

**PERAN PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN KOMUNIKASI
PUBLIK INTERNAL DI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA
UTARA**

SKRIPSI

**Ditujukan untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat
mencapai gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom)**

OLEH:

**JON FAHMI OSKANDAR
NIM. 0603153042**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI



**FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

**PERAN PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN KOMUNIKASI PUBLIK
INTERNAL DI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

SKRIPSI

Diajukan untuk melengkapi tugas-tugas dan syarat-syarat memperoleh gelar sarjana Ilmu komunikasi (S.Ikom)

Oleh

Jon Fahmi Oskandar
NIM: 0603153042

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pembimbing I



Muhammad Husni Ritonga, MA
Nip. 197502152005011006

Pembimbing II



M. Yose Rizal Saragih, M.Ikom
Nip. 197411142000031001

Kepala Jurusan



Dr. Hasan Sazali, MA
Nip. 19760222 200701 1018

**FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

MEDAN

2019



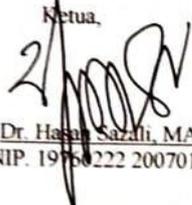
KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL
Jl. Willem Iskandar Pasar V telp. 6615683-662292, Fax 6615683 Medan Estate 20731

SURAT PENGESAHAN

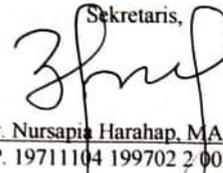
Skripsi berjudul "**Peran Public Relations Dalam Membangun Komunikasi Publik Internal Di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara**" atas nama Jon Fahmi Oskandar, Nim. 0603153042 Program Studi Ilmu Komunikasi telah dimunaqasyahkan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara Medan pada tanggal 16 Agustus 2019. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi.

Panitia sidang Munaqasyah skripsi
Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara Medan

Ketua,


Dr. Hasan Sazali, MA
NIP. 19750222 200701 1 018

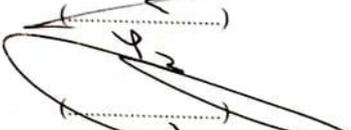
Sekretaris,


Dr. Nursapia Harahap, MA
NIP. 19711104 199702 2 002

Anggota penguji,

1. Dr. Anang Anas Azhar, MA
NIP. 19741004 201411 1 101
2. Dr. Nursapia Harahap, MA
NIP. 19711104 199702 2 002
3. Muhammad Husni Ritonga, MA
NIP. 19750215 200501 1 006
4. Yoserizal Saragih, M. Ikom
NIP. 19741114 200003 1 001



Mengetahui,
Dekan FIS UIN SU

Prof. Dr. Ahmad Qorib, MA
NIP. 19580414 198703 1 002

Medan, 17 Juli 2019

Nomor:

Lampiran :

Hal : Skripsi

Kepada Yth

Bapak Dekan Fakultas Ilmu Sosial

UIN Sumatera Utara

Di tempat

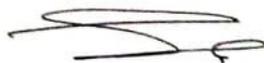
Assalamualaikum wr wb

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk kesempurnaan skripsi mahasiswa atas nama Jon Fahmi Oskandar Nim. 0603153042 yang berjudul "*Peran Public Relations Dalam Membangun Komunikasi Publik Internal Di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Jl. Willem Iskandar Medan Estate, Medan*". Kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk memenuhi tugas-tugas dan melengkapi syarat mencapai gelar Sarjana pada Fakultas Ilmu sosial Program studi Ilmu Komunikasi UIN Sumatera Utara.

Mudah-mudahan dalam waktu dekat saudara tersebut sudah dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang Munaqasyah. Demikian untuk dimaklumi atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalam

Pembimbing I



Muhammad Husni Ritonga, MA

Nip. 197502152005011006

Pembimbing II



M. Yose Rizal Saragih, M.Ikom

Nip. 197411142000031001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jon Fahmi Oskandar
NIM : 0603153042
Tempat/ Tgl. Lahir : Tolang julu, 25 03 1996
Pekerjaan : Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial UIN SU Medan
Alamat : Jl. Tempuling Gang. Ibu, Medan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang berjudul "**Peran Public Relations Dalam Membangun Komunikasi Publik Internal Di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara**", adalah benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya.

Apabila terjadi kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya. Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sesungguhnya.

Medan, 15 Agustus 2017

Yang membuat pernyataan



Jon Fahmi Oskandar

NIM: 0603153042

Abstrak

Jon Fahmi Oskandar, 2019, *Peran Publik Relations Dalam Membangun Komunikasi Publik Internal di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, “Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan”

KEYWORD: Peran Public Relation, Internal Public relation, Public Relations, Komunikasi Organisasi

Penelitian ini dilatarbelakangi keingintahuan peneliti mengenai Peran Humas/ PR dalam membangun komunikasi dengan publik Internal. Yang menjadi fokus penelitian adalah Internal karena menurut peneliti, hubungan Publik Internal sering terabaikan fungsinya oleh Humas karena urusan Eksternal yang lebih luas dan rumit. Selain itu, konsep mengenai birokrasi yang bertolak belakang dengan prinsip Public relations mengenai etika dan melayani publik dengan baik. Penelitian ini meneliti kegiatan PRO di Internal UIN SU, hambatan Public relation officer (PRO) menjalankan fungsinya dan mewujudkan Two way traffic communication dalam Organisasi dengan sistem Birokrasi di UIN Sumatera utara, Bagaimana PRO mengatasi masalah-masalah yang dihadapi anggota organisasi?, Bagaimana PRO berperan dalam komunikasi organisasi di UIN SU?.

Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif deskriptif. Teori menggunakan teori Komunikasi organisasi dan pendekatan komunikasi organisasi serta Teori Human Relations, sedangkan kerangka konsepnya adalah Public relations, Peran Public Relations, Internal Public Relations dan Ruang lingkup Public Relations. Berdasarkan hasil penelitian, Humas UIN SU sudah melaksanakan perannya dengan baik. Yang perlu dievaluasi adalah memperhatikan Psikologi sosial (*Human relation*) dalam berkomunikasi dengan karyawan, bukan hanya hubungan antarmanusia biasa tetapi menyangkut hal rohaniyah, membantu dalam komunikasi organisasi serta menyadari pentingnya menjaga hubungan dengan publik Internal.

Kata Pengantar

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran ALLAH Swt yang telah memberikan nikmat kesehatan dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa shalawat beriring salam ke ruh junjungan nabi Muhammad Saw.

Skripsi ini ditujukan sebagai syarat memperoleh gelar sarjana pada program studi Ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. Adapun judul Skripsi penulis adalah **“Peran Public Relations Dalam Membangun Komunikasi Publik Internal Di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan”**.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak yang turut membantu penulis menyelesaikan skripsi serta yang memberi dukungan baik secara materil maupun non materil, tanpa mereka penulis tidak bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Secara khusus penulis ucapkan terima kasih kepada kedua orang tua saya Ayahanda Alm. Middin Hsb dan Ibu saya Dasima Harahap yang telah membesarkan dan membimbing saya dengan baik, karena doa dan restu mere penulis dapat menyelesaikan studi ini.

1. Terima kasih kepada rektor UIN SU Prof. Dr. Saidurrahman, M.Ag
2. Prof. Dr. Ahmad Qorib, MA dekan Fakultas Ilmu Sosial
3. Dr. Hassan Sazali Ketua prodi Ilmu komunikasi
4. Dr. Nursapiah Harahap sekretaris jurusan Ilmu komunikasi
5. Pembimbing I Muhammad Husni Ritonga, MA dan pembimbing II M. Yose Rizal Saragih, M.Ikom yang telah menyempatkan waktunya membimbing peneliti
6. Staff jurusan ilmu komunikasi yang mengurus administrasi termasuk bg Rizki
7. Bu Saripah yang banyak mengurus surat penelitian

8. Jajaran bagian Akademik
9. Pegawai Birokrasi UIN SU yang telah membantu urusan kemahasiswaan
10. Dosen FIS yang memberikan ilmu serta support
11. Ibu Yunni salma, Mimi dan kak Indah selaku Humas UIN SU dan informan penelitian
12. Keluargaku kakak dan abang yang menyokong peneliti baik secara materil maupun non materil penulis ucapkan terima kasih
13. Sahabat teman sekelas dan teman KKN

Penulis menyadari masih ada kekurangan dan kesalahan penelitian karena kurangnya pengetahuan dan ketelitian, untuk itu jika ada kritik dan saran membangun sangat diharapkan.

Medan, 15 Juli 2019

Penulis

Daftar Isi

Pernyataan

Abstrak

Kata Pengantari

Daftar Isiiv

Bab I Pendahuluan1

- A. Latar belakang masalah 1
- B. Rumusan masalah 5
- C. Tujuan penulisan 5
- D. Manfaat penulisan 6
- E. Defenisi Konseptual 6
- F. Telaah pustaka 7
- G. Metode penelitian 10
 - 1. Pendekatan dan jenis penelitian 10
 - 2. Lokasi dan waktu penelitian 10
 - 3. Tahap-tahap penelitian 11
 - 4. Informan penelitian 11
 - 5. Teknik pengumpulan data 12
 - 6. Teknik analisis data 13
 - 7. Pengujian kredibilitas data 15

Bab II Tinjauan Pustaka17

- A. Kerangka Teori 17
 - 1. Komunikasi Organisasi 17
 - 2. Arus Komunikasi Organisasi (*Internal Communications*) 19
 - 3. Pendekatan dalam komunikasi organisasi 20

a. Pendekatan struktural dan fungsi organisasi (Teori Birokrasi).....	20
b. Pendekatan hubungan manusiawi.....	23
4. Teori Hubungan manusiawi (Human Relation).....	27
B. Kerangka konsep.....	29
1. Public relations.....	29
2. Peran Public relation.....	32
3. Internal Public relation.....	36
4. Ruang lingkup Humas (PR).....	37
Bab III Hasil dan Pembahasan.....	39
A. Profil Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN SU) Medan.....	39
B. Hasil dan Pembahasan.....	41
1. Kegiatan Public Relations Officer di Internal UIN SU.....	41
2. Hambatan Public relations officer (PRO) menjalankan fungsinya dan mewujudkan Two way traffic communications di UIN SU.....	45
3. Upaya Public Relations Officer mengatasi masalah-masalah anggota organisasi.....	51
4. Peran Public Relations Officer dalam komunikasi organisasi di UIN SU.....	55
Bab V Penutup	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran.....	59
Daftar Pustaka.....	60
Lampiran	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah

Organisasi merupakan hal yang menarik untuk dikaji. Terdapat ilmu yang mengkaji mengenai organisasi seperti Ilmu Management dan Ilmu komunikasi. Menurut Everett M. Rogers dan Rekha Agarwala dalam bukunya “*Communication in organizations*” yang menyatakan bahwa Organisasi adalah “Sistem yang mapan dari orang-orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui suatu jenjang kepangkatan dan pembagian kerja”. (Effendy uchjana onong: 2009, 2).

“Management dan organisasi dapat diibaratkan sebagai jiwa dan raga” (Effendy uchjana onong: 2009,1). Organisasi tanpa management tidak bisa berjalan, begitupun sebaliknya. Menurut Terry management adalah “Proses yang khas, yang terdiri dari tindakan-tindakan: Perencanaan, pengorganisasian, penggiatan dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lain” (Effendy uchjana onong: 2009, 6).

Kegiatan management didalam organisasi tersebut terdapat dalam Internal organisasi. Dalam organisasi terdapat publik yang terlibat dalam menjalankan sistem dan aktivitas organisasi. Publik tersebut terbagi kedalam tingkatan jabatan (atasan-bawahan) serta pembagian kerja yang bergantung satu sama lain (sistem) hal ini sering disebut dengan strukture organisasi. Dalam menjalankan sistem tersebut, pastinya dibutuhkan komunikasi yang lancar antara pimpinan ke bawahan, bawahan ke pimpinan, maupun departemen yang sejajar tingkatannya.

Komunikasi yang ideal adalah komunikasi dua arah (*two way traffic communications*), tidak hanya komunikasi dari atasan saja ke bawahan tetapi juga

dari bawah ke atasan. Sering kali kita temui dalam organisasi dengan sistem management klasik sering mengabaikan opini serta aspirasi karyawan akibat asumsi negatif seperti perbedaan level dan merendahkan karyawan, dalam perspektif humanis hal ini tidak manusiawi karena karyawan merupakan pihak yang perlu dijaga dan dihargai.

Selain komunikasi interaktif antara atasan dan bawahan, juga diperlukan komunikasi dua arah antar individu yang selevel jabatannya, tujuannya adalah menjalin relasi, berdiskusi, berbagi, hiburan, berkoordinasi dan sebagainya. Efeknya adalah harmonisasi maupun kekeluargaan antara pimpinan dan bawahan, bawahan dengan bawahan sehingga terciptanya saling pengertian. Hal ini juga akan meredam konflik kepentingan karyawan, dimana karyawan memiliki masalah pribadi masing-masing yang harus dipisahkan dari pekerjaan.

Jika pimpinan berhasil melakukan komunikasi dua arah dan menciptakan suasana harmonis dengan karyawan seperti paragraf di atas berarti pimpinan telah melakukan metode *Public relation* dalam pimpinannya. Salah satu cirinya adalah komunikasi yang berlangsung dua arah secara timbal balik. Dalam hal ini, "Purel merupakan suatu kegiatan komunikasi yang khas sehingga pimpinan dalam suatu organisasi bagaimanapun juga kecilnya dapat melaksanakan Purel" (Effendy uchjana onong: 2009, 95).

Semakin besar organisasinya semakin rumit pula managementnya, sehingga semakin luas pula ruang lingkup Purel yang harus dilakukan. Hal tersebut tidak mungkin dilaksanakan oleh Top manager sendiri. Karenanya 'Kegiatan komunikasi yang khas' tersebut dapat dilembagakan dalam bentuk biro (*State of being*). Sedangkan pejabat yang ditugaskan untuk memimpinya dinamakan *Public relation officer* (PRO) ataupun Humas. Sehingga pimpinan lebih fokus terhadap pekerjaannya, sedangkan urusan relasi dengan publik diserahkan kepada unit PRO'.

Mungkin tanpa PRO komunikasi dalam organisasi akan tetap berjalan lancar, karena pimpinan masih dapat menangani komunikasi tersebut serta masalah yang timbul. Tetapi jika organisasi tersebut besar akan sulit menyeimbangkan antara mengurus publik (*Internal-eksternal*) dengan pekerjaannya sebagai pimpinan. Jika hal ini dibiarkan dan diabaikan, seringkali akan muncul masalah dan konflik akibat tidak lancarnya arus komunikasi baik secara vertikal maupun horizontal.

Ditambah lagi jika seorang pimpinan tidak paham mengenai konsep PR dan menekankan hanya pada hasil kerja mengesampingkan aspek kemanusiaan. Karyawan pun kurang diperhatikan kesejahteraannya sehingga terjadi penurunan kinerja yang berakibat pada penurunan produktivitas dan pencapaian tujuan tertunda. Karyawan adalah subyek yang perlu diberikan komunikasi yang menggugah perasaan, memotivasi serta persuasif. Sehingga karyawan maupun bawahan merasa dihargai dan berusaha untuk organisasi.

Dalam teori, manager atau pimpinan dalam organisasi yang menerapkan management klasik sering menekan karyawan dengan perintah yang kasar dan semena-mena, pekerja dituntut untuk melakukan pekerjaan sebaik mungkin dan se ideal mungkin, sedikit saja kesalahan akan mendapat teguran maupun sanksi. Hal tersebut akan membuat tegang, tertekan serta luka dihati karyawan sehingga menyebabkan penurunan kinerja secara tidak langsung. Organisasi seharusnya memahami bahwa pekerja memasuki suatu organisasi memiliki harapan serta cita-cita selain itu juga perlu dihargai atas hasil kerja kerasnya.

PRO memiliki peran yang strategis dalam komunikasi organisasi, lancarnya aktivitas organisasi serta suasana kondusif, harmonis dan aman tidak lepas dari peran PR. Dimana selain menjalin relasi dan berkomunikasi dengan pihak luar (*eksternal*), PR tidak boleh mengabaikan hubungan publik Internal. Karena Internal termasuk dalam ruang lingkup PR. PR adalah pihak yang lebih tahu mengenai peristiwa di dalam organisasi, karena yg mengklarifikasi serta

menjaga citra organisasi ke media atau pihak luar adalah PR, tentu isu negatif harus mampu diklarifikasi atau diframing ke masyarakat.

PR memiliki ruang lingkup yang luas yaitu Publik Internal atau orang yang ada di dalam organisasi serta Publik eksternal yaitu yang berada di luar organisasi yaitu masyarakat luas. Karena luas dan kompleksnya tugas humas sehingga tidak memungkinkan seluruh khalayak harus dilayani dan seluruh tugas harus dilakoni. Hal ini mungkin keterbatasan daya dan dana, karena humas berada di naungan suatu organisasi yang tentu saja memiliki pengeluaran yang tidak sedikit. Seperti yang diungkapkan oleh Morissan (2008) dalam bukunya "*Managemen PR: Stratgi menjadi Humas profesional*" menurutnya, "Dewasa ini praktisi Humas sudah harus memfokuskan pekerjaannya pada khalayak tertentu saja, ini berarti tidak semua khalayak harus dilayani. Menurutny, khalayak Humas baik kelompok maupun orang-orang yang berhubungan dan berkomunikasi dengan perusahaan, baik internal maupun eksternal pada dasarnya sangat luas dan kompleks, tidak mungkin semuanya bisa dilayani".

Karena luasnya ruang lingkup tersebut, dibutuhkan management PR yang mengurus masing-masing tugas PR tersebut, setiap staff mengurus tugas masing-masing. Bahkan hubungan publik Internal sering terabaikan karena lebih fokus kepada hubungan eksternal seperti publikasi.

UIN SU merupakan Universitas Islam Negeri dibawah Kementrian Agama Republik Indonesia. Sebagai Universitas negeri, UIN SU terikat dengan regulasi, SOP, birokrasi serta protokoler yang berlaku. UIN SU merupakan organisasi dengan pendekatan birokrasi. Dimana menurut Weber mengenai birokrasi adalah konsep mengenai kekuasaan, wewenang dan legitimasi (Syaiful: 2016, 136). Dalam Birokrasi, komunikasi lebih ditekankan dari atasan ke bawahan.

Birokrasi merupakan salah satu perspektif objektif mengenai organisasi. Menurut Syaiful mengenai Komunikasi organisasi dalam perspektif objektif, "...

Memiliki tradisi kerja mekanistik dengan aturan kerja yang ketat dan hubungan hierarkis yang jelas. Komunikasi organisasi dalam perspektif ini masih dilihat sebagai suatu proses yang terstruktur, terorganisasi, tertata rapi dan berproses sesuai aturan yang telah ditetapkan” (Syaiful: 2016, 146).

Sedangkan komunikasi yang ideal itu adalah komunikasi dua arah seperti yang dibahas sebelumnya. “Begitupun aktivitas Public Relations sehari-hari adalah menyelenggarakan komunikasi dua arah antara lembaga dengan publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya tujuan tertentu perusahaan” (nova Firsan: 2014, 23). Sedangkan dalam birokrasi, komunikasi dari atasan ke bawah adalah satu arah, juga memiliki hubungan *Hierarki* yang jelas antara bawahan dengan atasan. Hal ini bertolak belakang dengan prinsip PR serta *Human relations* yang menyelenggarakan komunikasi dua arah serta mengurangi hubungan *Hierarki* yang jelas tersebut.

Allah Swt melarang menyakiti sesama manusia terutama orang mukmin dan mukminat, sebagai sesama manusia seharusnya kita hidup aman saling berdampingan saling menghargai dan menghormati, supaya tidak terjadi konflik yang merugikan. Allah Swt berfirman :

مُبَيِّنًا وَإِنَّمَا بُهْتَانًا احْتَمَلُوا فَقَدْ اِكْتَسَبُوا مَا بَعِيرٍ وَالْمُؤْمِنَاتِ الْمُؤْمِنِينَ يُؤْذُونَ وَالَّذِينَ

Artinya: “Dan orang-orang yang menyakiti orang-orang yang mukmin dan mukminat tanpa kesalahan yang mereka perbuat, maka sesungguhnya mereka telah memikul kebohongan dan dosa yang nyata”. (Q.S. Al-Ahzab : 58).

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti mengangkat judul “**Peran PR Dalam Membangun Komunikasi Publik Internal Di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara**”.

B. Rumusan Masalah

1. Apa saja kegiatan PRO di Internal UIN SU?
2. Apa hambatan Public relation officer (PRO) menjalankan fungsinya dan mewujudkan Two way traffic communication dalam Organisasi dengan sistim Birokrasi di UIN Sumatera utara?
3. Bagaimana PRO mengatasi masalah–masalah yang dihadapi anggota organisasi?
4. Bagaimana PRO berperan dalam komunikasi organisasi di UIN SU?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui kegiatan PRO di Internal UIN SU.
2. Mengetahui hambatan *Public relation officer* (PRO) menjalankan fungsinya dan mewujudkan *Two way traffic communication* dalam Organisasi dengan sistim Birokrasi di UIN Sumatera utara .
3. Mengetahui bagaimana PRO mengatasi masalah–masalah yang dihadapi anggota organisasi.
4. Mengetahui peran PRO dalam komunikasi organisasi di UIN SU.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik
 - a. Menambah wawasan dan pengetahuan baru khususnya bagi mahasiswa untuk memahami lebih jauh mengenai PR.
 - b. Diharapkan dapat menjadi bahan kajian untuk penelitian selanjutnya
 - c. Sebagai pengembangan ilmu komunikasi khususnya bidang Public Relations.
2. Manfaat Praktis
 - a. Dapat menjadi bacaan bermanfaat bagi praktisi PR maupun Mahasiswa.
 - b. Memperkaya penelitian mengenai PR bagi Prodi Ilmu Komunikasi dan Fakultas Ilmu Sosial.

E. Defenisi Konseptual

Menurut Abu Ahmadi “ ‘Peran adalah suatu kompleks pengharapan manusia terhadap caranya individu harus bersikap dan berbuat dalam situasi tertentu yang berdasarkan status dan fungsi sosialnya’ sedangkan menurut Soerjono soekanto, ‘Peran merupakan aspek dinamis kedudukan (status), apabila seseorang melakukan hak dan kewajibanya sesuai dengan kedudukanya, maka ia menjalankan suatu peranan’ “ (S.Fahrizal: 2011, 12). Peran yang peneliti maksud adalah Peran dari Public Relation Officer (PRO) atau sering disebut Humas itu sendiri di dalam organisasi.

Public relation dalam buku PR War (Nova Firsan: 2014, 20) adalah “Bidang yang berkaitan dengan mengelola citra dan reputasi seseorang ataupun sebuah lembaga di mata publik”. Dalam hal ini PR yang peneliti maksud adalah Humas di UIN Sumatera utara.

“Public Internal adalah publik yang mejadi bagian dari unit / badan / perusahaan atau organisasi itu sendiri. Contoh: karyawan, pimpinan, Manager dan pemegang saham” (Ruslan rosady: 2017, 23). Publik yang peneliti maksud adalah Publik yang terlibat secara formal di Internal UIN SU.

F. Telaah Pustaka

Kartika Anggara, “*Peran Public Relation Dalam Menjalin Hubungan Dengan Public Internal Melalui Media Internal Perusahaan (Studi Kasus: Media Sosial Internal Berbasis Web pada PT. Anabatic Technologies)*”. Dalam penelitian ini NEA (eNEws at Anabatic), NEA ini merupakan *newsletter* PT. Anabatic Technologies yang diterbitkan setiap sebulan sekali pada akhir bulan melaluimedia online. Dalam NEA ini, *Public Relations* (PR) menyediakan *Anabatician’s Voice* yang digunakan untuk menampung aspirasi dari karyawan.

NEA sangat bermanfaat bagi publik internal untuk dapat mengetahui informasi-informasi mengenai hal-hal apa saja yang telah terjadi pada setiap bulan di PT. Anabatic Technologies, seperti *event-event* apa saja yang telah dilakukan, *Upcoming Events*, penghargaan-penghargaan apa saja yang telah diperoleh oleh perusahaan, *Project Win Wire*, ucapan selamat datang kepada karyawan-karyawan yang baru bergabung di PT. Anabatic Technologies, pengumuman sayembara, dan lain sebagainya. Dengan adanya NEA menunjukkan bahwa *Public Relations (PR)* PT. Anabatic Technologies aktif dalam kegiatan internal perusahaan. NEA yang dilaksanakan PR perusahaan tersebut sangat membantu dan memotivasi karyawan untuk lebih giat bekerja dan menyelesaikan pekerjaannya dengan baik. Media online perusahaan tersebut bukan hanya untuk Public Internal tetapi juga Public eksternal dapat melihat aktivitas di dalam perusahaan tersebut sehingga tercipta keterbukaan dan citra serta opini positive. Perbedaan dengan penelitian peneliti adalah penelitian ini lebih fokus terhadap Media internal sedangkan penelitian peneliti lebih kepada hubungan langsung dengan public internal dan keseluruhan yang terjadi di Internal perusahaan. Sedangkan kesamaan adalah membahas mengenai internal Public Relation .

Skripsi Nurul Hayati Siwala, “*Pelaksanaan Fungsi Internal Dan Eksternal Public Relations Hotel Santika Premiere Dyandra Medan*”, Universitas Medan Area: Medan (2017). Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa pelaksanaan fungsi internal dan eksternal *publicrelations* Hotel Santika Premiere Dyandra Medan mengadakan kegiatan karyawan *outing*, manajemen *outbond*,

corporate gathering, media visit, city tour, pemberian award. PR Hotel Santika Premiere Dyandra mengedepankan adanya hubungan yang harmonis dan akrab dengan publik internal dan eksternal sebagai pelaksanaan fungsi internal dan eksternal *public relations*. Hubungan yang harmonis dengan publik dapat membantu memudahkan PR Hotel Santika Premiere Dyandra Medan dalam meningkatkan citra Hotel Santika Premiere Dyandra Medan dengan publiknya. Kesamaan dengan penelitian peneliti adalah PRO mengedepankan pelayanan maupun human Relations dengan Publik untuk menciptakan hubungan harmonis, kerjasama, loyalitas serta citra dan opini positif mengenai organisasi. Perbedaannya adalah penelitian Nurul tidak hanya membahas mengenai Public Internal tetapi juga Public Eksternal.

Ade Safitri, "*Peranan Public Relations Dalam Organisasi*", Universitas Negeri Yogyakarta: Yogyakarta(2013). Penelitian dengan pendekatan Kualitatif dengan metode Deduktif menulis topik-topik pembahasan yang digambarkan secara umum kemudian ditarik kesimpulan secara khusus. Penelitian ini tidak memiliki lokasi penelitian, tetapi studi pustaka. Rumusan masalah yang perlu dijawab antara lain, 1)Peranan Public Relations dalam organisasi, 2)Etika Public relations dalam menjalankan peranya di dalam organisasi, 3)Media-media yang digunakan Public relations dalam menjalankan peranya untuk melaksanakan kegiatan kehumasan di dalam organisasi.

Hasil penulisan menunjukkan bahwa : 1) peranan *public relations* dalam organisasi antara lain : sebagai perantara organisasi dengan publik, menjalin

hubungan baik antara organisasi dengan publik, menjalin kerja sama yang baik dengan publik untuk meningkatkan keuntungan organisasi, mengevaluasi sikap atau opini publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur organisasi yang berkaitan dengan kepentingan publiknya, merencanakan dan melaksanakan penggiatan aktivitas *public relations*, membantu menetapkan serta memelihara garis-garis komunikasi, memberi peringatan dini pada manajer untuk mengantisipasi permasalahan, dan menjaga nama baik organisasi. 2) Etika *public relations* dalam organisasi antara lain : menjalin komunikasi yang baik bagi internal dan eksternal publik, menjaga etika keseharian dalam organisasi, menguasai teknik dan cara penanggulangan kasus-kasus sehingga dapat memberikan keputusan dan pertimbangan secara bijaksana, menyampaikan informasi-informasi penting kepada anggota dan kelompok yang berkepentingan, mengutamakan faktor kejujuran sebagai landasan utama, menghormati prinsip rasa hormat terhadap nilai-nilai manusia, mengenal batas-batas moralitas berdasarkan profesinya, dan menjaga kepercayaan yang telah diberikan. 3) Media yang digunakan oleh PR antara lain : media cetak, *broadcasting*, kegiatan-kegiatan khusus/*special event*, media diluar ruangan, pemberian sponsor, serta ciri khas dan identitas organisasi. Penelitian diatas memiliki banyak kesamaan dengan penelitian ini, antara lain membahas mengenai Peran Public relations dalam organisasi. Sedangkan perbedaanya adalah metode yang digunakan tidak memiliki lokasi penelitian.

G. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian Kualitaitaif deskriptif. Dalam Wikipedia “Penelitian kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis . Proses dan makna (perspektif subjek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif”.

Kriyantono (Satori & Komariah: 2017, 120) menyatakan bahwa “riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya”. Penelitian kualitatif menekankan pada kedalaman data yang didapatkan oleh peneliti. Semakin dalam dan detail data yang didapatkan, maka semakin baik kualitas dari penelitian kualitatif ini. Berbeda dengan kuanitatif, objek dalam penelitian kualitatif umumnya berjumlah terbatas.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Pusat Biro Kampus Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Jalan Willem Iskandar, Medan Estate. Penelitian berlangsung selama satu bulan yaitu pada tanggal 01 April 2019 – 30Mei 2019.

3. Tahap-Tahap Penelitian

No	Tahap Penelitian	Waktu							
		Jan 19	Feb 19	Mar 19	Apr 19	Mei 19	Jun 19	Jul 19	Agus t 19
1	Pengajuan Judul Skripsi ke prodi	18							
2	Bab I Pendahuluan	25							
3	Bab II Kajian Teori	26							
4	Metode penelitian	27- 28							
5	Seminar proposal	30							
6	Revisi								
7	penelitian				01	30			
8	Analisis data								
9	Sidang munaqasyah								16

4. Informan penelitian

Informan Penelitian adalah Subag, Kasubag serta staff pada manajemen PR atau Biro Humas UIN SU Medan yaitu:

Yunni Salma, MM : Kasubag Humas dan Informasi

Mimi Sahira, SE, MAP : Staff Humas

Indah Pertiwi, S.Pdi : Staff Humas

Elda Ayumi : Staff senat

5. Teknik pengumpulan data

Untuk memperoleh data penelitian kualitatif, diperlukan teknik dalam mengumpulkan data di lapangan. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

a. Wawancara

Menurut Sudjana, “wawancara adalah proses pengumpulan data atau informasi melalui tatap muka antara pihak penanya dengan pihak yang ditanya”. Sedangkan menurut Esterberg, “wawancara merupakan suatu pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu” (Satori & Komariah: 2017, 130). Peneliti melakukan wawancara dengan Kasubag Humas dan Informasi UIN SU sebagai *Key informan*, kemudian staff Subag humas dan informasi. hasil wawancara akan direkam dalam *voice recorder* dan catatan.

b. Observasi

Observasi dalam Kamus besar bahasa Indonesia berarti pengamatan atau peninjauan secara cermat. Sedangkan menurut Nasution, “Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi”. Menurut Bungin, “Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan” (Satori & Komariah: 2017, 104).

Peneliti turun langsung ke lapangan yaitu Gedung Pusat UIN SU untuk mengamati aktivitas organisasi dan biro Humas. Hasil pengamatan akan dicatat ke buku catatan serta interpretasi dengan pengindraan peneliti.

c. Dokumentasi

Menurut Djam'an Satori dan Aan Komariah (2017, 104) dalam bukunya *Metodologi penelitian kualitatif* "studi dokumentasi merupakan pengumpulan dokumen dan data-data yang diperlukan dalam permasalahan penelitian lalu ditelaah secara intens sehingga dapat mendukung dan menambah kepercayaan dan pembuktian suatu kejadian". Peneliti mengumpulkan dokumen organisasi seperti bagan Struktur organisasi serta info profile organisasi. selain itu, peneliti juga mengumpulkan dokumen terkait penelitian untuk mendukung data primer penelitian antara lain:

a) *Enternet searching*

Peneliti mencari data tambahan dan referensi melalui *search engine* sebagai data sekunder. Peneliti membaca *e-jurnal*, website dan penelitian lain yang sesuai dengan masalah penelitian.

b) Studi pustaka

Merupakan pengumpulan data melalui buku, jurnal, artikel, yang berkaitan dengan penelitan.

6. Teknik analisis data

Menurut Miles dan Huberman, terdapat tiga teknik analisis data kualitatif yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Proses ini berlangsung terus-menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul. (Ariesto Hadi Sutopo dan Adrianus Arief: 2010, 25).

Sedangkan dikemukakan Satori dan Komariah(2017, 218) dalam bukunya *Metodologi Penelitian Kualitatif* menyebutkan "Aktivitas analisis data Miles and Huberman (1984) terdiri atas: data *reduction*, data *display*, dan *conclusion*

drawing/ verification yang dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya mencapai jenuh”.

a. Reduksi data (*Reduction*)

Penelitian kualitatif ketika melakukan penelitian tentu harus mengumpulkan data sebanyak-banyaknya dan sedalamnya hingga titik jenuh supaya hasil penelitian dapat mengungkapkan jawaban permasalahan dalam penelitian dengan akurat dan *kredibel*. Tetapi data yang dikumpulkan tersebut masih perlu dianalisis dan diorganisir supaya lebih jelas data yang perlu dimasukkan dalam penelitian maupun data yang hanya perlu sebagai referensi.

Seperti yang dikemukakan Satori dan Komariah (2017, 218-219) mengenai reduksi data yaitu “.... Data yang diperoleh direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting. Data hasil mengikhtisarkan dan memilah – milah berdasarkan satuan konsep, tema, dan kategori tertentu akan memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan juga mempermudah peneliti untuk mencari lagi data sebagai tambahan atas data sebelumnya yang diperoleh jika diperlukan”.

b. Penyajian data (*data display*)

Jika data sudah direduksi langkah selanjutnya adalah Penyajian data. Teknik penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks Naratif, seperti yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman yaitu “*the most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text*” sedangkan fungsi Penyajian data menurut Miles dan Huberman adalah ‘memudahkan dalam memahami apa yang terjadi, juga untuk merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut’. (Satori, Komariah: 2017, 219).

c. Penarikan kesimpulan / *verification*

Setelah data Direduksi kemudian Disajikan langkah terakhir adalah menarik Kesimpulan dan verifikasi. Penarikan kesimpulan dan verifikasi dalam penelitian kualitatif menurut Satori dan Komariah (2017, 220) adalah “Merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih belum jelas atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori”.

7. Pengujian kredibilitas data

Penelitian dapat dikatakan kredible atau dipercaya apabila melakukan penelitian dengan benar sesuai dengan metode dan sistematika penelitian yang dilakukan. Untuk itu peneliti melakukan uji kredibilitas data untuk memastikan data sudah lengkap dan benar, sehingga penelitian ini dapat dipercaya.

a. Perpanjangan pengamatan

Perpanjangan pengamatan adalah kembali lagi kelapangan setelah sebelumnya telah meneliti, untuk memperjelas serta memperdalam lagi data. Menurut Satori dan Komariah (2017, 169) perpanjangan pengamatan memungkinkan terjadinya hubungan antara peneliti dengan narasumber menjadi akrab, semakin terbuka, saling mempercayai sehingga tidak ada informasi yang disembunyikan lagi dan peneliti dapat memperoleh data secara lengkap.

b. Peningkatan ketekunan / kegigihan

Menurut Sugiono (Dolly: 2018, 41) “Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Hal ini sangat diperlukan dalam penelitian kualitatif karena dengan meningkatkan ketekunan berarti peneliti akan mengecek kembali hasil penelitiannya apakah

benar atau ada yang salah, jika dicek ternyata terdapat kesalahan, maka peneliti bisa memperbaiki data tersebut sehingga peneliti dapat memberikan deskripsi data yang akurat dan sistematis tentang apa yang diamati”.

c. Triangulasi

Untuk meningkatkan kepercayaan terhadap penelitian yang dilakukan maka seorang peneliti perlu melakukan Triangulasi yaitu, pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu. Sehingga ada triangulasi dari sumber/ informan, triangulasi dari teknik pengumpulan data dan triangulasi waktu (Satori & Komariah: 2017, 170-172).

d. Member check

Menurut Satori dan Komariah (2017, 172) dalam bukunya *Metodologi Penelitian Kualitatif* menyatakan bahwa “Member check adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti melalui informan. Tujuannya adalah untuk mengetahui kesesuaian data yang diberikan oleh pemberi data. Apabila para pemberi data sudah menyepakati data yang diberikan berarti data tersebut valid, sehingga semakin kredible”.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kerangka Teori

1. Komunikasi Organisasi

Sebelum membahas pengertian komunikasi organisasi, sebaiknya kita uraikan terminologi yang melekat dalam konteks Komunikasi organisasi. Yaitu komunikasi dan organisasi. Dalam buku *Teori komunikasi: Perspektif, ragam dan aplikasi*, Komunikasi berasal dari bahasa Latin ‘*Communis*’ atau ‘*Common*’ dalam bahasa Inggris yang berarti sama. Berkomunikasi berarti kita sedang berusaha untuk mencapai kesamaan atau *Commonness*. Dengan ungkapan yang lain komunikasi merupakan proses berbagi informasi, gagasan atau sikap kita dengan partisipan komunikasi lainnya” (Rohim Syaiful: 2016, 122).

Menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss dalam buku *Human relation* (Effendy Uchjana Onong: 2009, 56) menjelaskan tiga model dalam komunikasi yakni,

yang pertama model komunikasi Linear yang melihat proses komunikasi berlangsung satu arah atau *one way view communication*. Dalam model ini, komunikan menanggapi rangsangan dari komunikator tanpa mengadakan seleksi internal dan interpretasi. Model komunikasi yang kedua adalah model komunikasi Interaksional, berbeda dari Model komunikasi Linear, Model komunikasi Interaksional berlangsung dua arah dimana penerima (*Receiver*) melakukan seleksi, interpretasi dan memberikan tanggapan terhadap kiriman pesan dari pengirim pesan (*sender*). Setiap partisipan memiliki peran ganda, dimana komunikator dapat menjadi komunikan pada saat yang sama begitupun sebaliknya.

Model yang ketiga adalah komunikasi Transaksional yakni model komunikasi yang melihat peristiwa komunikasi sebagai proses pemahaman sebuah hubungan dalam konteks *Relationship* diantara dua orang atau lebih. Pandangan ini menekankan bahwa semua perilaku adalah komunikatif dalam pengertian bahwa tidak ada satu peristiwa komunikasi yang tidak dapat dikomunikasikan.

Menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss (Rohim Syaiful, 2016: 123) menjelaskan tiga model dalam komunikasi yaitu “*One way view of communication*” yaitu komunikator memberi suatu rangsangan dan komunikan melakukan tanggapan dan jawaban tanpa mengadakan seleksi internal. Komunikasi ini bersifat otoriter karena tidak membutuhkan tanggapan dari komunikan. Model komunikasi yang kedua adalah komunikasi interaksional yaitu penerima melakukan seleksi, interpretasi dan memberikan tanggapan terhadap kiriman pesan dari pengirim pesan. komunikasi ini bersifat dua arah dimana komunikan dapat menjadi komunikator. Yang ketiga adalah model komunikasi transaksional yaitu model komunikasi yang melihat peristiwa komunikasi sebagai proses pemahaman sebuah hubungan diantara dua orang atau lebih”.

Setelah dibahas mengenai pemahaman singkat tentang komunikasi selanjutnya kita ulas tentang definisi organisasi. Salah satu definisi mengatakan bahwa, “Organisasi merupakan kumpulan sekelompok orang atau sistem individual yang terkoneksi dalam suatu hierarki dalam jenjang dan pembagian kerja yang berupaya mencapai tujuan yang ditentukan” (Rohim Syaiful: 2016, 123).

Komunikasi organisasi menurut Redding dan Sanborn (Rohim Syaiful: 2016, 123) mengatakan bahwa “Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Sedangkan menurut Katz dan Kahn, Komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi dan pemindahan arti dalam suatu organisasi”.

Berdasarkan pendapat atas sesuai dengan pendapat Syaiful Rohi (2016, 125) dalam bukunya *Teori Komunikasi Perspektif, ragam dan aplikasi*, “suatu organisasi mensyaratkan suatu jenjang jabatan ataupun kedudukan yang memungkinkan semua individu dalam organisasi tersebut memiliki perbedaan posisi yang sangat jelas, seperti pimpinan, staff pimpinan, dan karyawan. Disamping itu, dalam organisasi juga mensyaratkan adanya pembagian kerja,

dalam arti setiap orang dalam sebuah institusi baik komersial maupun sosial, memiliki satu bidang pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya”.

Komunikasi dan organisasi sangat erat, dalam organisasi pasti ada komunikasi. Komunikasi sangat dibutuhkan dalam seluruh aspek kehidupan bahkan dapat dikatakan kebutuhan. Komunikasi dalam konteks organisasi berbeda dengan komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok maupun komunikasi publik. Komunikasi organisasi sangat kompleks, disana terdapat komunikasi antarpribadi, kelompok, publik, komunikasi nirmassa. Dalam organisasi terdapat arus komunikasi, karena organisasi terstruktural. Ada jenjang jabatan seperti atasan, bawahan, dan ditengah. Juga pembagian kerja, unit pemasaran, unit PR, unit administrasi dan sebagainya. Setiap unit terintegrasi oleh perintah pimpinan atau *Top manager*. Sehingga komunikasi pun harus menyebar melewati tiap - tiap unit dan lapisan jabatan.

Adanya komunikasi dari atasan ke bagian level bawah, dari bawah ke atasan, komunikasi sesama karyawan, komunikasi sesama atasan. Karena kerumitan tersebut dibutuhkan kajian komunikasi organisasi supaya komunikasi dalam organisasi lancar dan faktor penghambat dapat ditemukan.

2. Arus Komunikasi Organisasi (*Internal Communications*)

Sesuai dengan jabaran diatas mengenai tingkatan posisi (hierarki) atasan dan bawahan, Menurut Ronald Adler dan George Rodman dalam bukunya *Understanding Human Communication* mencoba menguraikan arus komunikasi dalam sebuah organisasi yaitu,

Pertama *Downward communication* , komunikasi ini berlangsung ketika orang-orang yang berada dalam kedudukan cukup tinggi dalam berbagai level manajemen mengirimkan pesan kepada orang-orang yang berada pada manajemen yang lebih rendah, atau dari pimpinan ke bawahan. Adapun fungsinya antara lain pemberian atau penyampaian instruksi kerja, penjelasan dari pimpinan tentang mengapa suatu tugas perlu untuk

dilaksanakan, penyampaian informasi mengenai peraturan-peraturan yang berlaku, pemberian motivasi kepada karyawan untuk bekerja lebih baik.

Kedua, arus komunikasi *Upward communication* terjadi ketika komunikasi berlangsung dari bawahan (*subordinate*) pada level manajemen yang rendah pada struktur organisasi mengirim pesan kepada atasannya yang berada pada level manajemen yang lebih tinggi. Fungsi arus komunikasi dari bawah ke atas ini dilaksanakan sebagai upaya penyampain informasi

tentang segala sesuatu yang menjadi baggian pekerjaan ataupun tugas yang sudah dilaksanakan serta penyampaian informasi tentang persoalan-persoalan pekerjaan ataupun tugas yang tidak dapat diselesaikan oleh bawahan, penyampaian saran-saran perbaikan dari bawahan dan penyampaian keluhan dari bawahaan tentang dirinya sendiri maupun pekerjaannya.

Arus komunikasi berikutnya adalah *Horizontal communication* yakni arus komuikasi yang berlangsung diantara orang-orang yang memiliki level komunikasi yang sepadan atau setara, misalnya komunkasi yang berlangsung antar para karyawan atau antar bagian dalam struktur organisasi yang memiliki kedudukan pada level manajemen yang setara. Adapaun fungsi arus komunikasi horizontal ini dilakukan dalam rangka memperbaiki koordinasi tugas, sebagai upaya pemecahan masalah, media saling berbagi informasi, serta sebagai upaya memecahkan konflik dan membina hubungan melalui kegiatan bersama. (Rohim syaiful: 2016, 126).

Dalam hal ini, seorang PR atau PRO harus memfasilitasi arus komunikasi tersebut sehingga arus komunikasi di suatu organisasi dapat berjalan lancar dan tidak terjadi gap serta salah paham yang dapat menimbulkan konflik dan menghambat aktivitas manajemen. Penyebaran informasi harus merata baik antara atasan dengan bawahan, bawahan dengan atasan, sesama karyawan, maupun sesama manager, sehingga tidak terjadi kesalahan informasi dan kesenjangan informasi yang menimbulkan gangguan dalam roda aktivitas komunikasi dan pencapaian tujuan pun terhambat.

3. Pendekatan dalam komunikasi organisasi

a. Pendekatan struktural dan fungsi organisasi (Teori Birokrasi)

Teori yang berkaitan dengan pendekatan ini adalah teori Birokrasi yang diperkenalkan oleh Max Weber (Rohim syaiful: 2016, 135), seorang teorisi

terkenal sepanjang zaman. Ia mendefinisikan organisasi sebagai sistem dari suatu aktivitas tertentu yang bertujuan dan berkesinambungan. Inti dari teori Weber mengenai birokrasi adalah “konsep mengenai kekuasaan, wewenang dan legitimasi. Menurut Weber kekuasaan adalah kemampuan seseorang dalam setiap hubungan sosial guna mempengaruhi orang lain”.

Dalam buku Teori komunikasi karya Syaiful Rohim (2016), Weber mengemukakan adanya tiga jenis kewenangan (otoritas),

yaitu otoritas tradisional, otoritas birokratik (rasional-legal), dan otoritas karismatik. Dimana Otoritas tradisional terjadi ketika perintah atasan dirasakan sebagai sesuatu yang sudah pantas atau sudah benar menurut ukuran tradisi (budaya). Otoritas birokratik kekuasaan diperoleh dari aturan-aturan birokrasi yang disepakati oleh seluruh anggota organisasi, setiap perintah sudah sesuai dengan peraturan tertulis. Sedangkan Otoritas karismatik merupakan kekuasaan yang diperoleh karena karisma dari kepribadian seseorang, seperti orang akan menuruti perintah dari orang yang dianggapnya tampan maupun pintar daripada orang yang tampilanya biasa saja.

Pendekatan Struktural fungsional bersifat objektive, dimana organisasi diasumsikan secara objektive, organisasi dilihat sebagai suatu wadah berkumpulnya berbagai unit kerja yang memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lainnya, dan memiliki tradisi kerja mekanistik dengan aturan kerja yang ketat dan hubungan hierarki yang jelas. Komunikasi organisasi dalam perspektif ini masih dilihat sebagai suatu proses yang terstruktur, terorganisasi, tertata rapi dan berproses sesuai aturan yang telah ditetapkan (Rohim Syaiful: 2016, 146).

Scott (dalam Muhammad: 2004, 38) misalnya, menyebut empat unsur kunci teori organisasi klasik yaitu; “pembagian kerja, hierarki proses fungsional, struktur, dan pengawasan yang ketat. Dari empat unsur kunci organisasi yang ditawarkan Scott di atas memperlihatkan bagaimana perspektif objektif memberikan penekanan pada kegiatan organisasi (bukan pada dimensi kemanusiaan)”.

Disisi lain, pandangan tersebut sejalan dengan “teori Weber tentang birokrasi, yang cenderung mengedepankan adanya organisasi formal dengan seperangkat aturan-aturan di dalamnya”. (Rohim syaiful: 2016, 146).

Konsep birokrasi ideal di atas lebih berfokus pada aspek pengorganisasian (organisasi formal). Pada sisi lain, konsep yang ditawarkan lebih menunjukkan suatu upaya pencarian keberaturan, rasionalitas dan regulasi atas perilaku manusia. Pengaturan perilaku manusia didasarkan pada asumsi yang negatif tentang manusia (pekerja organisasi). Seperti asumsi bahwa pekerja pada dasarnya malas, tidak bertanggung jawab, dan tidak dapat dipercaya sehingga pekerja harus dipaksa, dikontrol, diarahkan, diancam dengan hukuman. Manusia diasumsikan hanya ingin senang, lepas dari tanggung jawab sehingga manajemen membuat peraturan, pengarahan, strategi paksaan yang banyak ditetapkan pemimpin untuk mengarahkan performa pekerja (Rohim syaiful: 2016, 147). Hal ini membuat karyawan dipaksa bekerja menghidupkan organisasi tanpa mendapatkan pengakuan, hadiah, serta perlakuan adil walaupun dengan upah lumayan, seperti halnya pemenuhan kebutuhan manusia menurut Maslow.

Max Weber dalam (Syaiiful Rohim: 2016, 146-147) menulis sepuluh ciri-ciri organisasi ideal yaitu:

- a. Suatu organisasi terdiri dari hubungan-hubungan yang ditetapkan antara jabatan-jabatan.
- b. Tujuan atau rencana organisasi terbagi kedalam tugas-tugas, tugas-tugas organisasi disalurkan diantara berbagai jabatan sebagai kewajiban resmi.
- c. Kewenangan untuk melaksanakan kewajiban diberikan kepada jabatan.
- d. Garis-garis kewenangan dan jabatan diatur menurut suatu tatanan *hierarkis*.
- e. Suatu sistem aturan dan regulasi yang umum tetapi tegas yang ditetapkan secara formal, mengatur tindakan-tindakan dan fungsi-fungsi jabatan dalam organisasi.

- f. Prosedur dalam organisasi bersifat formal dan informal yakni pengaturan-pengaturan organisasi berlaku bagi setiap orang.
- g. Suatu sikap dan prosedur untuk menerapkan suatu sistem disiplin merupakan bagian dari organisasi.
- h. Anggota organisasi harus memisahkan kehidupan pribadi dan kehidupan organisasi.
- i. Pegawai dipilih untuk bekerja dalam organisasi berdasarkan kualifikasi teknis, bukan koneksi politis, koneksi keluarga atau koneksi lainnya.
- j. Meskipun pekerjaan dalam birokrasi berdasarkan kecakapan teknis, kenaikan jabatan dilakukan berdasarkan senioritas dan prestasi kerja.

b. Pendekatan hubungan manusiawi

Beberapa pakar memberikan reaksi terhadap teori-teori klasik yang sangat ‘organisasi sentris’ (mengabaikan aspek manusia), dengan ‘memproklamirkan’ teori hubungan manusia. “Teori ini diperkenalkan pada tahun 1930-an oleh beberapa orang pelopornya seperti Barnard 1938, Mayo 1933, Roethlisberger dan Dikson 1939. Teori hubungan manusia mengklaim teori klasik tentang organisasi sebagai ‘penindasan massa’, dan tidak prihatin terhadap kesejahteraan pekerja, namun hanya tertarik dengan keuntungan organisasi” (Rohim Syaiful: 2016, 148).

Pendekatan struktural fungsional mengenai organisasi hanya menekankan pada produktivitas dan penyelesaian tugas, sedangkan faktor manusia dipandang sebagai variabel dalam suatu pengertian yang lebih luas. Menurut Chris Argyris “praktik organisasi demikian dipandang tidak manusiawi karena penyelesaian suatu pekerjaan telah mengalahkan perkembangan individu dan keadaan ini berlangsung secara berulang-ulang” (Rohim Syaiful: 2016, 147).

Berbeda dari pendekatan birokrasi atau management klasik yang memiliki pengawasan ketat, pemberian hukuman, serta otoriter atau komunikasi satu arah yaitu dari atas ke bawah serta gaya komunikasi *Koersif*. Hubungan manusiawi

menawarkan perlakuan yang lebih baik dan adil bagi setiap karyawannya. Dimana teori ini berpihak kepada pekerja atau karyawan sebagai pihak yang ditindas. Teori ini menghindari komunikasi *koersif* dan selalu berkomunikasi dengan persuasif dan menghargai orang lain. Karyawan seharusnya juga dihargai karena mereka juga adalah manusia yang memiliki perasaan. Pimpinan sebagai orang yang memiliki hak untuk berkuasa tidak seharusnya menunjukkan kesombongannya dan memerintahkan sesuatu dengan semena-mena tanpa memperhatikan keadaan serta kebutuhan karyawan.

Pada era klasik, seperti yang dikemukakan oleh Jack Hallowan yang dikutip dari Effendy uchjana onong (2009, 43) manager atau kaum *Borjuis* memandang para pekerja sebagai suatu komoditi, untuk dibeli dan dijual seperti komoditi lain. Pekerja bekerja seharian yang teramat lama dengan upah yang rendah serta kondisi kerja yang menyedihkan merupakan kenyataan bagi kehidupan rata-rata pekerja. Berdasarkan hal diatas terdapat perlakuan yang kurang mausiawi dari para majikan pada masa itu terhadap pekerja. Pekerja menjalankan roda organisasi tanpa ada balasan jasa setimpal. Padahal pekerja pasti memiliki keluarga di rumah untuk dipenuhi kebutuhannya. Pekerja bekerja karena terpaksa dan tidak bahagia dengan pekerjaannya. Berbeda dari prinsip *Human relations* yang mementingkan kepuasan hati dan rasa bahagia pekerja terhadap organisasi maupun pekerjaan yang dilakoninya.

Jika ingin kualitas bagus, tentu harus bayar lebih. Karena apa yang didapat sesuai dengan apa yang dikeluarkan. Misalnya, jika ingin barang yang baju yang bagus, bermerk, dan kain lembut tentu harganya mahal karena sesuai dengan kepuasan yang akan diterima. Tetapi jika membeli baju dengan harga murah, tentu yang didapat adalah kualitas yang buruk seperti bahan yang kasar, design yang tidak rapi, dan sebagainya. Begitupun dengan organisasi, jika pimpinan memperlakukan karyawan seperti pada era klasik dimana bekerja seharian dengan upah minim serta tempat kerja yang menyedihkan. Pimpinan hanya memeras

tenaga pekerja dan mengumpulkan keuntungan sebanyak mungkin dari hasil kerja karyawan. Maka hasil kerja karyawan pun tidak akan maksimal walaupun dipaksa dengan ancaman. Lama kelamaan pekerja akan jenuh dan memilih berhenti, tidak jarang juga melakukan demonstrasi dan merusak peralatan pabrik. Perusahaan pun akan bangkrut dan merugi.

Selain kepada aspek komunikasi yang persuasif, etis, ramah, menghargai dan menghormati orang lain sebagai aspek verbal. *Human relations* juga mementingkan kesejahteraan karyawan dengan menjawab semua kebutuhan mereka, yang banyak dipakai dan diterapkan dalam organisasi dengan pendekatan Hubungan manusiawi adalah teori Abraham Maslow (Effendy uchjana onong: 2009, 102) mengenai Jenjang kebutuhan manusia (*Hierarchy of human needs*), yaitu:

1. Kebutuhan fisiologis (pokok) seperti gaji yang cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup, fasilitas, makan-minum, jam istirahat dan sebagainya.
2. keamanan-keselamatan dengan adanya Asuransi kecelakaan kerja, pekerjaan tetap (bukan karyawan kontrak), tempat yang aman dan nyaman dan sebagainya.
3. Kebutuhan sosial (*self* belonging) kebutuhan bergabung dengan orang lain, diterima, dicintai orang lain. Pergaulan serta hubungan yang baik antar sesama anggota organisasi baik yang sederajat maupun tidak, adanya saling mendukung dan membantu dalam pekerjaan.
4. Kebutuhan penghargaan seperti bonus, promosi, hadiah bahkan pujian dan ucapan selamat.
5. Kebutuhan aktualisasi diri, merupakan puncak kebutuhan manusia seperti keberhasilan melaksanakan tugas yang menantang, melaksanakan kerja kreatif, menjadi mentor, dan sebagainya.

Terlihat perbedaan antara organisasi dengan pendekatan Struktural fungsional atau sering disebut manajemen klasik dan organisasi dengan

pendekatan Hubungan manusiawi (*human relations*). Organisasi dengan pendekatan Struktural fungsional seperti teori Weber mengenai Birokrasi dan teori Sistem, lebih kepada konsep kekuasaan atau lebih berpihak kepada pimpinan. Memiliki aturan kerja mekanistik dengan aturan kerja yang ketat dan hubungan hierarkis yang jelas. Hal tersebut bertujuan untuk keteraturan, rasionalitas dan regulasi atas perilaku manusia. Seperti asumsi manusia dalam teori X oleh McGregor (Rohim syaiful: 2016, 147) “managemen klasik mengasumsikan pekerja pada dasarnya pemalas, tidak bertanggung jawab dan tidak dapat dipercaya. Sehingga harus dipaksa, dikontrol, diarahkan dan diancam dengan hukuman oleh sebab itu Manajemen klasik memiliki aturan ketat dan pengawasan yang ketat pula. Pendekatan ini juga menuntut profesionalisme dan kualifikasi terhadap rekrutement pegawai mereka”.

Pendekatan *Human relations* merupakan kritik terhadap perspektif Struktural fungsional sehingga tidak heran akan bertolak belakang dengan apa yang dikemukakan oleh Struktural fungsional. Pendekatan ini lebih fokus kepada karyawan dan membela hak karyawan. Jika sebelumnya memotivasi karyawan untuk bekerja dan meningkatkan performa dengan cara membuat seperangkat aturan ketat, pengawasan ketat, ancaman dengan hukuman karena karyawan diasumsikan sebagai ‘pemalas’. Pendekatan *Human relations* memotivasi karyawan secara *persuasif*, memecahkan masalah yang dihadapi karyawan secara psikologis dan memenuhi kebutuhan mereka seperti gaji yang cukup, bonus atau hadiah, keamanan dan kenyamanan bekerja, sosial, dan sebagainya. Karyawan bekerja dengan hati puas, bukan keterpaksaan akibat paksaan maupun ancaman hukuman. Jika diperlakukan dengan baik, tentu mereka akan bekerja suka rela tanpa terbebani, kinerja mereka pun akan meningkat.

Untuk menentukan apakah organisasi tersebut memiliki pendekatan *Human relations* atau tidak dikemukakan oleh Renensis likert dengan nama Empat sistem likert (Rohim syaiful: 2016, 137) yaitu:

- a. Sistem *Exploitative-authoritative* pimpinan menggunakan kekuasaan dengan tangan besi. Keputusan yang dibuat oleh pimpinan tidak memanfaatkan atau memperhatikan umpan balik dari para bawahannya.
- b. Sistem *Benevolent-authoritative*, hampir sama dengan sistem yang pertama. Perbedaannya, pada sistem yang kedua pimpinan cukup memiliki kepekaan terhadap kebutuhan para karyawan.
- c. Sistem *Consultative*, pimpinan masih memegang kendali, namun mereka juga menerima masukan-masukan dari bawah.
- d. Sistem *Participative managemen*, memberi kesempatan kepada para karyawan untuk berpartisipasi penuh dalam proses pengambilan keputusan. Sistem ini mengarahkan para bawahan untuk meningkatkan rasa tanggung jawab dan motivasi bekerja yang lebih baik.

4. Teori Hubungan manusiawi (Human Relation)

Dikutip dari Effendy uchjana onong (2009, 120),

Di negara-negara yang sudah maju human relations semakin mendapat perhatian para manajer dalam organisasi apapun, karena semakin dirasakan pentingnya dalam rangka memecahkan berbagai masalah yang menyangkut faktor manusia dalam manajemen. Benturan-benturan psikologis dan konflik-konflik antara kepentingan pribadi dengan kepentingan organisasi sering terjadi, bukan saja antara manajer dengan karyawan (*Vertikal communication*), tetapi juga antara karyawan dengan karyawan (*Horizontalcommunication*), yang benar-benar mengganggu jalanya roda organisasi dalam mencapai tujuannya.

“Human relation juga dirasakan pentingnya oleh para manajer untuk menghilangkan ‘luka-luka’ akibat salah komunikasi (*mis-communication*) dan salah interpretasi yang terjadi antara manajer beserta karyawannya dengan publik di luar organisasi.

Menurut Jack hallowan dalam bukunya ‘*Applied human relation, An organizational approach*’

Gerakan human relation dimulai tahun 1850, ketika perhatian banyak ditumpahkan kepada kebutuhan para pekerja, dan tatkala disadari bagaimana kebutuhan tersebut mempengaruhi keseluruhan produktivitas.

Sebelumnya, para manajer memandang para pekerja sebagai suatu komoditi untuk dibeli dan dijual seperti komoditi lainnya. Bekerja seharian yang teramat lama dengan upah yang rendah serta kondisi kerja yang menyedihkan merupakan kenyataan bagi kehidupan rata-rata pekerja.

Manajemen sudah tidak mungkin lagi memandang para pekerja semata-mata sebagai alat ekonomi atau sebagai unit yang terpisahkan dari proses produksi. Mereka harus dilihat sebagai manusia yang kompleks yang interaksinya berpengaruh terhadap hasil produksi secara keseluruhan tanpa mempersoalkan proses teknologi yang jelimet”.

Menurut Effendy (2009, 63), perhatian dan minat terhadap human relation itu pernah menurun sekitar tahun 1930-an selama berlangsungnya depresi di Amerika Serikat. Tetapi pada tahun perang dunia II dan sesudahnya para industriawan dan usahawan telah menunjukkan pengertian yang lebih mendalam terhadap hubungan antara produktivitas dan kepuasan hati para pekerja.

Sejak itu amat banyak studi yang dilakukan dan diterbitkan oleh para teoritis bisnis dan ilmuwan sosial. Menurut Jack Hallowan, dua diantara yang dianggap paling penting adalah karya McGregor mengenai teori management tradisional yang ia namakan Theory X, sebagai lawan dari pendekatan humanistik yang disebut Theory Y dan study Abraham Maslow mengenai “jenjang kebutuhan manusia” (*hierarchy of human needs*).

Dalam Effendy Uchjana Onong (2009, 120) menjelaskan bahwa “Hubungan manusiawi adalah hubungan komunikatif antara dua tiga orang secara timbal balik (dialogis)”. Jadi, human relation bersifat antarpersonal, yaitu pembicaraan yang terjadi antara dua atau tiga orang saja secara langsung tatap muka. Jika setiap anggota komunikasi merasa bahagia maka kegiatan human relation itu berhasil. Apabila tidak merasa puas human relation itu gagal. Sehingga peneliti menyimpulkan bahwa seorang PR dapat menerapkan human relation dengan individu-individu dengan cara konseling.

Menurut Effendy Uchjana Onong (2009, 43) human relations itu terdapat dua pengertian yaitu,

Human relation dalam arti luas yaitu komunikasi persuasif yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain secara tatap muka dalam segala situasi dan dalam semua bidang kehidupan, sehingga menimbulkan kebahagiaan dan kepuasan hati kedua belah pihak. Human relation dalam arti sempit yaitu komunikasi persuasif yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain secara tatap muka dalam situasi kerja dan dalam organisasi kekaryaandengan tujuan untuk menggugah kegairahan dan kegiatan bekerja dengan semangat kerjasama yang produktif dengan perasaan bahagia dan puas hati.

Human relation adalah suatu komunikasi persuasif dan dilakukan tatap muka secara antarpersonal. Bukan hanya sekedar relasi atau hubungan saja. Jadi, human relation bukan suatu keadaan yang pasif, melainkan suatu aktivitas atau kegiatan. Human relation adalah suatu "*Action oriented*". Suatu kegiatan untuk mengembangkan hasil yang lebih produktif dan memuaskan.

Menurut Effendy, kunci aktivitas human relation adalah motivasi, memotivasi para karyawan untuk bekerja giat berdasarkan kebutuhan mereka secara memuaskan, yakni kebutuhan akan upah yang cukup, kemajuan dirinya sendiri dan sebagainya.

Memuaskan hati karyawan satu per satu tidak mudah, kebahagiaan seorang karyawan yang mendapat kenaikan gaji mungkin menyebabkan beberapa teman sejawatnya tidak senang. Akan tetapi lingkungan dan suasana yang bisa membantu seluruh karyawan memperoleh kebahagiaan, akan dapat diciptakan dan diadakan. Dalam hal ini, seorang pemimpin harus berpikir secara situasional dalam rangka mencapai tujuannya.

Dalam melaksanakan human relation itu, pemimpin organisasi atau pemimpin kelompok melakukan komunikasi dengan para karyawannya secara manusiawi untuk menggiatkan mereka bekerja bersama-sama, sehingga hasilnya memuaskan disamping mereka bekerja dengan hati puas.

B. Kerangka konsep

1. Public relations

Public relation dalam "*The statement of Mexico*" yaitu defenisi dari wakil-wakil Public relation dari negara-negara barat pada bulan Agustus 1978 yang berbunyi: "Praktek Public relation adalah seni dan ilmu pengetahuan sosial untuk menganalisis kecendrungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, menasehati para pemimpin organisasi dan melaksanakan program-program yang

berencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani baik kepentingan organisasi maupun kepentingan umum” Sedangkan menurut Effendy, Public relation adalah “.....keterampilan membina hubungan antar manusia di dalam dan di luar organisasi seraya mencegah timbulnya masalah” (Effendy uchjana onong: 2009, 119).

Sedangkan menurut Morissan (2008, 93) dalam bukunya “*Managemen Public Relations: Strategi menjadi Humas profesional*” menjelaskan beragam defenisi Humas (PR) yang “pada awalnya dipandang sebagai kegiatan persuasi satu arah yang terus bertahan hingga usai perang dunia II. Beberapa dekade kemudian mulai mengalami perubahan. Defenisi mengenai humas mulai memasukkan aspek komunikasi atau hubungan dua arah (*Two way communications*). Defenisi mengenai humas keudian memasukkan kata-kata seperti *reciprocal* (timbal balik), *mutual* (saling) dan *between* (antara)”. Defenisi humas mulai menghilangkan aspek satu arah yang memaksa. Humas mementingkan aspek kepandaian dalam menjalin komunikasi, interaksi, sosialisasi dan *relationship*. Untuk terciptanya kerjasama kedua belah pihak yang menguntungkan organisasi, tentu diperlukan perlakuan dan pelayanan prima terhadap kolega, klien maupun publik organisasi sehingga meninggalkan kesan positif sehingga berpengaruh terhadap citra, reputasi, eksistensi serta nama baik perusahaan tersebut.

Seperti halnya Human relation, Public relation banyak dipraktekkan di berbagai organisasi dalam rangka menunjang managemen untuk mencapai tujuannya secara efektif dan efisien. Apabila pelaksanaan human relation lebih bertitik berat pada segi kejiwaan yang secara manusiawi memecahkan masalah yang menyangkut kemanusiaan dalam organisasi sambil melakukan motivasi agar bekerja lebih giat, bergairah disertai rasa bahagia dan puas hati, maka pelaksanaan Public relation lebih bertitik bobot pada keterampilan membina hubungan antar manusia di dalam dan di luar organisasi seraya mencegah timbulnya masalah.

“Jadi apabila human relation bersifat represif, memecahkan masalah, public relation preventif mencegah timbulnya masalah”. (Effendy uchjana onong: 2009, 100). Berdasarkan jabaran di atas, seorang PR harus selalu menjaga iklim atau suasana kondusif dan menyenangkan, sehingga publik baik internal maupun eksternal merasa nyaman. Seorang PR harus memiliki skill komunikasi antarpersonal yang baik serta skill hubungan manusiawi yang baik. Sekalipun organisasi tersebut bersifat Birokrasi, PR harus mampu menerapkan hubungan manusiawi dalam setiap aktivitasnya sehingga mengurangi ketegangan dan frustrasi saat bekerja.

Menurut Effendy uchjana onong (2009, 123), Public relation mempunyai dua pengertian yaitu:

Pertama : PR sebagai “*Method of communication*”

Kedua : PR sebagai “*State of being*”.

Public relation dalam pengertian method of communication merupakan rangkaian atau sistem kegiatan, yakni kegiatan berkomunikasi secara khas. Dalam pengertian sebagai metode komunikasi terdapat makna bahwa setiap pemimpin dari suatu organisasi bagaimanapun juga kecilnya dapat melaksanakan Public relation, suatu komunikasi yang khas yang mempunyai ciri-ciri dan meliputi aspek-aspek sebagai berikut:

1. Komunikasi yang dilaksanakan berlangsung dua arah secara timbal balik.
2. Kegiatan yang dilakukan terdiri dari penyebaran informasi, pelaksanaan persuasi dan pengkajian opini publik.
3. Tujuan yang dicapai adalah tujuan organisasi itu sendiri.
4. Sasaran yang dituju adalah publik di dalam dan di luar organisasi.
5. Efek yang diharapkan adalah terjadinya hubungan harmonis antara organisasi dengan publik.

Apabila seorang manajer atau pimpinan organisasi melaksanakan kegiatan dengan ciri-ciri dan aspek-aspek sebagaimana dicantumkan di atas, berarti dia telah melaksanakan PR yang sebenarnya demi kepemimpinan dia sendiri. Semakin besar organisasi semakin rumit manajemennya, semakin

luas ruang lingkup PR yang harus dilakukan oleh seorang pemimpin organisasi atau manajer.

Jika demikian halnya, maka tugas pekerjaan yang luas dan rumit itu tidak mungkin dilaksanakan oleh Top manajer sendiri. Karenanya ia dapat melembagakannya, yaitu pengertian PR yang kedua State of being (Perwujudan kegiatan berkomunikasi tersebut sehingga melembaga), dalam bentuk biro, bagian atau seksi di dalam organisasinya dengan mengangkat seorang pejabat, lengkap dengan segala keperluannya untuk melaksanakan fungsi PR tersebut. pejabat yang ditugaskan untuk memimpinya dinamakan *Public relation officer* (PRO) yang lazim di Indonesia disebut Hubungan masyarakat (humas).

Menurut Kolonel William P. Nuckols (Effendy uchjana onong: 2009, 136-137) bahwa

Pekerjaan PR atau Humas merupakan PR diibaratkan sebagai cermin, cermin ini harus dijaga dan dipelihara sebaik-baiknya untuk tetap selalu bersih. Ini mengandung arti bahwa wajah kantor PR beserta kegiatan para karyawannya senantiasa bersih tidak tercela.

Contohnya adalah ruangan kantor PR, jika ruangnya kotor, berdebu dengan puntung rokok berserakan, letak meja dan kursi tidak karuan, pakaian petugasnya tidak rapi, kepada setiap tamu bersikap acuh tak acuh dan lain sebagainya yang tidak enak dilihat. Maka itu semua mencerminkan organisasi yang diwakili PR tidak beres. Setidaknya publik akan menganggap demikian.

Di lain pihak pimpinan organisasi pun akan menganggap PRO tidak bekerja sebagaimana mestinya, tidak bisa diharapkan mampu membantu pimpinan organisasi mencapai tujuannya. Sebaliknya apabila ruangan kantor bersih, buku dan kertas tersusun beres, pakaian para petugasnya rapi, ramah tamah dan memberikan kepuasan kepada setiap tamu dan menampakan keterampilan, maka itu semua akan mencerminkan citra yang baik kepada PR maupun pimpinan organisasi.

pekerjaan yang penuh etika dan idealis, terdapat norma-norma dan kode etik PR yang harus diikuti supaya reputasi diri dan perusahaan baik dimata publik. Dari hal penampilan, bahasa, bicara, mimik, dan sebagainya harus diperhatikan, bukan hanya PR tetapi seluruh pegawai yang bertugas harus dikontrol.

2. Peran Public relation

Cutlip dan Centre dalam Effendy uchjana onong (2009, 125) mengibaratkan PR sebagai gunung es.

Gunung es yang tampak dari jauh muncul di atas permukaan laut, sehingga disangka orang yang muncul yang muncul itulah keseluruhan gunung es tersebut. kenyataannya tidaklah demikian, yang tampak hanyalah kira-kira seperempat dari keseluruhan gunung es. Tiga perempat bagian yang lainnya tidak kelihatan karena berada dibawah permukaan laut.

Demikian pula halnya dengan PR, banyak orang yang menyangka PR hanya kegiatan yang tampak. Sebenarnya kegiatan yang tampak oleh publik itu hanyalah satu tahap saja dari keseluruhan kegiatan PR. Seperti halnya manajemen menjalankan sebuah sistem PR adalah suatu aktivitas maupun kegiatan, proses kegiatannya meliputi empat tahap yakni, tahap penelitian (*Research*), perencanaan (*Planning*), Penggiatan (*Action*), dan Evaluasi (*Evaluation*).

Menurut Firsan Nova (2014, 22) dalam bukunya *PR War*, menjelaskan bahwa

PR adalah bidang yang berkaitan dengan mengelola citra dan reputasi seseorang ataupun sebuah lembaga di mata public. Profesi PR bekerja di wilayah publik untuk melakukan fungsi komunikasi, Hubungan masyarakat (Humas), Management krisis, Hubungan pelanggan (*Customer Service*), Hubungan Karyawan (*Employee relations*), Hubungan pemerintah (*Government relation*), Hubungan industri (*industry relation*), Hubungan Investor, Hubungan dengan media (*Media relations*), mediasi, publisitas, menulis pidato, dan guest atau *Visitor relation*.

Kegiatan PR tersebut erat kaitanya dengan pembentukan opini publik dan perubahan sikap dari masyarakat. Menurut Cutlip center dan Broom (Nova Firsan: 2014, 23) mengikhtisarkan sepuluhpekerjaan PR sebagai berikut:

1. Menulis dan mengedit teks demi kepentingan informasi dan publisitas. Seperti membuat release publikasi, majalah untuk karyawan dan pemegangsaham, korespondensi, pesan website, laporan tahunan, pidato, brosur, film dan scipt slide show, artikel publikasi dan materi pendukung teknis lainnya.

2. Hubungan media dan penempatan media. Mengetahui kontak media, deadline dan libur media, serta bekerjasama dengan media.
3. Riset, mengumpulkan informasi mengenai opini publik, tren, isu, iklim politik, peraturan perundangan, liputan media, opini kelompok kepentingan. Mendesign riset program, melakukan survei dan menyewa perusahaan riset.
4. Manajemen dan administrasi, programan dan perencanaan dengan bekerjasama dengan manajer lain, menata personel, anggaran dan jadwal program.
5. Konseling, memberi saran kepada manajemen dalam masalah sosial, politik dan peraturan, bekerjasama membuat keputusan kunci untuk menyusun strategi dalam mengelola atau merespon isu-isu sensitif dan krisis.
6. Acara spesial, mengatur dan mengelola konferensi pers, lomba lari 10K, konvensi, *open house*, pemotongan pita dan grand opening, perayaan ulang tahun, acara pengumpulan dana, mengadakan kontes, program penghargaan, dan kegiatan khusus lainnya.
7. Pidato, yaitu tampil di depan publik, melatih orang memberi kata sambutan dan mengelola biro juru bicara untuk menjelaskan *platform* organisasi di depan audience paling penting.
8. Produksi, membuat saluran komunikasi dengan menggunakan keahlian dan pengetahuan multimedia termasuk seni, tipografi, fotografi, tata letak, perekam audio dan video serta editing dan menyiapkan presentasi audiovisual.
9. Pelatihan, yaitu mempersiapkan eksekutif dan juru bicara lain untuk menghadapi media dan tampil di hadapa publik. Memberi petunjuk kepada orang lain di dalam organisasi untuk eningkatkan keahlian menulis dan berkomunikasi. Membantu memperkenalkan perubahan dalam kultur, kebijakan, struktur dan proses arganisatoris.

10. Kontak, yaitu bertugas sebagai penghubung dengan media, komunitas, dan kelompok internal dan eksternal lainnya. Sebagai mediator antara organisasi dan stakeholder penting dengan bertugas untuk mendengarkan pandangan, menegosiasikan, mengelola konflik serta menjalin kesepakatan. Sebagai tuan rumah dengan melakukan pertemuan dan jamuan untuk tamu dan pengunjung.

Sedangkan menurut Bertrand R. Canfield (Effendi uchjana onong: 2009, 137) mengemukakan tiga fungsi PR yakni:

1. Mengabdikan kepada kepentingan umum (*It should serve the public's interest*).
2. Memelihara komunikasi yang baik (*Maintain good communication*).
3. Menitikberatkan moral dan tingkah laku yang baik (*And stress good morals and manners*).

Sedangkan PR berfungsi melayani *stakeholder* atau Kelompok kunci, seperti yang peneliti kutip dari buku *Strategi Public Relation* (Oliver sandra: 2001, 60) terdapat delapan kelompok kunci dalam PR yang perlu dilayani untuk membangun saling pengertian :

1. Masyarakat luas
2. Karyawan, manajer dan serikat kerja
3. Konsumen di masa lalu, masa sekarang dan masa mendatang
4. Pemasok materi dan jasa keuangan
5. Pasar uang, termasuk pemegang saham, Bank, penjamin dan investor
6. Distributor, agen, pemborong dan pengecer
7. Calon karyawan, konsultan dan agen
8. Pemimpin opini terutama radio, televisi, pers dan profesi media lain atau aktivis, terutama pelobi dan pemerhati lingkungan. (Oliver: 2001, 5).

Peran Public relations sendiri di dalam organisasi menurut Nova Firan (2011, 58) yaitu:

1. Penasihat ahli

Seorang praktisi *public relation* yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya. Hubungan antara *public relations* dengan manajemen organisasi ini ibarat dokter dengan pasiennya, artinya pihak manajemen bertindak pasif untuk menerima atau mempercayai apa yang telah disarankan atau usulan dari *public relations* tersebut dalam memecahkan dan mengatasi persoalan *public relations* yang telah dihadapi oleh organisasi yang bersangkutan.

2. Fasilitator komunikasi

Dalam hal ini, *public relations* bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. *Public relations* harus bisa menjelaskan kembali keinginan dan harapan organisasi kepada pihak publiknya.

3. Fasilitator proses pemecahan masalah

Peranan *public relations* dalam proses pemecahan persoalan merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat hingga mengambil tindakan berupa keputusan dalam mengatasi persoalan yang ada.

4. Member peringatan dini kepada para manajer untuk mengantisipasi setiap kecenderungan

Salah satu kewajiban seorang *public relation* yaitu selalu mengingatkan para manajer dalam melakukan berbagai kegiatannya. Jangan sampai dengan adanya kegiatan menimbulkan permasalahan dimata publik.

5. Menggunakan reset dan teknik-teknik komunikasi sebagai sarana utama

Media yang digunakan sebagai sarana komunikasi oleh *public relations* harus disesuaikan dengan tingkat kebutuhan masyarakat.

3. Internal Public relation

Dalam Firsan Nova (2014, 23) ruang lingkup tugas Public relations (PR) dalam sebuah organisasi antara lain meliputi aktivitas sebagai berikut.

1. Membina hubungan kedalam (Internal)

Publik internal adalah publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri. Seorang PR harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi.

PR yaitu :

1. Hubungan dengan karyawan

Seperti yang dijabarkan sebelumnya, karyawan bukan hanya pekerja yang tidak diperhatikan kebutuhannya, karyawan adalah asset perusahaan, tanpa karyawan mustahil perusahaan dapat berjalan dan mencapai tujuannya. Sudah seharusnya karyawan diperhatikan dengan baik dan manusiawi. Usaha organisasi sejahterakan karyawan antara lain Upah yang cukup, Perlakuan yang adil, Ketenangan bekerja, Perasaan diakui, Penghargaan atas hasil kerja, Penyalur perasaan (konseling). Sesuai dengan Teori Hierarki Maslow mengenai kebutuhan. selain kebutuhan ekonomis kebutuhan non ekonomis merupakan hal yang paling penting. Seperti berkomunikasi persuasif saat memerintah bukan koersif, memberi pujian saat mencapai target, mengkonseling waktu ada masalah dan sebagainya.

2. Hubungan dengan pemegang saham (*Stockholder relation*)

Modal sangat urgen untuk perusahaan, dibutuhkannya investor untuk memodali perusahaan, untuk itu dibutuhkan relasi yang baik antara lain, menyatakan selamat kepada pemegang saham yang baru, Memberikan laporan, Mengirim majalah organisasi, Mengadakan pertemuan, dsb.

4. Ruang lingkup Humas (PR)

Seperti dibahas sebelumnya, PR diibaratkan sebagai gunung es yang nampak dipermukaan tetapi sebetulnya masih ada bagian yang tak terlihat dibawahnya. Pekerjaan humas memiliki cakupan cukup luas yang mustahil dilakukan satu orang. Tugas humas adalah berfungsi menjalin relasi atau hubungan baik dengan publik organisasi atau khalayak Humas dan menjaganya secara berkesinambungan. Khalayak Humas sendiri terbagi dua yaitu Khalayak *Internal* yaitu mereka yang terlibat dalam pekerjaan internal organisasi misalnya karyawan dan keluarga karyawan serta khalayak *eksternal* yaitu khalayak yang berada di luar organisasi misalnya masyarakat sekitar, konsumen, investor, dan sebagainya.

Karena luas dan kompleksnya tugas humas sehingga tidak memungkinkan seluruh khalayak harus dilayani dan seluruh tugas harus dilakoni. Hal ini mungkin keterbatasan daya dan dana, karena humas berada di naungan suatu organisasi yang tentu saja memiliki pengeluaran yang tidak sedikit. Seperti yang diungkapkan oleh Morissan (2008, 57) dalam bukunya "*Managemen PR: Stratgi menjadi Humas profesional*" menurutnya, Dewasa ini praktisi Humas sudah harus memfokuskan pekerjaannya pada khalayak tertentu saja, ini berarti tidak semua khalayak harus dilayani. Menurutnya, khalayak Humas baik kelompok maupun orang-orang yang berhubungan dan berkomunikasi dengan perusahaan, baik internal maupun eksternal pada dasarnya sangat luas dan kompleks, tidak mungkin semuanya bisa dilayani.

Menurut Cutlip-Center-Broom dalam bukunya *Effective Public relations*

ruang lingkup Humas mutakhir mencakup tujuh bidang pekerjaan yaitu, publisitas, iklan, press agensi, *public affair*, manajemen isu, lobi dan hubungan investor. Pembagian ini tentu saja tidak bermaksud mengabaikan peran Humas dalam hubungannya dengan publik internal yaitu para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, pemilik modal dan manajemen perusahaan. Bagaimanapun ruang lingkup humas tidak hanya publik *eksternal* tetapi juga publik *internal*. Tetapi semua tergantung kepada karakter organisasi, semakin luas dan kompleks komponen atau elemen publik suatu organisasi bersangkutan akan membutuhkan peran Humas yang semakin banyak dan semakin ahli (Morissan: 2008, 57-58).

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN SU) Medan

“Berdirinya UIN Sumatera Utara atau sebelumnya Institut Agama Islam Negeri (IAIN) di Indonesia berlandaskan pada Peraturan Presiden Nomor 11 Tahun 1960 tanggal 9 Mei 1960 di Yogyakarta dengan nama Al-Jami'ah Al-Islamiyah Al-Hukumiyah. Perwujudan IAIN merupakan gabungan dari Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (PTAIN) Yogyakarta dan Akademi Dinas Ilmu Agama (ADIA) yang berkedudukan di Jakarta.

Kehadiran IAIN merupakan tuntutan kebutuhan dasar umat Islam dalam upaya mengembangkan syi'ar agama melalui wadah perguruan tinggi yang lebih profesional, yakni perguruan tinggi Islam negeri yang sekaligus diharapkan dapat membantu pemerintah dalam menyiapkan sumber daya insani dan ahli Agama Islam.

IAIN Sumatera Utara yang didirikan pada tahun 1973 di Medan, dilatar belakangi dan didukung oleh beberapa faktor pertimbangan objektif. Pertama, Perguruan Tinggi Islam yang berstatus Negeri pada saat itu belum ada di Provinsi Sumatera Utara, walaupun Perguruan Tinggi Agama Islam Swasta memang sudah ada. Kedua, pertumbuhan pesantren, madrasah dan perguruan-perguruan agama yang sederajat dengan SLTA di daerah Sumatera Utara tumbuh dan berkembang dengan pesatnya, yang sudah tentu memerlukan adanya pendidikan lanjutan yang sesuai, yakni adanya Perguruan Tinggi Agama Islam yang berstatus Negeri.

Dalam suasana yang demikian, timbullah inisiatif Kepala Inspeksi Pendidikan Agama Provinsi Sumatera Utara yang saat itu dijabat oleh H. Ibrahim Abdul Halim beserta dengan teman-temannya untuk mendirikan Fakultas Tarbiyah di Medan. Usaha ini terwujud dengan terbentuknya suatu Panitia Pendirian Fakultas Tarbiyah Persiapan IAIN yang diketuai oleh Letkol. Raja Syahnan, pada tanggal 24 Oktober 1960. Sejalan dengan berdirinya Fakultas Tarbiyah Persiapan IAIN Medan, Yayasan K.H. Zainul Arifin (milik Nahdlatul Ulama) membuka Fakultas Syari'ah pada tahun 1967. Keinginan untuk mewujudkan Fakultas Syari'ah Negeri, prosesnya sama dengan Fakultas Tarbiyah IAIN Medan, yaitu dengan mengajukan surat permohonan Nomor 199/YY/68 tanggal 20 Juni 1968 kepada Menteri Agama RI di Jakarta.

Untuk mewujudkan keinginan tersebut, Menteri Agama RI mengambil kebijaksanaan dengan menyatukan Panitia Penegerian Fakultas Tarbiyah yang telah ada, dengan Panitia Penegerian Fakultas Syari'ah. Akhirnya, penegeriannya sama-sama dilakukan pada hari Sabtu tanggal 12 Oktober 1968 M. bertepatan dengan tanggal 20 Rajab 1389 H, oleh Menteri Agama RI K.H. Moh. Dahlan, bertempat di Aula Fakultas Hukum USU Medan, yang dihadiri oleh tokoh-tokoh masyarakat, pembesar sipil dan militer serta Rektor IAIN Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam acara tersebut, Drs. Hasbi AR dilantik sebagai Pj. Dekan Fakultas Tarbiyah, dan H. T. Yafizham, SH sebagai Pj. Dekan Fakultas Syari'ah dengan Surat Keputusan Menteri Agama RI Nomor 224 dan 225 Tahun 1968. Walaupun sejak tanggal 12 Oktober 1968 Menteri Agama RI telah meresmikan 2 (dua) buah Fakultas, yaitu Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Syari'ah sebagai Fakultas Cabang dari IAIN Ar-Raniry Banda Aceh, namun semangat dan tekad untuk memperoleh IAIN yang berdiri sendiri di Medan tetap menjadi idaman setiap warga masyarakat, organisasi-organisasi agama, organisasi pemuda dan mahasiswa terutama dari pimpinan IAIN Cabang Medan.

Setelah peresmian IAIN Sumatra Utara, pimpinan menetapkan kebijaksanaan dalam bidang ketatausahaan yang bertujuan untuk memusatkan beberapa bidang kegiatan administrasi di kantor pusat IAIN Sumatra Utara agar setiap fakultas dan unit lainnya dapat lebih memfokuskan diri dalam peningkatan kualitas akademik. Kebijaksanaan tersebut dituangkan dalam Keputusan Rektor Nomor 22 tahun 1974. Kebijaksanaan tersebut tentu saja terus dikembangkan sesuai dengan tuntutan perkembangan yang terjadi. Berdasarkan Keputusan Menteri Agama RI Nomor 24 Tahun 1988, IAIN Sumatra Utara mempunyai sebuah biro, yaitu Biro Administrasi Umum, Akademik dan Kemahasiswaan. Biro ini membawahi enam bagian, yaitu: (1) Bagian Akademik dan Kemahasiswaan; (2) Bagian Perencanaan dan Sistem Informasi, (3) Bagian Keuangan; (4) Bagian Kepegawaian; (5) Bagian Perlengkapan dan Rumah Tangga, dan (6) Bagian Administrasi Bina PTAIS

Bersamaan dengan hal itu, sesuai dengan statuta sebagai Keputusan Menteri Agama No. 487 tahun 2002, IAIN Sumatra Utara memiliki beberapa Unit Pelaksana Teknis, yaitu: (1) Pusat Penelitian; (2) Pusat Pengabdian kepada Masyarakat; (3) Perpustakaan; (4) Pusat Komputer; (5) Pusat Pembinaan Bahasa; dan (6) Unit Peningkatan Mutu Akademik. Sekarang, dengan keluarnya Statuta tahun 2008, Pusat Penelitian sudah diubah menjadi Lembaga Penelitian dengan menaungi 4 Pusat Penelitian, dan dan Pusat Pengabdian kepada Masyarakat dinaikkan statusnya menjadi Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat. Untuk mendukung dan mengembangkan misi IAIN Sumatra Utara, baik ke dalam maupun keluar,

Pimpinan IAIN Sumatra Utara membentuk berbagai Lembaga Non-Struktural.

Saat ini tidak kurang dari 10 Lembaga Non-Struktural yang aktif melaksanakan tugas dan kegiatannya. Lembaga-lembaga dimaksud ialah: (1) Pusat Studi Wanita; (2) Pusat Informasi dan konseling HIV/Aids latHIVA; (3) Badan Dakwah dan Pembinaan Sumber Daya Masyarakat; (4) Pusat Layanan Bimbingan Konseling; (5) Pusat Informasi Kerja dan Usaha Mandiri; (6) Pusat Studi Kependudukan dan Lingkungan Hidup; (7) Forum Pengkajian Ekonomi dan Perbankan Islam; (8) IAIN Press; (9) Pusat Layanan Psikologi; (10) Pusat Konseling Keluarga Fakultas Dakwah. Selain itu, sejumlah lembaga yang berperan dalam peningkatan kesejahteraan dan sosial yang ikut berkiprah dalam memajukan IAIN Sumatra Utara, antara lain: (1) Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah (BPRS) "Pudu Arta Insani"; (2) Ikatan Alumni IAIN Sumatra Utara; (3) Koperasi Pegawai Republik Indonesia; (4) Korpri; (5) Dharma Wanita Persatuan; dan (6) Badan Wakaf" (Wikipedia).

B. Hasil dan Pembahasan

1. Kegiatan *Public Relations Officer* di Internal UIN SU

Selain yang selama ini kita lihat di media massa Humas adalah pihak yang memberi klarifikasi dan informasi menyangkut organisasi tempatnya bekerja. Disamping hal tersebut, mereka memiliki kegiatan atau aktivitas dalam selalu menjaga citra organisasi dan menjaga serta menjalin kerjasama dan saling pengertian dengan publik secara berkesinambungan.

Untuk lebih mudah, peneliti menyajikan data dalam bentuk tabel kegiatan Humas UIN SU yang sesuai dengan Kegiatan PR Menurut Cutlip Center dan Broom (Nova Firsan: 2014, 23) mengikhtisarkan sepuluh pekerjaan PR sebagai berikut:

- a. Menulis dan mengedit teks demi kepentingan informasi dan publisitas. Seperti membuat release publikasi, majalah untuk karyawan dan pemegang saham, korespondensi, pesan website, laporan tahunan, pidato, brosur, film dan script slide show, artikel publikasi dan materi pendukung teknis lainnya.
- b. Hubungan media dan penempatan media. Mengetahui kontak media, deadline dan libur media, serta bekerjasama dengan media.
- c. Riset, mengumpulkan informasi mengenai opini publik, tren, isu, iklim politik, peraturan perundangan, liputan media, opini kelompok kepentingan. Mendesign riset program, melakukan survei dan menyewa perusahaan riset.
- d. Manajemen dan administrasi, programan dan perencanaan dengan bekerjasama dengan manajer lain, menata personel, anggaran dan jadwal program.
- e. Konseling, memberi saran kepada manajemen dalam masalah sosial, politik dan peraturan, bekerjasama membuat keputusan kunci untuk

menyusun strategi dalam mengelola atau merespon isu-isu sensitif dan krisis.

- f. Acara spesial, mengatur dan mengelola konferensi pers, lomba lari 10K, konvensi, *open house*, pemotongan pita dan grand opening, perayaan ulang tahun, acara pengumpulan dana, mengadakan kontes, program penghargaan, dan kegiatan khusus lainnya.
- g. Pidato, yaitu tampil di depan publik, melatih orang memberi kata sambutan dan mengelola biro juru bicara untuk menjelaskan *platform* organisasi di depan audience paling penting.
- h. Produksi, membuat saluran komunikasi dengan menggunakan keahlian dan pengetahuan multimedia termasuk seni, tipografi, fotografi, tata letak, perekam audio dan video serta editing dan menyiapkan presentasi audiovisual.
- i. Pelatihan, yaitu mempersiapkan eksekutif dan juru bicara lain untuk menghadapi media dan tampil di hadapa publik. Memberi petunjuk kepada orang lain di dalam organisasi untuk eningkatkan keahlian menulis dan berkomunikasi. Membantu memperkenalkan perubahan dalam kultur, kebijakan, struktur dan proses arganisatoris.
- j. Kontak, yaitu bertugas sebagai penghubung dengan media, komunitas, dan kelompok internal dan eksternal lainnya. Sebagai mediator antara organisasi dan stakeholder penting dengan bertugas untuk mendengarkan pandangan, menegosiasikan, mengelola konflik serta menjalin kesepakatan. Sebagai tuan rumah dengan melakukan pertemuan dan jamuan untuk tamu dan pengunjung.

No	Kegiatan	√	X	Penjelasan
1	Menulis dan mengedit teks demi kepentingan informasi dan publisitas	√	-	Merupakan kegiatan yang paling banyak peneliti temukan, menghubungi media, menulis berita untuk release dan website, slide show, dan sebagainya.
2	Hubungan media dan penempatan media	√	-	Memiliki kontak media seperti koran, radio, dan sebagainya di kota Medan.
3	Riset	-	X	Kegiatan ini sangat jarang dan tidak adanya hasil statistik mengenai opini publik, kinerja, dan sebagainya. Menyewa perusahaan riset pun tidak ada begitupun kotak saran sebagai instrumen pengumpul opini mengenai organisasi. tetapi berdasarkan yang peneliti telusuri dari mesin pencarian, UIN SU memiliki lembaga riset sendiri, bukan Humas.
4	Manajemen dan administrasi	√	-	Melakukan kerjasama dengan manajemen atau biro lain dan melakukan komunikasi dua arah
5	Konseling	-	X	Berdasarkan pengakuan informan secara formal berdasarkan SOP di UIN SU tidak ada tugas mereka untuk konseling, tetapi secara tidak

				formal pasti ada karyawan yang curhat.
6	Acara spesial	√	-	Humas sebagai protokoler dan protokol acara seperti Wisuda, <i>open house</i> dan sebagainya
7	Pidato	√	-	Berpidato dan melatih cara berbicara sebagai protokol
8	Produksi	√	-	Mendokumentasikan Acara penting melalui Fotografi, Video dan berita.
9	Pelatihan	√	-	Sebagai sosok komunikator yang baik, melatih bagaimana protokoler yang baik, serta pelatihan bahasa yang baik dan benar.
10	Kontak	√	-	Melakukan sambutan tamu dan protokoler, serta sebagai mediator komunikasi. Untuk mediator komunikasi luar negeri, diserahkan kepada bagian Hubungan Internasional.

Tabel 02. Kegiatan Humas UIN SU sesuai Kegiatan PR Menurut Cutlip Centerdan Broom

2. Hambatan *Public relations officer* (PRO) menjalankan fungsinya dan mewujudkan *Two way traffic communications* di UIN SU

Sangat sulit membedakan antara organisasi dengan pendekatan struktural fungsional atau sering disebut Birokrasi. Dapat dikatakan bahwa organisasi adalah Birokrasi. Organisasi adalah kumpulan sekelompok orang atau sistem individual yang terkoneksi dalam suatu *hierarki* dalam jenjang dan pembagian kerja yang berupaya untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Berdasarkan definisi mengenai organisasi tersebut, seakan membenarkan jika organisasi seharusnya memiliki *Hierarki* yang jelas antara atasan bawahan.

Human relation memang belum sepopuler Birokrasi terutama di negara berkembang seperti Indonesia. Tetapi sudah banyak diterapkan di negara maju karena dirasa penting dalam rangka memecahkan masalah yang menyangkut faktor manusia dalam manajemen sekaligus memotivasi. Pendekatan ini menyangkut psikologis atau kejiwaan

Setiap organisasi pasti memiliki aturan-aturan maupun regulasi baik ketat maupun tidak, tertulis maupun tidak. Tanpa peraturan yang jelas pekerja akan sulit dikontrol dan sulit menentukan konsekuensi apa yang diberikan jika melakukan suatu hal di luar etika. Begitupun yang diungkapkan informan penelitian yaitu Yunni Salma selaku kepala Humas UIN SU mengenai konsep birokrasi UIN SU. Beliau mengatakan peraturan tersebut dibuat untuk kebaikan bersama jika tidak dibuat peraturan maka orang akan semena-mena dalam organisasi. Dimana kita ketahui bahwa konsep birokrasi menganut sistim baku dan formal, segala sesuatu harus sesuai dengan prosedur dan protokoler yang telah ditentukan secara tertulis. Setiap tugas atau perintah yang datang dari atasan disampaikan melalui surat resmi dan melewati beberapa departemen atau biro. Perintah tersebut harus dilaksanakan oleh staff terkait dalam hal ini dituntut sebuah profesionalitas dalam bekerja. Berdasarkan observasi peneliti dilapangan, peneliti melihat pegawai di

UIN SU apel pagi jam 07.30 Wib, istirahat 12.00 Wib dan pulang jam 16.30 Wib hal tersebut dilakukan setiap hari mulai hari Senin sampai hari Jumat.

Peneliti melihat pegawai menyapa satu sama lain, mengobrol dan tertawa. Terutama momen setelah apel pagi dan sore. Pada waktu jam kerja, pegawai berada di ruangan masing-masing, setiap ruangan atau biro memiliki kepala atau pimpinan masing-masing. Terdapat security berjaga di loby untuk menjaga keamanan dan memantau tamu yang masuk, semuanya terlihat kondusif. Di ruangan tengah terdapat lapangan badminton sebagai sarana hiburan dan olahraga. Sering juga diadakan senam pagi untuk menjaga badan pegawai tetap segar dan bugar.

Berdasarkan paragraf di atas, peneliti menginterpretasikan semua aktivitas organisasi berjalan lancar. Pegawai pun terlihat bahagia dan tidak merasa terbebani dengan jadwal yang padat karena adanya sarana-prasarana serta media untuk melepas penat. Sehingga walaupun dengan sistem Birokrasi, UIN SU tetap peduli terhadap kebutuhan karyawan. Walaupun mungkin ada masalah di rumah, tentu harus disembunyikan dengan senyuman. Begitupun dengan pihak Humas sama halnya dengan pegawai lainnya, turut ikut berinteraksi.

Pihak PR sendiri berfungsi sebagai pusat informasi seperti yang tertulis di pintu ruang Humas “Anda bertanya, Humas menjawab”. Untuk tamu maupun mahasiswa yang membutuhkan informasi seputar UIN SU langsung bertanya ke ruangan Humas yang tepat berada dekat pintu masuk. Jadi, Humas adalah pihak yang mengetahui seputar Internal UIN SU, bahkan untuk mengklarifikasi sebuah kasus atau masalah, Humas yang bertanggung jawab menyampaikan fakta sebenarnya yang tidak menyudutkan organisasi dengan tata bahasa yang terstruktur dan terframing dengan baik.

Intinya adalah melayani, fungsi Humas sendiri seperti yang dipaparkan di bab II yaitu, Mengabdikan pada kepentingan umum, Memelihara komunikasi yang baik, Menitikberatkan moral dan tingkah laku yang baik. Humas merupakan sosok yang baik dan mengayomi, patut menjadi contoh yang baik. Citra merupakan hal

yang penting bagi Humas baik Citra diri maupun Organisasi, sudah tentu hal baik, yang meraih simpati publik yang ditampilkan. Yang perlu dilayani dan dipelihara komunikasinya adalah Publik atau *Stakeholder* seperti yang dipaparkan pada bab II, dalam penelitian ini yang difokuskan adalah Publik internal yaitu Anggota organisasi seperti Karyawan, manager dan pimpinan.

Kesulitan Humas dalam menjalankan tugasnya tidak ditemukan, bukan berarti tidak ada. Berdasarkan observasi serta pendapat informan sistem Birokrasi tidak menghambat Humas menjalankan fungsinya sebagai PR karena seperti yang tertulis di atas, walaupun sistem Birokrasi UIN SU tidak mengekang karyawan. UIN SU memberikan sarana prasarana untuk melepas penat dan stress seperti, senam pagi, permainan tennis meja dan badminton, rapat atau pertemuan rutin, wisata, dan lain-lain. Selain itu komunikasi secara horizontal berjalan lancar dan dua arah, walaupun secara vertikal informasi dan komunikasi datang dari satu pihak atau satu arah.

Untuk *two way traffic communications* sendiri sudah terjadi terutama sesama karyawan yang selevel jabatannya, bahkan dengan petugas kebersihan pun terjadi komunikasi dengan pegawai tanpa ada sekat level jabatan. Sehingga Humas tidak mengalami kesulitan untuk menjalin kerjasama dengan karyawan dan menjalin hubungan baik sesama karyawan. Sedangkan untuk atasan memang tidak bisa sembarangan, untuk berkomunikasi, dengan rektor misalnya harus melalui surat resmi, untuk bicara langsung harus memiliki kepentingan dan loby yang mumpuni. Hal ini memang sebuah regulasi maupun aturan yang dianut sistem Birokrasi, karena sebagai atasan pasti memiliki keunggulan dibanding bawahan, bawahan tidak bisa sesukanya dengan atasan karena atasan adalah orang yang memerintah. Intinya adalah semua berjalan secara alamiah tanpa perlu campur tangan Humas.

Tugas dan ruang lingkup Humas dari satu organisasi berbeda dengan Humas di organisasi lain tergantung luas kecil organisasi. humas merupakan termasuk kedalam manajemen organisasi sehingga harus menyesuaikan dengan

keadaan organisasi serta membantu pimpinan mencegah serta menghadapi masalah hubungan dengan publik.

Menurut Yenni Salma selaku key informan menyebutkan bahwa setiap organisasi membutuhkan aturan yang ketat tersebut, bukan berarti UIN SU otoriter, tetapi untuk menciptakan keberaturan, karena UIN SU tetap memerhatikan karyawannya, berusaha memenuhi kebutuhannya walaupun tidak sepenuhnya. Berdasarkan pendapat kepala bagian Humas UIN SU tersebut, terlihat Humas mencoba membela dan memperbaiki citra UIN SU dari asumsi yang peneliti tanyakan mengenai Birokrasi. Sesuai dengan peran serta fungsi PR untuk mencegah masalah dan menjaga serta memperbaiki citra organisasi.

Berdasarkan pengamatan serta interpretasi peneliti sendiri, berdasarkan aktivitas Humas di Internal UIN SU. Humas lebih fokus kepada media relations dan Publikasi yang merupakan hubungan eksternal. Kegiatan Humas menjalin hubungan dengan Publik Internal peneliti jabarkan dalam tabel berikut:

No	Kegiatan PR / Humas UIN SU	Keterangan
1	Informasi (Tanya jawab)	PR sebagai pihak yang menjawab pertanyaan publik yang berkaitan dengan organisasi baik tamu, mahasiswa, staff, manager dan sebagainya. Memberikan jawaban yang jelas dan klarifikatif, sehingga tidak terjadi miskomunikasi serta persepsi yang salah.
2	Media Internal	Media yang disediakan Humas yaitu Slide berupa foto dan audio visual produksi Humas sendiri di LCD. Media lainnya yaitu Email dan Website berisi berita seputar

		Internal UIN SU.
3	MC dan Protokoler	Menfasilitasi acara formal dan kunjungan dengan menyusun <i>rundown</i> acara, konsumsi, dokumentasi, berita, dan sebagainya.
4	Berkomunikasi dengan Biro lain	Sesekali Kabag Humas mengunjungi biro lain terkait kepentingan komunikasi serta penasehat ahli.
5	Berkomunikasi dengan pegawai	Berkomunikasi dengan beberapa karyawan terkait pekerjaan maupun bertutur sapa. Untuk mengeratkan tali silaturahmi untuk hubungan yang baik.
6	Memiliki akses berkomunikasi dengan setiap pimpinan srta rektor	Sebagai penasehat ahli, penyampai informasi, pemberi saran serta memberi peringatan dini

Tabel 01. Kegiatan Humas UIN SU berdasarkan observasi peneliti

Berdasarkan hal di atas, terdapat kekurangan seperti media Internal yang terlalu sedikit, dan tidak melaksanakan *Human relation* sebagai pemecah masalah aspek psikologi karyawan. Seperti yang dikemukakan oleh Mimi sahiraselaku staff Humas dan Yuni salma bahwa mereka tidak menerapkan *Human relation* karena tidak banyak permasalahan karyawan menyangkut psikologi untuk dipecahkan. Karyawan dapat memecahkan dan memisahkan antara masalah yang ada di rumah dengan pekerjaan, jadi saat bekerja fokus pikiran adalah pekerjaan. Saat peneliti bertanya mengenai *Human relation*, informan menjawab hal tersebut bukan tugas pokok humas, jadi mereka hanya menjalankan hal-hal pokok terutama menjaga citra UIN SU dimata publik.

Berdasarkan paragraf di atas, peneliti menganalisis bahwa Humas memiliki ruang lingkup pekerjaan yang luas, selain menjaga citra, humas juga sering disandingkan dengan bagian pemasaran melalui aktivitas publikasi dan iklan produksi sendiri, disandingkan dengan bagian personalia membantu permasalahan kinerja karyawan, hubungan pemerintah, manajemen krisis, hubungan dengan seluruh publik yang bersangkutan paut dengan organisasi termasuk masyarakat sekitar dan lobi politik. Sehingga urusan Internal dan Eksternal sering tidakimbang.

Peneliti menyimpulkan bahwa Birokrasi UIN SU tidak menghambat fungsi PR tetapi mempekerjakan PR di organisasinya supaya memberi kontribusi terhadap kekurangan sistem Birokrasi itu sendiri serta mengurus Publik dan protokoler acara di UIN SU. Sedangkan asumsi negatif mengenai Birokrasi/ Struktural fungsional/ teori sistem yang lazim disebut Manajemen klasik kurang tepat lagi untuk sekarang. Karena aktivitas Birokrasi sekarang tidak se-ekstrim dan sekejaman zaman dulu dan dipraktikkan pada setiap organisasi. praktek Birokrasi pada zaman dulu tahun 17-an yang masih memaksa buruh bekerja dengan upah minim dan keadaan tempat kerja yang memprihatinkan tidak mungkin lagi ditemukan zaman sekarang. Kecuali aktivitas ilegal yang tidak terpantau pemerintah, mengesampingkan keselamatan karyawan.

Birokrasi zaman modern sudah di rekonstruksi sesuai perkembangan zaman dan ilmu pengetahuan, secara implisit sudah berpadu dengan pendekatan *Human relation* yang mementingkan hak-hak manusiawi. Sehingga isu mengenai Birokrasi adalah otoriter sudah tidak berlaku lagi zaman sekarang. Karena kita harus kompetitif dan perbaiki kualitas diri supaya dapat bekerja di suatu organisasi. semakin bagus dan tinggi gaji organisasi semakin tinggi kualifikasi calon pekerja yang ditentukan. Intinya, anda bekerja dengan baik dan profesional, organisasi akan mempertahankan anda bahkan diberi bonus, penghargaan bahkan promosi. *If you gave much, they'll give you more.*

3. Upaya *Public Relations Officer* mengatasi masalah-masalah anggota organisasi

Untuk masalah anggota organisasi terutama masalah pribadi dalam organisasi Birokrasi sendiri sebenarnya lepas tangan. Karena Birokrasi menuntut profesionalitas pekerjanya dan penyelesaian pekerjaan dengan baik serta efisien sehingga urusan pribadi dan pekerjaan harus dipisahkan. Intinya, organisasi tidak mau tahu masalah pribadi maupun keluhan, tetapi hanya melihat hasil kerja. Hal itu pun pasti terjadi di UIN SU karena menerapkan sistem Birokrasi. Seperti menurut Weber, Birokrasi adalah konsep mengenai kekuasaan, wewenang dan legitimasi. Hal ini terkesan objektif karena tidak melihat keadaan karyawan yang dilihat hanya hasil kerja.

Human relation merupakan solusi untuk memecahkan masalah yang menyangkut rohaniah maupun psikologi karyawan dan manager. Sebagai organisasi dengan sistim Birokrasi, tentu menuntut karyawannya untuk bekerja profesional dan maksimal dan rutinitas akan dilakukan pekerjaan setiap hari dalam waktu 12 jam. Berangkat pagi-pagi supaya tidak terlambat dan tidur cepat supaya cukup istirahat sehingga sedikit waktu untuk keluarga dan anak-anak. Ditambah lagi dengan pikiran yang tak menentu antara masalah pribadi dan masalah di kantor akan membuat stress dan berefek terhadap kinerja.

Berdasarkan pengamatan peneliti, tidak ada tanda-tanda letih, stress dan frustrasi menghadapi pekerjaan, mungkin karena mereka sudah profesional dalam bidang pekerjaannya. Humas pun tidak begitu banyak mengatasi masalah kinerja karyawan untuk masalah disiplin, ketua biro masing-masing yang akan turun tangan menasehati baik secara persuasif maupun koersif, tergantung kesalahan yang dibuat.

Upaya humas menjalin hubungan Publik internal antara lain berkomunikasi secara antarpersonal dengan setiap karyawan, karena secara

antarpersonal pembicaraan akan lebih intens dan mendalam. Komunikator dapat melihat langsung respons lawan bicara serta menggali *field of reference* dan *field of experience* masing-masing. Sehingga menemukan masalah dan memberi saran penyelesaian yang tepat. Tetapi informan mengatakan tidak melaksanakan *Human relation* (hubungan manusiawi) tetapi hubungan antar-manusia biasa. Beranjak dari aliran *Humanisme* dalam psikologi, Hubungan manusiawi adalah komunikasi persuasif penuh etika untuk mengobati luka-luka akibat mis-komunikasi manager dengan karyawan seraya memotivasi dan bekerja dengan hati puas dan tidak merasa terbebani. Juga memotivasi karyawan dengan memberikan apa yang mereka butuhkan, supaya kinerja mereka meningkat dan produktivitas meningkat.

Sedangkan manajemen klasik, jika karyawan 'dimanjakan' atau diberi apa yang mereka butuhkan, pendekatan ini berasumsi karyawan akan malas dan lalai serta memanfaatkan keuntungan. Manusia dalam persepsinya pada dasarnya malas dan tidak bertanggung jawab sehingga harus dipaksa, diawasi, diancam serta peraturan yang ketat. Untuk itu, sistem ini dianggap otoriter, tidak ada rasa kasihan (*subjektivitas*). Menurut pakar pencetus *Human relation* jika diperintah secara *koersif* karyawan merasa sakit hati dan menyimpan dendam sehingga tidak merasa puas dalam bekerja. Karyawan seharusnya diberi komunikasi *persuasif* seraya memotivasi dan merasa puas hati dalam bekerja, memenuhi kebutuhan mereka sehingga mereka bekerja dengan hati puas. Tentu mereka akan lebih giat bekerja untuk organisasi.

Human relation bukan hanya dapat diterapkan di situasi kerja tetapi di kehidupan sehari-hari dengan siapa saja. *Human relation* juga dapat diterapkan oleh siapa saja, berbicara dengan penuh etika dan menghargai orang lain. *Human relation* hanya bisa diterapkan secara antarpersonal karena respon dari komunikasi dapat dilihat langsung, pembicaraan ini pun akan berlangsung lebih pribadi dan mendalam dengan kata lain, dapat membicarakan masalah pribadi yang diketahui kedua belah pihak. Sehingga metode konseling sangat tepat digunakan dalam

memecahkan masalah karyawan. Karyawan membicarakan masalah yang dipendam dan dirasakan kepada konselor (Humas). Konselor mendengarkan cerita komunikasi dan memberi nasehat serta solusi terhadap masalah komunikasi. Dengan konseling, karyawan 'bermasalah' akan merasa puas dan kembali beraktivitas secara normal.

Tetapi Humas UIN SU tidak menerapkan konseling maupun *Human relation* dalam aktivitasnya. Menurut informan "hal itu bukan tugas pokok Humas walaupun secara tidak tertulis itu pasti terjadi". Menurut Yuni Salama selaku Kabag Humas menjelaskan tugas dari PR atau Humas UIN SU sendiri adalah 1) publikasi, 2) dokumentasi dan 3) protokoler. Menjalin serta menjaga hubungan dengan publik baik internal maupun eksternal mereka melakukannya setiap hari dengan karyawan dan pimpinan secara tatap muka. Untuk pendekatan Hubungan manusiawi sendiri bukan tugas Humas, tetapi lebih diserahkan kepada organisasi atau pimpinan tertinggi dari organisasi karena yang memegang kendali adalah beliau sedangkan Humas merupakan staff yang sejajar dengan biro lain. Disamping itu, mereka tidak pernah menemukan kasus karyawan frustrasi di UIN SU semua bekerja secara profesional, tugas mereka adalah menampung aspirasi dan opini dari bawahan, mahasiswa maupun pihak luar kampus.

Upaya Humas dalam mengatasi masalah anggota organisasi tidak ada. Tugas Humas UIN SU adalah Publikasi, Dokumentasi dan Protokoler sehingga urusan masalah anggota organisasi bukan urusan mereka, jika adapun yang menangani bukan mereka tetapi diserahkan ke urusan perundang-undangan. Bukan berarti mereka lepas terhadap Publik internal yang jadi tanggung jawab Humas, mereka selalu menjalin silaturahmi dengan setiap anggota organisasi.

Untuk menentukan apakah UIN SU memiliki pendekatan *Human relations* atau tidak dikemukakan oleh Renensis likert dengan nama Empat sistem likert (Rohim Syaiful: 2016, 137) yaitu:

1. Sistem *Exploitative-authoritative* pimpinan menggunakan kekuasaan dengan tangan besi. Keputusan yang dibuat oleh pimpinan tidak memanfaatkan atau memperhatikan umpan balik dari para bawahannya.
2. Sistem *Benevolent-authoritative*, hampir sama dengan sistem yang pertama. Perbedaanya, pada sistem yang kedua pimpinan cukup memiliki kepekaan terhadap kebutuhan para karyawan.
3. Sistem *Consultative*, pimpinan masih memegang kendali, namun mereka juga menerima masukan-masukan dari bawah.
4. Sistem *Participative managemen*, memberi kesempatan kepada para karyawan untuk berpartisipasi penuh dalaam proses pengambilan keputusan. Sistem ini mengarahkan para bawahan untuk meningkatkan rasa tanggung jawab dan motivasi bekerja yang lebih baik.

Berdasarkan hal diatas, peneliti menyimpulkan bahwa UIN SU masuk kedalam sistem *Consultative* seperti yang terlihat dari indikasinya yaitu, sistemnya masih Birokrasi tetapi pimpinan masih memiliki kepekaan terhadap kebutuhan bawahan ditambah lagi menerima masukan- masukan dari bawah, seperti, Humas sebagai pusat informasi dan fasilitator komunikasi antara organisasi dengan publik, juga adanya pertemuan maupun rapat rutin. Walaupun jarak hierarkis setiap jabatan masih sangat kental tetapi pegawai berprestasi pasti mendapatkan apresiasi dari atasan. Semua keputusan ada di atasan yang sesuai dengan peraturan yang disepakati, tetapi tetap menerima apresiasi, komentar beserta saran dari bawah, baik melalui Humas atau divisi lain.

4. Peran *Public Relations Officer* dalam komunikasi organisasi di UIN SU

Komunikasi pasti terjadi pada setiap organisasi, Model komunikasi dalam organisasi terintegrasi di dalamnya, seperti pasti terjadi komunikasi antar personal, kelompok, verbal, non verbal, langsung, tidak langsung, tertulis, maupun tidak, model satu arah, dua arah, transaksional bahkan nirmassa. Yang khas dari komunikasi organisasi adalah adanya arus komunikasi baik vertikal yakni dari atasan ke bawahan dan sebaliknya, maupun Horizontal yakni komunikasi yang terjadi antara anggota organisasi yang setara level jabatannya. Sebagai biro yang memiliki skill komunikasi yang baik. Humas tentu dapat menganalisis setiap hambatan yang terjadi dalam arus komunikasi organisasi dan menjaganya tetap lancar. Salah satunya misalnya komunikasi bawahan dengan atasan kurang intens karena atasan lebih merasa hebat dibanding level bawah sehingga kurang bersosialisasi dengan bawahan hal ini dapat menghambat komunikasi.

Peran *Public relations* sendiri di dalam organisasi menurut Nova Firzan (2011, 58) yaitu:

1. Penasihat ahli

Seorang praktisi *public relation* yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya. Hubungan antara *public relations* dengan manajemen organisasi ini ibarat dokter dengan pasiennya, artinya pihak manajemen bertindak pasif untuk menerima atau mempercayai apa yang telah disarankan atau usulan dari *public relations* tersebut dalam memecahkan dan mengatasi persoalan *public relations* yang telah dihadapi oleh organisasi yang bersangkutan.

2. Fasilitator komunikasi

Dalam hal ini, *public relations* bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. *Public relations* harus bisa menjelaskan kembali keinginan dan harapan organisasi kepada pihak publiknya.

3. Fasilitator proses pemecahan masalah

Peranan *public relations* dalam proses pemecahan persoalan merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat hingga mengambil tindakan berupa keputusan dalam mengatasi persoalan yang ada.

4. Memberi peringatan dini kepada para manajer untuk mengantisipasi setiap kecenderungan

Salah satu kewajiban seorang *public relation* yaitu selalu mengingatkan para manajer dalam melakukan berbagai kegiatannya. Jangan sampai dengan adanya kegiatan menimbulkan permasalahan dimata publik.

5. Menggunakan reset dan teknik-teknik komunikasi sebagai sarana utama

Media yang digunakan sebagai sarana komunikasi oleh *public relations* harus disesuaikan dengan tingkat kebutuhan masyarakat.

Untuk lebih jelasnya, peneliti menyajikan data peran Humas UIN SU dalam tabel seperti berikut:

No	Peran PR/Humas	Keterangan
1	Penasehat ahli	Mempunyai akses berkomunikasi dengan setiap pimpinan dan memberi solusi pada setiap bagian atau departemen serta mempunyai wewenang dan otoritas menyelesaikan masalah yang berkaitan dengan publik.
2	Fasilitator komunikasi	Sebagai mediator atau jembatan penghubung organisasi dengan publik dan publik dengan organisasi, terlihat dari tugas humas sebagai pusat informasi. Jika ada yg memiliki pertanyaan, kritik, saran, pasti ke ruangan Humas untuk kemudian disampaikan ke manajemen maupun pimpinan.
3	Fasilitator proses pemecahan masalah	Bertanggung jawab terhadap citra UIN SU sehingga isu negatif dan opini negatif harus di minimalisir dan klarifikasi. Berusaha keluar dari setiap krisis.
4	Memberi peringatan dini kepada para manajer untuk mengantisipasi setiap kecenderungan	PR/ Humas adalah pihak yang mencegah timbulnya masalah supaya tidak terjadi krisis, tentu memberi peringatan kepada pihak manajemen jika melakukan sesuatu yg beresiko.
5	Menggunakan riset dan teknik-teknik komunikasi	Penggunaan riset masih minim tetapi teknik komunikasi yang dimanfaatkan antara lain

	sebagai sarana utama	memanfaatkan media cetak internal mahasiswa, website, email, dan media luar ruang sebagai sarana komunikasi dengan publik yang tepat.
--	----------------------	---

Tabel 03. *Peran PR UIN SU sesuai menurut Nova Firzan*

Berdasarkan tabel di atas, peneliti menyimpulkan bahwa Humas UIN SU menjalankan peran PR dengan baik. Peran PR akan sangat terlihat ketika organisasi sedang mengalami krisis, PR akan bekerja keras memulihkan kritis dan memperbaiki citra organisasi melalui komunikasi dan berbagai teknik komunikasi untuk mengklarifikasi, merubah opini serta meraih simpati publik. Tetapi, ketika keadaan tidak kritis bukan berarti PR sedikit bekerja, PR harus selalu bersiaga mencegah masalah serta menjalankan Peranya dan programnya terus menerus seraya memajukan perusahaan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan jabaran di atas dapat disimpulkan,

1. Hambatan yang dirasakan Humas dalam menjalankan fungsinya di Internal UIN SU adalah tidak ada, karena menurut informan mereka sudah ditentukan tugasnya oleh UIN SU yaitu Publikasi, Dokumentasi dan Protokoler. Jadi, fungsi Humas lain yang terabaikan bukan tugas mereka secara formal tetapi secara informal mereka tentu melaksanakannya. Selama ini hanya berinteraksi antar manusia biasa tanpa menyentuh aspek rohaniah karyawan. Intinya adalah, Humas UIN SU menjalankan tugas yang ditentukan oleh pimpinan UIN SU dan tidak melaksanakan hal yang bertentangan dengan Birokrasi.
2. Upaya Humas mengatasi masalah yang dihadapi anggota organisasi adalah menerima setiap aspirasi, berkomunikasi antarpersonal dengan karyawan supaya terjalin silaturahmi dan hubungan baik serta kerja sama dengan organisasi.
3. Peran Humas dalam komunikasi organisasi di UIN SU sudah terlaksana dengan baik meliputi Penasehat ahli, fasilitator komunikasi, Fasilitator proses pemecah masalah, Memberi peringatan dini kepada para manajer untuk mengantisipasi setiap kecenderungan, Menggunakan reset dan teknik-teknik komunikasi sebagai sarana utama. Tentunya dengan peran tersebut sudah membantu komunikasi organisasi di UIN SU terutama mediator komunikasi karena Humas menghubungkan dan menyampaikan aspirasi maupun pesan dari Publik ke organisasi begitupun sebaliknya.
4. Berdasarkan empat sistem Likert peneliti menyimpulkan bahwa UIN SU masuk ke sistem ke tiga yaitu *Consultatif*, dimana UIN SU memiliki

kepekaan terhadap kebutuhan karyawan ditambah lagi menerima usulan, saran maupun komentar dari bawah dalam pengambilan keputusan. Baik melalui Humas sebagai pusat informasi dan Penasehat ahli maupun melalui divisi lain.

5. Aktivitas Humas yang peneliti observasi adalah Dokumentasi kegiatan, Berita, Publikasi, protokoler Acara special, mediator komunikasi antara publik dengan organisasi dan sebaliknya, pusat informasi, kerjasama dengan departemen lain, sambutan tamu.
6. Tidak adanya aktivitas atau kegiatan *Human relation* melainkan hubungan antar manusia biasa, tidak adanya efek antara organisasi birokrasi dengan aktivitas PR. Kegiatan riset humas. tampungannya opini publik masih kurang baik.

B. Saran

1. Lebih memperluas kegiatan PR dan tidak mengabaikan kegiatan Internal
2. Memahami dan memanfaatkan teknik *Human relation* dalam setiap aspek komunikasi
3. Sebaiknya Humas mengadakan riset untuk memantau program yang dijalankan
4. Opini dan aspirasi bawahan merupakan hal yang urgen bagi organisasi sehingga perlu dievaluasi.
5. Menerapkan kotak saran sebagai sarana pengumpulan opini publik terkait UIN Sumatera Utara sebagai bahan kajian dan evaluasi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Ariesto Hadi Sutopo dan Adrianus Arief, 2010. Judul : *Terampil Mengolah Data Kualitatif Dengan NVIVO*. Penerbit Prenada Media Group : Jakarta.

M.A. Satori djam'an Dr. Prof & M. Pd. Komariah Aan Dr. Prof, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Alfabeta: Bandung(2017)

Rohim syaiful, *Teori komunikasi*, Jakarta: Rineka cipta (2016)

Oliver sandra, *Strategi PR*, Erlangga (2001)

Effendy uchjana onong drs. Prof, *Human relation & Public relation*, Bandung: Mandar maju(2009)

Nova Firsan, *PR War*, Jakarta: gramedia(2014)

Nova Firsan, *Crisis Public Relations*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada (2011)

Iriantara Yosai, *Management strategis publik relations*, Jakarta:Ghalia Indonesia (2004)

Hybels Sandra, Weaver II L. Richard, *Communicating effectively*, New york: Mcgraw-Hill (2007)

Yuliana Nina, *Media relations*,: Yogyakarta: Graha Ilmu (2014)

Ruslan rosady, 2017

M.A, morissan, *Managemment Public Relations: Strategi menjadi Humas profesional*, Jakarta: Kencana (2008)

Ph.d, Kriyantono Rachmat, *Teknik praktis riset komunikasi disertai contoh praktis riset media, Public relations, Advertising, Komunikasi organisasi, Komunikasi pemasaran*, Jakarta: Kencana (2006)

Website:

<http://www.pengertianpakar.com/2015/05/teknik-pengumpulan-dan-analisis-data-kualitatif.html>

(https://id.wikipedia.org/wiki/Penelitian_kualitatif)

https://id.wikipedia.org/wiki/Universitas_Islam_Negeri_Sumatera_Utara

Jurnal

S. Fahrizal (2011) <http://digilib.unila.ac.id/85/8/BAB%20II.pdf>

Nurul Hayati Siwala, *“Pelaksanaan Fungsi Internal Dan Eksternal Public Relations Hotel Santika Premiere Dyandra Medan”*, Universitas Medan Area: Medan (2017)

Ade Safitri, *“Peranan Public Relations Dalam Organisasi”*, Universitas Negeri Yogyakarta: Yogyakarta (2013)

Kartika Anggara, *“Peran Public Relation Dalam Menjalin Hubungan Dengan Public Internal Melalui Media Internal Perusahaan (Studi Kasus: Media Sosial Internal Berbasis Web pada PT. Anabatic Technologies)”*

Aswad Ishak, *“Peran Public Relations Dalam Komunikasi Organisasi”*, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (2012)

Soyusiawaty dewi, Fajri choirul, *“Strategi Humas Dalam Menjalin Good Relationship Dengan Eksternal Stakeholders UAD, Universitas Ahmad Dahlan(2016)*

M.Sn Mulawarman Krisna, MM Rosilawati Yeni, *“Komunikasi Organisasi Pada Dinas Perizinan Kota Yogyakarta Untuk Meningkatkan Pelayanan”*, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (Jurnal makna Vol.5 No.1)

Syahputra Indra Dolly, *“Peran humas dalam membangun citra pemerintahan sumatera utara”*, Universitas medan Area (2018)

Transkrip Wawancara

No	Peneliti	Informan
1	Apakah ada diterapkan Konseling sebagai metode pemecahan masalah Publik Internal?	Disini tidak ada yang seperti itu, karena tugas kita adalah sebagai humas dan informasi, yang di dalamnya ada publikasi, dokumentasi dan protokoler. Jadi, konseling itu bukan bagian dari tugas pokok humas. Di unit Humas UIN SU tidak diterapkan konseling.
2	Human relation memang bukan tugas wajib Humas, tetapi gaya bica ra dan bahasa humas tentu harus persuasif, begitupun menasehati unit lain?	Secara tidak tertulis, secara tidak formal itu pasti terjadi. Bagaimana misalnya atasan memberi nasehat pada atasan atau bawahan meminta pendapat kepada atasan. Tetapi tidak secara formal. Kalau misalnya ada masalah yang dihadapi kryawan, itu diatur oleh perundang-undangan bukan bagian humas.
3	Jadi menurut ibu, Human relations bukan tugas humas?	Untuk bagian relationshipnya pasti tugas humas, artinya relationshipnya apa, menjalin kekerabatan, kerjasama, hubungan baik, itulah tugas humas.
4	Salah satu tugas humas itu kan ke Mc dan ke Protokol bu, itu gimana bu?	Bukan MC, Keprotokolan. Tugas humas disini keprotokolan. Ya, mengatur, menjadwal acara, menerima janji dengan tamu, setting acara dan sebagainya. Humas juga harus bisa jadi protokol.
5	Membuat pidato juga?	Kalau dalam protokoler ya bukan pidato, tetapi konseptor. Membuat informasi lah, informasi itu bisa dituangkan lewat majalah,
6	PR itu kan mengkomunikasikan secara dua arah, sehingga respon komunikasi juga didengar. Beda dengan satu arah yang terkesan menyuruh yang tidak memerlukan respon komunikasi.	Ya harus komunikasi dua arah, tidak mungkin satu arah. Yang satu arah itu kan perintah. Kalau kita tidak perintah, kalau kita bagaimana menjalin kerjasama. Kalau ada masukan dari yang satu,

		kita terima, kita pertimbangkan, kalau memang itu baik kita jalankan.
7	UIN SU Birokrasi kan bu, sedangkan birokrasi masuk kedalam Struktural fungsional yang “otoriter” , bagaimana buk jika saya sebut “otoriter”?	SOP dimana pun orang punya, bukan berarti kalau kita punya SOP kita otoriter. Kita punya acuan, acuan perundang undangan, kalau memang ada acuannya, memang itu harus dipatuhi. Bagaimana mungkin kalau tidak ada aturan, maka orang akan berbuat semena-mena. Nah itu maksudnya, bukan berarti aturan itu dibuat untuk otoriter.
8	Bagaimana sih upaya Humas mencegah atau meminimalisir efek atau dampak Birokrasi dalam perspektif mazhab Humanisme tidak manusiawi?	Ibu rasa tidak ada yang bersifat otoriter di UIN ini. Kenapa, kita juga bekerja berdasarkan regulasi dari lembaga kita. Jadi tidak ada, humas pun bagaimana fungsinya dalam birokrasi yang ada disini. Saya rasa saat ini ya aman-aman saja, tugas kita untuk karyawan ini tidak hanya dipegang oleh humas. Antara humas dengan divisi yang lain akan bertujuan sama. Tetapi kita tidak menganut sistem otoriter, garis bawahi. Jika dikaitkan dengan teori Maslow, ini sudah tercapai, walaupun tidak tercapai secara sempurna, pasti semua orang akan berbenah menuju kesempurnaan, kan begitu ya.

Lampiran



Gambar 01. Ruang depan Humas Uinsu



Gambar 02. Struktire organisasi UIN SU