

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Keberadaan suatu organisasi tentu tidak dapat lepas dari publiknya. Maka suatu organisasi perlu menjaga citra yang baik di mata publik agar kepercayaan dan dukungan publik terhadap organisasi dapat terjaga. Keberadaan *public relations* (PR) atau biasa disebut juga dengan hubungan masyarakat (humas) dalam suatu organisasi dapat menjawab permasalahan-permasalahan yang dihadapi, baik itu organisasi di sektor pemerintah maupun swasta, yang berorientasi *profit* maupun *non-profit*.

*Public relations* didefinisikan oleh Cutlip (2009: 6) sebagai fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. *Public relations* diartikan sebagai bagian dari manajemen yang memiliki fungsi komunikasi seperti menekankan aspek kemampuan dasar, kemampuan mengerjakan tugas-tugas (membuat *press release*), kemampuan melakukan pendekatan seperti dengan media, serta kemampuan menjalin komunikasi dua arah secara sistematis. Lebih jauh lagi, PR diartikan sebagai fungsi manajemen untuk membangun hubungan yang baik dengan publiknya sehingga tercipta komunikasi yang efektif (komunikasi dua arah). PR juga memiliki fungsi untuk mempengaruhi

opini publik mulai dari menjaga opini yang mendukung perusahaan hingga menetralkan opini negatif yang berkembang. Otis Baskin (1997 : 12) menyebutkan salah satu fungsi PR adalah untuk mempengaruhi opini publik. Tujuannya adalah untuk mempertahankan opini publik yang baik, menciptakan opini yang belum muncul, serta menetralkan opini yang sifatnya negatif atau merugikan.

Adanya fungsi PR, tentu tidak lepas dari peran yang dimainkan oleh PR dalam suatu organisasi. Menurut Dozier (1992: 333-334) peran PR dikategorikan ke dalam dua bagian yaitu *manager role* dan *technician role*. *Manager role* memberi kesempatan pada praktisi PR dalam menyelesaikan permasalahan, memberi saran pada manager lain, membuat keputusan kebijakan, dan keberhasilan atau kegagalan program PR. Sedangkan *technician role* memposisikan praktisi PR sebagai pihak yang jarang membuat keputusan strategis, dan jarang memberikan saran pada manager lain. Apabila dikaitkan dengan paparan peran menurut Cutlip (2009 :46-48) dan beberapa paparan peran yang lain, terdapat beberapa peran yang termasuk dalam *manager role*, yaitu *expert prescriber*, fasilitator komunikator, fasilitator pemecah masalah, sebagai *corporate conscience*, dan *the boundary spanner*. Sedangkan teknisi komunikasi termasuk dalam *technician role*. Serta peran PR dalam kaitannya dengan tanggung jawab sosial, yaitu *corporate conscience*.

Setiap organisasi baik itu organisasi di sektor swasta maupun pemerintahan, tidak selalu sama dalam memandang dan memahami mengenai pengertian, fungsi, dan peran PR. Dua contoh organisasi di sektor swasta yaitu perhotelan dan pertambangan. Di organisasi perhotelan PR dipandang sebagai bagian yang bertanggungjawab untuk

menyampaikan informasi ke publik, menjalin *media relations*, dan melakukan promosi atas produk hotel dengan tujuan untuk mencapai citra positif perusahaan (Dewi, 2010:167). Fungsi dan peran PR di sektor perhotelan berfokus pada publik eksternalnya. Hal ini terlihat dari aplikasi fungsi dan peran dalam sebuah penelitian mengenai perbandingan posisi PR dalam struktur organisasi di Hotel Bintang Lima Yogyakarta, yaitu di The Phoenix Hotel dan Sheraton Hotel. Hotel-hotel tersebut memandang fungsi dan tugas yang dijalankan oleh PR sebagai fungsi komunikasi sehingga aktivitas yang dijalankan hanya berada dalam ruang lingkup komunikasi (Dewi, 2010: 168). *Public relations* di sektor perhotelan memiliki peran sebagai teknisi komunikasi (*communication technician*), yaitu membuat *press release* untuk mempromosikan produk, menangani hubungan dengan media, membuat material promosi seperti banner serta melakukan dokumentasi (Dewi, 2010: 153).

Dalam dunia pertambangan seperti di PT Kaltim Prima Coal (Paramita,2010: 150), PR berperan untuk menyelesaikan krisis. Kebijakan yang telah diputuskan oleh lini perusahaan, kemudian disosialisasikan kepada pihak-pihak yang terkait dalam krisis. Dalam hal ini PR berperan untuk mengimplementasikan program dalam menyelesaikan krisis yang dihadapi PT Kaltim Prima Coal (KPC) dengan masyarakat sekitar perusahaan yang merasa terusik akibat dampak dari penambangan yang merugikan masyarakat. Dengan demikian PR memiliki peranan sebagai fasilitator komunikasi. Sedangkan fungsi PR di PT KPC sebagai fungsi komunikasi dimana PR menjembatani perusahaan dengan masyarakat untuk menyampaikan pesan masing-masing baik berupa keluhan dan saran dari kedua belah pihak. Fokus fungsi dan

peran yang dijalankan PR pada dunia pertambangan, khususnya PT KPC, lebih kepada bagaimana membina hubungan baik dengan komunitas dari perusahaan tersebut.

Posisi PR di perusahaan sektor perhotelan dan pertambangan ini memiliki fungsi yang sama yaitu membangun citra serta sebagai jembatan antara perusahaan dengan organisasinya sehingga diharapkan terjalin komunikasi dua arah yang efektif. Menjaga komunikasi antara organisasi dengan publiknya penting dilakukan, karena hal tersebut akan berpengaruh terhadap kegagalan maupun kesuksesan suatu organisasi. Organisasi yang mendapatkan dukungan baik dari publiknya akan dengan mudah melewati adanya krisis. Namun, apabila sebuah organisasi tidak dapat menjaga hubungan baik dengan publiknya, organisasi tersebut akan terhambat dalam menyelesaikan sebuah krisis. Sebagai contoh, kasus PT *Freepot*, sebuah perusahaan tambang yang mendapatkan perlawanan dari penduduk asli dimana perusahaan tersebut bermukim (komunitas sekitar pabrik). Hingga sekarang krisis yang dihadapi oleh PT *Freepot* tersebut belum dapat terselesaikan dengan baik. Hal ini terjadi dikarenakan kurang terjaganya komunikasi yang baik antara perusahaan dengan salah satu publiknya, yaitu penduduk di sekitar perusahaan ([http://unisosdem.org/article\\_detail.php?ad=5683&cc](http://unisosdem.org/article_detail.php?ad=5683&cc)).

Berdasarkan contoh, terlihat bahwa PR memiliki peran penting yang berbeda pada organisasi di sektor swasta. Lantas, bagaimanakah peran PR dalam organisasi pemerintahan? Apakah PR juga dipandang penting seperti layaknya di sektor swasta? Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi terbentuknya peran PR tersebut?

Untuk menjawab pertanyaan tersebut, bagian hubungan masyarakat Sekretariat Kabupaten Sleman dipilih sebagai obyek kajian penelitian. Sleman dipilih sebagai kajian penelitian karena Kabupaten ini menyimpan berbagai keunikan budaya dan wisata di wilayahnya. Bangsa yang besar adalah bangsa yang mampu menghargai budayanya. Sleman, sebagai salah satu bagian dari Daerah Istimewa Yogyakarta, dirasa mampu merepretasikan pepatah tersebut. Berbagai kegiatan kesenian untuk melestarikan budaya pun aktif di gelar oleh Kabupaten Sleman, seperti upacara merti bumi Tunggalurum, upacara saparan Ki Ageng Wonolelo, dan upacara Adat Saparan Bekakak. Dengan daerah cakupan wilayah yang cukup luas, kabupaten Sleman dirasa mampu mempertahankan kearifan budaya lokal yang dimiliki. Hal ini tercermin dari citra positif kabupaten Sleman yang telah tertanam di kalangan masyarakat Yogyakarta, dan Sleman khususnya. Berbagai isu politik yang menerpa pemimpin Sleman, seperti kasus korupsi yang dialami oleh Bupati Sleman periode sebelumnya, tidak menyurutkan citra positif Kabupaten Sleman di mata masyarakat.

Penelitian mengenai peran PR dalam organisasi pemerintah telah banyak dilakukan. Beberapa contoh penelitian tersebut seperti peran humas pemerintahan propinsi Nusa Tenggara Timur dalam sosialisasi kebijakan untuk memajukan pembangunan daerah, peran PR dalam aktivitas hubungan media di pemerintahan kabupaten Temanggung. Disamping itu, penelitian kehumasan di kabupaten Sleman pernah dilakukan sebelumnya, yaitu penelitian mengenai perbandingan isi pesan kehumasan pemerintahan kota Yogyakarta dengan pemerintah kabupaten Sleman. Namun, fokus pada penelitian tersebut lebih mengarah pada analisis isi web

mengenai isi pesan kehumasan yang terdapat dalam berita utama *homepage* pemerintahan kota Yogyakarta yang dibandingkan dengan isi pesan yang dibuat oleh pemerintah Kabupaten Sleman.

Di lingkungan pemerintahan, sebagai contoh pemerintah provinsi NTT, menempatkan peran PR berdasarkan aktivitas yang dilakukan dalam kaitannya dengan sosialisasi kebijakan untuk memajukan pembangunan daerah, sebagai *manager role* yaitu fasilitator komunikasi dan *technician role* yaitu teknisi komunikasi (Snak,2006 : 84). Sementara itu, peran PR di pemerintahan Kabupaten Temanggung dalam kaitannya dengan aktivitas hubungan media, menempatkan peran humas sebagai teknisi komunikasi, fasilitator komunikasi, serta fasilitator pemecah masalah (Wibowo, 2010: 124).

Apabila dikaji lebih mendalam, peran PR yang berbeda di setiap organisasi dibentuk oleh faktor-faktor supra sistem dimana organisasi tersebut bernaung. Sriramesh (2003:2) memaparkan tentang tiga faktor yang membentuk peran PR dalam organisasi. Faktor-faktor tersebut yaitu faktor infrastruktur (terdiri dari politik, perkembangan ekonomi, serta aktivisme), faktor lingkungan media, dan faktor budaya. Faktor-faktor supra sistem tersebut dapat digunakan untuk mengkaji terbentuknya peranan PR di suatu organisasi.

Dari keseluruhan faktor yang dijabarkan oleh Sriramesh (2003:2) tersebut, belum tentu kesemua faktor tersebut membentuk peran PR dalam organisasi. Setiap organisasi memiliki karakter yang berbeda, memiliki regulasi yang berbeda, serta memiliki lingkungan yang berbeda. Penelitian ini membuktikan bahwa faktor sistem

hukum yang sah, salah satu bagian dalam faktor infrastruktur dalam sebuah organisasi, menjadi satu-satunya faktor yang membentuk peran PR yang dijalankan oleh bagian humas sekretariat Daerah Kabupaten Sleman.

Dalam penelitian ini bagian humas sekretariat daerah Kabupaten Sleman merupakan sub sistem dari bagian Sekretariat Daerah Kabupaten Sleman. Namun bagian humas juga merupakan sistem bagi sub bagian didalamnya. Pemerintah Kabupaten Sleman merupakan salah satu lingkungan supra sistem dari bagian humas Sekretariat Kabupaten Sleman. Sistem merupakan bagian dari sesuatu yang lebih besar yang bernama supra sistem dan terdiri dari sub sistem yang lebih kecil. Setiap sub sistem akan saling beradaptasi terhadap perubahan-perubahan yang terjadi dalam bidang politik, ekonomi, dan lingkungan sosial perusahaan (Lattimore *et al.* 2010). Adanya perubahan dari salah satu sub sistem akan memberi dampak terhadap sub sistem lainnya dan akhirnya akan berpengaruh terhadap keseluruhan sistem. Sebagai sebuah sistem, sub sistem yang satu akan sangat bergantung pada komponen yang lain dan oleh karena itu, kerjasama di antara seluruh komponen akan sangat membantu upaya pencapaian tujuan organisasi.

Penelitian-penelitian yang ada sebelumnya sebatas mendeskripsikan peran PR yang telah dijalankan, yaitu sebagai teknisi komunikasi, *expert prescriber*, teknisi pemecah masalah, ataupun sebagai fasilitator komunikasi. Belum terdapat identifikasi mengenai faktor-faktor apa saja yang membentuk peran PR dalam organisasi. Oleh karenanya, penelitian berjudul **Faktor Supra Sistem yang Membentuk Peran dalam Organisasi** dimaksudkan untuk mengkaji lebih mendalam mengenai faktor

supra sistem yang membentuk peran PR dalam organisasi pemerintahan. Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus yang mengkaji mengenai faktor supra sistem yang membentuk peran PR di bagian hubungan masyarakat pemerintah Kabupaten Sleman.

### **B. Rumusan Masalah**

Faktor supra sistem apakah yang membentuk peran *public relations* di bagian hubungan masyarakat Sekretariat Daerah pemerintah Kabupaten Sleman ?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan konsep *public relations* di Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Sleman.
2. Untuk mengidentifikasi fungsi *public relations* yang dijalankan oleh bagian hubungan masyarakat Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Sleman.
3. Untuk mengidentifikasi peran *public relations* yang dijalankan oleh bagian hubungan masyarakat Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Sleman.
4. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor supra sistem yang mempengaruhi peran *public relations* dibagian hubungan masyarakat Sekretariat Daerah Pemerintah kabupaten Sleman.

## **D. Manfaat Penelitian**

### 1. Manfaat Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan akademis terutama bagi para akademisi serta praktisi PR terkait dengan peran PR dan faktor supra sistem yang mempengaruhi terbentuknya peran PR di bagian hubungan masyarakat Sekretariat Daerah pemerintah kabupaten Sleman.

### 2. Manfaat praktis

Untuk memberi masukan pada bagian humas sekretariat Kabupaten Sleman terkait dengan peran PR yang dijalankan oleh di bagian hubungan masyarakat Sekretariat Daerah pemerintah kabupaten Sleman.

## **E. Kerangka Teori**

Untuk memahami penelitian mengenai faktor-faktor supra sistem yang membentuk peran PR dalam organisasi, dalam hal ini studi kasus mengenai faktor supra sistem yang membentuk peran PR yang dijalankan oleh bagian hubungan masyarakat sekretariat daerah pemerintah Kabupaten Sleman, akan dikaji menggunakan teori-teori yang terkait dengan penelitian. Kerangka teori ini dibagi ke dalam empat bagian. Bagian pertama yaitu tentang organisasi sebagai sebuah sistem. Bagian kedua yaitu konsep *public relations* yang mencakup definisi PR menurut para ahli serta konsep PR dalam pemerintahan. Bagian ketiga yaitu fungsi PR yang mencakup definisi dari fungsi dan penjabaran mengenai fungsi PR. Bagian terakhir

yaitu tentang peran PR yang menjabarkan pengertian peran, peran PR, serta faktor-faktor supra sistem yang mempengaruhi terbentuknya peran PR menurut Sriramesh.

### **1. Organisasi sebagai Sebuah Sistem**

Pada mulanya, organisasi berkembang dengan kepemimpinan yang mutlak kekuasaannya dimana komunikasi hanya diperlukan untuk menyalurkan kebijakan pimpinan secara satu arah vertikal ke bawah. Namun setelahnya, timbullah kesadaran bahwa pekerjaan yang disatu pihak dianggap sebagai kendala. Oleh karena itu timbulah kesadaran akan pentingnya hubungan timbal balik dalam organisasi (Darmojuwono,1992:15). Ditegaskan pula bahwa dalam perencanaan komunikasi perlu dicermati hubungan antara sistem komunikasi dengan manajemen organisasi dan sasaran sistem komunikasinya.

Darmojuwono (1992:25-26), memaparkan tiga macam sub sistem yang terdapat dalam keseluruhan sistem komunikasi tersebut. Pertama yaitu sistem komunikasi dengan dan untuk manajemen sebagai salah satu subsistem yang berfungsi mengefektifkan dan mengefisienkan hubungan komunikatif dengan manajemen organisasi. Kedua yaitu sistem komunikasi internal sebagai salah satu subsistem yang berfungsi mengefektifkan dan mengefesiensikan hubungan komunikatif antar komponen di dalam organisasi. Ketiga yaitu komunikasi eksternal sebagai salah satu sub sistem, yang berfungsi mengefektifkan dan mengefisiensikan hubungan komunikatif organisasi itu sebagai “total sistem” dengan pihak-pihak di luar organisasi sebagai “super sistem.”

Konsep sistem berfokus pada pengaturan bagian-bagian, hubungan antara bagian-bagian, dan dinamika hubungan tersebut yang menumbuhkan kesatuan atau keseluruhan (Mulyana, 1998: 63). Setiap pembahasan mengenai sistem menyangkut interdependensi, yang menunjukkan terdapatnya saling ketergantungan antara komponen-komponen atau satuan-satuan suatu sistem. Salah satu konsep interdependensi ini menurut Mulyana (1998,64-65) adalah hierarki. Hierarki merupakan pemahaman mengenai suatu sistem yang mungkin merupakan suatu supra sistem bagi sistem-sistem lain didalamnya, tetapi juga merupakan suatu subsistem bagi suatu sistem yang lebih besar (supra sistem).

## **2. Konsep *Public Relations***

### **a. Definisi *Public Relations***

*Public relations* (PR) atau juga disebut dengan istilah hubungan masyarakat (humas) memiliki definisi yang berbeda-beda antara definisi satu dengan yang lainnya. Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2009 : 6), *Public relations* (PR) adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.

Definisi PR tersebut menempatkan PR sebagai fungsi manajemen, yang berarti bahwa manajemen di semua organisasi harus memperhatikan PR. *Public relations* seharusnya menjadi leher perusahaan yang dapat

menghubungkan perusahaan dengan publik internal maupun publik eksternalnya. Praktisi PR seharusnya berada sejajar dengan pihak manajemen di dalam sebuah organisasi agar PR juga dapat memberi masukan kepada pihak manajemen mengenai bagaimana seharusnya mereka melakukan komunikasi di dalam sebuah organisasi. Definisi ini juga mengidentifikasi pembentukan dan pemeliharaan hubungan baik yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publik sebagai basis moral dan etis dari profesi PR. Hal ini akan mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan organisasi sebagaimana disebutkan dalam definisi PR.

Sedangkan dalam *The statement of Mexico* memaparkan definisi *Public relations* sebagai berikut (di kutip dalam Ruslan,2007 : 16-17) :

*“Praktik Public Relations adalah seni dan ilmu pengetahuan sosial yang dapat dipergunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, menasehati para pemimpin organisasi, dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik untuk kepentingan organisasi maupun kepentingan publik atau umum.”*

Dari keseluruhan paparan, secara umum definisi PR memiliki kesamaan aspek yang menjadi tujuan PR yaitu mendapatkan pengertian dan penerimaan masyarakat akan keberadaan organisasi sehingga dapat terjalin hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya.

## **b. Public Relations Pemerintahan**

Di kalangan pemerintah, jarang ditemui kata PR, namun biasa disebut dengan hubungan masyarakat atau disingkat humas (Ruslan,1998: 229). Ruslan (1998: 229) mengemukakan bahwa keberadaan unit kehumasan (hubungan masyarakat) di sebuah lembaga atau instansi milik pemerintah merupakan keharusan secara fungsional dan operasional untuk menyebarluaskan atau mempublikasikan tentang suatu kegiatan atau aktivitas instansi yang bersangkutan yang ditujukan baik kepada publik internal maupun eksternalnya.

Rosady Ruslan (1998: 297) mengemukakan perbedaan pokok antara fungsi dan tugas humas yang terdapat pada instansi pemerintah dengan non pemerintah yaitu tidak ada sesuatu yang diperjualbelikan, walaupun humas pemerintah juga melakukan hal yang sama dalam kegiatan publikasi, promosi, dan periklanan.tetapi lebih menekankan pada *public service* atau demi meningkatkan pelayanan umumnya.

Menurut Sam Black (dikutip dalam Effendy,1992: 39-40), ada empat tujuan utama humas pemerintahan daerah, yaitu :

1. Memelihara penduduk agar tahu jelas mengenai kebijaksanaan lembaga beserta kegiatannya sehari-hari
2. Memberi kesempatan kepada mereka untuk menyatakan pandangan mengenai proyek baru yang penting sebelum lembaga mengambil keputusan

3. Memberikan penerangan kepada penduduk mengenai cara pelaksanaan sistem pemerintahan daerah dan mengenai hak-hak dan tanggung jawab mereka.
4. Mengembangkan rasa bangga sebagai warga negara.

### **3. Fungsi *Public Relations***

#### **a. Definisi Fungsi**

Untuk menjalankan peran-peran *public relations*, tentunya tidak lepas dari fungsi-fungsi yang melekat pada kinerja dan aktivitas yang dijalankan oleh PR. Menurut Komarudin dalam Ensiklopedia Manajemen (1994: 768), fungsi didefinisikan sebagai kegunaan, pekerjaan atau jabatan, tindakan atau kegiatan perilaku, dan kategori bagi aktivitas-aktivitas. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2002: 322) fungsi didefinisikan sebagai jabatan (pekerjaan) yang dilakukan, kegunaan suatu hal. Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat diartikan bahwa fungsi memiliki arti pekerjaan atau pola perilaku yang diharapkan seseorang di dalam manajemen dan ditentukan berdasarkan status yang ada padanya.

#### **b. Fungsi dalam konsep PR**

Rosady Ruslan (1997:9) menjabarkan bahwa manajemen merupakan fungsi yang menunjukkan suatu tahap pekerjaan yang jelas dan dapat dibedakan, bahkan terpisah dari tahapan dengan pekerjaan lain. Oleh karena itu, PR dikatakan berfungsi dalam suatu organisasi atau lembaga apabila PR

tersebut telah menunjukkan suatu kegiatan yang jelas dan dapat dibedakan dari kegiatan lainnya.

Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy (dikutip dalam Ruslan, 2007: 10-11) memaparkan bahwa terdapat tiga fungsi utama PR. Pertama, bertindak sebagai *communicator* dalam kegiatan komunikasi pada organisasi perusahaan, prosesnya berlangsung dalam dua arah timbal balik (*two way traffic reciprocal communication*). Dalam hal ini komunikasi berlangsung dalam bentuk penyampaian pesan dan menciptakan opini publik (*public opinion*). Kedua, membangun atau membina hubungan (*relationship*) yang positif dan baik dengan pihak publik sebagai target sasaran, yaitu publik internal dan eksternal. Khususnya dalam menciptakan saling mempercayai (*mutually understanding*) dan saling memperoleh manfaat bersama (*mutually symbiosis*) antara lembaga atau organisasi perusahaan dan publiknya. Ketiga, peranan *back up management* dan sebelumnya dijelaskan bahwa fungsi PR melekat pada fungsi manajemen, berarti ia tidak dapat dipisahkan dari manajemen. Untuk mencapai tujuan tersebut dalam fungsi manajemen digunakan tahapan POAC, yaitu singkatan dari *Planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (penggiatan), dan *controlling* (pengawasan). Lalu diikuti unsur lain yang terlibat dalam proses melakukan komunikasi dua arah untuk menunjang kegiatan bagian (*departement*) lainnya.

Sedangkan Otis Baskin (1997: 6-12) menyebutkan fungsi-fungsi PR sebagai berikut:

### 1. *PR as a Management Function*

PR mempunyai peran penting dalam membentuk citra perusahaan tersebut, perusahaan harus mengetahui apa yang dilakukan dan mengetahui apa yang menjadi harapan publiknya. PR harus memberi masukan atau saran kepada manajemen dalam pembuatan kebijakan, tujuan, dan filosofi organisasi sehingga tercipta suatu hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publiknya.

Dalam menciptakan hubungan yang saling menguntungkan, *public relations* harus membantu dan memfasilitasi organisasi dengan melakukan perubahan sesuai yang terjadi di lingkungan. Indikator dari fungsi manajemen adalah :

- a. PR harus memberikan masukan atau saran kepada manajemen dalam pembuatan kebijakan, tujuan, dan filosofi organisasi agar tercipta hubungan yang saling menguntungkan.
- b. Dalam menciptakan hubungan yang saling menguntungkan ini, PR harus membantu dan memfasilitasi organisasi melakukan perubahan sesuai dengan perubahan yang terjadi di lingkungan.

### 2. *PR as a Communication*

Aspek-aspek yang harus diperhatikan untuk menciptakan komunikasi menjadi baik dan bermutu adalah :

*a. Skill*

Kemampuan dasar yang harus dimiliki PR yaitu kemampuan menulis dan berbicara secara efektif, sedangkan kemampuan lain yang harus dimiliki adalah kemampuan melakukan riset, membuat perencanaan serta membuat evaluasi hasil.

*b. Task*

PR harus mampu melakukan tugas-tugas seperti membuat *media release*, laporan tahunan, majalah karyawan dan tugas lain seperti membuat dan *manage* kampanye-kampanye untuk mencapai kesadaran tentang isu atau perubahan opini.

*c. System*

Aspek ini menekankan perlunya pembentukan sistem komunikasi yang saling menguntungkan misalnya metode yang sistematis dalam pengumpulan informasi, membangun hubungan baik dengan editor, publisher, dan lainnya sebagai upaya untuk memperoleh masukan dan pandangan publik.

*d. System Operation*

Aspek ini lebih menekankan pada penerapan sistem yang sudah terbentuk dan PR bertanggungjawab untuk menjaga komunikasi dua arah yang sistematis sehingga bisa berjalan secara sistematis.

### 3. *PR as a Means of Influencing Public Opinion*

Dalam pembentukan opini publik terdapat tiga hal yang perlu dilakukan, yaitu mempertahankan opini yang baik, menciptakan opini yang belum ada, atau tersembunyi, serta menetralkan opini yang sifatnya negatif atau merugikan.

Selain itu fungsi PR secara umum yang dipaparkan oleh Cutlip, Center, dan Broom dikutip dalam Putra (1999:9-10), yakni :

1. PR sebagai fungsi manajemen (*operating concept of administration*)

Fungsi ini erat kaitannya dengan penyusunan kebijakan perusahaan sesuai dengan kepentingan publik. Praktisi PR menjadi penting dalam manajemen puncak perusahaan dan membuat keputusan pada tingkat korporat dalam hal penanganan krisis sehingga cepat diambil tindakan dan dapat tertuju pada publik yang tepat.

2. PR sebagai fungsi komunikasi (*specialized staff function serving administrator*).

Dalam fungsi ini praktisi PR menjadi staf khusus yang melakukan komunikasi antara perusahaan dengan publik yang terkait langsung maupun tidak langsung dengan krisis yang terjadi.

#### **4. Peran *Public Relations***

##### **a. Definisi peran**

Pengertian peran menurut Baskin, Aronof & Latimore (1997: 63) adalah sebuah kumpulan dari aktivitas yang sering dilakukan orang-orang. Aktivitas-aktivitas yang dikumpulkan ini, pastilah memiliki suatu tujuan tertentu bagi pelakunya. Begitu halnya dengan peran yang dilakukan oleh PR dalam suatu organisasi, yang juga memiliki maksud dan tujuan tertentu. Peran dalam dunia PR diklasifikasikan menjadi beberapa jenis tingkah laku sesuai dengan kebutuhan dari organisasi.

##### **b. Peran *Public Relations***

*Public Relations* (PR) memiliki peranan yang penting bagi organisasi yaitu sebagai jembatan komunikasi antara organisasi dengan publiknya sehingga terjadi komunikasi dua arah (*two way communications*) dan tercapai kesepakatan bersama (*mutual understanding*). Peranan dalam lingkup kerja PR adalah melakukan perannya sebagai praktisi PR sesuai dengan ketentuan yang telah di atur sesuai kedudukannya dalam organisasi. Peranan *public relations* di dalam suatu organisasi menurut Cutlip, Center, dan Broom (2009: 46-48) dibedakan menjadi empat, yaitu :

##### **1. Teknisi Komunikasi**

Peran PR sebagai teknisi komunikasi biasanya merupakan peran awal yang akan digeluti seseorang apabila terjun ke dunia kehumasan. Kebanyakan praktisi masuk ke bidang ini sebagai teknisi

komunikasi. Deskripsi kerja dalam lowongan pekerjaan biasanya menyebutkan keahlian komunikasi dan jurnalistik sebagai syarat. Teknisi komunikasi disewa untuk menulis dan mengedit *newsletter* karyawan, menulis *news release* dan *feature*, mengembangkan isi Web, dan menangani kontak media. Praktisi yang melakukan peran ini biasanya tidak hadir saat manajemen manajemen mendefinisikan problem dan memilih solusi. Mereka baru bergabung untuk melakukan komunikasi dan mengimplementasikan program, terkadang tanpa mengetahui secara menyeluruh motivasi atau tujuan yang diharapkan. Meskipun mereka tidak hadir saat diskusi tentang kebijakan baru atau keputusan manajemen baru, merekalah yang diberi tugas untuk menjelaskannya kepada karyawan dan pers.

Praktisi tidak hanya mengawali kariernya dengan peran ini, tetapi juga banyak menghadirkan waktu mereka dalam aspek teknis dari komunikasi. Dalam peran terbatas ini, para praktisi biasanya tidak berpartisipasi secara signifikan dalam pembuatan keputusan manajemen dan perencanaan strategis. Mereka mengeluh karena mereka bukan bagian dari tim manajemen dan mereka adalah “pihak terakhir yang tahu”.

Menurut Broom (dikutip dalam Grunig, 1992 : 330), terdapat beberapa indikator yang menunjukkan peran seorang *communication technician* :

- a. Menulis materi-materi PR
- b. Mengedit/menulis kembali untuk pengecekan tata bahasa
- c. Menangani aspek-aspek teknis
- d. Memproduksi brosur dan pamflet
- e. Melakukan aktivitas fotografi dan disain grafis
- f. Memelihara kontak dengan media dan mengirimkan *press release*

## **2. *Expert Prescriber***

Ketika para praktisi mengambil peran sebagai pakar atau ahli, orang lain akan menganggap mereka sebagai otoritas dalam persoalan PR dan solusinya. Manajemen puncak menyerahkan PR di tangan para ahli dan manajemen biasanya mengambil peran pasif saja. Praktisi yang beroperasi sebagai praktisi pakar bertugas mendefinisikan problem, mengembangkan program, dan bertanggungjawab penuh atas implementasinya. Manajer lainnya mungkin ingin membuat PR sebagai satu-satunya pihak yang bertanggung jawab sehingga mereka bisa menjalankan bisnis seperti biasa dengan berasumsi bahwa segala sesuatu akan dibereskan oleh “pakar-pakar PR”.

Peran “pakar perumus” atau *expert prescriber* ini menarik perhatian praktisi karena menjalani peran ini akan membuat orang dilihat sebagai pihak yang punya otoritas ketika ada sesuatu hal yang harus dibeskan atau pihak yang punya otoritas untuk menentukan bagaimana cara mengerjakan segala sesuatu. Pimpinan dan klien menginginkan posisi ini diisi orang yang ahli karena mereka ingin memastikan bahwa PR sudah ditangani oleh pakar PR. Mereka secara keliru juga berasumsi bahwa mereka tidak akan lagi berurusan dengan soal-soal PR jika mereka sudah mempekerjakan ahli-ahli PR. Akan tetapi, partisipasi terbatas oleh manajer utama ini akan membuat pengetahuan mereka yang relevan tidak akan dipedulikan dalam proses pemecahan masalah. Akibatnya PR menjadi terpisah dan terisolasi dari aktivitas utama perusahaan atau organisasi.

Manajer yang tidak berpartisipasi sendiri akan menjadi tergantung kepada praktisi pakar setiap kali muncul isu PR. Manajer juga tidak akan banyak memberi komitmen kepada kegiatan PR dan tidak bertanggung jawab atas kesuksesan atau kegagalan program. Akibatnya, manajer lain dalam organisasi berasumsi bahwa soal-soal PR adalah “bukan bidang dan tugas saya”. Mereka memandang PR sebagai pekerjaan yang kadang-kadang saja dibutuhkan, dan ditangani oleh staf yang tidak secara langsung terlibat dalam lini utama bisnis organisasi.

Ketika *expert prescriber* dipanggil dalam situasi krisis dan secara periodik selama menjalankan proses program, dalam jangka panjang ia merintangi difusi pemikiran PR di seluruh organisasi. Hal ini juga akan menimbulkan kekecewaan yang lebih besar bagi praktisi, karena mereka hanya disertai tanggung jawab untuk keberhasilan program sementara mereka hanya punya sedikit atau bahkan tak punya kontrol atas bagian-bagian penting dari situasi dan kontrol atas faktor-faktor yang menyebabkan munculnya problem PR. Manajemen puncak sering kali merespon keberatan ini dengan mengganti satu pakar dengan pakar lainnya, dan terus menerus mencari seseorang yang bisa membuat problem PR menghilang tanpa perlu melakukan perubahan dalam kebijakan organisasi, produk organisasi, dan prosedur operasional.

Peran sebagai *expert prescriber* bisa dikatakan merupakan peran yang paling penting. Seorang *expert prescriber* adalah seorang yang menjalankan peran sebagai seorang konsultan. Suatu perusahaan harus memiliki *expert prescriber* dalam devisi PR karena masalah bisa muncul kapanpun tanpa bisa diduga oleh perusahaan. Praktisi ini cukup berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi yang berfungsi untuk membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah perusahaan dengan publiknya. Hubungan antara praktisi pakar PR dengan pihak manajemen organisasi seperti hubungan antara dokter

dengan pasien. Kegagalan dan keberhasilan suatu program merupakan tanggung jawab seorang *expert prescriber*.

Menurut Broom (dikutip dalam Grunig, 1992 :329) terdapat beberapa indikator seseorang yang menjalankan peran sebagai seorang *expert prescriber*, yaitu :

- a. Membuat kebijakan komunikasi
- b. Mendiagnosa masalah PR
- c. Merencanakan dan merekomendasikan tindakan yang harus dilakukan
- d. Bertanggung jawab atas semua keberhasilan maupun kegagalan
- e. Orang lain menilai bahwa dia seorang pakar
- f. Orang lain dalam organisasi menganggap bahwa dia adalah seorang yang patut dipercaya.

### **3. Fasilitator Komunikasi**

Peran fasilitator komunikasi bagi seorang praktisi adalah sebagai pendengar yang peka dan broker (perantara) komunikasi. Fasilitator komunikasi bertindak sebagai perantara (*liaison*), *interpreter*, dan mediator antara organisasi dengan publiknya. Mereka menjaga komunikasi dua arah dan memfasilitasi percakapan dengan menyingkirkan rintangan dalam hubungan dan menjaga agar saluran komunikasi tetap terbuka. Tujuannya adalah memberi informasi yang

dibutuhkan oleh baik itu manajemen maupun publik untuk membuat keputusan demi kepentingan bersama.

Praktisi yang bekerja sebagai fasilitator komunikasi ini bertindak sebagai sumber informasi dan agen kontak resmi antara organisasi dengan publiknya. Mereka menengahi interaksi, menyusun agenda diskusi, meringkas dan menyatakan ulang suatu pandangan, meminta tanggapan, dan membantu mendiagnosis dan memperbaiki kondisi-kondisi yang mengganggu hubungan komunikasi di antara kedua belah pihak. Fasilitator komunikasi menempati peran ditengah – tengah dan berfungsi sebagai penghubung antara organisasi dan publik. Mereka beroperasi dibawah asumsi bahwa komunikasi dua arah akan meningkatkan kualitas keputusan yang diambil oleh organisasi dan publik dalam hal kebijakan, prosedur, dan tindakan demi kepentingan bersama.

Broom (dikutip dalam Grunig,1992 : 330) mengemukakan beberapa indikator yang menunjukkan peran *communication facilitator* yaitu :

- a. Menjaga agar pihak manajemen selalu mendapat informasi terbaru
- b. Melaporkan setiap hasil survei opini publik
- c. Menciptakan peluang agar pihak manajemen selalu mendengarkan pandangan-pandangannya.

- d. Menjaga agar setiap orang dalam organisasi tersebut memperoleh informasi.
- e. Melakukan audit komunikasi
- f. Mewakili organisasi dalam setiap pertemuan dan acara-acara.

#### **4. Fasilitator Pemecah Masalah**

Ketika praktisi melakukan peran fasilitator pemecah masalah, mereka berkolaborasi dengan manajer lain untuk mendefinisikan dan memecahkan masalah. Mereka menjadi bagian dari tim perencanaan strategis. Kolaborasi dan musyawarah dimulai dengan persoalan pertama dan kemudian sampai ke evaluasi program final. Praktisi pemecah masalah membantu manajer lain dari organisasi untuk mengaplikasikan PR dalam proses manajemen bertahap yang juga dipakai untuk memecahkan problem organisasional lainnya.

Manajer lini memainkan peran penting dalam menganalisis situasi problem, karena mereka adalah pihak yang paling tahu dan paling dekat dengan kebijakan, produk, prosedur, dan tindakan organisasi. Mereka juga merupakan pihak yang mempunyai kekuasaan untuk melakukan perubahan. Karenanya, mereka harus berpartisipasi dalam pemikiran dan perencanaan strategis di dalam program PR. Ketika manajer lini berpartisipasi dalam proses perencanaan strategis PR, mereka akan memahami motivasi dan tujuan program, mendukung keputusan taktis dan strategis, Dan mereka berkomitmen untuk

membuat perubahan dan menyediakan sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan program.

Menurut Broom (dikutip dalam Grunig,1992 : 330) terdapat beberapa indikator yang menunjukkan peran *problem solving process facilitator* , yaitu :

- a. Memenuhi kebutuhan akan perencanaan PR yang sistematis
- b. Bekerjasama dengan pihak manajemen dalam meningkatkan ketrampilan
- c. Meningkatkan partisipasi manajemen
- d. Menjaga agar pihak manajemen selalu terlibat secara aktif
- e. Beroperasi sebagai katalis
- f. Membuat beberapa alternatif untuk keperluan memecahkan masalah.

Sedangkan menurut David Dozier (1992, 333-334), peran PR dapat dikelompokkan menjadi dua kategori besar yaitu :

#### 1. *Manager role*

Menyelesaikan permasalahan, memberikan saran kepada manajer lain, membuat keputusan kebijakan dan melihat dirinya sebagai penentu atas keberhasilan atau kegagalan program PR. Peran dengan peran ini paling sering ditemukan pada orang-orang yang beroperasi di lingkungan yang cepat berubah (dinamis) dan dalam orang-orang yang menghargai masukan dari karyawan.

## 2. *Technician Role*

PR jarang membuat keputusan strategis dan jarang memberikan saran pada manajer lain. Justru peran utamanya adalah mempersiapkan komunikasi-komunikasi yang membantu pelaksanaan kebijakan PR yang dibuat oleh pihak lain. PR dengan peran ini sering ditemukan pada praktisi yang memiliki lingkungan stabil dan bisa diprediksi.

Peran PR menurut Profesor Glen Broom dapat dikategorikan ke dalam dua peran utama berdasarkan penjabaran Dozier (1992, 333-334). Peran sebagai penentu ahli, fasilitator komunikasi, dan fasilitator pemecah masalah dapat dimasukkan ke dalam kategori *manager role*. Sedangkan peran teknisi komunikasi dapat dimasukkan ke dalam kategori *tehnician role*.

Selain dua klasifikasi peran PR yang dikemukakan oleh Dozier dan Otis Baskin, terdapat beberapa peran manajerial yang lain yaitu :

### 1. *The informational role of Public Relations*

Mintzberg (dikutip dalam Yudarwati, 2011:113) mengemukakan peran manajerial yang lain, yaitu *the informational role of Public Relations*. Peran ini menempatkan praktisi humas sebagai penyampai informasi berkaitan dengan kebijakan organisasi, situasi, dan hasil capaian organisasi ke pihak publik, dan juga sebaliknya, yaitu menyampaikan informasi berkaitan dengan kondisi publik ke pihak manajemen. Peran informasi ini mencakup peran praktisi humas sebagai seorang *monitor, disseminator* dan *spokesperson*. Peran

sebagai seorang *monitor* menempatkan praktisi humas untuk mengumpulkan informasi internal maupun eksternal yang relevan dengan kepentingan organisasi, sekaligus melakukan identifikasi masalah serta peluang yang dapat diambil organisasi. Sebagai seorang *disseminator*, seorang praktisi humas menyebarkan informasi ke semua unit dalam organisasi dan ke publik eksternal. *The spokesperson* merupakan peran praktisi humas sebagai wakil organisasi untuk mengkomunikasikan capaian dan kebijakan organisasi ke publik.

## 2. *The Boundary Spanner*

Menurut Miles (dikutip dalam Yudarwati, 2011: 113-114) terdapat peran manajerial yang lain yaitu *the boundary spanner*. Peran ini melibatkan beberapa aktivitas, meliputi mewakili organisasi ke publik, *scanning* dan *monitoring* lingkungan eksternal organisasi, melindungi organisasi, memproses informasi baik yang masuk dari luar maupun dari internal organisasi, sebagai seorang *gatekeeper* berkaitan dengan arus informasi, melakukan transaksi dengan pihak eksternal, serta melakukan koordinasi dan mengatur hubungan organisasi dengan publiknya. Dalam peran ini praktisi humas terlibat dalam proses *issues management* yang meliputi proses identifikasi, monitoring, dan analisis opini serta kepentingan publik yang dapat dikembangkan ke dalam kebijakan organisasi.

Terdapat peran lain yang terkait dengan etika dan tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu peran praktisi humas sebagai *corporate conscience*. Peran ini merujuk pada peran praktisi humas dalam tanggung jawab sosial. Menurut Francis (dikutip dalam Yudarwati, 2011: 116) mengemukakan bahwa praktisi humas dipercaya mampu untuk menyelesaikan isu berkaitan dengan etika dan tanggung jawab sosial perusahaan dikarenakan kemampuannya untuk melihat pandangan dan kepentingan dari kedua belah pihak, yaitu organisasi dan publiknya sehingga dapat menyeimbangkan kepentingan kedua belah pihak.

*Conscience* berperan sebagai *guidance* ketika menghadapi suatu dilema. Sebagai seorang *corporate conscience*, praktisi humas mendukung organisasi untuk menjaga hubungan dengan publiknya, mengartikulasikan kepentingan publik, mengatur arus informasi ke publik, dan menjamin implementasi kebijakan organisasi agar tidak merugikan kedua belah pihak, terutama untuk tidak mengancam kondisi dan kemakmuran masyarakat pada umumnya.

### **c. Faktor-Faktor yang Membentuk Peran *Public Relations***

Peran PR dalam suatu organisasi terbentuk karena beberapa faktor supra sistem yang terdapat pada suatu negara. Sriramesh (2003:2), memaparkan bahwa terdapat lima variabel yang mempengaruhi praktisi PR untuk mendesain strategi spesifik di masing-masing negara dimana suatu organisasi

tersebut bernaung. Lima variabel tersebut yaitu ideologi politik, sistem ekonomi (termasuk level perkembangan perekonomian negara), tingkatan aktivitas (sejauh mana organisasi menghadapi aktivitas), budaya, dan sistem media (keadaan lingkungan media dalam suatu negara). Dari kelima variabel yang mempengaruhi aktivitas PR pada suatu negara ini, Sriramesh (2003:2) kemudian membaginya menjadi tiga faktor utama yang berpengaruh terhadap aktivitas suatu negara. Faktor-faktor tersebut yaitu infrastruktur dan PR internasional, budaya negara, dan lingkungan media (Sriramesh,2003 : 2-17).

### **1. Infrastruktur dan PR Internasional**

Sistem politik, tingkat perkembangan ekonomi suatu negara, *activism*, serta sistem hukum yang sah merupakan komponen suatu negara yang memiliki korelasi dan menjadi bagian dalam infrastruktur suatu negara. Oleh karena itu ketiga variabel tersebut disatukan dan membentuk faktor infrastruktur dan PR internasional.

#### **a. Sistem politik, ekonomi, dan ekonomi politik**

Sistem ekonomi dan politik saling terkait. Tujuan pengembangan ekonomi suatu negara akan berpengaruh pada sistem politik yang dijalankan. Tentunya sistem ekonomi politik yang dijalankan pun akan berbeda. Sistem ekonomi seperti apakah suatu negara tersebut sedang berkembang atau maju (negara industri). Sistem ekonomi politik menurut marketnya dibedakan menjadi politik ekonomi klasik, politik

ekonomi marxian (kapitalis), politik ekonomi neoklasik (pasar bebas), serta politik ekonomi keynedian. Menurut Gilpin (dikutip dalam Sriramesh, 2009: 34-35) untuk menganalisis sistem politik dan ekonomi terbaik yaitu menggunakan pendekatan pusat pemerintahan. Pada pendekatan ini dipaparkan bahwa pemerintah membuat peraturan yang harus diikuti oleh wirausaha area multinasional. Dalam hal ini pemerintah menyetujui tingkat otonomi. Tidak diragukan lagi apabila aktivitas PR bergantung pada opini publik.

Keberagaman masyarakat merupakan lingkungan yang kondusif untuk menjalankan aktivitas PR. Pada masa lampau, sistem politik dunia dipengaruhi oleh tiga tipe ideologi politik, yaitu demokrasi industri barat, wilayah komunis, serta *pre-dominan non*-barat yaitu negara bagian. Ketiga ideologi politik ini mempengaruhi perkembangan dunia PR, dari jaman propaganda hingga sekarang. *Freedom House's* (Sriramesh, 2003:4) memaparkan tujuh tipe sistem politik, yaitu demokrasi, monarki, rezim autoritarian, rezim totalitarian, kolonial dan kerajaan, dan *protectorate*. Sistem politik yang dianut secara langsung akan mempengaruhi sistem ekonominya.

Dalam sistem politik, *Freedom House's* (Sriramesh, 2003:5) mempelajari bahwa pluralisme mendominasi dunia. Tidak ada negara yang benar-benar menjalankan demokrasi yang sesungguhnya. Ideologi politik berkaitan erat dengan bagian ekonomi dari suatu negara, karena

kondisi politik akan berpengaruh pada pembuatan keputusan sistem ekonomi suatu negara.

Menurut Gilpin (dikutip dalam Sriramesh, 2009:35),terdapat tiga perbedaan dasar dalam sistem nasional ekonomi politik. Pertama yaitu tujuan utama aktivitas ekonomi yang dijalankan oleh negara. Kedua yaitu peran pemerintah dalam ekonomi (yang menjadi perhatian utama pemerintah dan hubungan antara eksekutif, yudikatif, dan legislatif). Struktur dari sektor perusahaan dan kinerja sektor swasta merupakan hal terakhir yang membedakan sistem nasional dari suatu daerah (seperti peraturan yang dimainkan oleh organisasi).

#### **b. Aktivisme**

Untuk memahami mengenai aktivisme yaitu tingkat aktivis pada suatu negara, dapat dipahami dengan menjawab pertanyaan dibawah ini (Sriramesh,2003 :8) :

- a. Peran apa yang dimainkan oleh aktivis ?
- b. Apakah kekuatan serikat pekerja penting dalam masyarakat ?
- c. Bagaimana cara berhubungan dengan aktivis yang ada ?

Aktivisme di setiap negara tidaklah sama. Hal ini bergantung pada tingkat partisipasi aktivis di suatu negara dalam menanggapi permainan politik dan pembangunan ekonomi yang dijalankan suatu negara. Hal tersebut akan mempengaruhi PR dalam menjalankan perannya dalam sebuah organisasi di suatu negara.

### **c. Sistem Hukum yang Sah**

Sistem hukum suatu negara dapat mempengaruhi aktivitas yang dijalankan oleh praktisi PR. Sistem hukum ini berbeda-beda di setiap negara. Sriramesh (2003: 7) mengidentifikasi sistem hukum pada suatu negara sebagai berikut :

- a. Seberapa kuat dan bebas hukum yang dijalankan ?
- b. Hubungan antara badan legislatif, yudikatif, dan eksekutif
- c. Ada tidaknya aturan regulasi legal untuk media?

## **2. Budaya**

Komunikasi mempengaruhi dan dipengaruhi oleh budaya. Budaya, diartikan oleh Tylor (dikutip dalam Sriramesh,2003:8) sebagai sesuatu yang kompleks yang terdiri dari pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, kebiasaan dan setiap kemampuan yang patut serta kebiasaan yang ada oleh manusia sebagai anggota masyarakat. Sriramesh (2003:7) memaparkan bahwa kebanyakan definisi mengenai PR di US dan Eropa menyebutkan komunikasi adalah pondasi PR untuk membangun hubungan yang baik antara organisasi dengan publiknya. Oleh karena itu, pendekatan PR sekarang ini lebih merujuk pada dampak budaya dalam proses berorganisasi. Budaya digunakan sebagai variabel untuk menentukan strategi dan taktik yang akan dijalankan oleh PR, dan hal ini berbeda di setiap wilayah.

### **a. Faktor Budaya**

Kaplan dan Manner (dikutip dalam Sriramesh, 2003:8) mengidentifikasi empat faktor dalam budaya masyarakat. Pertama adalah teknoekonomi yang merujuk pada teknologi seperti internet yang memiliki pengaruh besar terhadap perkembangan komunikasi PR. Faktor kedua adalah struktur sosial, feodal, kasta, dan stratifikasi kelas yang membedakan dalam anggota atau grup merupakan contoh dalam struktur sosial. Faktor ketiga yaitu ideologi. Nilai, norma, pandangan, pengetahuan, filosofi, serta prinsip religius merupakan bagian dari ideologi. Faktor terakhir yaitu personalitas. Personalitas mengacu pada ciri-ciri individu berdasarkan praktik mendidik anak serta akulturasi budaya di sekolah dan tempat kerja. Empat faktor ini digunakan untuk melangsungkan peran vital pada organisasi sehingga membentuk budaya perusahaan yang unik.

### **b. Dimensi Budaya Sosial**

Hofstede (dikutip dalam Sriramesh, 2003: 9) memaparkan lima dimensi budaya sosial. Dimensi pertama adalah *power distance*, mendeskripsikan mengenai stratifikasi vertikal dalam masyarakat dimana anggota yang memiliki strata berbeda dimasukkan ke dalam level kepentingan dan status yang berbeda. Dimensi kedua adalah kolektivisme. Dimensi ketiga adalah *masculinity-femininity*, dimana gender berpengaruh dalam masyarakat. Dimensi keempat yaitu

ketidakpastian pencegahan dimana memaparkan bahwa *high-context culture* lebih memiliki level toleransi yang lebih tinggi dibandingkan dengan *low-context culture*. Sebagai contoh, negara China menganut dimensi *high-context culture*, dimana PR memiliki peran sebagai karyawan di balik layar yang mendukung peran yang ada (Sriramesh,2003: 26). Dimensi kelima yaitu *confucian dynamism* yang kemudian berganti nama menjadi *long-term orientation* (orientasi jangka panjang) yang bertendensi pada nilai kolektivitas dengan komitmen yang panjang dan tradisional. Lingkup organisasi , karyawan bekerja keras untuk mendapatkan penghargaan sebagai hasil dari kerjanya.

### **c. Budaya Perusahaan**

Sriramesh, J.E.Grunig, dan Buffington (dikutip dalam Sriramesh,2003: 10) melakukan sebuah observasi bahwa budaya perusahaan dipengaruhi oleh budaya masyarakat. Schein (dikutip dalam Sriramesh, 2003: 10), mengidentifikasi tiga alasan untuk mempelajari budaya dalam perusahaan. Pertama, budaya perusahaan dapat dilihat nyata dan dirasakan oleh peneliti. Setelah mengerti budaya perusahaan tersebut, kemudian dapat mengevaluasi penampilan organisasi dan menambah pengetahuan tentang bagaimana orang memandang perusahaan. Akhirnya budaya perusahaan dapat

memperlihatkan anggota perusahaan tentang kerangka pemikiran dari perusahaan.

### 3. Lingkungan Media

Kebanyakan praktisi PR setuju apabila hubungan media memiliki porsi besar pengaruh kinerja PR. Hal ini dikarenakan praktisi PR berharap media dapat digunakan sebagai tujuan publisitas (Sriramesh, 2003: 11). Internet dan telepon genggam serta telpon genggam yang dikombinasi dengan satelit komunikasi secara sempurna akan membawa pengaruh langsung bagi dunia PR internasional (Sriramesh, 2009: 67). Dewasa ini dengan berkembangnya media, memunculkan difusi media yang menurut Dartnell (dikutip dalam Sriramesh, 2009:73) membawa dampak munculnya “aktivis multimedia”.

Berikut beberapa pertanyaan untuk mengidentifikasi pengaruh media terhadap peran PR dalam suatu negara (Sriramesh, 2003 :16) :

- a. Siapakah yang mengontrol akses media ?
- b. Bagaimana perkembangan difusi media yang ada ?
- c. Apakah terdapat standar hukum sah untuk menjaga media dari pengaruh politik?

Penempatan cerita di media merupakan bagian penting dari aktivitas hubungan media dalam kinerja PR profesional. Namun begitu, setiap negara memiliki perbedaan dalam hal tipe media yang mempengaruhi opini publik. Hal ini berpengaruh pula pada keputusan PR untuk

menggunakan media yang tepat digunakan dalam menyalurkan informasi dengan publik. Di India (Sriramesh, 2003:15), kebanyakan informasi publik di kampanyekan menggunakan media tradisional seperti drama dokumen, tarian, drama, serta bermain di daerah pedesaan.

#### **F. Kerangka Konsep**

Menurut Mardalis (2003: 46) konsep merupakan suatu kesatuan pengertian tentang sesuatu hal atau persoalan yang perlu dirumuskan. Konsep ini digunakan agar mudah memahami keinginan penulis dalam penelitian yang dilakukan. Kerangka konsep dalam penelitian ini sebagai prinsip untuk mengkaji penelitian berjudul “Faktor Supra Sistem yang Membentuk Peran dalam Organisasi.”

Salah satu konsep interdependensi dalam sistem adalah hierarki (Mulyana, 1998: 64-65). Hierarki merupakan pemahaman mengenai suatu sistem yang mungkin merupakan suatu supra sistem bagi sistem-sistem lain didalamnya, tetapi juga merupakan suatu sub sistem bagi suatu sistem yang lebih besar (supra sistem). Organisasi juga berfungsi sebagai sebuah komunikasi dengan dan untuk manajemen, sebagai sistem komunikasi internal, maupun sebagai sebuah sistem komunikasi eksternal yang mana organisasi merupakan sebuah total sistem yang yang mempengaruhi dan dipengaruhi pihak-pihak di luar organisasi sebagai super sistem. Begitu pula dengan Kabupaten Sleman, yang merupakan sebuah organisasi pemerintah daerah yang menjadi lingkungan paling besar (supra sistem) dan berpengaruh bagi organisasi-organisasi dengan ruang lingkup lebih kecil yang

dinaunginya. Namun begitu, pemerintah daerah Kabupaten Sleman juga dapat dipengaruhi oleh lingkungan yang lebih besar (supra sistem), yaitu pemerintah pusat. Fokus penelitian ini akan mengkaji pemerintah daerah Kabupaten Sleman sebagai supra sistem yang berpengaruh bagi kinerja struktur organisasi yang dinaunginya. Struktur organisasi yang dinaungi oleh pemerintah daerah Kabupaten Sleman merupakan bagian dengan ruang lingkup yang lebih kecil (sistem). Sistem ini terdiri dari bagian dengan ruang lingkup yang lebih kecil lagi (sub sistem).

Keberadaan PR sangat penting ada dalam struktur organisasi suatu organisasi. Merujuk pada konsep PR menurut Cutlip, Center, dan Broom (2009 : 6) dan konsep PR dalam *The Statement of Mexico* (dikutip dalam Ruslan, 2007 : 16), PR memiliki kesamaan konsep. Kedua definisi tersebut menempatkan PR sebagai fungsi manajemen, yang berarti bahwa manajemen di semua organisasi harus memperhatikan PR dan ditempatkan sejajar dengan manajemen. Definisi ini juga mengidentifikasi pembentukan dan pemeliharaan hubungan baik yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publik sebagai basis moral dan etis dari profesi PR dan apa yang bukan PR. Publik diharapkan dapat memiliki pengertian dan penerimaan akan keberadaan organisasi. Menyadari akan hal tersebut, pemerintah daerah Kabupaten Sleman menempatkan bagian humas yang terletak dalam struktur organisasi sekretariat daerah Kabupaten Sleman untuk menjalankan fungsi dan peran PR. Bagian humas merupakan sebuah sistem bagi sub bagian didalamnya (sub sistem). Sebagai sebuah sistem, kinerja bagian humas mungkin akan dipengaruhi

oleh sistem lebih besar yang melingkupinya (supra sistem), yaitu pemerintah daerah Kabupaten Sleman.

Di kalangan pemerintah, jarang ditemui kata PR, namun biasa disebut dengan hubungan masyarakat atau disingkat humas (Ruslan,1998: 229). Fungsi dan peran PR dalam pemerintah daerah Kabupaten Sleman dijalankan oleh bagian humas. Bagian humas pemerintah daerah Kabupaten Sleman diharapkan mampu mencapai empat tujuan utama humas pemerintahan sesuai dengan paparan Sam Black (dikutip dalam Effendy,1992: 39-40). Tujuan pertama merujuk pada pemeliharaan hubungan dengan penduduk. Bagian Humas sekretariat daerah Kabupaten Sleman diharapkan mampu memberikan informasi kepada masyarakat agar mengetahui secara jelas kebijaksanaan pimpinan daerah beserta kegiatan yang dilakukan. Tujuan kedua bagian humas sekretariat daerah Kabupaten Sleman diharapkan mampu memberi kesempatan kepada masyarakat dalam menyatakan pandangan mengenai proyek baru yang penting sebelum organisasi mengambil keputusan. Tujuan ketiga, humas pemerintahan diharapkan mampu memberikan penerangan kepada penduduk mengenai cara pelaksanaan sistem pemerintahan daerah dan mengenai hak-hak serta tanggung jawab mereka. Tujuan terakhir, humas pemerintahan diharapkan mampu mengembangkan rasa bangga masyarakat sebagai warga negara.

Bagian humas sekretariat daerah Kabupaten Sleman diharapkan dapat menjalankan fungsi PR. PR dikatakan berfungsi dalam suatu organisasi atau lembaga apabila PR tersebut telah menunjukkan suatu kegiatan yang jelas dan dapat dibedakan dari kegiatan lainnya. Berdasarkan paparan fungsi PR menurut Otis Baskin (1997: 6-

12) , terdapat tiga jenis fungsi humas. Pertama yaitu *PR as a management function*. Dalam fungsi ini, PR mempunyai peran penting dalam membentuk citra organisasi. Organisasi harus mengetahui apa yang dilakukan dan mengetahui apa yang menjadi harapan publiknya. Dalam fungsi ini, PR harus memberi masukan atau saran kepada manajemen dalam pembuatan kebijakan, tujuan, dan filosofi organisasi sehingga tercipta suatu hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publiknya.

Fungsi kedua, yaitu *PR as a communication*. Praktisi PR diharapkan memiliki kemampuan dasar (*skill*) meliputi kemampuan menulis dan berbicara secara efektif, sedangkan kemampuan lainya yang harus dimiliki adalah kemampuan melakukan riset, membuat perencanaan serta membuat evaluasi hasil. Dalam fungsi ini, PR juga harus mampu melakukan tugas-tugas seperti membuat *media release*, laporan tahunan, majalah karyawan dan tugas lainya seperti membuat dan *manage* kampanye-kampanye untuk mencapai kesadaran tentang isu atau perubahan opini. Selain itu PR diharapkan dapat membangun hubungan baik dengan editor, publisher, dan lainnya sebagai upaya untuk memperoleh masukan dan pandangan publik. Hal ini diharapkan untuk menciptakan komunikasi dua arah yang sistematis sehingga bisa berjalan secara sistematis. Fungsi ketiga yaitu *PR as a means of influencing public opinion*. Dalam pembentukan opini publik terdapat tiga hal yang perlu dilakukan, yaitu mempertahankan opini yang baik, menciptakan opini yang belum ada, atau tersembunyi, serta menetralkan opini yang sifatnya negatif atau merugikan.

Peran PR diklasifikasikan menjadi beberapa jenis tingkah laku sesuai dengan kebutuhan dari organisasi. Begitu pula dengan peran PR yang dijalankan oleh bagian humas sekretariat daerah Kabupaten Sleman. Berdasarkan paparan peran menurut para ahli, secara garis besar peran PR dapat dikategorikan menjadi tiga peranan penting. Tiga peranan tersebut yaitu peran manajerial, peran teknisi komunikasi, dan peran sebagai *corporate conscience*.

Peran PR dalam peran manajerial, yaitu untuk menyelesaikan permasalahan, memberikan saran kepada manajer lain, membuat keputusan kebijakan dan melihat dirinya sebagai penentu atas keberhasilan atau kegagalan program PR. Terdapat lima jenis peran PR dalam peran manajerial ini, yaitu *expert prescriber*, fasilitator komunikasi, fasilitator pemecah masalah, PR sebagai *boundary spinner* dan PR *as the informational role*.

Bagian humas sekretariat daerah Kabupaten Sleman dikatakan memiliki peran sebagai *expert prescriber* apabila dapat menjalankan peran sebagai seorang konsultan. Kegagalan dan keberhasilan suatu program merupakan tanggung jawab seorang *expert prescriber* (Cutlip, 2009 :46). Sedangkan fasilitator komunikasi menempati peran PR ditengah-tengah dan berfungsi sebagai penghubung antara organisasi dan publik (Cutlip, 2009 :47). Bagian humas sekretariat daerah Kabupaten Sleman dikatakan berperan sebagai *communication facilitator* apabila dapat menjaga agar pihak manajemen selalu mendapat informasi terbaru. Sebagai *communication facilitator*, PR menciptakan peluang agar pihak manajemen selalu mendengarkan pandangan-pandangannya. Sebagai pengemban peran fasilitator komunikasi ini, PR

diharapkan menjaga agar setiap orang dalam organisasi tersebut memperoleh informasi. PR juga melakukan audit komunikasi dan mewakili organisasi dalam setiap pertemuan dan acara-acara.

Bagian humas sekretariat daerah Kabupaten Sleman dikatakan memiliki peran sebagai fasilitator pemecah masalah apabila berkolaborasi dengan manajer lain untuk mendefinisikan dan memecahkan masalah (Cutlip,2009 :48). Terdapat beberapa indikator yang menunjukkan apakah bagian humas sekretariat daerah Kabupaten Sleman berperan sebagai *problem solving process facilitator* atau tidak. Pertama, praktisi PR dapat memenuhi kebutuhan akan perencanaan PR yang sistematis. Dalam peran ini praktisi PR bekerjasama dengan pihak manajemen dalam meningkatkan keterampilan. Praktisi PR berperan meningkatkan partisipasi manajemen dan menjaga agar pihak manajemen selalu terlibat secara aktif. Sebagai fasilitator pemecah masalah, praktisi PR beroperasi sebagai katalis dan membuat beberapa alternatif untuk keperluan memecahkan masalah.

Bagian humas sekretariat daerah Kabupaten Sleman dikatakan memiliki peran sebagai *the informational role of Public Relations* (Yudarwati, 2011:113)apabila dapat menyampaikan informasi berkaitan dengan kebijakan organisasi, situasi, dan hasil capaian organisasi ke pihak publik, dan juga sebaliknya. Peran informasi ini mencakup peran praktisi humas sebagai seorang *monitor, disseminator* dan *spokesperson*.

Bagian humas sekretariat daerah Kabupaten Sleman dikatakan memiliki peran sebagai *the boundary spanner* (Yudarwati, 2011: 113-114) apabila terlibat dalam

beberapa aktivitas. Praktisi PR mewakili organisasi ke publik, melakukan *scanning* dan *monitoring* lingkungan eksternal organisasi, melindungi organisasi, juga memproses informasi baik yang masuk dari luar maupun dari internal organisasi. Sebagai seorang *gatekeeper* berkaitan dengan arus informasi, praktisi PR melakukan transaksi dengan pihak eksternal, serta melakukan koordinasi dan mengatur hubungan organisasi dengan publiknya.

Selain peran manajerial, terdapat pula klasifikasi peran PR sebagai teknisi (*technician role*). Bagian humas sekretariat daerah Kabupaten Sleman dikatakan memiliki peran utama PR dalam *technician role* apabila mampu mempersiapkan komunikasi-komunikasi yang membantu pelaksanaan kebijakan PR yang dibuat oleh pihak lain. *Technician role* merupakan peran awal yang akan digeluti seseorang apabila terjun ke dunia kehumasan (Cutlip, 2009 :46). Sebagai seorang *communication technician* praktisi PR dapat menulis materi-materi PR, mengedit/menulis kembali untuk pengecekan tata bahasa, menangani aspek-aspek teknis, memproduksi brosur dan pamflet, melakukan aktivitas fotografi dan disain grafis, serta memelihara kontak dengan media dan mengirimkan *press release*.

Klasifikasi peran praktisi PR yang terakhir adalah sebagai *corporate conscience* yang merupakan peran PR dalam kaitannya dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Praktisi PR dikatakan berperan sebagai *corporate conscience* apabila dipercaya mampu untuk menyelesaikan isu berkaitan dengan etika dan tanggung jawab sosial perusahaan. Praktisi PR dipandang mampu untuk melihat pandangan dan kepentingan

dari kedua belah pihak, yaitu organisasi dan publiknya sehingga dapat menyeimbangkan kepentingan kedua belah pihak.

Peran PR yang dijalankan oleh praktisi PR terbentuk karena faktor lingkungan yang memiliki pengaruh lebih besar dan masih melingkupi organisasi tersebut (supra sistem). Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui faktor supra sistem yang membentuk peran PR di bagian humas sekretariat daerah Kabupaten Sleman. Terbentuknya peran PR yang dijalankan bagian humas sekretariat daerah Kabupaten Sleman ini kemungkinan disebabkan oleh salah satu faktor dari tiga faktor yang dipaparkan Sriramesh (2003 : 2-17). Faktor pertama yaitu infrastruktur yang mana peran PR dapat terbentuk karena ideologi politik, sistem ekonomi (termasuk level perkembangan perekonomian wilayah), sistem hukum yang sah, ataupun tingkatan aktivisme (sejauh mana organisasi menghadapi aktivis dan seberapa aktif keberadaan aktivis). Faktor kedua yaitu budaya yang mana peran PR yang dijalankan bagian humas dapat terbentuk karena budaya organisasi maupun budaya masyarakat yang mempengaruhi organisasi. Faktor ketiga yaitu faktor media. Penempatan cerita di media merupakan bagian penting dari aktivitas hubungan media dalam kinerja PR professional karena akan mempengaruhi opini publik terhadap organisasi. Setiap organisasi memiliki perbedaan dalam hal tipe media yang mempengaruhi opini publiknya.

## **G. Metodologi Penelitian**

### **1. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus. Studi kasus merupakan salah satu metode dalam penelitian kualitatif. Menurut Rosady Ruslan (2010:229), metode penelitian ini digunakan untuk menganalisis dan menjelaskan secara komprehensif dari berbagai aspek individu, kelompok, program, dan organisasi yang mengalami peristiwa tertentu dan sistematis. Robert K. Yin (dikutip dalam Ruslan,2010:229) memberikan batasan mengenai metode studi kasus sebagai riset yang menyelidiki fenomena dalam konteks kehidupan nyata, jika batas-batas antara fenomena dan konteks tidak tampak dengan jelas, multisumber bukti yang dapat dimanfaatkan. Fenomena yang akan dikaji dalam penelitian ini yaitu mengenai faktor-faktor suprasistem yang membentuk peran PR yang dijalankan oleh bagian humas Sekretariat Daerah pemerintah kabupaten Sleman.

Penelitian studi kasus memiliki empat ciri (Ruslan,2010: 230). Pertama, yaitu partikularistik yang memaparkan bahwa penelitian studi kasus terfokus pada situasi, peristiwa, program khusus, atau fenomena-fenomena dari kejadian tertentu .Kedua, yaitu ciri deskriptif dimana hasil akhir dari metode ini merupakan deskripsi detail dari topik yang diteliti. Ketiga yaitu heuristik yang memaparkan apabila metode studi kasus berfungsi untuk membantu khalayak dalam memahami apa yang sedang diteliti, makna, interpretasi, hingga perspektif baru. Ciri terakhir yaitu induktif, yang memaparkan bahwa studi kasus berangkat

dari fakta dan data lapangan, kemudian disimpulkan ke dalam tataran konsep dan teori tertentu.

## 2. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat dua data yang dikumpulkan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Untuk memperoleh data primer, menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara dengan narasumber. Sedangkan data sekunder diperoleh dengan mengumpulkan informasi tertulis dari dokumen-dokumen terkait. Menurut Subagyo (1991:89) data primer adalah data yang didapat langsung atau diperoleh langsung dari sumber-sumbernya. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan *in-depth interview* dengan teknik *snow ball* untuk memperoleh data primer.

Menurut Sutopo (1988:24) wawancara dapat dilakukan pada waktu dan konteks yang dianggap tepat, guna mendapatkan data yang mempunyai kedalaman dan dapat dilakukan berkali-kali sesuai dengan kebutuhan peneliti tentang kejelasan masalah yang akan dijelajahi. Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan jenis wawancara mendalam tidak terstruktur. Wawancara jenis ini memungkinkan peneliti untuk lebih leluasa mengajukan pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya. Wawancara tidak terstruktur bersifat luwes, susunan pertanyaan dan susunan kata-kata dalam setiap pertanyaan dapat diubah pada saat wawancara termasuk karakteristik sosial-budaya informan yang dihadapi. Wawancara tak terstruktur ini biasanya

digunakan bila pewawancara berhubungan dengan orang penting serta pewawancara ingin menanyakan lebih mendalam pada seorang subjek tertentu (Moleong, 1991: 191). Pemilihan subjek penelitian pun juga tentu saja disesuaikan dengan tujuan penelitian.

Berkaitan dengan penelitian ini, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan pihak yang berperan mengkomandoi organisasi perangkat daerah pemerintah Kabupaten Sleman, pihak yang mengetahui dan terlibat dalam pembuatan konsep peraturan daerah Kabupaten Sleman serta pihak yang menjalankan peran PR di organisasi pemerintah Kabupaten Sleman.

No	Bagian	Posisi	Sebutan
1.	Pimpinan Daerah Kabupaten Sleman	Wakil Bupati Sleman	Informan I
2.	Sekretariat Daerah Kabupaten Sleman	1. Kepala Bagian Humas	Informan II
		2. Kepala sub bagian Informasi dan Dokumentasi	Informan III
		3. Kepala Sub bagian Publikasi	Informan IV
		4. Staf bagian Organisasi	Informan V
3.	Dinas	Staf bagian Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	Informan VI

Tabel 1 Tabel Daftar Informan

Dari daftar informan pada tabel 1.1, peneliti membagi informan menjadi tiga bagian, yaitu informan yang berasal dari perwakilan pimpinan daerah, informan yang berasal dari bagian sekretariat daerah Kabupaten Sleman, serta informan yang berasal dari dinas. Informan yang berasal dari pimpinan daerah menempati posisi sebagai *top* manajemen atau memiliki kedudukan tertinggi dalam struktur

organisasi pemerintah Kabupaten Sleman. Pimpinan daerah mengkomandoi organisasi perangkat daerah pemerintah Kabupaten Sleman. Pimpinan daerah ini diwakili oleh Wakil Bupati Kabupaten Sleman, yang selanjutnya disebut sebagai informan I.

Selain melakukan wawancara dengan pimpinan daerah, terdapat empat informan yang berasal dari bagian Sekretariat Daerah Kabupaten Sleman. Tiga informan berasal dari bagian Humas Sekretarian Daerah Sleman sebagai pihak yang menjalankan peran PR. Tiga informan tersebut yaitu kepala bagian humas Sekretariat Daerah Kabupaten Sleman yang berperan sebagai koordinator sub bagian Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Sleman yang selanjutnya disebut sebagai Informan II; Kepala sub bagian publikasi yang selanjutnya disebut sebagai informan III; serta kepala sub bagian informasi dan dokumentasi yang selanjutnya disebut sebagai informan IV. Selain informan dari bagian humas, terdapat satu informan yang berasal dari bagian Organisasi Sekretariat Daerah Kabupaten Sleman yang berperan dan terlibat dalam pembuatan konsep peraturan daerah Kabupaten Sleman. Informan ini yaitu satu staff bagian Organisasi Sekretariat Daerah Kabupaten Sleman yang selanjutnya disebut dengan Informan V. Informan terakhir berasal dari dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sleman sebagai perwakilan dari salah satu dinas yang ada dalam struktur organisasi Kabupaten Sleman. Dinas ini berperan untuk memberikan informasi pada bagian humas sehingga bagian humas dapat mengkomunikasikan rangkaian kegiatan yang ada di Kabupaten Sleman kepada

masyarakat melalui media terkait. Informan ini selanjutnya disebut sebagai Informan VI.

Dalam menentukan informan yang diwawancarai, peneliti menggunakan teknik sampling *snow ball*. Teknik sampling *snow ball* didefinisikan sebagai mendapatkan semua individu dalam organisasi atau kelompok terbatas, dari satu individu kemudian mendapatkan individu lainnya, hingga peneliti menemukan konstelasi relasi sosial menjadi sebuah pola sosial (Kriyantono, 2007:158). Pada awalnya peneliti melakukan wawancara kepada informan I. Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan informan II yang kemudian merekomendasikan informan III yang dianggap mengerti mengenai aktivitas-aktivitas kehumasan yang ada di bagian humas. Informan III selanjutnya merekomendasikan informan IV, informan V, dan Informan VI yang dianggap dapat melengkapi data terkait dengan tujuan penelitian yang dilakukan.

Selain data primer, data sekunder juga dipergunakan dalam proses pengumpulan data penelitian ini. Data sekunder merupakan informasi yang didapat tidak langsung dari narasumber utama penelitian dan digunakan untuk melengkapi data yang sudah diperoleh dari wawancara yang telah dilangsungkan. Teknik pengumpulan data sekunder pada penelitian ini diperoleh dengan mengumpulkan informasi dari dokumen. Pengumpulan informasi melalui dokumen-dokumen, baik berupa laporan, buku, web atau yang lainnya dilakukan untuk mencukupi kekurangan data yang tidak didapatkan dari hasil wawancara dan observasi. Dokumentasi dapat diambil dari data-data terkait mengenai

program yang dijalankan oleh organisasi dan dokumentasi kegiatan humas yang berkaitan dengan topik penelitian yang diangkat.

### 3. Teknik Analisis Data

Menurut Moleong (1991: 103) analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data dalam pola, kategori, dan satuan uraian sehingga dapat ditemukan tema. Analisis data dilakukan dengan mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode, dan mengkategorikan. Penelitian ini akan menggunakan analisis data kualitatif, yaitu menjelaskan eksistensi sebuah permasalahan atau fenomena dengan cara menguraikan secara sistematis seluruh elemen yang bersifat kualitatif yang berkaitan dengan faktor-faktor yang membentuk peran PR dibagian humas Sekretariat Daerah pemerintah kabupaten sleman. Langkah-langkah yang dilakukan sebagai berikut :

#### a. Pengumpulan Data

Data penelitian yang diperoleh dengan menggunakan beberapa teknik yang sesuai dengan tipe interaktif, yaitu wawancara mendalam dengan narasumber. Selain itu juga menggunakan data sekunder berupa buku, brosur, maupun informasi dalam website sebagai pelengkap data.

#### b. Reduksi Data

Proses pemilihan data dan pemusatan pola data yang relevan dengan permasalahan penelitian, seperti menyeleksi data-data yang berhubungan erat dengan penelitian agar fokus dan terarah.

c. Penyajian Data

Mengambarkan keadaan sesuai dengan data yang telah direduksi, yaitu dengan memaparkan hasil penelitian berdasarkan kerangka teori yang telah dimuat.

d. Kesimpulan

Pokok pemikiran dari keseluruhan hasil penelitian yang telah dilakukan



