

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Kajian Teori

Untuk memecahkan suatu masalah dengan jelas, sistematis, dan terarah diperlukan kerangka teoritis yang nantinya akan menjadi tolak ukur dalam penelitian. Kerangka teoritis memuat teori-teori dengan tujuan memudahkan dalam menjawab permasalahan secara teoritis dan dengan kerangka teori inilah kerangka pikir dirumuskan untuk memudahkan pelaksanaan penelitian sebagai berikut;

B. Peran

1. Defenisi Peran

Peran diartikan bagian penting dari tugas utama yang harus dilaksanakan¹⁰. Sedangkan menurut Giros Meson dan Mceachere mendefenisikan peran adalah sebagai perangkat harapan-harapan yang dikenakan pada individu yang menempati kedudukan sosial tertentu dan didalam peran ada dua macam harapan,yaitu:

- a. Harapan-harapan masyarakat terhadap pemegang peran
- b. Harapan-harapan yang dimiliki oleh pemegang peran terhadap masyarakat atau orang-orang yang berhubungan dengannya dalam menjalankan perannya atau kewajibannya¹¹.

Menurut Soekanto peran di bagi menjadi tiga yaitu peran pasif, peran partisipatif,dan peran aktif. Peran aktif adalah yang di berikan oleh anggota kelompok karena kedudukannya di dalam kelompok sebagai katifis kelompok, seperti pengurus, pejabat, dan sebagainya. Peran partisipatif adalah peran yang di berikan anggota kelompok kepada kelompoknya yang memberikan sumbangan yang sangat berguna untuk kelompok tersebut. Sedangkan peran pasif adalah sumbangan kelompok

¹⁰ Kamus besar bahasa Indonesia: 454.

¹¹ Kasali, Rhenald, *manajemen public relations*, (Jakarta: Grafiti:1994), 99.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang bersifat pasif, dimana anggota kelompok menahan diri agar memberi kesempatan kepada fungsi lain dalam kelompok dapat berjalan dengan baik.¹²

C. Humas

1. Pengertian Humas

Dalam perkembangannya, humas memiliki berbagai macam defenisi dan interpretasi. Ada defenisi yang sangat singkat seperti *PR is doing good and getting credit for it* (humas adalah peran melakukan hal-hal baik sehingga mendapatkan kepercayaan).¹³

Humas pada dasarnya merupakan singkatan dari frasa kata ‘Hubungan Masyarakat’. Istilah Humas sebagai terjemahan dari istilah *public relations* di Indonesia sudah benar-benar memasyarakat dalam arti kata telah dipergunakan secara luas oleh departemen, jawatan, perusahaan, badan, lembaga, dan lain-lain organisasi kekaryaannya.¹⁴

Humas adalah bagian dari kegiatan manajemen komunikasi yang dilakukan secara berkesinambungan oleh organisasi, lembaga, perusahaan untuk memelihara citra serta membentuk opini yang positif dari masyarakat serta khalayak (publik) agar organisasi, lembaga atau perusahaan memperoleh sokongan dari masyarakat.¹⁵ Tujuan dari humas itu sendiri adalah untuk memastikan bahwa niat baik dan kiprah berkepentingan (atau, lazim disebut sebagai seluruh “khalayak” atau publiknya).¹⁶

Haris Munandar menerjemahkan definisi humas dari Frank Jefkins yaitu “humas adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi

¹² Soerjono Soekanto, *Sosiologi suatu pengantar*, (Jakarta : PT Raja Grafindo, 2006), 242.

¹³ Morisson, *Manajemen Public Relation*, (Jakarta : Kencana, 2008), 7.

¹⁴ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktik*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya: 2013), 131.

¹⁵ Teuku May Rudy, *Komunikasi dan Humas Internasional*, (Bandung: PT, Refika Aditama: 2005), 79.

¹⁶ M.Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan serta aplikasinya di Indonesia*, (Jakarta, Bumi Aksara: 2001), 2.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian”.¹⁷

Menurut Linggar Anggoro dalam bukunya teori dan profesi kehumasan menyatakan bahwa humas adalah suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasi sedemikian rupa sebagai suatu rangkaian kampanye atau program terpadu, dan semuanya itu berlangsung secara berkesinambungan dan teratur.¹⁸

R. Sudiro Muntahar mengartikan “humas sebagai suatu kegiatan usaha yang berencana yang menyangkut itikad baik, rasa simpati, saling mengerti, untuk memperoleh pengakuan, penerimaan dan dukungan masyarakat melalui komunikasi dan sarana lain (media massa) untuk mencapai manfaat dan kesepakatan bersama”.

Humas adalah suatu kegiatan yang diorganisasikan sedemikian rupa sebagai rangkaian kampanye atau program terpadu, dan semuanya itu berlangsung secara kesinambungan dan teratur. Humas adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, dan menjalankan suatu program untuk menciptakan pengertian dan penerimaan public.¹⁹

Berdasarkan pendapat di atas pada dasarnya mempunyai pengertian yang sama mengenai humas, yaitu humas merupakan komunikasi yang terencana dengan menggunakan media kepada khalayaknya dan digunakan untuk mencapai tujuan bersama dalam sebuah organisasi.

¹⁷ Frank Jefkin, *Public Relations* (terjemahan Haris Munandar) (Jakarta:Erlangga: 2004), 9.

¹⁸ M.Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan serta aplikasinya di Inodnesia*, (Jakarta, Bumi Aksara:2001), 2.

¹⁹ Moore, *membangun citra dengan komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya: 2004), 6.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Peran Humas

Dozier & Broom peranan Public Relations dalam suatu organisasi dibagi menjadi empat kategori diantaranya:²⁰

a. Penasehat Ahli (*Expert Presciber*)

Seorang praktisi pakar public relations yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (*public relationship*). Hubungan praktisi pakar public relations sama halnya hubungan dokter dengan pasiennya. Artinya, pihak manajemen bertindak pasif untuk menerima atau mempercayai apa yang telah disarankan atau usulan dari pakar PR (*expert presciber*) tersebut dalam memecahkan dan mengatasi persoalan public relations yang tengah dihadapi oleh organisasi bersangkutan.

b. Fasilitator Komunikasi (*Communication Fasilitator*)

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

c. Fasilitator proses pemecahan masalah (*Problem Solving Proses Fasilitator*)

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

²⁰ Rosady Ruslan, "Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi", (Jakarta : Rajawali Pers, 2008), 20.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Biasanya dalam menghadapi suatu krisis yang terjadi, maka dibentuk suatu tim posko yang dikorrdirnir praktisi ahli PR dengan melibatkan berbagai macam departemen dan keahlian dalam suatu tim khusus untuk membantu organisasi, perusahaan dan produk yang tengah menghadapi suatu persoalan krisis tertentu.

d. Teknik Komunikasi (*Communication Technician*)

Berbeda dengan tiga peran praktisi PR profesional sebelumnya yang terkait erat dengan fungsi manajemen organisasi. Peranan *communication techician* ini menjadikan seorang PR sebagai *journalis in resident* yang hanya menyediakan layanan teknik komunikasi atau dikenal dengan metode komunikasi. Sistem komunikasi dalam organisasi tergantung masing-masing bagian atau tingkatan, yaitu secara teknis komunikasi, baik arus maupun media komunikasi yang dipergunakan dari tingkat pimpinan dengan bawahan akan berbeda dari bawahan ketingkat atasan.

Selanjutnya Rosady Ruslan menjelaskan secara rinci empat peran utama hubungan masyarakat adalah sebagai berikut²¹ :

- a. Sebagai *communicator* atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publiknya.
- b. Membina *relationship*, yaitu berperan membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya.
- c. Peranan *back up management*, yakni sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan.
- d. Membentuk *corporate image*, artinya peranan Humas berperan menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya.

²¹ Rosady Ruslan.. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation*. (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada: 2007), 10.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Fungsi Humas

Berbicara mengenai peran hubungan masyarakat, sangat erat hubungannya dengan fungsi humas. Menurut F. Rachmadi²² “Fungsi utama *public relations* adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga/organisasi dengan publiknya, intern maupun ekstern, dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam peran menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga/organisasi,”

Menurut Ruslan ada beberapa fungsi dari humas yaitu:²³

- a. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama.
- b. Membina hubungan baik yang harmonis antara organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
- c. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap organisasi yang diwakilinya, atau sebaliknya.
- d. Melayani keinginan public dan memberikan sumbangan saran kepada pemimpin organisasi demi tujuan dan manfaat bersama.
- e. Menciptakan komunikasi dua arah atau timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak.

Menurut Renald Kasali fungsi *public relations* adalah fungsi manajemen humas yang bertujuan menciptakan dan mengembangkan persepsi terbaik bagi suatu lembaga, organisasi, perusahaan, atau produknya terhadap segmen masyarakat, yang kegiatannya langsung ataupun tidak langsung mempunyai dampak bagi masa depan organisasi, lembaga, perusahaan, dan produknya.²⁴

²²Rachmadi, *Public Relations Antara Teori Dan Praktek*. (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama: 1992), 21.

²³Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi* (Jakarta : PT RajaGrafindo, 2007), 21.

²⁴*Ibid*, 36.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Tugas Humas

Menurut Suhadang inti tugas humas adalah sinkronisasi antara informasi dari perusahaan dengan reaksi dan tanggapan public sehingga mencapai suasana dari perusahaan dengan reaksi dan tanggapan public sehingga mencapai suasana yang akrab, saling mengerti, dan muncul suasana yang menyenangkan dalam interaksi perusahaan dengan public. Penyesuaian yang menciptakan hubungan yang harmonis dimana satu sama lain saling memberi dan menerima hal-hal yang bisa menguntungkan kedua belah pihak.²⁵

Menurut Harimanto Bambang dalam bukunya yang berjudul “*Public Relations Dalam Organisasi*”, ada lima pokok tugas Humas yaitu²⁶ :

- a. Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar kepada public. Penyelenggaraan informasi ini agar public mempunyai pengertian yang benar tentang organisasi atau perusahaan, tujuan, serta kegiatan yang dilakukan. Itu semua dilakukan dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan public internal dan eksternal dan memperhatikan, mengelola, mengintegrasikan pengaruh lingkungan yang masuk demi perbaikan dan perkembangan organisasi.
- b. Memonitor, merekam, dan mengawasi tanggapan serta pendapat umum atau masyarakat.
- c. Memperbaiki citra organisasi

Bagi humas, menyadari citra tidak hanya terletak pada bentuk gedung, prestasi, publikasi, dan seterusnya, tetapi terletak pada :

- 1) Bagaimana organisasi bisa mencerminkan organisasi yang di percaya, memiliki kekuatan, mengadakan perkembangan secara berkesinambungan yang selalu terbuka untuk dikontrol, dievaluasi.

²⁵ Suhadang, Kustadi, “*Public Relation Perusahaan*”, (Bandung : Nuansa, 2004), 73.

²⁶ Harimanti Bambang “*Public Relation Dalam Organisasi*”, (Yogyakarta : Santusna, 2007), 33.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Dapat dikatakan bahwa citra itu adalah gambaran komponen yang kompleks.

d. Tanggung jawab sosial

Humas adalah instrumen yang bertanggung jawab terhadap semua kelompok yang berhak terhadap semua tanggung jawab tersebut. Terutama kelompok public sendiri, public internal, dan pers. Yang penting bahwa seluruh organisasi bersikap terbuka dan jujur terhadap semua kelompok atau public yang ada hubungannya dan memerlukan informasi.

e. Komunikasi

Humas mempunyai bentuk komunikasi yang khusus, yaitu komunikasi timbal balik. Jadi bagi seorang humas, mempunyai banyak pengetahuan berupa modal utama baginya untuk menjalankan profesinya.

5. Komunikasi Humas

Hovland, Janis dan Kelly seperti yang dikemukakan oleh Forsdale adalah ahli sosiologi Amerika, mengatakan bahwa “*Communication in the process by which on individual transmits stimuli (Usuali Verbal) to modify the behavior of other individuals*”. Dengan kata lain komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain. Pada definisi ini mereka menganggap komunikasi sebagai suatu proses, bukan sebagai suatu hal. Tidak jauh dari pengertian Forsdale, John R. Schemerhorn dalam bukunya berjudul *Managing Organizational Behavior* menyatakan bahwa komunikasi dapat diartikan sebagai proses antara pribadi dalam mengirim dan menerima simbol-simbol yang berarti dalam kepentingan mereka.²⁷

²⁷Widjaja, *Komunikasi Hubungan Masyarakat*(Bumi Aksara,Jakarta,1986), 8.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Teuku May Rudy Komunikasi di tinjau pada lima unsur utama yaitu:²⁸

a. Komunikator (*Sender*)

Komunikator adalah seseorang atau sekelompok orang yang merupakan tempat asal pesan, sumber berita, informasi, atau pengertian yang disampaikan (dikomunikasikan) atau bisa kita sebut sebagai orang atau pihak yang mengirim atau menyampaikan berita.

b. Pesan atau berita (*Message*)

Message adalah pesan atau pesan-pesan, informasi atau pengertian dari komunikator yang penyampaiannya disampaikan kepada komunikan (audiens atau khalayak) melalui penggunaan bahasa atau lambang-lambang.

c. Saluran atau Media Komunikasi

Saluran atau Media Komunikasi adalah sarana tempat berlalunya simbol-simbol atau lambang-lambang yang mengandung makna berupa pesan pengertian. Saluran atau medium komunikasi tersebut dapat berupa alat atau sarana yang menyalurkan suara (audio) untuk pendengaran, tulisan, dan gambar (visual) untuk penglihatan, bau untuk penciuman, wujud fisik atau perabaan, dan sebagainya. Contohnya televise, radio, surat kabar, majalah, telepon, telex, telegram, poster, spanduk, foto, lukisan, dan sebagainya

d. Komunikan (*Receiver*)

Komunikan adalah seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subyek yang dituju oleh komunikator (pengirim atau penyampai pesan) yang menerima pesan-pesan (berita, informasi, pengertian) berupa lambang-lambang yang mengandung arti atau makna.

e. Efek (*Effect*) atau Umpan balik (*Feedback*)

Efek adalah hasil penerimaan pesan atau informasi oleh komunikan, pengaruh atau kesan yang timbul setelah komunikan

²⁸Teuku May Rudy, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat Internasional*. (PT. Refika Aditama, Bandung, 2005), 4-5.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menerima pesan. Efek dapat berlanjut dengan memberikan respon, tanggapan atau jawaban yang disebut umpan balik. Umpan balik atau *feedback* adalah arus balik (yang berupa tanggapan atau jawaban) dalam rangka proses komunikasi. Umpan balik ini sangat diharapkan, dalam arti adanya feedback yang menyenangkan.

D. Kajian Terdahulu

Dalam judul penelitian yang penulis ambil, sebelumnya ada kesamaan dengan judul lain yang diteliti oleh mahasiswa lain. Antara lain :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Endang Windarti yang berjudul “Peranan Humas Dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Kepada Para Pegawai Di Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Pasir Pengaraian Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu.” Penelitian ini dilakukan pada tahun 2013.²⁹ Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan beberapa kesimpulan yaitu Humas RSUD Pasir Pengaraian merupakan suatu fungsi manajemen yang mempunyai tugas sebagai penunjang tercapainya tujuan dengan cara memberikan pelayanan informasi kepada para pegawai dan menyelesaikan berbagai permasalahan demi terciptanya suasana yang kondusif. Peranan Humas RSUD Pasir Pengaraian adalah dengan memberi informasi melalui selebaran dan *press release* di media massa, bahwa sekarang ini di RSUD mempunyai poli anak, ruang THT, poli gigi, pelayanan transfusi darah, dan medical chek up untuk calon jamaah haji, selain itu juga menerima informasi yang datang dari pelanggan. Humas Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Pasir Pengaraian telah menjalankan fungsinya dengan baik, sesuai dengan program kerja yang telah di rencanakan.

²⁹ Endang Windarti, *Peranan Humas Dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Kepada Para Pegawai Di Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Pasir Pengaraian Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu*, Skripsi (Pekanbaru: UIN Suska, 2013)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Meilyna Diah Anggrahini / Christina Rochayanti / Edwi Arief Sosiawan, mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta dengan judul “Peran Humas Pemerintah Kabupaten Sragen Dalam Pengelolaan Isi Informasi *Website* Pemda Sebagai *Media Communications Relations* Dengan Masyarakat”. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2008.³⁰ Dari hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh fakta bahwa masih banyak dari masyarakat Sragen yang belum mengenal *website* Sragen. Hal ini disebabkan masyarakat mengalami kesulitan dalam mengakses internet, sehingga masyarakat merasa kurang efektif, juga dikarenakan karena masyarakat memang tidak tahu pemerintah menyediakan *website* resmi Pemda Sragen. Perbedaan dengan yang penulis teliti adalah terdapat pada fokus penelitian dan objek yang di teliti, penulis lebih ingin melihat bagaimana seorang humas RSUD kecamatan mandau dalam meningkatkan kualitas informasi, yang saat ini masih dikeluhkan masyarakat.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Adi Hugroho Rahutomo, dengan judul “Strategi Humas Dalam Mempublikasikan Informasi Pelayanan pada PT. PLN (PERSERO) Rayon Di Samarinda Iir” pada tahun 2013.³¹ Penelitian ini menunjukkan bagaimana strategi humas yang digunakan oleh PT PLN (persero) Rayon dalam mempublikasikan informasi pelayanan publik dilakukan dengan berbagai cara, 1. Strategi pelayanan publik, 2. Media yang digunakan. Strategi yang digunakan cukup baik. Perbedaan dengan yang penulis teliti adalah terletak pada objek penelitian serta metode yang digunakan dalam melakukan penelitian tersebut.

³⁰ Meilyna Diah Angrhaini, dkk. *Peran Humas Pemerintah Kabupaten Sragen Dalam Pengelolaan Isi Informasi Website Pemda Sebagai Media Communications Relations Dengan Masyarakat*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 6, Nomor 2 (yogyakarta: FISIP UPN “Veteran”), 145-152

³¹ Adi Hugroho Rahutomo, *Strategi Humas Dalam Mempublikasikan Informasi Pelayanan pada PT. PLN (PERSERO) Rayon Di Samarinda Iir*, ejournal Ilmu Komunikasi, volume 1 Nomor 2 (Universitas Muallawan, 2013), 324-340.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Penelitian yang dilakukan Winda Septianita, Wahyu Agus Winarno, Alfi Arif, dengan judul Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan Rail Ticketing System (RTS) Terhadap Kepuasan Pengguna (Studi Empiris Pada PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) DAOP 9 JEMBER)”, penelitian ini dilakukan pada tahun 2014. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, serta kualitas pelayanan *Rail Ticketing System (RTS)* pada kepuasan pengguna (studi empiris pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 9 Jember). Penelitian ini menggunakan metode kuesioner dan wawancara dalam memperoleh data dan informasi untuk dianalisis. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode analisis regresi linier berganda. Perbedaan dengan yang penulis teliti adalah terletak pada jenis pendekatan penelitian yaitu kuantitatif, sedangkan penulis menggunakan pendekatan kualitatif.
5. Penelitian yang Belinda devi larasati siswanto, firda zulivia abraham tentang Peran Humas Pemerintah Sebagai Fasilitator Komunikasi Pada Biro Humas Pemprov Kalimantan Selatan, pada penelitian ini berfokus pada peran humas pemerintah kalimantan selatan sebagai fasilitator komunikasi, metode penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan datanya yaitu observasi dan wawancara. Perbedaan dengan yang penulis teliti terletak pada subjek yang penulis teliti, subjek penulis tidak hanya pada fasilitator komunikasi, namun juga ada 3 instrumen, yaitu penasehat ahli, fasilitator pemecahan masalah, dan teknik komunikasi.

Perbedaan kajian terdahulu dengan yang penulis teliti adalah terletak kepada objek kajian yang dilakukan di lapangan, serta peran dari seorang humas dalam meningkatkan pelayanan informasi dan informasi yang diberikan kepada masyarakat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

E. Kerangka Pikir

Humas memiliki peran dan fungsi sebagai penghubung atau komunikator dalam sebuah organisasi atau lembaga yang diwakili untuk menciptakan saling pengertian antara organisasi/lembaga dengan masyarakat dalam upaya meningkatkan citra yang baik bagi organisasi/lembaganya. Humas juga berperan penting dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat, agar kebutuhan masyarakat akan informasi terpenuhi dan masyarakat akan percaya kepada organisasi/lembaga tersebut.

Begitu juga dengan humas rumah sakit umum daerah Kecamatan Mandau Bengkalis harus memenuhi kebutuhan masyarakat dalam penyampaian informasi agar tidak terjadi kekeliruan terhadap apa yang dibutuhkan masyarakat dengan apa yang diinformasikan oleh rumah sakit umum daerah Kecamatan Mandau Bengkalis.

Maka dari itu dibutuhkan peran humas dalam meningkatkan kualitas informasi rumah sakit umum daerah Kecamatan Mandau Bengkalis, dimana peran dari humas menurut Dozier dan Boom yang terdiri dari 4 bagian :

1. Penasehat Ahli (*Expert Prescriber*).

Humas berperan membantu memecahkan masalah dan mengatasi persoalan dalam area Public Relations yang tengah dihadapi oleh perusahaan. Dalam posisi penasehat ahli yang fungsinya adalah memberikan arahan ataupun pemecahan masalah (*Problem Solving*) pada setiap permasalahan sekaligus pengontrol dalam segala suatu sistem dalam perusahaan.

2. Fasilitator Komunikasi (*Communication Fasilitator*).

Humas berperan sebagai komunikator atau mediator informasi antara perusahaan dengan publiknya. Fungsi utama yang dijalankan adalah memfasilitasi pertukaran informasi sehingga manajemen dapat mendengar dan memahami apa yang diinginkan publik dan demikian pula sebaliknya, publik juga mendengar dan memahami apa yang diharapkan oleh manajemen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Fasilitator proses pemecahan masalah (*Problem Solving Proses Fasilitator*).

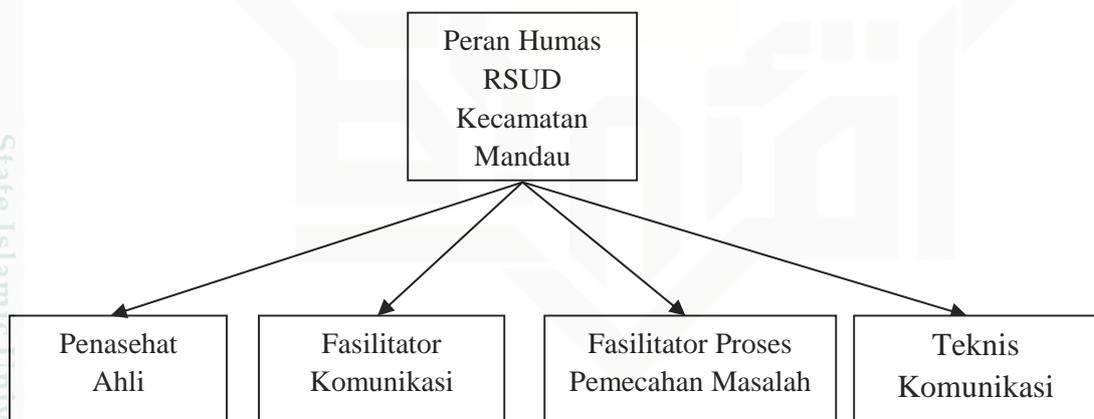
Humas membantu manajemen melalui kerjasama dengan bagian lain dalam perusahaan untuk menemukan pemecahan masalah yang terbaik bagi masalah Public Relations secara rasional dan professional.

4. Teknik Komunikasi (*Communication Tecnician*).

Humas berperan sebagai *Journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi.

Bagan Kerangka Pikir

Gambar 2.1



Sumber : Olahan Peneliti