S.TP, M.Si Narasumber utama sedang duduk di ruangan kerjanya



Bersama H. Arvina Zuhra S.TP, M.Si selaku narasumber utama penulis

Gambar 2



Bersama Salman S.Sos, M.AP, beliau merupakan narasumber pembantu.

Gambar 3



Bersama Reka Vera Sophia S.H , M.M. beliau juga merupakan narasumber pembantu.

Gambar 4



Bersama Nurmin dan Sriawan beliau-beliau juga merupakan narasumber pembantu.

Berikut adalah foto-foto suasana ruangan kerja Kantor Biro Humas Gubernur Sumatera Utara

