

**POLA KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM  
MENINGKATKAN SISTEM PEGAWAI HUMAS  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera  
Utara Untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Untuk  
Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.kom)**

**Oleh:**

**MHD. FAUZI**  
**NIM: 0603153056**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2019**



**POLA KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM  
MENINGKATKAN SISTEM PEGAWAI HUMAS  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA  
SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera  
Utara Untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Untuk  
Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.kom)**

**MHD. FAUZI  
NIM. 0603153056**

**PEMBIMBING I**

**PEMBIMBING II**

**Dr. Erwan Efendi, MA  
NIP.**

**Faisal Riza, MA  
NIP. 198206072009121004**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2019**



**POLA KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM  
MENINGKATKAN SISTEM PEGAWAI HUMAS  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera  
Utara Untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Untuk  
Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.kom)**

**MHD. FAUZI  
NIM. 0603153056**

**PEMBIMBING I**

**Dr. Erwan Efendi, MA  
NIP.**

**PEMBIMBING II**

**Faisal Riza, MA  
NIP.198206072009121004**

**Ketua Prodi Ilmu Komunikasi**

**Dr. Muhammad Al Fitri S. Sos, Msi  
NIP:198303232010011026**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2019**

## **SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI**

Kepada  
Yth Dosen Fakultas Ilmu Sosial  
UIN Sumatera Utara Medan  
di Medan

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Mhd. Fauzi

NIM : 0603153056

Judul Skripsi : Pola Komunikasi Interpersonal Dalam Meningkatkan Sistem Pegawai Kehumasan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Sudah dapat diajukan ke Fakultas Ilmu Sosial Jurusan/Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sumatera Utara sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Medan, 30 Oktober 2019

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Dr. Erwan Efendi, MA**  
NIP.

**Faisal Riza, MA**  
NIP. 198206072009121004

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**Pola Komunikasi Interpersonal dalam meningkatkan sistem pegawai kehumasan UIN SU**” MHD FAUZI, Nim 0603153056 Program Studi Ilmu Komunikasi telah dimunaqasyahkan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara Medan pada tanggal 23 Oktober 2019.

Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi.

Medan, 23 Oktober 2019

Ketua,

Sekretaris,

Dr. Hasan Sazali, MA  
NIP 19760222 200701 1 018

Dr. Nursapia Harahap, MA  
NIP 197111041997032002

Penguji,

1. Fakhrur Rozi, S.Sos, M.I.kom  
NIP BLU 1100000087

2. Faisal Riza, MA  
NIP 19580414 198703 1 002

3. Dr. Erwan Efendi, MA  
NIP.

4. Dra. Zuhriah, MA  
NIP. 19630609 201411 2 001

Mengetahui,  
Dekan FIS UIN SU

Dr. Maraimbang, MA  
NIP. 196906291997031003

## **MOTTO**

Majulah tanpa menyingkirkan orang lain, naik atau sukseslah tanpa menjatuhkan orang lain. Jangan pernah pandang rendah orang lain karena hidup selalu berdampingan satu dengan yang lainnya. Selalu berbuat baik tanpa rasa bosan dan miliki rasa peduli akan sesama umat manusia.

## **PERNYATAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Mhd. Fauzi

NIM : 0603153056

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Pola Komunikasi Interpersonal Dalam Meningkatkan Sistem  
Pegawai Kehumasan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya serahkan ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dari ringkasan-ringkasan yang sudah saya jelaskan sumbernya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiat, maka gelar dan ijazah yang diberikan oleh universitas batal saya terima.

Medan, 30 Oktober 2019

Yang membuat pernyataan

MHD. FAUZI

NIM 0603153056

## **ABSTRAK**

Nama :Mhd. Fauzi  
NIM :0603153056  
Program Studi :Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi :Humas  
Judul :Pola Komunikasi Interpersonal dalam meningkatkan Sistem Pegawai Kehumasan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara  
Pembimbing I :Dr. Erwan Efendi, MA  
Pembimbing II :Faisal Riza, MA

Pola komunikasi di Humas Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Sudah bagus dan kemajuan komunikasi ini bisa terlihat dari perkembangan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang sekarang telah menjadi salah satu Universitas terbaik di Sumatera Utara Semua itu juga tidak lepas dari para prgawai Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang memiliki sifat optimis dan memiliki hubungan manusia yang baik adapun kendala yang dihadapi di Humas Universitas Islam Negeri Sumatera Utara adalah kurangnya SDM ( Sumber Daya Manusia ), namun itu bukan menjadi suatu ancaman bagi Humas tersebut yang dapat dilihat sekarang ini bahwa banyak kemajuan yang teah tercapai hingga saat ini.

Jenis penelitian yang digunakan bersifat deskriptif, metode penelitiannya studi kasus, jumlah narasumbernya yakni berjumlah 3 orang, teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi, teknik analisis data secara kualitatif,

Kata Kunci : Komunikasi Interpersonal, Pegawai, Humas



## KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah, peneliti ucapkan atas kehadiran Allah SWT rahmat yang diberikan kepada penulis sehingga penulis mendapat kelancaran dalam proses penyelesaian skripsi. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah SAW yang mengantarkan manusia dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang saat ini. Skripsi ini merupakan tugas akhir dalam rangka untuk memenuhi syarat - syarat guna mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Penulis mengangkat judul skripsi “Pola Komunikasi Interpersonal Dalam Meningkatkan Sistem Pegawai Kehumasan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara”

Penulis menyadari bahwa penulisan dalam skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepad kedua orang tua saya, Ayahanda Sugito dan ibunda Umi Salamah S.Pd tersayang yang telah memberikan dorongan baik moril dan materil serta doa – doa yang tiada henti kepada penulis. Dan juga saya menguckan terima kasih kepada berbagai pihak diantaranya :

1. Kepada Prof. Dr. Saidurrahman, MA Selaku Rektor UIN Sumatera Utara Medan dan Wakil Rektor I, II, Dan III UIN serta segenap jajarannya yang telah memberikan kemudahan sehingga penulis dapat belajar dengan baik sampai akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kepada Dekan Fakultas Ilmu Sosial Bapak Prof. Dr Ahmad Qorib, MA beserta staf dan jajarannya yang telah memberikan kesempatan untuk penulis meraih gelar sarjana di Fakultas Ilmu Sosial UIN SU Medan.
3. Kepada Dosen Pembimbing I Bapak Dr. Erwan Efendi, MA dan Dosen Pembimbing II Bapak Faisal Riza, MA yang telah meluangkan waktunya guna memberikan bimbingan, bantuan, pengarahan dan perbaikan terhadap penulisan skripsi ini.
4. Kepada Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Bapak Dr, Hasan Sazali, MA dan Sekertaris Jurusan Ilmu Komunikasi Ibu Dr. Nursapia Harahap, MA yang telah memberikan kemudahan dalam pengurusan administrasi sehingga skripsi ini selesai.

5. Kepada Bapak dan Ibu Dosen serta segenap civitas Akademika Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara Medan yang selama ini telah mendidik dan memberikan Ilmunya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Fakultas Ilmu Sosial UIN SU Medan.
6. Kepada Kepala Humas UIN SU Medan Serta Staf Humas yang telah membantu dan meluangkan waktunya kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Kepada Seluruh Keluarga Badrun, Bg Hafiz yang tersayang yang telah membantu dan memeberikan motivasi dalam menyelesaikan penulisan ini
8. Kepada Sahabat dan Saudara tersayang Sri Astuti, Nur Fazrina, Nurul Azmi, Luthfi Faisal Rambe, yang selalu siap membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Kepada teman – teman seperjuangan Ilmu Komunikasi yang telah banyak memberikan nasihat dan dorongan kepada penlis.
10. Serta seluruh orang yang telah membantu saya dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa di sebutkan satu persatu.

Setelah melalau proses yang panjang dan penuh rintangan, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan serta terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis, oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang Ilmu Komunikasi.

Medan, 30 Oktober 2019  
Penulis

(MHD. FAUZI)  
NIM 0603153056

## DAFTAR ISI

<b>SAMPUL</b>	
<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN PENULISAN SRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Penelitian Terdahulu .....	7
<b>BAB II KAJIAN TEORITIS .....</b>	<b>9</b>
A. Terori Komunikasi Interpersonal .....	9
B. Pengertian Komunikasi .....	16
C. Hubungan masyarakat .....	21
D. Kerangka Teori .....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	43
B. Jenis Data .....	44
C. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	45
D. Pemilihan Subjek Penelitian .....	45
E. Tahap – Tahap Penelitian .....	46
F. Teknik Pengumpulan Data .....	47
G. Teknik Analisis Data .....	48
H. Pemeriksaan atau Pengecekan Keabsahan Data .....	50
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
A. Deskripsi Tempat Penelitian dan Subjek Penelitian .....	55
B. Posisi Humas .....	62
C. Fungsi Humas .....	62
D. Tugas Hubungan masyarakat .....	63
E. Hasil Penelitian .....	64

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>74</b>
A. Kesimpulan .....	74
B. Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>78</b>

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan kegiatan dasar manusia, Dan proses komunikasi pada dasarnya ialah penyampaian pesan atau suatu pikiran dan perasaan oleh seorang (komunikator) kepada khalayak lain (komunikan). Pentingnya Komunikasi tidak dapat dipungkiri begitu pula dengan organisasi. Dengan adanya suatu komunikasi yang baik didalam organisasi maka organisasi tersebut dapat berjalan dengan lancar, berhasil. Dan sebaliknya jika komunikasi dalam organisasi tidak berjalan dengan baik maka buruk pula organisasi tersebut.

Komunikasi Organisasi adalah penciptaan pesan dan penanganan kegiatan anggota organisasi, komunikasi yang terjadi di dalam organisasi secara luas melibatkan proses penyampaian pesan baik dalam organisasi, dalam kelompok formal, dan kelompok informal organisasi. Jadi dapat diartikan komunikasi organisasi merupakan komunikasi yang terjadi antara orang – orang yang ada didalam organisasi maupun yang diluar organisasi atau public luar dan dengan maksud untuk mencapai suatu tujuan. Komunikasi organisasi ini sendiri dapat berjalan dengan baik jika terdapat bagian yang mengatasi dan peran *public relation* atau humas yang dapat menanganinya. Humas sendiri ialah merupakan fungsi manajemen yang dapat mengevaluasi sikap atau tindakan public, mengidentivikasi kebijakan dan prosedur seseorang atau mendapatkan penerimaan dan pengertian dari public. Penjelasan diatas

mengartikan bahwa *public relation* ialah suatu kegiatan komunikasi yang terencana dan mempunyai tujuan yang hendak dicapai dan sasarannya ialah publik.

Melalui komunikasi manusia bisa berinteraksi dengan orang lain mengenal mereka dan diri sendiri serta mengungkapkan diri kepada orang lain, bisa dengan teman, keluarga maupun sahabat. Melalui komunikasi antar pribadi manusia membina, memelihara, kadang – kadang merusak hubungan pribadi manusia itu sendiri. Komunikasi antar pribadi dimulai dari orang lain yang mengirimkan pesan secara tatap muka dan diterima oleh orang lain dengan efek dan umpan balik yang langsung (Alo liliweri, 1997:28).

Dalam suatu lembaga atau organisasi harus memiliki hubungan baik antara satu dengan yang lainnya agar lembaga atau organisasi tersebut dapat berjalan dengan baik dan dapat berkembang namun jika komunikasi tidak berjalan dengan baik maka lembaga tersebut dapat tidak berjalan dan berkembang. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara adalah salah satu lembaga yang berdiri di Sumatera Utara dan didalam lembaga jelas ada humas didalamnya dan humas tersebut memiliki sistem – sistem yang telah berlaku salah satunya sistem yang ada didalam kehumasan UIN SU apabila sistem itu diperkuat maka harus memiliki komunikasi yang baik antara atasan juga antara sesama pegawai. Dapat dikatakan sistem itu berhasil ketika seluruh pegawai konsisten dengan sistem tersebut serta selalu mengevaluasi sistem kehumasan yang ada di UIN SU, dalam meningkatkan sistem kehumasan UIN SU setiap pegawai harus memiliki komunikasi interpersonal yang baik. Komunikasi

interpersonal dikatakan berhasil ketika pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik, didalam kehumasan UIN SU komunikasi dan sistem telah berjalan dengan baik dilihat dari perkembangan UIN SU yang saat ini telah berkembang, Komunikasi Interpersonal akan menjadi baik apabila penggunaannya diwaktu dan disaat yang tepat apabila tidak maka akan terjadi kesalah pahaman dalam berkomunikasi atau yang biasa disebut *miss communication*.

Berdasarkan pengamatan saya saat observasi pegawai kehumasan di UIN SU seringkali menggunakan komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi dalam komunikasi sehari-hari. Baik itu dalam membicarakan pekerjaan, *sharing*, ataupun hanya sebatas mengobrol saja. Komunikasi organisasi dikatakan sebagai suatu sistem karena didalam proses komunikasi organisasi akan melibatkan para pimpinan atau atasan dan para pegawai yang saling berinteraksi dan mengadakan komunikasi yang berjenjang yaitu komunikasi dari atas kebawah dan komunikasi dan dari bawah ke atas atau komunikasi antar bawahan, proses komunikasi tersebut berjalan karena melibatkan semua pihak yang berkomunikasi.

Komunikasi antar pribadi dapat menjadi sangat efektif dan juga bisa menjadi sangat tidak efektif. Konflik yang terjadi dalam sebuah hubungan seperti hubungan rumah tangga menjadikan komunikasi interpersonal berjalan tidak efektif. Untuk menumbuhkan dan meningkatkan hubungan interpersonal perlu meningkatkan kualitas komunikasi dengan memperbaiki hubungan dan kerjasama antara berbagai pihak.

Dalam organisasi jenis komunikasi yang diyakini paling efektif untuk merubah sikap dan perilaku individu adalah komunikasi interpersonal. Aktivitas komunikasi di perkantoran senantiasa disertai dengan tujuan yang ingin dicapai bersama dalam kelompok dan masyarakat dalam hal komunikasi interpersonal yang terjadi dengan atasan dan bawahan kompetensi komunikasi yang baik akan mampu memperoleh dan mengembangkan tugas yang dikerjakannya disertai disiplin yang tinggi, sehingga tingkat kinerja suatu lembaga menjadi semakin baik dan sebaliknya jika dalam suatu lembaga memiliki perbedaan pendapat atau konflik yang berkepanjangan maka akan menimbulkan dampak pada kinerja yang menurun. Peningkatan kinerja pegawai secara perorangan akan mendorong kinerja sumber daya manusia secara keseluruhan dan memberikan *feed back* yang tepat terhadap perubahan perilaku agar dapat terwujudnya pegawai – pegawai yang disiplin tinggi dan disinilah diperlukannya komunikasi Interpersonal antara atasan dan bawahan. Berbagai masalah dapat timbul tanpa adanya kemampuan komunikasi interpersonal yang baik. Apabila seseorang tidak memiliki kemampuan komunikasi interpersonal yang baik maka ia akan sulit menjalin hubungan baik dengan orang lain. Bila seseorang gagal menumbuhkan hubungan antar manusia ia akan menjadi agresif dan senantiasa berkhayal (Rakhmat, 2005:14).

Komunikasi interpersonal adalah suatu komunikasi yang sifatnya bisa dibilang langsung atau tatap muka dan mendapat tanggapan untuk mempengaruhi lawan bicaranya. Komunikasi interpersonal selalu berada dalam suasana dialog yang artinya dalam komunikasi interpersonal tidak hanya terjadi



komunikasi satu arah melainkan terjadi timbal balik atau dua arah dalam cakupan ini kepala humas dan staff pegawai dapat berperan aktif dalam setiap melakukan interaksi komunikasi, penyampaian pesan yang dilakukan kepada kepala humas kepada staff pegawai humas akan berhasil jika para staf pegawai dengan senang hati bersedia untuk mengikuti perintah yang disampaikan oleh kepala humas tersebut hal ini berarti bahwa pesan yang disampaikan kepala humas dapat diterima oleh para staff pegawai humas Universitas Islam Negeri Sumatera Utara peran komunikasi interpersonal ini sangat penting maka dari itu diperlukan sebuah bentuk komunikasi yang efektif untuk dapat mempengaruhi sikap dan opini atau perilaku pegawai yaitu melalui komunikasi interpersonal. Komunikasi tidak hanya kegiatan yang memberikan informasi saja, melainkan juga memberi informasi atau pesan yang berbobot mengandung nilai motivasi, seorang pemimpin yang mampu melaksanakan komunikasi interpersonal yang efektif harus dapat membuat anggotanya merasa nyaman dan memiliki pengalaman selama melaksanakan tugas. (Nurhayati Surbakti dan Siska Maria Eviline Silalahi,(2008) *Pengaruh kredibilitas pegawai dalam komunikasi interpersonal terhadap sikap nasabah pada perusahaan*. Ilmu Administrasi Bisnis. Universitas Katolik dan Universitas padjajaran).

Pada kenyataannya saat ini seringkali kegiatan komunikasi interpersonal diabaikan dan dianggap kurang penting oleh lembaga atau organisasi, Dalam latar belakang masalah diatas efektifitas komunikasi interpersonal dalam meningkatkan sistem kehumasn UIN SU dan memecahkan suatu masalah dan

bagaimana juga mereka melakukan suatu perencanaan yang ditujukan untuk memajukan Universitas Islam Negeri Sumatera Tersebut. Maka dari itu saya mengambil sebuah judul tentang “Pola komunikasi Interpersonal dalam meningkatkan sistem pegawai kehumasan di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara”

### **B. Rumusan Masalah**

- a. Bagaimana korelasi pola Komunikasi Interpersonal terhadap sistem kinerja Humas Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
- b. Apa kendala Komunikasi Interpersonal dalam meningkatkan Sistem kinerja Humas Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
- c. Apakah Komunikasi Interpersonal Pegawai Humas Universitas Islam Negeri Sumatera Utara sudah berjalan dengan baik

### **C. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui Komunikasi Interpersonal dapat berpengaruh dalam meningkatkan sisitem Humas UINSU
- b. Untuk mengetahui kendala – kendala Komunikasi Interpersonal tersebut dalam meningkatkan Sistem Humas UIN SU

### **D. Manfaat Penelitian**

- a. Manfaat praktis  
Meningkatkan sistem yang ada didalam Kehumasan UIN SU

b. Manfaat Teoritis

Melihat bahwa komunikasi interpersonal dapat memecahkan masalah yang terjadi dalam Kehumasan di UIN SU

**E. Penelitian Terdahulu**

“Sistem Komunikasi Interpersonal antara Pimpinan dan bawahan dalam meningkatkan prestasi kerja pegawai Kantor Kementerian Agama Kabupaten Aceh Tenggara” Deni Hidayat, Studi Kasus Kantor Kementerian Agama Kabupaten Aceh Tenggara. Sistem komunikasi Interpersonal yang terjadi antara atasan dengan bawahan ada dua macam sistem komunikasi interpersonal yang dilakukan yaitu: pertama, sistem komunikasi instruksi tugas (komunikasi hubungan tugas). Jenis komunikasi yang digunakan adalah komunikasi vertical atau formal komunikasi ini terbagi dua yaitu : satu, komunikasi kebawah (downward communication). Orientasi pesan komunikasi ini menyangkut hal pengarahan/bimbingan, kedisiplinan, teguran, penilaian, dan evaluasi. Dua, komunikasi keatas (upward communication). Orientasi pesan dalam komunikasi antara lain: mengenai pekerjaan kantor, laporan, saran/usul dan keluhan. Kedua sistem hubungan sosial(hubungan mausia). Hal ini dapat diketahui melalui komunikasi persuasive yang dikembangkan oleh atasan terhadap individu – individu anggota organisasi, kelompok dan para khalayak atau masyarakat luas.

## **BAB II**

### **Kajian Teoritis**

#### **A. Teori Komunikasi Interpersonal**

##### **1. Komunikasi Interpersonal**

###### **Defenisi Komunikasi Interpersonal**

- a. Komunikasi interpersonal berarti proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung (Onong Uchjana Effendy, 2007)
- b. Komunikasi interpersonal adalah interaksi tatap muka antar dua atau lebih dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula (Agus M. Hardjana,2003:85).

##### **1. Fungsi Komunikasi Interpersonal**

Fungsi dari komunikasi interpersonal ialah untuk berusaha dan meningkatkan hubungan baik, menghindari dan mengatasi konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian, dan berbagai pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain (H. Hafied Canggara, 2004: 33). Komunikasi interpersonal dapat meningkatkan hubungan manusia diantara pihak –pihak yang berinteraksi atau berkomunikasi. Dalam kehidupan

bermasyarakat seseorang bisa memperoleh kemudahan dalam hidupnya karna dapat menemukan keakraban sesama manusia. Dan melalui komunikasi interpersonal ini juga bisa membina hubungan baik, sehingga menghindari dan mengatasi konflik yang terjadi (H. Hafied Canggara, 2004: 56).

## 2. Perspektif Komunikasi Interpersonal

Komunikasi antar pribadi dapat menjadi sangat efektif dan juga bisa menjadi sangat tidak efektif. Konflik yang terjadi dalam sebuah hubungan seperti hubungan rumah tangga menjadikan komunikasi interpersonal berjalan tidak efektif. Untuk menumbuhkan dan meningkatkan hubungan interpersonal perlu meningkatkan kualitas komunikasi dengan memperbaiki hubungan dan kerjasama antara berbagai pihak. Berikut ini terdapat tiga perspektif yang membahas tentang karakteristik komunikasi interpersonal yang efektif, diantaranya

### 1. Perspektif humanistic

humanistic menekankan pada keterbukaan, empati sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan menciptakan interaksi yang bermakna, jujur, dan memuaskan. Berikut penjabaran yang lebih luas dalam sudut pandang ini :

a) Keterbukaan (openness)

Memiliki pengertian bahwa dalam komunikasi antarpribadi yang efektif, individu harus terbuka pada pasangan yang di ajak berinteraksi, kesediaan untuk membuka diri dan memberikan informasi, lalu kesediaan untuk mengakui perasaan dan pikiran yang dimiliki, dan juga mempertanggung jawabkannya. Agar komunikasi interpersonal yang dilakukan menghasilkan hubungan interpersonal yang efektif dan kerja sama bisa ditingkatkan, maka kita perlu bersikap terbuka.

b) Empati (empathy)

Empati adalah kemampuan seseorang untuk menempatkan dirinya pada posisi atau perana orang lain. Dalam arti bahwa seseorang secara emosional maupun intelektual mampu memahami apa yang dirasakan dan dialami orang lain.

c) Sikap mendukung (supportiveness)

Komunikasi interpersonal akan efektif apabila dalam diriseseorang ada perilaku supportiveness. Maksudnya satu dengan yang lainnya saling memberikan dukungan terhadap pesan yang disampaikan. Sikap mendukung adalah sikap yang

mengurangi sikap defensive dalam berkomunikasi yang dapat terjadi karena faktor-faktor personal seperti ketakutan, kecemasan, dan lain sebagainya yang menyebabkan komunikasi interpersonal akan gagal, karena orang defensive akan lebih banyak melindungi diri sendiri dari ancaman yang ditanggapi dalam komunikasi dibandingkan memahami orang lain.

d) Sikap positif (positiveness)

Memiliki perilaku positif yakni berfikir secara positif terhadap diri sendiri dan orang lain.

e) Kesetaraan (equality)

Keefektifan komunikasi interpersonal juga ditentukan oleh kesamaan-kesamaan yang dimiliki pelakunya. Seperti nilai, sikap, watak, perilaku, kebiasaan, pengalaman, dan sebagainya.

## 2. Perspektif pragmatis

Perspektif pragmatis memusatkan pada manajemen dan kesegaran interaksi yang digunakan oleh komunikator melalui perilaku yang spesifik untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Model ini menawarkan lima kualitas efektivitas, yakni:

a) Kepercayaan diri (confidence)

Komunikator yang efektif memiliki kepercayaan diri dalam bersosialisai, dimana hal tersebut dapat dilihat pada kemampuannya untuk menghadirkan suasana nyaman pada saat interkasi terjadi pada orang-orang yang merasa gelisah, pemalu, atau khawatir dan membuat mereka merasa lebih nyaman.

b) Kebersatuan (immediacy)

Mengacu pada penggabungan antara komunikan dan komunikator, dimana terciptanya rasa kebersamaan dan kesatuan yang mengisyaratkan minat dan perhatian untuk mau mendengarkan.

c) Manajemen interkasi (interaction management)

Dalam melakukan suatu komunikasi dapat mengendalikan interaksi untuk kepuasan kedua pihak, sehingga tidak seorangpun merasa diabaikan atau merasa menjadi pihak tokoh yang paling penting. Beberapa cara yang tepat untuk melakukannya adalah dengan menjaga peran sebagai komunikan dan komunikator melalui gerakan mata, ekspresi vocal, gerakan tubuh dan



wajah yang sesuai, dan juga dengan saling memberikan kesempatan untuk berbicara. Hal ini merupakan wujud dari sebuah manajemen interkasi.

d) Daya ekspresi (expressiveness)

Mengacu pada kemampuan untuk mengkomunikasikan apa yang ingin disampaikan dengan aktif, bukan dengan menarik diri atau melemparkan tanggung jawab kepada orang lain.

e) Orientasi ke pihak lain (other orientation)

Dalam hal ini dimaksudkan untuk lebih menyesuaikan diri pada lawan bicara dan mengkomunikasikan perhatian dan minat terhadap apa yang dikatakan oleh lawan bicara. Mengkomunikasikan keinginan untuk bekerja sama dalam mencari pemecahan masalah.

3. Perspektif pergaulan sosial

Perspektif pergaulan sosial pada model ekonomi imbalan (reward) dan biaya (cost). Suatu hubungan diasumsikan sebagai suatu kemitraan dimana imbalan dan biaya saling dipertukarkan. Ketiga perspektif ini tidak dapat dipisahkan satu persatu, melainkan harus saling melengkapi, karena setiap perspektif tersebut membantu kita untuk dapat memahami

komunikasi dalam menyelesaikan konflik sebuah hubungan secara efektif. Komunikasi interpersonal dinyatakan efektif bila pertemuan komunikasi merupakan hal yang menyenangkan

## 2. Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Manusia saling berhubungan satu sama lainnya. Baik dalam kehidupan sehari – hari, ditempat kerja, dalam masyarakat atau dimana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak dapat terlibat dengan kata lain komunikasi merupakan prasyarat dalam kehidupan manusia yang mendasar, mendasar karena komunikasi merupakan sarana untuk mendapatkan kebutuhannya.

Untuk memperjelas pengertian komunikasi, maka penulis menguraikan pengertian komunikasi menurut beberapa ahli. Menurut (Effendy, 2000: 6) dilihat dari sisi etimologi komunikasi yang dalam bahasa Inggrisnya, ‘communication’, berasal dari kata latin ‘communicatio ‘ yang berasal dari sumber kata komunis yang berarti sama. Sama dalam artian, sama makna sehingga pengertian komunikasi minimal harus mengandung kesamaan makna diantara dua pihak yang terlibat.

Sedangkan menurut (Ruslan, 2008: 7) dalam bukunya Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi menyatakan bahwa: Pengertian komunikasi itu sendiri berasal dari perkataan bahasa latin communication yang berarti “pemberitahuan” atau “pertukaran pikiran “. Jadi secara garis

besarnya, dalam suatu proses komunikasi haruslah terdapat unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran atau pengertian antara komunikator (penyebarnya) dan komunikan (penerima pesan)”.  
Komponen – komponen komunikasi, meliputi unsur – unsur :

1. “Komunikator”, yakni orang yang mengirimkan atau menyampaikan pesan (message).
2. Pesan (message), yaitu ide, informasi, berita, opini, dan lain – lain.
3. Saluran (channel atau media) adalah alat yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesan.
4. Komunikan, yaitu orang yang menerima pesan.
5. Efek, yaitu pengaruh dari proses atau kegiatan komunikasi yang dilakukan komunikator kepada komunikan (Effendy, 2000: 10).

Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses sederhana seperti yang dijelaskan oleh Harold Laswell dalam sebuah model komunikasi. “Who says what in which channel to whom with what effect” yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa? Dengan akibat apa atau hasil apa?

Menurut Formula dari Laswell yang dikutip oleh (Effendy, 2000: 10) dalam buku Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek bahwa komunikasi memiliki beberapa unsur, yakni:

1. Komunikator
2. Sender / Pengirim
3. Message / Pesan
4. Channel / Media
5. Reciever / Penerima
6. Feedback / Efek
- a. Tujuan Komunikasi

Pada umumnya humas merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh goodwill, kepercayaan saling pengertian (mutual understanding), menciptakan keuntungan bersama, dan menciptakan citra yang baik bagi publik atau masyarakat. Untuk mencapai tujuan tersebut, kegiatan humas harus diarahkan kepada upaya membina hubungan baik dengan publik-publik yang berkepentingan (Cutlip, Center dan Broom, 2007: 4).

Namun, tujuan utama public relations adalah mempengaruhi perilaku orang secara individu ataupun kelompok saat saling berhubungan, melalui dialog dengan semua golongan, serta persepsi, sikap, dan opininya terhadap suatu kesuksesan sebuah perusahaan.

Menurut Frank Jefkins dalam buku *Komunikasi & Public Relations* menyebutkan tujuan dari Public Relations, diantaranya:

1. Mengubah citra umum dimata masyarakat sehubungan dengan adanya kegiatan-kegiatan baru yang dilakukan perusahaan.
2. Meningkatkan bobot kualitas pera calon pegawai.

3. Menyebarluaskan cerita sukses yang telah dicapai perusahaan kepada masyarakat dalam rangka mendapat pengakuan.
4. Memperbaiki hubungan antara perusahaan dan masyarakatnya, berkaitan dengan terjadinya suatu peristiwa yang mengakibatkan ancaman, kesangsian atau salah paham di kalangan masyarakat terhadap niat baik perusahaan (Jefkins, 2004: 54).

Tujuan dari Public Relations, secara garis besar dapat disimpulkan bahwa tujuan dari Public Relations adalah untuk mempengaruhi opini publik terhadap perusahaan sehingga terciptanya sebuah citra positif dan segala bentuk informasi dapat disampaikan kepada publik dengan baik

#### 1. Proses Komunikasi

Proses komunikasi pada hakikatnya ialah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Menurut (Effendy, 2000: 12) bahwa proses komunikasi ada dua, yaitu :

##### a. Proses Komunikasi Secara Primer

Adalah proses penyampaian pikiran dan perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) tertentu sebagai media. Seperti: bahasa, isyarat, gambar, warna, dan lainnya yang secara langsung “menerjemahkan”

pikiran / perasaan komunikator kepada komunikan. Bahasa yang paling banyak digunakan dalam komunikasi primer, karena mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain baik dalam bentuk ide, opini, informasi mengenai hal – hal konkret maupun abstrak.

b. Proses Komunikasi Sekunder

Adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat / sarana media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Komunikator menggunakan media kedua karena komunikan sebagai sasarannya berlokasi sangat jauh atau jumlahnya banyak, media yang digunakan adalah surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan lainnya sebagai media kedua.

Komunikasi teknis didefinisikan sebagai proses penyampaian informasi teknis melalui tulisan, verbal atau media lain untuk kalangan tertentu. Produk/ deliverables dari kegiatan komunikasi teknis dapat berupa tulisan atau video. Keluarnya antara lain berbentuk online help, user manual, manual teknis, spesifikasi sebuah produk, white paper, manual proses, artikel untuk jurnal, serta laporan teknis lainnya.

Komunikasi persuasif adalah suatu komunikasi yang dibangun untuk memberikan pelayanan informasi yang dapat dipertanggung jawabkan,

dimana masing – masing pihak dapat menerima suatu keadaan untuk informasitersebut dengan tanpa perasaan terpaksa.

### 3. **Humas**

Humas adalah singkatan dari Hubungan Masyarakat. Humas bertindak dalam mengkomunikasikan atau menyebarkan suatu informasi atau suatu pesan dan humas ataupun public relation sebenarnya tidak ada perbedaannya namun istilah tersebut biasanya ada di suatu lembaga atau organisasi dan istilah humas biasanya digunakan dalam organisasi atau lembaga pemerintahan, sedangkan public relation lebih sering digunakan di perusahaan asing ataupun swasta dibawah ini akan dijelaskan pengertian dan fungsi humas menurut para ahli.

#### 1. Pengertian Humas

- a. Humas adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik sehingga dapat kepercayaan public terhadap suatu organisasi. (Suhandang,2004:44)
- b. Humas berarti cara menetapkan hubungan baik antara perusahaan yang diwakili dengan sasaran public yang terkait, hasil yang diharapkan adalah terciptanya citra positif, kemauan baik, saling menghargai, dan saling pengertian serta toleransi antara kedua belah pihak (Wijdaja, 2004:57).
- c. Humas adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu kedalam maupun ke luar,

antara suatu organisasi dengan semua khalayak dalam rangka mencapai tujuan – tujuan spesifik yang berlandaskan saling pengertian (Jefkins, 2004: 8).

Hubungan masyarakat atau humas adalah suatu seni yang dapat menciptakan suatu opini terhadap public yang lebih baik sehingga bisa memperdalam kepercayaan masyarakat terhadap organisasi atau lembaga.

## 2. Fungsi Humas

Berdasarkan kegiatan humas tersebut, menurut pakar Humas Internasional, Cutlip & Center, and Canfield (1982) yang dikutip oleh (Ruslan, 2008: 18) dalam bukunya Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi berpendapat bahwa ada 5 tujuan Public Relations, yaitu :

- a. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen lembaga / organisasi ).
- b. Membina hubungan yang harmonis antara badan / organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
- c. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan / organisasi yang diwakilinya.
- d. Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbang saran kepada pimpinan manajemen demi tujuan dan manfaat bersama.
- e. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari badan / organisasi ke publiknya



atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak.

### 3. Humas Sebagai Komunikator

Dalam menjalankan fungsinya Humas sebagai komunikasi sebuah instansi pemerintahan dalam aktivitas lembaga melakukan fungsi manajemen dalam bidang komunikasi dan informasi kepada publik. Setelah itu peran Humas Pemerintah sebagai komunikator, fasilitator dan desiminator.

Sebagai komunikator, Humas pemerintah berperan membuka akses saluran dan komunikasi dua arah, antara instansi pemerintah dan publiknya, baik secara langsung mau pun tidak langsung. Selain itu dalam melakukan kegiatannya Humas berfungsi menjembatani / membangun suasana yang sangat kondusif untuk mencari Win – win solution stakeholder, organisasi baik internal maupun eksternal. Oleh karena itu dalam prakteknya yang ideal komunikasi yang aktif melakukan dengan menginformasikan berbagai kebijakan pemerintah kepada masyarakat, hal itu bertujuan untuk membentuk citra positif daerah tersebut di mata publiknya.

Peran Humas di suatu instansi dan lembaga pemerintah, dalam masyarakat modern, yakni melakukan kegiatan – kegiatan dan di berbagai tempat dan berbagai bidang. Selain itu Humas sebagai juru bicara pemerintah, melakukan hubungan timbal balik antara pemerintah daerah

dengan masyarakat umum, dan organisasi kemasyarakatan, untuk memperjelas suatu kegiatan pemerintah daerah dalam melakukan hubungan intern dengan satuan dan peliputan kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh pemerintah maupun masyarakat. Maka dari itu humas berkomunikasi secara intensif melalui media dan kelompok masyarakat. Hampir semua teknik komunikasi antar personal (interpersonal communication) dilakukan baik secara lisan (tatap muka) sebagai mediator. Fungsi Humas dilakukan baik secara eksternal maupun internal.

#### 4. Fungsi Humas dilakukan baik secara Eksternal maupun Internal

Eksternal berlangsung atau terjadi dua arah antara pihak organisasi lembaga dengan pihak luar. Keberhasilan dalam membina komunikasi eksternal ini sekaligus merupakan keberhasilan pihak pejabat humas dalam upaya memperoleh dukungan, pengertian, kepercayaan, partisipasi, kerja sama dan lain sebagainya, dengan pihak publiknya. Hubungan dengan publik diluar merupakan keharusan yang mutlak. Karena kita tidak mungkin berdiri sendiri tanpa bekerja sama dengan yang lain. Karena itu maka kita harus menciptakan hubungan yang harmonis dengan publik – publik khususnya dan masyarakat umumnya.

(Ruslan, 2008: 92) dalam bukunya Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, bahwa kegiatan-kegiatan yang dilakukan secara External Public Relations seperti:

- 1). Menganalisa dan menilai sikap dan opini publik yang menanggapi kebijaksanaan pimpinan dalam menggerakkan pegawainya dan menerapkan metodenya.
- 2). Mengadakan koreksi dan saran kepada pimpinan perusahaan, terutama kegiatan yang mendapat sorotan atau kritikan publik.
- 3). Mempersiapkan bahan–bahan penerangan dan penjelasan yang jujur dan objektif agar publik tetap memperoleh kejelasan tentang segala aktivitas dan perkembangan yang ada.
- 4). Ikut membantu pimpinan dalam hal menyusun atau memperbaiki formasi staf kearah yang efektif.
- 5). Mengadakan penyelidikan atau penelitian tentang kebutuhan dan kepentingan publik.

Humas dalam suatu organisasi berfungsi untuk menunjang fungsi – fungsi manajemen perusahaan untuk mencapai tujuan bersama. Praktisi Public Relations dituntut kemampuannya untuk mengkoordinasikan atau mengelola pemanfaatan sumber daya organisasi untuk penyelenggaraan komunikasi dua arah antara organisasi dan publiknya. Kaitan antara Public Relations dengan konsep manajemen menghasilkan pemahaman akan pentingnya Public Relations, Manajemen Public Relations berarti melakukan penelitian, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi terhadap berbagai kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi.

Perencanaan dan pemrograman merupakan segala informasi atau data masukan atau input yang diperoleh berkaitan dengan hal atau permasalahan yang

dihadapi ke dalam bentuk rencana tindakan untuk pemecahannya. Perencanaan Public Relations merupakan suatu proses berkesinambungan dan selalu memerlukan peninjauan agar tindakan yang diambil sesuai dengan aturan yang ditetapkan. Sejumlah prinsip yang harus diperhatikan dalam perencanaan program antara lain: sifat, waktu dan lingkungan. Perencanaan juga harus memperhatikan situasi di dalam maupun di luar organisasi, serta pihak – pihak yang terlibat dalam perencanaan tersebut.

Setelah pembuatan perencanaan yang matang maka dibuat strategi untuk pelaksanaan program yaitu tahap dimana rencana program yang telah ditetapkan dilaksanakan atau diimplementasikan ke dalam suatu bentuk program aksi sebagai langkah nyata dapat berupa dapat berupa program tindakan maupun program komunikasi yang kesemuanya merupakan cara atau proses untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi Humas tidak hanya mengatur rencana jangka panjang yang nantinya dijadikan acuan untuk menetapkan rencana – rencana teknis yang sesuai dengan visi dan misi program, agar tujuan serta sasarannya tercapai.

## 5. Strategi Humas

Seperti yang dikutip dalam buku *Effective Public Relations* oleh (Cutlip, Center dan Broom, 2007: 360) menyatakan bahwa:

“Strategi biasanya mengacu pada konsep, pendekatan atau rencana taktik mengacu pada level operasionalnya seperti kejadian aktual, media, metode yang dipakai untuk mengimplementasikan strategi”.

Sedangkan R. Wayne Pace, Brent D. Peterson dan M. Dallas Burnett dikutip oleh Rosady Ruslan (2001:131) dalam buku Etika Kehumasan, Konspesi dan Aplikasi mengemukakan tujuan utama strategi, diantaranya:

1. Untuk memastikan bahwa terjadi sesuatu pengertian dalam komunikasi.
2. Untuk mengembangkan komunikasi yang sudah diterima.
3. Untuk melakukan tindakan sesuai dengan pesan yang disampaikan atau diberikan untuk memotivasinya.
4. Untuk mengetahui bagaimana pihak komunikator dapat mencapai tujuan yang hendak dicapai dan proses komunikasi tersebut.

Dalam Ilmu Komunikasi, kita mengenal adanya komunikasi persuasif, yaitu komunikasi yang bersifat mempengaruhi audience atau komunikannya, sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator. Komunikasi persuasif didefinisikan sebagai perilaku komunikasi yang mempunyai tujuan mengubah keyakinan, sikap atau perilaku individu atau kelompok lain melalui transmisi beberapa pesan.

Komunikasi persuasif menghendaki adanya perubahan perilaku, keyakinan, dan sikap yang lebih mantap seolah-olah perubahan tersebut bukan atas kehendak komunikator akan tetapi justru atas kehendak komunikan sendiri. Persuasi yaitu menggunakan informasi tentang situasi psikologis dan sosiologis serta kebudayaan dari komunikan, untuk mempengaruhinya, dan mencapai perwujudan dari apa yang diinginkan oleh pesan.

Agar proses persuasif ini dapat berjalan sebagaimana yang dikehendaki, maka harus dipilih strategi komunikasi yang tepat. Strategi komunikasi persuasif merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi persuasif dengan manajemen komunikasi. Hal yang perlu diperhatikan seperti siapa sasaran persuasi, tempat dan waktu pelaksanaan komunikasi persuasi, apa yang harus disampaikan, hingga mengapa harus disampaikan.

Seorang praktisi Humas dalam melaksanakan suatu program kerja harus mengetahui sasaran yang akan dicapai dan strategi apa yang akan digunakan. Untuk itu Bill Quirke mengatakan bahwa di dalam mengembangkan strategi komunikasi terdiri dari beberapa langkah yaitu :

1. "Awareness (kesadaran) sarana untuk menciptakan kesadaran yang berkisar dari identitas perusahaan, liputan pers, pengumuman di papan pengumuman, kampanye iklan internal dan eksternal, memo menampilkan jalur terus menerus, direct mail dan laporan tahunan karyawan . mereka juga mungkin termasuk video, disk computer dan surat elektronik.
2. Understanding (Pemahaman) pergeseran dari kesadaran untuk pemahaman adalah salah satu umpan balik dan informasi tambahan. Disesuaikan dengan kebutuhan dari kelompok yang lebih erat didefinisikan orang. Komunikasi mungkin lebih tatap muka dan lebih interatif. Tujuan disini bukan hanya untuk menyajikan pesan, tetapi untuk memberikan alasan-alasan, mendapatkan pemahaman. Juga akan fokus mendapatkan umpan balik untuk memeriksa pemahaman.

3. Support (Dukungan) mengejar tujuan yang lebih ambisius dukungan berarti pergeseran yang signifikan dalam interaksi. Tidak cukup di sini untuk mendapatkan orang – orang untuk memahami apa yang terjadi, dan apaimplikasinya. Tujuannya adalah untuk memperoleh penerimaan, jika bukan dari perubahan itu sendiri, maka dari kebutuhan, dan alasan di balik, perubahan. Karyawan mungkin tidak menyukai apa yang terjadi, tetapi mereka dapat menerima mengapa itu terjadi, dan mendukung logika dengan rekan kerja, keluarga dan pelanggan.
4. Involvement (Keterlibatan) tujuan disini adalah untuk mendapatkan untuk berbagai reaksi, keprihatinan dan keberatan mereka seperti apa, untuk menyediakan mereka dengan pemikiran manajemen. Proses ini akan jauh lebih dari dialog, dengan tujuan diakui berbagi pemikiran, menilai impikasi yang mengkaji cara terbaik untuk implementasi. Akan ada pengakuan yang lebih besar bahwa komunikasi adalah dialog antara partners.
5. Commitment (Komitmen) komitmen berasal dari rasa kepemilikan dan kepemilikan berasal dari telah berpartisipasi dalam pengembangan strategi dan solusi berarti ini adalah sebuah proses yang membutuhkan banyak waktu”. ( Tresna Puspita Gusti Ayu (2019). *Strategi komunikasi humas dinas pemuda dan olahraga dan pariwisata kabupaten kuningan jawa barat dalam mensosialisasikan*

*program sentra atletik.* Universitas PROF.DR Moestopo (Beragama)).

## 6. Tugas Humas

Menurut Kusumastuti (2002:25). Ada tiga tugas humas dalam organisasi/lembaga yang berhubungan erat dengan tujuan dan fungsi humas. Ketiga tugas tersebut adalah sebagai berikut.

1. Menginterpretasikan, menganalisis dan mengevaluasi kecenderungan perilaku publik, kemudian direkomendasikan kepada manajemen untuk merumuskan kebijakan organisasi/lembaga. Kecenderungan perilaku publik diklasifikasikan dengan baik oleh Frank Jeffkins menjadi 4 situasi/kondisi kecenderungan publik yang dihadapi oleh humas, yakni tidak tahu, apatis, prasangka dan memusuhi. Mengacu pada klasifikasi publik yang tidak tahu menjadi tahu, yang apatis menjadi peduli, yang berprasangka menjadi menerima, dan yang memusuhi menjadi simpati. Tugas ini melekat dengan kemampuan praktisi humas mengamati dan meneliti perilaku berdasarkan kajian ilmu-ilmu sosial.
2. Mempertemukan kepentingan organisasi/lembaga dengan kepentingan publik. Kepentingan organisasi/lembaga dapat jadi jauh berbeda dengan kepentingan publik dan sebaliknya, namun dapat juga kepentingan ini sedikit berbeda bahkan dapat juga kepentingannya sama. Dalam kondisi yang manapun, tugas humas adalah mempertemukan kepentingan ini menjadi saling dimengerti dipahami, dihormati, dan dilaksanakan. Bila



kepentingannya berbeda, maka humas dapat bertugas untuk menghubungkannya.

3. Mengevaluasi program-program organisasi/lembaga, khususnya yang berkaitan dengan publik. Tugas mengevaluasi program manajemen ini mensyaratkan kedudukan dan wewenang humas yang tinggi dan luas. Karena tugas ini dapat berarti humas memiliki wewenang untuk member nasihat apakah suatu program sebaiknya diteruskan atautkah ditunda atautkah dihentikan. Di sini humas bertugas untuk senantiasa memonitor semua program.

Sementara Astrid S. Sutanto mengutip pendapat Cutlip & Center menyatakan tugas PR perusahaan adalah sebagai berikut.

1. Mendidik melalui kegiatan non profit suatu publik untuk menggunakan barang/jasa Instansinya.
2. Mengadakan usaha untuk mengatasi salah paham antara instansi dengan publik.
3. Meningkatkan penjualan barang/jasa.
4. Meningkatkan kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan kegiatan masyarakat sehari-hari.
5. Mendidik dan meningkatkan tuntutan serta kebutuhan masyarakat akan barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

6. Mencegah pergeseran penggunaan barang atau jasa yang sejenis dari pesaing perusahaan oleh konsumen.

Menurut Widjaja, (2010: 56). Tugas humas adalah

- a. Menyelidiki dan mendengar (fact finding)

Taraf research-listening atau fact finding; meliputi penelitian pendapat, sikap dan reaksi orang-orang/publik. Di sini dapat diketahui masalah apa yang sedang dihadapi.

- b. Mengambil ketentuan dan merencanakan (planning) Setelah pendapat, sikap dan reaksi publik dianalisa, lalu diintegrasikan atau diserahkan dengan kebijaksanaan dan kegiatan organisasi. Pada taraf ini bisa ditemukan “pilihan yang diambil”.
- c. Melaksanakan komunikasi (communicating) Rencana-rencana di atas harus dikomunikasi dengan semua pihak yang bersangkutan dengan metode yang sesuai. Dalam tahap ini kita “menerangkan (menjelaskan) tindakan yang diambil dan apa alasan jatuhnya pilihan tersebut”.
- d. Penilaian (evaluation) Dinilai segi-segi berhasil dan tidaknya, apa sebab-sebabnya, apa yang sudah dicapai, apa resep kemanjurannya dan apa faktor penghambatnya.

## 7. Media Komunikasi Humas

Menurut Suhandang (2004: 212). Media komunikasi humas adalah sebagai berikut.

- a. Komunikasi Personal (Personal Communication) Dalam kegiatan PR, komunikasi personal dapat dilaksanakan secara langsung berhadapan tatap muka dan secara tidak langsung. Komunikasi demikian bisa berlangsung melalui forum anjongsana, tanya-jawab, wawancara, dan sebagainya. Sudah tentu pesan komunikasinya bisa langsung didengarkan (auditif). Sedangkan komunikasi tidak langsung dapat dilakukan dengan menggunakan media khusus yang bisa dipakai untuk itu, baik yang bersifat auditif maupun visual. Bahkan atas kemajuan teknologi di bidang komunikasi, kini media komunikasi antar personal yang bersifat audio-visual pun telah mulai digunakan.

1. Media Auditif Dapat digunakan untuk melaksanakan komunikasi antar personal dalam kegiatan PR antara lain: telepon, radio telepon atau radiogram, desas-desus, dan pertemuan-pertemuan. Atas kemajuan teknologi komunikasi massa kini, isi komunikasi atau informasi yang berkembang dalam forum tersebut bisa didokumentasikan melalui rekaman pada kaset tape recorder atau video tape. Dengan demikian sewaktu-waktu diperlukan, informasinya bisa didengar dan dipelajari kembali.

2. Telepon Dapat digunakan petugas PR untuk membicarakan hal-hal yang dianggap perlu dan berkaitan dengan instansi, lembaga, atau perusahaan lain sesuai dengan kepentingan perusahaan yang harus disampaikannya. Keuntungan dalam menggunakan medium ini adalah dapat seketika persolannya ditampungkan serta tidak usah memakan eksploitasi terlalu besar. Tidak saja berhubungan di wilayah kota setempat, tetapi juga bisa mengadakan hubungan seketika antar kota bahkan antar Negara sekalipun. Karena itu setiap petugas PR hendaknya tahu betul tentang penggunaan telepon serta tata tertib pemakaiannya. Demikian pula adab atau kesopanan berbicara melalui telepon.
3. Radio Telepon Bisa digunakan untuk berkomunikasi melalui udara. Pembicaraan dilakukan melalui gelombang radio. Kelemahan cara demikian adalah segala pembicaraan orang yang sedang berkomunikasi itu bisa diketahui atau didengar oleh orang lain yang kebetulan menyetel gelombang radionya tepat pada gelombang yang sedang dipakai mereka yang berkomunikasi itu.
4. Desas-desus Disampaikan dari mulut ke mulut. Sebenarnya ini bukan merupakan medium yang normal, namun dengan jalan demikian isi komunikasi dapat tersebar ke mana-mana. Desas-desus pada umumnya merupakan saluran yang di dalam

penyampaian informasinya lebih banyak bersifat exciting (bergairah) ketimbang truth (kebenaran). (Kay Rachma Ulimaz (2014) *Tinjauan aktivitas humas dalam meningkatkan citra baik pada perusahaan daerah air minum tirta musi Palembang*)

#### **D. Kerangka Teori**

Sebagaimana telah disebutkan sebelumnya bahwa kajian komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi telah melahirkan berbagai teori komunikasi interpersonal yang telah kita kenal hingga kini. Teori-teori komunikasi interpersonal yang dikembangkan oleh para ahli dimaksudkan untuk menjelaskan bagaimana orang menyertakan pemaknaan terhadap berbagai kejadian atau peristiwa, alasan-alasan orang melakukan atau bertindak sesuatu, proses pengambilan keputusan terhadap pesan yang diterima, serta berbagai efek komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi terhadap hubungan. Teori-teori komunikasi interpersonal yang dirumuskan oleh para ahli dapat digunakan untuk memahami proses komunikasi dalam berbagai kategori lainnya.

##### **a. Teori Atribusi**

Dalam mempelajari hubungan antar seseorang dengan orang yang lainnya dikenal juga teori Atribusi oleh Heider yang diperkenalkannya pada tahun 1958. Ia menulis bukunya berjudul, *The Psychology Interpersonal Relations* (psikologi hubungan antar pribadi) Heider mengatakan bahwa jika kita melihat perilaku orang lain, maka kita juga harus melihat apa sebenarnya yang menyebabkan seseorang berperilaku

seperti itu. Dengan demikian dari pihak kita harus mempunyai daya prediksi terhadap perilaku orang lain mengapa seseorang berperilaku seperti itu, dengan demikian dari pihak kita harus mempunyai daya prediksi terhadap perilaku orang lain tersebut (Citra Aditya Bakti, 1991:54).

Heider dikenal sebagai bapak teori atribusi. Heider percaya, bahwa orang itu seperti ilmuwan amatir, berusaha untuk mengerti tingkah laku orang lain dengan mengumpulkan dan memadukan potongan-potongan informasi sampai mereka tiba pada sebuah penjelasan masuk akal tentang sebab-sebab orang lain bertingkah laku tertentu. Kerangka kerja konseptual yang digunakan orang untuk menafsirkan, menjelaskan, dan meramalkan tingkah orang lain digambarkan-nya sebagai “naive theory of action”. Dalam kerangka kerja ini, konsep intensional memainkan peranan yang penting, akan tetapi Heider juga mengadopsi teori Lewin yang membuat perbedaan antara penyebab pribadi dan situasi. Heider juga menyatakan bahwa orang menggunakan perbedaan ini dalam menjelaskan tingkah laku. Di satu sisi pertentangan mengenai konsep intensional dan perbedaan situasi di sisi yang lain, belum terselesaikan hingga saat ini. Heider tidak memper jelas hubungan keduanya dan ia lebih fokus kepada perbedaan pribadi situasi pada studi selanjutnya.

Menurut Heider, ada dua sumber atribusi terhadap tingkah laku. Pertama, adalah atribusi internal atau disposisional. Kedua adalah atribusi eksternal atau lingkungan. Pada atribusi internal kita

menyimpulkan bahwa tingkah laku seseorang disebabkan oleh kekuatan internal atau disposisi (unsur psikologis yang mendahului tingkah laku).

Pada atribusi eksternal kita menyimpulkan bahwa tingkah laku seseorang disebabkan oleh kekuatan-kekuatan lingkungan (environmental forces). Kekuatan-kekuatan lingkungan ini terdiri dari faktor situasi yang menekan sehingga memunculkan perilaku-perilaku tertentu. Kekuatan –kekuatan internal (personaforges) dilihat sebagai hasil dari kemampuan (ability), power dan usaha yang ditunjukkan seseorang. Jadi perilaku (behavior) adalah fungsi dari environmental forces ditambah dengan Personal forces. Teori Inferensi korespondensi dari Edward E. Jones Teori umum atribusi yang dikemukakan oleh Heider kemudian diperluas oleh Edward E.Jones. Edward E Jones dan koleganya mempelajari kekuatan disposisional dan lingkungan pada atribusi kausal. Mereka menganalisa kondisi-kondisi yang memunculkan atribusi disposisional atau apa yang mereka sebut dengan istilah inferensi korespondensi, yaitu kasus di mana pengamat memutuskan bahwa disposisi khusus dari aktor adalah penjelasan yang cukup masuk akal bagi perilaku atau tindakan aktor. Atribusi ini juga saling berkaitan dengan tiga perspektif sebelumnya yakni perspektif humanistic, perspektifpragmatis dan erspektif pergaulan sosial. Edward E Jones dan koleganya mengidentifikasi ada empat faktor yang secara umum mempengaruhi proses atribusi, yaitu:

1. Kekuatan faktor lingkungan.

Kekuatan relatif dari kekuatan-kekuatan lingkungan secara langsung mempengaruhi tipe atribusi yang dibuat oleh pengamat. Atribusi disposisional terjadi dalam suatu situasi di mana kekuatan lingkungan dipersepsi tidak kuat.

2. Efek perilaku aktor pada pengamat

Seberapa jauh perilaku aktor memiliki efek atau pengaruh pada pengamat akan juga mempengaruhi tipe atribusi yang dibuat tentang aktor. Dalam kasus ini Edward E Jones mengemukakan dua istilah yaitu hedonic relevance dan personalism. Hedonic relevance menggambarkan derajat atau seberapa jauh suatu tindakan dari aktor memberi akibat menyenangkan atau mengecewakan pengamat. Personalism menunjukkan pada derajat atau seberapa jauh seorang pengamat mempersepsi bahwa tindakan itu diarahkan secara khusus padanya. Ketika hedonic relevance dan personalism meningkat, kemungkinan pengamat membuat atribusi disposisional juga akan meningkat. Keyakinan pengamat bahwa dia membuat atribusi yang benar juga meningkat.

3. Harapan mengenai perilaku itu



Suatu tindakan yang memang diharapkan akan menceritakan sedikit kepada kita tentang aktor daripada tindakan yang dilakukan adalah tindakan yang tidak diharapkan. Artinya tindakan yang tidak diharapkan (tidak sesuai dengan peran, atau tidak diinginkan, ekstrem, atau tidak konsisten dengan perilaku terdahulu) cenderung diatribusi sebagai perilaku yang disebabkan oleh faktor disposisional.

#### 4. Tindakan-tindakan alternatif yang ada.

Jika tindakan itu menunjukkan hasil yang unik, maka orang cenderung mengatribusikan tindakan itu pada faktor - faktor disposisional. Teori "Social Scientist" dari Kelley Teori inferensi korespondensi terbatas analisisnya pada suatu tindakan, akan tetapi teori Harold Kelley menggunakan informasi tambahan dalam mempertimbangkan atribusi kausalitas. Ada tiga jenis informasi yang digunakan orang untuk sampai pada atribusi kausalitas, yaitu aktor, situasi di mana tindakan atau kejadian itu berlangsung (waktu, modalitas, lingkungan khusus), dan stimulus (objek yang menjadi sasaran perilaku aktor). Sebagaimana Heider, Kelley melihat kita bertindak sebagai psikolog naif yang menggunakan semua informasi untuk memutuskan apakah perilaku seseorang disebabkan factor internal atau eksternal.

Untuk membuat atribusi yang akurat tentang perilaku aktor dalam situasi tertentu, kita ingin tahu terlebih dahulu :

1. Bagaimana aktor berperilaku dalam situasi ini
2. Bagaimana orang-orang lain berperilaku dalam situasi ini,
3. Bagaimana aktor berperilaku sebelumnya dalam situasi ini

Menurut Kelley, pengamat seperti ilmuwan sosial yaitu ia akan menganalisa data (pada orang/aktor, situasi, dan faktor stimulus) dan mencari pada dimensi-dimensi yang mana variasi-variasi terjadi. Untuk itu seseorang dapat menganalisis kekhususan (*distinctiveness*) tentang perilaku aktor (apakah aktor berperilaku secara berbeda dalam situasi yang lain?), konsistensi (pernahkah aktor berperilaku dengan cara yang sama dalam situasi ini pada kesempatan yang lain?), dan konsensus (apakah orang lain berperilaku yang sama dengan cara yang sama pada situasi ini?) Jika *distinctiveness* rendah (tidak khusus) konsistensi tinggi, dan konsensus rendah, maka kemungkinan perilaku aktor diatribusikan pada faktor disposisional. Sebaliknya, jika perilaku itu khusus (*distinctiveness*), konsistensi rendah, dan konsensus tinggi, maka perilaku aktor cenderung diatribusikan pada faktor stimulus atau faktor eksternal. Bagaimanapun proses atribusi tidak selalu rasional. Orang yang relatif perkembangan kognitifnya berfungsi pada konkrit (dilawakan dengan tingkat abstrak) kurang dapat membuat atribusi yang baik berdasarkan pada faktor-faktor yang dikemukakan oleh Kelley. Demikian juga ada perbedaan individu dalam cara bagaimana orang menggunakan tiga tipe informasi itu (konsensus, *distinctiveness*, dan konsistensi) dalam atribusi

mereka. Orang nampaknya memberi tekanan yang kecil pada informasi konsensus daripada informasi konsistensi ketika membuat atribusi tentang suatu tindakan.

#### Teori Atribusi Diri dari Bem

Salah satu hipotesis yang paling menarik dalam teori atribusi adalah bahwa orang sampai kepada persepsi keadaan intern mereka sendiri dengan cara yang sama jika mereka sampai pada persepsi tentang keadaan orang lain. Teori atribusi tentang diri banyak dikaji oleh Bem, yang menyatakan bahwa atribusi diri atau persepsi diri adalah suatu proses saat seseorang merasa tidak yakin dengan sikapnya sendiri, sehingga ia menyimpulkan sesuai dengan sikap orang lain terhadap dirinya melalui observasi Terhadap perilaku yang ditampilkan oleh dirinya sendiri dan situasi saat perilaku itu terjadi.

Menurut Bem, jika kita mengamati perilaku kita sendiri dalam situasi di mana tidak ada paksaan eksternal yang kuat, maka kita akan berasumsi bahwa kita hanyalah mengungkapkan sikap sejati kita sendiri dan membuat atribusi internal. Sebaliknya jika ada tekanan ekstern yang kuat atas diri kita untuk melakukan sesuatu, maka kita mempersepsikan itu disebabkan oleh faktor ekstern.

Ada dua faktor lain yang mempengaruhi terbentuknya atribusi diri Pertama, pengaruh pem benaran yang berlebihan. Pengaruh ini terjadi ketika hadiah atau pujian yang berasal dari eksternal akan mengarahkan seseorang untuk menghilangkan faktor-faktor yang penting dalam atribusi dirinya. Kedua, ketidaksadaran tentang alasan dalam melakukan sesuatu, yaitu jika seseorang dalam menjelaskan perilakunya sendiri sering tidak berdasarkan pada proses

terjadinya pemberian informasi yang tepat, tetapi lebih menekankan pada intuisi mereka tentang kemungkinan penyebab perilaku itu terjadi. Oleh karena itu orang sering salah menafsirkan tentang penyebab terjadinya perilaku. (Yuli Darwati(2015) (*Upaya Mencari Solusi atas Keterlambatan Mahasiswa dalam Studi di Prodi Psikologi Islam STAIN Kediri*)

**Ayat yang berkaitan tentang Komunikasi Interpersonal :**

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَىٰكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

**Artinya :**

Hai manusia sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki laki dan perempuan dan menjadikan kamu berbangsa – bangsa dan bersekutu agar kamu saling mengenal sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling takwa diantara kamu dan sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi maha mengenal.

Sikap saling menghargai sangat diperlukan didalam keseharian manusia hal ini dikarenakan sikap saling membuat hidup antar manusia menjadi lebih kompak. Sehingga tingkat kejahatan ataupun permusuhan dapat berkurang ataupun hilang dari lingkungan tempat kita berada.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan jenis penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan guna mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik itu fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Penelitian kualitatif adalah proses penelitian yang dipahami penelitian yang berdasarkan metodologi penelitian yang berkenaan dengan fenomena sosial dan permasalahan pada manusia, sedangkan penelitian deskriptif ialah yang bertujuan mengumpulkan informasi actual secara terperinci menggambarkan segala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kegiatan yang ada. Peneliti menggunakan penelitian kualitatif deskriptif supaya dapat mudah dipahami dan dapat dimaknai secara mendalam tanpa menggunakan angka serta rumus statistik, penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang bersifat umum kepada kenyataan sosial dari perspektif partisipan pemahaman tersebut tidak ditentukan dulu tapi diperoleh setelah melakukan analisis atau kenyataan sosial yang akan menjadi focus penelitian dan dari itu di tarik kesimpulan berupa pemahaman umum tentang kenyataan yang ada.

Hal yang penting juga dalam penelitian kualitatif adalah peneliti tidak boleh memengaruhi dan terpengaruh oleh subjek penelitian setiap

subjek penelitian memiliki kedudukan yang sama antara satu dengan yang lain dan tidak dipandang benar atau salah, penelitian kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan menggunakan analisis. Landasan teori digunakan untuk pemandu agar focus penelitian sesuai dengan apa yang ada dilapangan selain itu juga landasan teori bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar penelitian dan juga sebagai bahan pembahasan hasil penelitian. ( Tresna Puspita Gusti Ayu (2019). *Strategi komunikasi humas dinas pemuda dan olahraga dan pariwisata kabupaten kuningan jawa barat dalam mensosialisasikan program sentra atletik*. Universitas PROF.DR Moestopo (Beragama) ).

## **B. Jenis Data**

Data adalah kumpulan informasi dan keterangan yang didapat melalui pengamatan data juga bisa berupa angka, sifat atau lambang kata data juga biasanya terkait dengan penelitian ilmiah. Pengertian data dalam percakapan sehari – hari adalah data yang diperoleh dari berbagai sumber yang belum diolah dari suatu penelitian. Data juga dikumpulkan oleh berbagai institusi dan juga organisasi berdasarkan sumber data itu dikumpulkan maka data bisa dibedakan menjadi dua macam yaitu data primer dan data skunder. ([https:// katamasa.com.cdn](https://katamasa.com.cdn) diakses pada tanggal 2 oktober 2019).

a. Data Primer

Data primer adalah orang yang memiliki pengalaman langsung terhadap suatu masalah atau peristiwa. Dalam penelitian ini, narasumber primernya adalah kepala Humas di UIN SU.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah para staff yang memiliki beberapa pengetahuan dibidang Humas UIN SU. Dalam penelitian ini, peneliti akan menjadikan kepala di Humas UIN SU sebagai narasumber sekunder.

**C. Lokasi dan waktu penelitian**

Waktu yang akan dilaksanakan dalam penelitian ini kurun waktu Agustus – November 2019 di Biro Humas UIN SU Medan dan untuk penelitian dapat berubah sesuai dengan kebutuhan.

**D. Pemilihan subjek penelitian**

Subjek penelitian adalah keseluruhan objek yang terdapat beberapa narasumber atau yang disebut informan. Menurut sugiyono dalam bukunya metode penelitian kualitatif “informan adalah sebutan bagi sampel dari peneliti kualitatif. Sampel dalam penelitian kualitatif bukan responden tetapi narasumber atau informan. Maka disini sebaga informannya ialah pegawai Biro Humas di UIN SU (Sugiyono, 2010:216).

## **E. Tahap - Tahap Penelitian**

Menurut Moleong ada beberapa tahap penelitian kualitatif diantaranya:

- a. Tahap Pra Lapangan yaitu kegiatan penentuan focus, penyesuaian paradigm dengan teori dan disiplin ilmu penelitian mencakup observasi awal ke lapangan, menyusun ulasan penelitian dan seminar proposal penelitian, selanjutnya mengurus perizinan penelitian di tempat penelitian.
- b. Tahap ke lapangan, tahap ini meliputi pengumpulan data – data yang bersangkutan dengan fokus penelitian.
- c. Tahap analisis data, pada tahap ini meliputi pada pengolahan data yang didapat melalui observasi partisipan, wawancara dan dokumentasi, setelah itu melakukan penafsiran sesuai dengan permasalahan dalam penelitian selanjutnya adalah menguji data dengan cara mengecek sumber data yang valid sebagai dasar pemaknaan data yang berupa proses.
- d. Tahap penulisan laporan, tahap ini menyusun hasil dari penelitian dari rangkaian – rangkaian tahap penelitian yang dilakukan sampai mengartikan data, selanjutnya melakukan konsultasi kepada dosen pembimbing, untuk mendapatkan koreksi dari penelitian sehingga menyempurnakan hasil penelitian .
- e. Langkah terakhir adalah mengurus segala persyaratan dalam mengikuti sidang (Moleong, 2005:85-103).



## **F. Teknik Pengumpulan Data**

### **a. Wawancara mendalam**

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan melalui daftar pertanyaan yang diajukan secara lisan terhadap informan. di sini peneliti memilih wawancara mendalam Wawancara mendalam bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang kompleks, yang sebagian besar berisi pendapat, sikap, dan pengalaman pribadi. (Sulistyo-Basuki 2014:173).

### **b. Obsevasi**

Obsevasi dilakukan untuk mencari data dari sumbernya berupa peristiwa, tempat, dan rekaman. Observasi yang dilakukan adalah Observasi langsung yang mana peneliti berinteraksi dalam kegiatan dari subjek penelitian dalam lingkungannya, selain itu mengumpulkan data dari catatan lapangan yang diperoleh. Maka disini yang akan dilakukan adalah mengamati kegiatan komunikasi interpersonal Humas UIN SU. Selain itu peneliti juga memerlukan

### **c. Dokumentasi**

adalah barang berupa tulisan atau benda. Didalam memakai metode dokumentasi peneliti menggunakan benda – benda yang ada, video, (Tanzeh, 2009:183). Dari pengertian di atas maka metode dokumentasi adalah pengumpulan data dengan meneliti catatan-catatan penting yang sangat erat hubungannyadengan

obyek penelitian. Tujuan digunakan metode ini untuk memperoleh data secara jelas dan konkrit tentang Komunikasi Interpersonal dalam penguatan sistem Humas di UIN SU.

### **G. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data adalah langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian untuk mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik analisis data, peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Menurut (Sugiyono, 2015: 275) dalam bukunya Metodologi Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, menyatakan bahwa:

“Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan. Dalam hal ini Nasution (1988) menyatakan analisis data telah dimulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum masuk ke lapangan dan berlangsung terus – menerus sampai penulisan hasil penelitian. Analisis data menjadi pegangan bagi penelitian selanjutnya”

Adapun analisis data yang prosesnya mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data (Moleong, 2014: 280).

Matthew B. Milles berpendapat bahwa dimana analisis data dibagi menjadi tiga alur kegiatan yang terjadi pada saat yang bersamaan, yaitu :

### 1. Reduksi Data (Data Reduction)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal – hal yang pokok, memfokuskan pada hal – hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencari bila diperlukan.

### 2. Penyajian Data (Data Display)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Miles & Huberman (1984) menyatakan “the most frequent from the display data for qualitative research data in the post has been narrativetext”. (yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah text naratif). Dengan menyampaikann data, maka akan mempermudah untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Selanjutnya disarankan, dalam melakukan display data, selain dengan teks yang naratif, juga dapat digunakan grafik, matriks, Network (jejaring kerja), dan chart.

### 3. Penarikan Kesimpulan (Conclusion Drawing)

Kesimpulan awal yang ditemukan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti – bukti kuat yang mendukung pada tahapan pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung

oleh bukti – bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Dengan demikian, kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti yang telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada di lapangan.” (Sugiyono, 2015: 275).

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data.

#### **H. Pemeriksaan atau pengecekan keabsahan data**

Menurut (Moleong, 2014: 12) dalam bukunya Metode Penelitian Kualitatif, yang dimaksud dengan keabsahan data adalah bahwa setiap keadaan harus memenuhi :

1. Mendemonstrasikan nilai yang benar
2. Menyediakan dasar agar hal ini dapat ditetapkan
3. Memperbolehkan keputusan luar yang dapat dibuat tentang konsistensi dari prosedurnya dan kenetralannya dari temuan dan keputusan – keputusannya.

Untuk menetapkan keabsahan (truthworthiness) data diperlukan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Ada empat kriteria yang digunakan, yaitu derajat kepercayaan (credibility),

keteralihan (transferability), kebergantungan (dependability), dan kepastian (confirmability).

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya (Moleong, 2014: 330).

Menurut Patton (2002) dalam Pawito (2008: 99) ada beberapa jenis teknik triangulasi, yaitu triangulasi data (sering kali juga disebut dengan triangulasi sumber), triangulasi metode, triangulasi teori, dan triangulasi peneliti, berikut uraian penjelasannya:

1. Triangulasi data (sumber)

Triangulasi data mengacu pada upaya peneliti untuk mengakses sumber-sumber yang lebih bervariasi guna memperoleh data berkenaan dengan persoalan yang sama, misalnya suami dengan istri dan anak mengenai pola penggunaan televisi dalam keluarga. Hal ini berarti peneliti bermaksud menguji data yang diperoleh dari satu sumber (untuk dibandingkan) dengan data dari sumber lain. Dari sini, peneliti akan sampai pada salah satu kemungkinan: data yang diperoleh ternyata konsisten, tidak konsisten, atau berlawanan. Dengan cara begini peneliti kemudian dapat mengungkapkan gambaran yang

lebih memadai (beragam perspektif) mengenai gejala yang diteliti.

## 2. Triangulasi metode

Triangulasi metode mengacu pada upaya peneliti membandingkan temuan data yang diperoleh dengan menggunakan suatu metode tertentu, (misalnya catatan lapangan yang dibuat selama melakukan observasi) dengan data yang diperoleh dengan menggunakan metode lain (misalnya transkrip dari in-depth interview) mengenai suatu persoalan dan dari sumber yang sama. Dalam hal ini, peneliti sebenarnya berusaha menguji sejauh mana validitas dan reliabilitas data dengan menggunakan metode yang berbeda. Triangulasi metode menjadi sangat penting dalam penelitian komunikasi kualitatif yang menggunakan metode yang beragam (multiple methods) yakni suatu penelitian yang menggunakan lebih dari satu jenis metode.

## 3. Triangulasi teori

Triangulasi teori mengacu pada penggunaan perspektif teori yang bervariasi dalam menginterpretasikan data yang sama. Data mengenai pengaruh personal, misalnya dapat dilihat dari perspektif teori yang beragam seperti teori komunikasi getok tular (word of mouth communication), teori pemuka pendapat (opinion leader), dan teori norma budaya. Kenyataan bahwa jumlah golongan apatis (golput) cenderung meningkat, sebagai contoh lain, dapat

dijelaskan dengan teori-teori yang berbeda-beda. Misalnya teori tentang fungsi partai politik atau teori tentang saluran khusus komunikasi politik untuk agregasi dan artikulasi kepentingan.

#### 4. Triangulasi peneliti

Triangulasi peneliti dapat dilakukan ketika dua atau lebih peneliti bekerja dalam suatu tim yang meneliti persoalan yang sama. Dalam hubungan ini, temuan data dari peneliti yang satu dapat dibandingkan dengan temuan data dari peneliti yang lain, dan peneliti kemudian dapat melakukan analisis secara bersama-sama serta mengemukakan penjelasan mengenai temuan yang mungkin saling berbeda.

Triangulasi yang digunakan penulis yakni triangulasi sumber seperti melakukan wawancara dengan narasumber yang ada di kantor Humas UINSU. Kemudian, triangulasi teori yakni penulis melakukan *cross check* hasil data wawancara dengan narasumber dengan kajian teoritis sehingga temuan penelitian ini menjadi lebih valid.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Tempat Penelitian dan subjek penelitian**

##### **a. Sejarah Universitas Islam Negeri Sumatera Utra**

Sejarah lahirnya UIN Sumatera Utara merupakan perjalanan panjang dari lahir dan dinamika lembaga pendidikan tinggi yang sebelumnya masih berstatus 'institut' yaitu Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sumatera Utara. Keinginan mengalih status IAIN SU menjadi sebuah universitas tentu didasari oleh semangat yang menggebu untuk meningkatkan kualitas pendidikan dengan wider mandate di berbagai bidang di Sumatera Utara secara khusus, Indonesia dan Asia Tenggara secara umum.

Berdirinya IAIN Sumatera Utara pada tahun 1973 merupakan perkembangan natural dari kemajuan pendidikan di Sumatera Utara, Dari perspektif sejarah, keberadaan Institut Agama Islam Negeri Sumatera Utara dilatari oleh dua faktor. Pertama, bahwa perguruan tinggi Islam yang berstatus negeri saat itu belum ada di Provinsi Sumatera Utara. Kedua, pertumbuhan madrasah, pesantren, dan lembaga pendidikan yang sederajat dengan SLTA berkembang pesat di daerah ini, yang pada gilirannya memerlukan adanya lembaga pendidikan yang lebih tinggi. Sejak awal kemerdekaan sampai tahun



1970-an, jumlah alumni pendidikan madrasah dan pondok pesantren yang ingin melanjutkan studinya ke perguruan tinggi semakin meningkat. Karenanya, kehadiran Institut Agama Islam Negeri (IAIN) di wilayah Sumatera Utara terasa semakin mendesak dan sangat penting. Hal itu terlebih - lebih mempertimbangkan bahwa di berbagai kota lain di Indonesia telah terlebih dahulu berdiri sejumlah IAIN. Karena dukungan bagi berdirinya IAIN Sumatera Utara datang dari berbagai segmen masyarakat Sumatera Utara, mulai dari Pemerintah Daerah, kalangan perguruan tinggi, ulama, dan tokoh masyarakat.

Kepala Inspeksi Pendidikan Agama Provinsi Sumatera Utara, yang saat itu dijabat oleh H. Ibrahim Abdul Halim mendirikan Fakultas Tarbiyah di Medan. Usaha ini kemudian ditindaklanjuti dengan membentuk panitia Pendirian yang di ketuai oleh letkol Inf. Raja Syahnan pada tanggal 24 Oktober 1960. Kesadaran atas kurangnya tenaga ahli di bidang syari'ah dan hukum Islam mendorong berbagai pihak, terutama yang bernaung di bawah yayasan K.H Zainul Arifin, untuk membuka Fakultas Syari'ah di Medan pada tahun 1967. Menteri Agama RI mengambil kebijakan untuk menyatukan Fakultas Tarbiyah dan Syari'ah tersebut. Peresmian penegerian kedua Fakultas dilakukan pada sabtu 12 Oktober 1968 bertepatan dengan 20 Rajab 1389 H langsung oleh Menteri Agama K.H. Moh. Dahlan. Upacara dilalukan di Aula Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara (USU) Medan dan dihadiri oleh tokoh-tokoh Masyarakat, pembesar sipil dan

militer, dan Rektor IAIN Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam acara ini juga langsung dilantik Drs. Hasbi AR sebagai Pj. Dekan Fakultas Tarbiyah dan T. Yafizham, SH sebagai Pj. Dekan Fakultas Syari'ah dengan SK Menteri Agama RI Nomor 224 dan 225 tahun 1968.

Walaupun sejak 12 Oktober 1968 Provinsi Sumatera Utara telah memiliki dua Fakultas Agama, Tarbiyah dan Syari'ah yang berstatus negeri, namun keduanya masih merupakan Fakultas cabang dari IAIN Ar-Raniry Banda Aceh. Kondisi ini meningkatkan semangat umat Islam Sumatera Utara untuk bisa mewujudkan IAIN yang berdiri sendiri di daerah ini. Semangat ini didukung oleh berbagai organisasi Islam, organisasi pemuda dan mahasiswa, serta mendapat respon positif dari pihak Pemerintah Daerah dan Departemen Agama RI. Respon positif ini diwujudkan secara kongkrit antara lain dengan menyiapkan lahan dan membangun gedung perkantoran, perkuliahan, perpustakaan, sarana dan prasarana lainnya.

Akhirnya tepat pada jam 10.00 WIB, Senin 25 Syawal 1393 H bertepatan dengan 19 Nopember 1973 M, IAIN Sumatera Utara resmi berdiri yang ditandai dengan pembacaan piagam oleh Menteri Agama RI, Prof. Dr. H. Mukti Ali. Sejak saat itu resmilah Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Syari'ah IAIN Ar-Raniry yang berada di Medan menjadi bagian dari IAIN Sumatera Utara yang berdiri sendiri. Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Ushuluddin yang ada di Pandangsidempuan,

yang selama ini menjadi cabang dari IAIN Imam Bonjol Padang juga menjadi bagian dari IAIN Sumatera Utara yang merupakan IAIN ke-14 di Indonesia. Pada tahun 1983, jurusan Dakwah yang semula bagian dari Fakultas Ushuluddin ditingkatkan menjadi Fakultas Dakwah. Sejak itu IAIN Sumatera Utara mengasuh 5 Fakultas, yakni Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syari'ah, Fakultas Ushuluddin dan Fakultas Dakwah di Medan, dan Fakultas Tarbiyah IAIN Sumatera Utara cabang Padangsidempuan.

Pada awal berdirinya, IAIN Sumatera Utara hanya membuka dua Fakultas, yaitu Fakultas Syari'ah yang berinduk ke IAIN Ar-Raniry Banda Aceh dan Fakultas Tarbiyah yang berinduk ke IAIN Imam Bonjol Padang. Kemudian dalam perkembangan berikutnya, dua fakultas di atas menjadi Fakultas yang berdiri sendiri, terpisah dari IAIN Ar-Raniry dan Imam Bonjol. Dalam perkembangan selanjutnya, pada tahun akademik 1994/1995 dibuka pula Program Pascasarjana (PPS) jenjang Strata dua (S2) Jurusan Dirasah Islamiyah. Kemudian pada tahun 2004 dibuka pula Program Pascasarjana untuk jenjang strata tiga (S3). Pada awalnya Program Pascasarjana melaksanakan kegiatan kuliah di Kampus IAIN Jln. Sutomo Medan, tetapi kemudian pada tahun 1998 dibangun kampus baru di pondok surya Helvetia Medan. Sekarang PPS IAIN SU sudah mengasuh 6 (enam) Program Studi S2 (Pemikiran Islam, Pendidikan Islam, Hukum Islam, Komunikasi Islam, Ekonomi Islam dan Tafsir Hadis), serta 4

Program Studi S3, yaitu Hukum Islam, Pendidikan Islam, Agama dan Filsafat Islam dan Komunikasi Islam.

Dalam perkembangan saat ini, IAIN Sumatera Utara telah menerapkan Pola Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum (BLU) berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan RI Nomor 76/KMK.05/2009, tanggal 13 Maret 2009 tentang penetapan IAIN Sumatera Utara pada Departemen Agama sebagai Instansi Pemerintah yang menerapkan pola Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum. Kemudian, pada Keputusan Menteri Agama RI Nomor 117 Tahun 2009 tentang Penetapan Pejabat Pengelola Keuangan Badan Layanan Umum, IAIN Sumatera Utara kini sudah berstatus PK BLU.

Ketika awal berdirinya di tahun 1973, IAIN Sumatera Utara hanya mengemban misi sebagai institusi perguruan tinggi agama Islam yang mentransmisikan ilmu-ilmu keislaman dalam arti 'ulum al-diniyah, seperti Tafsir, Hadis, Fiqh, Akhlaq, Tasawuf, Bahasa Arab, dan ilmu-ilmu keislaman lain dalam arti konvensional. Namun kemudian, seiring dengan perkembangan keilmuan dan kebutuhan pembangunan nasional, maka pada era 1990-an IAIN Sumatera Utara dikembangkan menjadi institusi perguruan tinggi agama Islam yang diberi status wider mandate atau perguruan tinggi agama Islam dengan mandat yang diperluas. Perkembangan ini ditandai dengan dibukanya sejumlah program studi baru diluar batas ilmu-ilmu keislaman

konvensional. Sejak saat itu dimulailah era peralihan kajian ilmu-ilmu keislaman dari ulum al-diniyah ke dirasah islamiyah. Awalnya di Fakultas Tarbiyah dibukalah jurusan tadaris IPA, Biologi, Fisika, Bahasa Inggris, dan Matematika. Dalam perkembangan selanjutnya, di Fakultas Syari'ah di buka pula jurusan Ekonomi Islam dengan sejumlah program studinya. Di Fakultas Dakwah dibuka jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Manajemen Dakwah dan bimbingan Penyuluhan. Kemudian di Fakultas Ushuluddin dibuka pula jurusan Politik Islam.

Selanjutnya pada era tahun 2000-an, perkembangan IAIN Sumatera Utara memasuki babak baru yang ditandai dengan peralihan dari wider mandate ke integrasi keilmuan. Dalam filosofi integrasi keilmuan, semua ilmu pengetahuan dipandang sebagai segala sesuatu yang berasal dari Tuhan yang mewujudkan dalam bentuk ayat-ayat kauniyah dan ayat-ayat qauliyah. Seiring dengan itu, pola kajian keilmuan IAIN Sumatera Utara pun bukan lagi sebatas mono disipliner dan multi disipliner, tetapi berkembang menjadi inter disipliner dan trans disipliner.

Sebagai upaya untuk pengembangan, pimpinan dan segenap sivitas akademika telah bertekad untuk mengalih statuskan IAIN Sumatera Utara menjadi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU). Berbagai upaya telah dilakukan untuk memuluskan rencana

tersebut. Perkembangan terakhir, proposal alih status tersebut telah mendapat persetujuan dari Kementerian Agama RI, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI, dan Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi. Saat ini, usulan alih status tersebut sedang diproses di Sekretariat Negara untuk mendapatkan Keputusan Presiden Republik Indonesia.

Seiring dengan rencana alih status tersebut, maka secara internal IAIN Sumatera Utara terus berupaya membenahi diri, baik dalam konteks akademik, administratif, maupun sarana dan prasarana kelembagaan. Secara eksternal, upaya tersebut telah mendapatkan komitmen bantuan pendanaan dari Islamic Development Bank (IsDB) dan Government of Indonesia (GoI) yang saat ini sudah mulai dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan pengembangan akademik dan kelembagaan kampus. Dari Pemerintah Daerah Sumatera Utara, IAIN SU telah mendapatkan komitmen pengadaan area kampus baru seluas 400 hektar untuk pembangunan kampus terpadu di masa depan. Untuk mewujudkan semua itu tentu dibutuhkan kontribusi masyarakat dan sivitas akademika bagi mendorong pengembangan IAIN/UIN Sumatera Utara kearah yang lebih baik, maju, dan berkualitas.

Dengan upaya-upaya yang telah dilakukan dan atas berkat doa semua civitas akademika, alih status IAIN SU menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Sumatera Utara telah disetujui dengan Perpres

No. 131/2014 tanggal 16 Oktober 2014 oleh Presiden Soesilo Bambang Yudhoyono (SBY).

#### VISI

Visi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara adalah Masyarakat pembelajar berdasarkan nilai-nilai Islam (*Islamic Learning Society*)

#### MISI

Melaksanakan pendidikan, pengajaran, penelitian dan pengabdian masyarakat yang unggul dalam berbagai bidang ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni dengan dilandasi oleh nilai-nilai islam.

#### TUJUAN

1. Lahirnya sarjana yang unggul dalam berbagai bidang kajian ilmu pengetahuan , teknologi dan seni berdasarkan nilai-nilai islam.
2. Berkembangnya berbagai cabang ilmu pengetahuan, teknologi dan seni yang dilandasi oleh nilai-nilai Islam.
3. Berkembangnya peradaban kemanusiaan berdasarkan nilai-nilai islam.

## **B. POSISI HUMAS**

Dalam suatu lembaga pasti memiliki yang namanya Humas salah satunya berada di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, namun didalam Humas Universitas Islam Negeri Sumatera Utara berada pada suatu Bagian atau disebut dengan Kasubag Bagian yang mana termasuk juga Kasubag Kerjasama, Kasubag Kelembagaan dan Kasubag Humas, Sedangkan Kepala untuk keseluruhan Kasubag yang dipimpin Oleh Bpk Subhan Dawawi. MM dan Humas Sendiri dipimpin Oleh Ibu Yunni Salma Nasution, MM.

## **C. Fungsi Humas**

Fungsi Humas di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara itu sendiri ialah mereka berkerja untuk memajukan UIN itu sendiri tidak hanya internal mereka juga menjalin hubungan antara Eksternal Lembaga dan mereka juga melakukan sosialisasi ke banyak tempat salah satunya ke sekolah - sekolah untuk memperkenalkan UIN SU Medan dan juga mereka bertanggung jawab untuk mengendalikan media sosial yang berkaitan dengan UIN SU dan juga yang diharapkan dapat membuat citra atau nama UIN SU Medan semakin harum.(Humas Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)



#### **D. Tugas Humas**

Tugas Humas di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara antara lain :

- Memberikan Informasi Yang layak di Publikasikan
- Membuat Rilis Tentang UIN SU Medan
- Sosialisasi
- Menjalin Hubungan Baik antara Internal maupun Eksternal Lembaga.

( Humas Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)

#### **Pencapaian Kinerja Humas**

Dilihat dari kemajuan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang mana Telah terlihat perubahan yang signifikan, salah satunya ialah dari segi Eksistensi yang semakin banyak dikenal orang tidak hanya dari segi eksistensinya namun juga dari segi peminatan, banyak siswa yang mulai melirik UIN SU Medan dan mereka ingin melanjutkan studinya, pencapaian ini tidak lepas dari kerja keras humas UIN SU Medan yang selalu memberikan yang terbaik demi memajukan UIN SU Medan.

## **E. Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian penulis akan memaparkan hasil penelitian yang penulis peroleh dari hasil wawancara dan dikaitkan dengan teori yang penulis bahas di bab sebelumnya, jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif yang mana penelitian ini menggunakan metode wawancara secara mendalam terhadap narasumber yang telah dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Wawancara juga dilakukan dengan memberikan pertanyaan – pertanyaan yang dibutuhkan oleh peneliti untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini. Adapun hasil penelitian yang diperoleh peneliti yang diuraikan dalam bentuk narasi, sebagai berikut :

### **1. Bagaimana korelasi pola komunikasi interpersonal terhadap sistem kinerja Humas UIN SU**

Hubungan Komunikasi Interpersonal dengan kinerja pegawai Humas UIN SU yang ditinjau dari indikator penampilan dan sikap kerja dimana peneliti melihat langsung ke lapangan dan hubungan komunikasi interpersonal terhadap pegawai Humas UIN SU sudah berjalan dengan baik. Yang peneliti juga ambil dari hasil wawancara kepada Pegawai Humas UIN SU adapun wawancara sebagai Berikut :

Menurut Yunni Salma Nasution, MM (Selaku Kepala Humas),  
“Sangat penting karna kami sebagai humas juga tidak bias lepas dari komunikasi apalagi menyangkut dengan kinerja yang ada disini”

Menurut Mimi Sahira ( Selaku Staf Humas ), “Itulah yang menjadi salah satu prinsip kami menjadikan komunikasi yang baik antara sesama pegawai”

Menurut Ok Muhammad Arfan Afandi (selaku Asisten Humas ), “Saya juga selalu memprioritaskan hubungan komunikasi yang baik sesama pegawai dalam bekerja” (wawancara diambil pada 20 oktober 2019)

Dari wawancara diatas dapat dilihat bahwa komunikasi sangat penting dilakukan terutama dalam berorganisasi karena kesuksesan dalam berorganisasi juga dapat dilihat dari cara mereka berkomunikasi peneliti juga berharap agar komunikasi yang terjalin sesama pegawai ini terus berjalan dengan baik.

## **2. Apa kendala Komunikasi Interpersonal dalam meningkatkan Sistem kinerja Humas UIN SU**

Dalam suatu organisasi pastinya banyak memiliki kekurangan atau kendala yang dihadapi oleh organisasi tersebut salah satunya pada Humas UIN SU yang juga tidak lepas dari suatu kendala baik itu serius maupun tidak seperti yang disampaikan pegawai humas UIN SU yang disampaikan melalui wawancara kepada peneliti.

Menurut Yunni Salma Nasution, MM ( Selaku Kepala Humas ),  
“ Selama Belum Pernah mengalami kendala yang terlalu hebat karna pegawai yang ada di Humas ini sudah saya kenal lama tapi kalau

bebicara soal sumber daya manusia memang disini sangat membutuhkan staff karna disini jugak sdm nya kurang tapi itu tidak menjadi suatu ancaman di humas ini dan kami terus berusaha agar terwujudnya Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang Juara”

Menurut Mimi Sahira ( Selaku Staf Humas ), “Gak ada si selama ini untuk internal nya tapi kalok eksternal nya pernah semacam miss komunikasi gitu misalnya kepada fakultas biasanya”

Menurut Ok Muhammad Arfan Afandi ( Selaku Asisten Humas ), “Selama saya bertugas di Humas ini saya gak ada mengalami kendala”  
(wawancara diambil pada 24 Oktober 2019)

Dari wawancara diatas dapat dilihat bahwa komunikasi internal humas yang ada di UIN SU tidak mengalami kendala namun dari segi Sumber daya manusianya (SDM) juga adalah kendala yang harus diselesaikan untuk mewujudkan tujuan humas UIN SU.

### **3. Apakah Komunikasi Interpersonal di Humas UIN dalam meningkatkan Sistem pegawai sudah berjalan baik**

Dalam Pertanyaan ke 3 ini peneliti meningkatkan keefektifan komunikasi Interpersonal yang juga teramsuk untuk membantu menjawab pertanyaan diatas. Menurut (Devito, 1997) dalam bukunya yang berjudul Hubungan antara manusia yang di tulis di jurnal Nurhayati dan siska maria yang mengatakan bahwa terdapat beberapa perspektif yang dapat memperkuat komunikasi Interpersonal yaitu :

## ii. Perspektif humanistic Perspektif

Humanistic menekankan pada keterbukaan, empati sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan menciptakan interaksi yang bermakna, jujur, dan memuaskan. Berikut penjabaran yang lebih luas dalam sudut pandang ini :

- a. Keterbukaan (openness)
- b. Empati (empathy)
- c. Sikap mendukung (supportiveness)
- d. Sikap positif (positiveness)

## ii. Perspektif pragmatis

Perspektif pragmatis memusatkan pada manajemen dan kesegaran interaksi yang digunakan oleh komunikator melalui perilaku yang spesifik untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Model ini menawarkan lima kualitas efektivitas, yakni:

- a. Kepercayaan diri (confidence)
- b. Kebersatuan (immediacy)
- c. Manajemen interaksi (interaction management)
- d. Daya ekspresi (expressiveness)

## iii. Perspektif pergaulan sosial

Perspektif pergaulan sosial pada model ekonomi imbalan (reward) dan biaya(cost). Suatu hubungan diasumsikan sebagai suatu kemitraan dimana imbalan dan biaya saling dipertukarkan. Ketiga perspektif ini tidak dapat dipisahkan satu persatu, melainkan harus saling melengkapi,

karena setiap perspektif tersebut membantu kita untuk dapat memahami komunikasi dalam menyelesaikan konflik sebuah hubungan secara efektif. Komunikasi interpersonal dinyatakan efektif bila pertemuan komunikasi merupakan hal yang menyenangkan

Untuk menyempurnakan hasil jawaban yang akan menjawab pertanyaan diatas peneliti juga melakukan wawancara kepada narasumber yang bersangkutan agar jawaban yang akan didapatkan valid dan benar adanya.

1. Apakah pegawai yang berada di humas ini memiliki sifat keterbukaan sesama pegawai

Yunni Salma, MM selaku Kepala Humas “ iya itu pasti kalau selagi itu menyangkut tentang pekerjaan”

Mimi Sahira selaku staff Humas” iya disini juga harus ada keterbukaan sesama pegawai agar kita juga tidak ada kesalah pahaman sesame pegawai”

2. Apakah pegawai disini memiliki sikap empati

Yunni Salma Nasution, MM ( Selaku Kepala Humas), “ Iya itu sudah jelas karna juga kita selalu memberikan motivasi dan kerja langsung agar kita juga memiliki kepuasan tersendiri”

Ok Muhammad Arfan Afandi ( Selaku Asisten Humas), “ iya disini semua pegawai nya selalu membantu pekerjaan yang memang bukan tugasnya”

3. Apakah humas disini memiliki kesetaraan yang sesama

Yunni Salma Nasution, MM (Selaku Kepala Humas), “ya disini tidak pernah memandang perbedaan sesama pegawai maupun kepada staff bagi saya semua yang disini adalah satu tim”

Mimi Sahira (Selaku Staf Humas), “kami tidak pernah memandang rendah kepada yang lain”

4. Apakah humas disini memiliki sikap perediksi yang baik sesama pegawai  
Yunni Salma Nasution, MM (Selaku Kepala Humas), “ya daya prediksi pegawai humas ini cukup kuat yang mana selalu peka kepada pegawai yang lainnya”

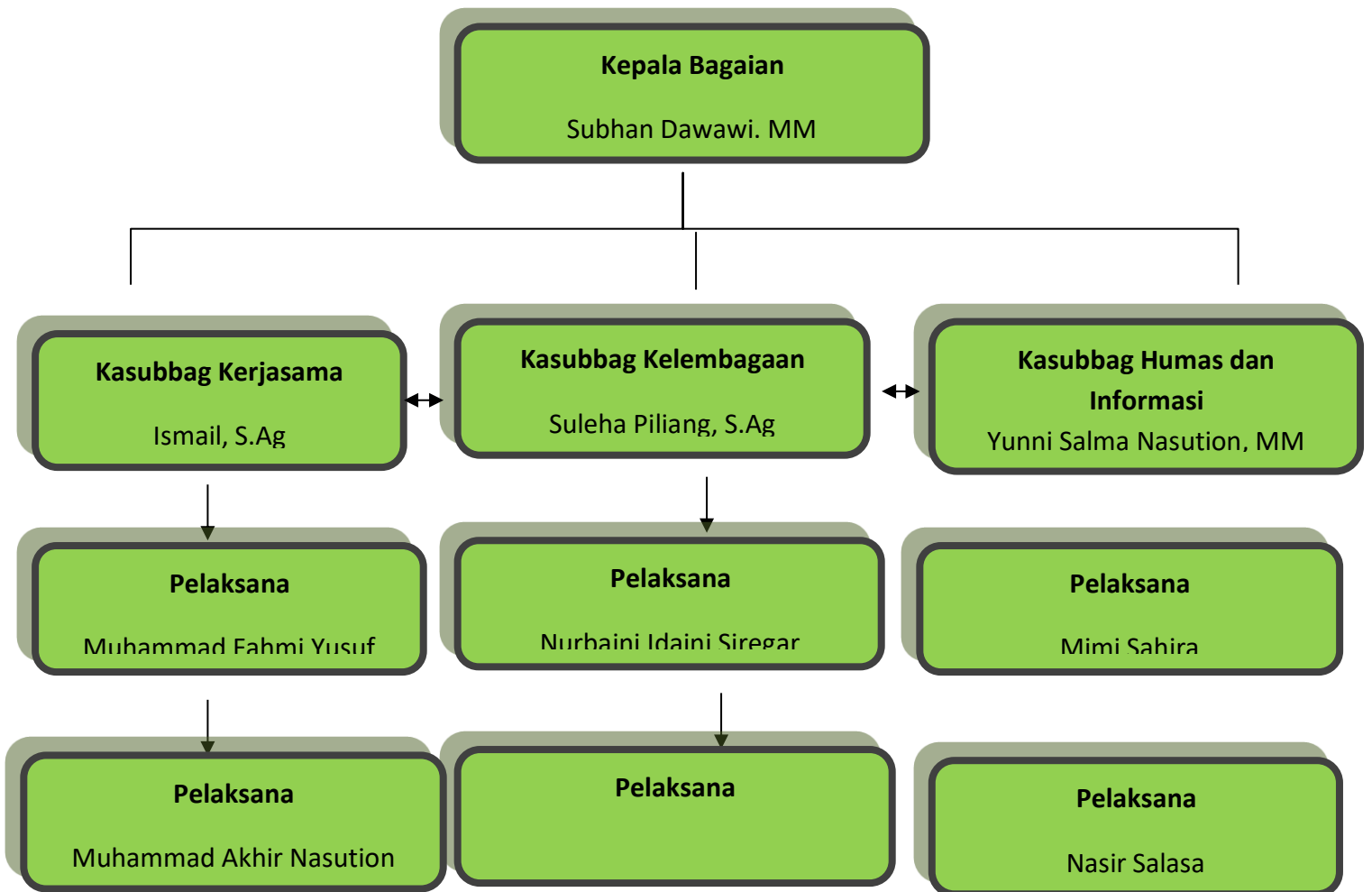
5. Apakah disini pernah mengalami kegagalan dalam menjalankan tugas  
Yunni Salma Nasution, MM (Selaku Kepala Humas), “Pernah tapi itu tidak merusak atau malah menjadi kelamahan pada saat itu tapi kami terus memperbaiki dan menjadikan suatu pembelajaran kedepannya lagi”

Ok Muhammad Arfan Afandi (Selaku Asisten Humas), “ Saya belum pernah mengalami hal seperti itu selama ini aman dan terkendali”.(Wawancara Diambil pada 25 Oktober 2019)

Hasil wawancara diatas dapat dilihat bahwa komunikasi interpersonal yang terjalin di humas UIN SU sangat baik karena dapat dilihat dari kemajuan UIN SU sekarang yang mana semakin maju dan terus berkembang tidak hanya itu peminat yang ingin melanjutkan pendidikannya juga sudah mulai melirik UIN SU, semua itu juga tidak lepas dari tekad para pegawai Humas tersebut yang mana mereka melakukan kerja sama yang baik demi memajukan UIN SU Juara.

**STRUKTUR ORGANISASI KERJASAMA KELEMBAGAAN DAN  
HUMAS UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN**

**TAHUN 2019 – 2020**





## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, Pola komunikasi Humas Universitas Islam Negeri Sumatera Utara ini sudah berjalan sangat baik dengan didukung adanya Keterlibatan pegawai untuk memajukan dan mewujudkan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang Juara. Hal ini dapat dilihat dari pembahasan sebelumnya yang mana komunikasi Interpersonal dapat berjalan efektif dengan adanya perspektif komunikasi Interpersonal dan diantaranya ialah :

1. Perspektif humanistic
2. Perspektif pragmatis
3. Perspektif pergaulan sosial

Dan hambatan yang ditemukan didalam penelitian adalah jurang nya Sumber Daya Manusia (SDM) namun Humas UIN SU menyebutkan bahwa itu bukanlah suatu ancaman tapi menjadikan pembelajaran kedepannya dan berusaha untuk membuat yang lebih baik lagi

Dan temuan yang telah peneliti lakukan telah terpenuhi segala perspektif komunikasi interpersonal yang ada di Humas tersebut dalam hal komunikasi memang segala bentuk organisasi sangat diperlukan karena juga keberhasilan suatu organisasi atau lembaga dapat dikatakan berhasil jika hubungan antara

manusia yang ada didalamnya juga berjalan dengan baik dan saling membantu dan bukan saling menjatuhkan sesama pegawai dan peneliti juga berharap agar humas Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dapat menjaga komunikasi mereka agar dapat terwujudnya Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang Juara.

## **B. Saran**

Di harapkan dalam penelitian ini Humas Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dapat menambah hubungan baik sesama pegawainya yang mana dalam hubungan manusia itulah maka akan muncul suatu organisasi yang baik tidak hanya hubungan antar manusianya tetapi juga komunikasinya, dan diharapkan SDM yang ada dihumas UIN SU juga dapat bertambah dan memiliki kriteria yang dibutuhkan oleh Humas itu sendiri .

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus M. Hardjana, (2003). *Komunikasi Intrapersonal & Interpersonal*. Kanisius.
- Alo liliweri, (1997). *Komunikasi antar Pribadi*. Bandung. Citra Aditya Bakti.
- Arni Muhammad, (2004). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Cutlip, Scott M., Center, Allen H, dan Broom, Glen M, (2007). *Effective Public Relation*. Jakarta : Kencana
- Darwati Yuli, (2015) *Upaya Mencari Solusi atas Keterlambatan Mahasiswa dalam Studi di Prodi Psikologi Islam STAIN Kediri* Jakarta : Kencana
- Effendy, OnongUchjana, (2000). *Ilmu Komunikasi dan Praktek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- H, Hafied Canggara, (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Jefkins, (2004). *Frank Public Relation*. Jakarta : Erlangga.
- Moelong, Lexy J, (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Onong Uchjana Effendy, (2007). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Puspita Tresna (2019). *Strategi komunikasi humas dinas pemuda dan olahraga dan pariwisata kabupaten kuningan jawa barat dalam mensosialisasikan program sentra atletik*. Universitas PROF.DR Moestopo (Beragama )

Ruslan Rosady, (2008). *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi*. Jakarta : n RajaGrafindo.

Surbakti Nurhayati dan Maria Siska,(2008) *Pengaruh kredibilitas pegawai dalam komunikasi interpersonal terhadap s 63 asabah pada perusahaan*. Ilmu Administrasi Bisnis. Universitas Katolik dan Universitas padjajaran)

Tanzeh, Ahmad, (2009). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Teras.

Ulimaz Rachma Kay (2014)*Tinjauan aktivitas humas dalam meningkatkan citra baik pada perusahaan daerah ait minum tirta musi Palembang*.

[https:// katamasa.com.cdn](https://katamasa.com.cdn) diakses pada tanggal 2 oktober 2019

## LAMPIRAN



