

## BAB II

### KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

#### A. Kajian Teori

##### a. Pengertian Peran

Peran menurut Kamus Umum Besar Bahasa Indonesia adalah pemain sandiwara.<sup>9</sup> Peran adalah seperangkat tingkah yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan.<sup>10</sup>

Peran adalah sudut pandang dalam sosiologi dan psikologi sosial yang menganggap sebagian besar aktivitas harian diperankan oleh kategori-kategori yang ditetapkan secara sosial (misalnya ibu, manager, guru). Peran adalah suatu set atau kumpulan bentuk-bentuk tingkah laku, kewajiban dan keistimewaan yang diharapkan melekat pada suatu status sosial tertentu. Dalam hal pelaksanaannya peran juga mengalami hal-hal yang dapat dilihat sebagai berikut:

- a) Ketegangan peran, yaitu suatu situasi dimana harapan-harapan terhadap peran yang dijalankan dari suatu status yang dipegang menghasilkan *feedback* yang kontradiktif.
- b) Konflik peran, yaitu pada suatu saat peran dari seorang individu dihadapkan dengan pilihan yang sulit dan bertentangan dengan batinnya.
- c) Kesenjangan peran, hal ini sering terjadi apabila peran yang harus dijalankan itu tidak memperoleh prioritas yang tinggi.<sup>11</sup>

Peran merupakan seperangkat tingkah laku yang dihadapkan oleh orang lain terhadap seseorang sesuai kedudukannya dalam suatu sistem.

---

<sup>9</sup>Arif Santosa, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Mahkota Kita), 494.

<sup>10</sup>*OpCit*, Hlm1051.

<sup>11</sup>Hertina, *Pimpinan dan kepemimpinan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), 40.

Peran dipengaruhi oleh keadaan sosial baik dari dalam maupun dari luar dan bersifat stabil.<sup>12</sup>Sedangkan menurut Kamus Ilmiah Populer Internasional peran adalah laku atau bertindak atau perangkat tingkah laku yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan dimasyarakat.<sup>13</sup>

## b. Humas

Definisi Humas menurut Oemi Abdurrachman dalam buku Humas dalam Dunia Pendidikan oleh Suryosubroto adalah “ kegiatan untuk menanamkan dan memperoleh pengertian, *goodwill*, kepercayaan, penghargaan pada dan dari publik sesuatu badan khususnya dan masyarakat umumnya”.<sup>14</sup>

Menurut Profesor Edward L. Bernays mengatakan, bahwa Hubungan Masyarakat mempunyai tiga pengertian<sup>15</sup>

1. Memberikan penerangan kepada masyarakat.
2. Membujukan langsung terhadap masyarakat guna mengubah sikap dan tindakan,
3. Usaha-usaha pengintegrasian sikap dan tindakan dari perusahaan kita dengan masyarakat dan dari masyarakat dengan perusahaan kita.
4. Bagaimana telah dikemukakan, ada sejumlah definisi mengenai humas.

Webster *New Word Dictionary* mendefinisikannya “ hubungan masyarakat adalah setiap aktifitas yang dilakukan oleh suatu industri, perserikatan, perusahaan, perhimpunan pemerintah atau organisasi lainnya, untuk menciptakan dan memelihara hubungan yang sehat dan bermanfaat dengan masyarakat tertentu.”<sup>16</sup>

Definisi yang lebih spesifik yang menekankan tanggung jawab khususnya, diberikan oleh *Public Relations News*: “ Humas adalah fungsi

<sup>12</sup> Fadli Koziar Barbara, *Pengertian peran* (Bandung: Pustaka Intermasa, 2008), 65.

<sup>13</sup>Budiono, *Kamus Ilmiah Populer Internasional* (Surabaya:Karya Harapan, 2005), 489.

<sup>14</sup> Suryosubroto, B. *Humas dalam Dunia Pendidikan*. (Yogyakarta: Mitra Gama Widya.1994), 12.

<sup>15</sup> Suryosubroto, B. *Hubungan Sekolah dengan Masyarakat (School Public Relations)*, (Jakarta: Rieneka Cipta,2012), 13.

<sup>16</sup> Sirait daud, *Pengantar ilmu Hubungan masyarakat dan periklanan niaga*. Pradnja Paramita:Djakarta,1997), 16.

manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur seorang individu atau sebuah organisasi berdasarkan kepentingan publik, dan menjalankan suatu program untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan publik.

Definisi berikutnya, humas adalah suatu filsafat sosial dan manajemen yang dinyatakan dalam kebijaksanaan beserta pelaksanaannya, yang melalui interpretasi yang peka mengenai peristiwa-peristiwa berdasarkan pada komunikasi dua arah dengan publiknya, berusaha untuk memperoleh saling pengertian dan itikad baik.<sup>17</sup>

Defenisi lainnya adalah defenisi Glenn Grisworld dan Denny Grisworld hubungan masyarakat adalah fungsi management yang melakukan penilaian terhadap sikap masyarakat, menyesuaikan politik tata kerja dari suatu organisasi atau perseorangan dengan kepentingan masyarakat, dan melakukan program aksi untuk memperoleh pengertian dan persetujuan masyarakat.<sup>18</sup>

Humas merupakan salah satu penentu kelangsungan dan kemajuan kegiatan yang dijalankan oleh sebuah organisasi. Dalam hal ini humas memiliki arti penting sebagai sumber informasi pada saat era globalisasi dan sebagai sumber informasi terpercaya. Oleh sebab itu, kegiatan yang dilakukan humas tidak terlepas dari pentingnya manajemen dalam mengatur jalannya suatu kegiatan dan begitu juga sebaliknya manajemen tidak mungkin berjalan tanpa adanya humas.<sup>19</sup>

Dalam memahami Humas, ada baiknya memahami latar sosial kehidupan dewasa ini. Menurut Horton, masyarakat kita kompleks dan pluralistik. Dalam masyarakat seperti itu dibutuhkan cara untuk mencapai kesepakatan dalam pengambilan keputusan dan cara yang lebih efektif dalam membangun saling pengertian diantara kelompok-kelompok masyarakat dan

---

<sup>17</sup> *OpCit*, Hlm 6.

<sup>18</sup> *OpCit*, Hlm 17.

<sup>19</sup> Emha dan Meylia, "Membangun Citra SMK Melalui Peran dan Strategi Humas (Studi SMK Negeri 1 Sooko Mojokerto)", *Jurnal Administrasi Perkantoran (JPAP)* Vol. 2, No. 2 (2014).2.

lembaga-lembaga yang ada ditengah masyarakat itu. Humas menjadi cara untuk membangun saling pengertian itu sehingga bisa dilakukan pengambilan keputusan yang bisa diterima bersama.<sup>20</sup>

Pada dasarnya, humas (hubungan masyarakat) merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun organisasi yang nonkomersial. Mulai dari yayasan, perguruan tinggi, dinas militer, sampai dengan lembaga-lembaga pemerintahan, bahkan pesantren dan usaha bersama seperti Gerakan Nasional Orang Tua Asuh (GN-OTA) pun memerlukan humas. Kebutuhan akan kehadirannya tidak bisa dicegah, terlepas dari kita menyukainya atau tidak, karena humas merupakan salah satu elemen yang menentukan kelangsungan suatu organisasi secara positif. Arti penting humas sebagai sumber informasi terpercaya kian terasa pada era globalisasi dan “banjir informasi” seperti saat ini.

Menurut definisi terbitan *Institute of Public Relations (IRP)*, yakni sebuah lembaga humas terkemuka di Inggris dan Eropa, terbitan bulan November 1987,” humas adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya”. Jadi, humas adalah suatu rangkaian kampanye atau program terpadu, dan semuanya itu berlangsung secara berkesinambungan dan teratur. Tujuan humas itu sendiri adalah untuk memastikan niat baik dan kiprah organisasi yang bersangkutan senantiasa dimengerti oleh pihak-pihak lain yang berkepentingan(atau lazim disebut seluruh “khalayak” atau publiknya).<sup>21</sup>

Kesali menunjukkan hal yang serupa yaitu: (a) humas adalah *personal relations* (b) humas adalah propaganda (c) humas adalah publisitas (d) humas adalah iklan gratis (e) humas adalah penjual senyum.<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> *OpCit*, Hlm. iv.

<sup>21</sup> Anggoro Linggar, *Teori dan Profesi Kehumasan* (Jakarta:PT Bumi Aksara, 2000), 2.

<sup>22</sup> *OpCit*, Hlm.. 4.

Olusegun mendefinisikan humas dengan mengutip rumusan dari *British Institute of Public Relation (BIRP)*, yaitu “ upaya yang disengaja dan berkelanjutan untuk membangun dan memelihara saling pengertian antara organisasi dan publik-publiknya. Disamping itu, humas itu bukan kegiatan serampangan melainkan merupakan kegiatan serampangan melainkan merupakan kegiatan terencana dan diancang dengan baik melalui tahapan-tahapan tertentu. Sedangkan *Public Relations Society of America (PRSA)* Menyatakan “PR itu berkenaan dengan atau berupaya untuk membangun saling pengertian diantara berbagai kelompok publik dan organisasi “. <sup>23</sup>

Berdasarkan definisi-definisi yang dikemukakan tersebut jelas humas memang bukan soal bagaimana berkomunikasi yang memberi manfaat pada organisasi dengan cara menyampaikan informasi palsu atau hanya menunjukkan yang baik-baik saja. Komunikasi dibangun untuk membangun relasi yang memberi manfaat baik pada organisasi maupun publiknya. Humas tidak pernah berkaitan dengan tindakan yang hanya menguntungkan dan memberi manfaat pada organisasi namun merugikan publik.

Dari definisi-definisi humas tersebut juga tampak beberapa hal pokok kehumasan, yaitu<sup>24</sup>:

1. Humas merupakan fungsi manajemen, sehingga manajemen apapun akan ada humas.
2. Komunikasi terencana antara organisasi dan publik-publiknya.
3. Relasi yang saling memberi mamfaat antara organisasi dan publik-publiknya
4. Relasi organisasi dan publik dibangun dipelihara melalui komunikasi yang terencana dan dirancang dengan baik.
5. Publik-publik organisasi merupakan sumber keberhasilan organisasi.
6. Tujuan kehumasan adalah membangun saling pengertian.

Dalam kajian Stroh ada beberapa dimensi humas yang penting untuk dipahami, karena dimensi-dimensi ini terutama terkait dengan komunikasi

---

<sup>23</sup> *OpCit*, Hlm. 5.

<sup>24</sup> *OpCit*, Hlm. 7

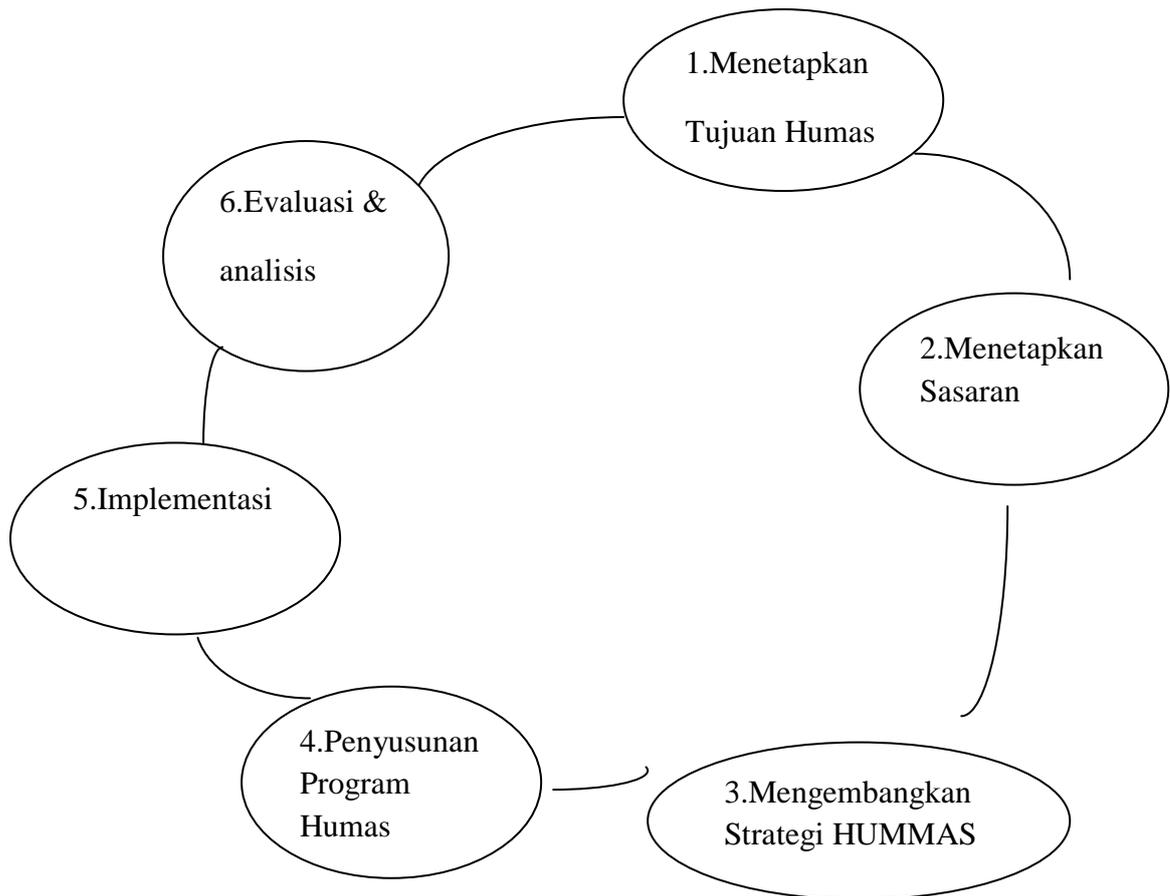
dan relasi organisasi dengan publik-publiknya. Dengan mengutip pandangan sejumlah ahli humas, Stroh menunjukkan beberapa dimensi tersebut, yaitu:

1. Membangun hubungan dengan semua *stakeholder*
2. Prilaku dan pengambilan keputusan manajemen yang membangun *trust* dari publik.
3. Lingkungan
4. Menjalankan peran strategis sebagai pembuka dan fasilitator dalam membangun hubungan dengan publik
5. Hubungan yang bersifat komunal
6. Etika dan tanggung jawab sosial
7. Hubungan dua arah yang simetris
8. Perilaku yang menjaga hubungan
9. Mengukur hubungan yang harmonis yang bersifat komunal
10. Pendekatan yang membangun kesamaan dan kedamaian.

Humas merupakan proses yang melaksanakan fungsi manajemen sebagai proses, secara umum proses humas itu divisualisasikan seperti berikut:<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> *OpCit*, Hlm. 8.



Gambar 1.1 Proses Humas

Berdasarkan gambar diatas, tahapan dalam proses humas itu dimulai dengan menetapkan tujuan. Penetapan tujuan itu diawali dengan mengkaji tujuan organisasi dan isu atau permasalahan yang dihadapi organisasi. Analisis atas isu dan permasalahan serta tujuan organisasi inilah yang mendasari perumusan tujuan kehumasan. Dalam menetapkan tujuan ini, biasanya ditentukan apa tujuan jangka pendek yang hendak dicapai melalui program dan kegiatan kehumasan. Dalam menetapkan tujuan ini, biasanya ditentukan apa tujuan jangka panjang dan apa tujuan jangka pendek yang akan dicapai melalui program dan kegiatan kehumasan. Dalam konteks sekolah, misalnya terdapat isu rendahnya keterlibatan orang tua dalam

pendidikan anak-anaknya sedangkan peningkatan mutu hasil pembelajaran juga ditentukan oleh peran orang tua. Pada sisi lain, tujuan sekolah adalah melahirkan lulusan yang berakhlak mulia dan memiliki prestasi akademik dan nonakademik yang baik juga. Maka tetaplah tujuan membangun komunikasi dengan orang tua untuk mendorong peningkatan mutu pembelajaran.

Langkah berikutnya adalah menetapkan siapa khalayak sasaran atau sasaran program kehumasan. Karena karakteristik masing-masing kelompok sasaran kegiatan kehumasan berbeda, dibutuhkan strategi yang berbeda juga. Karena itu disusun strategi kehumasan untuk berkomunikasi dan menjalin hubungan dengan sasaran utama dan sasaran sekunder. Dalam berkomunikasi, tentu akan berbeda pesan atau informasi yang disampaikan. Media komunikasinya pun berbeda. Karena itulah disusun strategi yang didalamnya akan tecermin taktik, metode dan media untuk berkomunikasi dan menjalin hubungan dengan sasaran utama dan sasaran sekunder.

Selanjutnya adalah menyusun program yang akan dilaksanakan. Dalam menyusun program kehumasan ini sudah ditetapkan secara lebih perinci apa yang harus dilakukan, oleh siapa, kapan, dengan cara apa dan biayanya. Dengan demikian dalam menyusun rencana itu akan ada nama program kegiatan, jadwal program dan kegiatan serta anggaran yang diperlukan untuk melaksanakan program dan kegiatan itu.

Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan atau implementasi perencanaan program dan kegiatan. Biasanya tidak semua yang direncanakan akan bisa berjalan dengan baik. Perlu ada penyesuaian pada bagian atau komponen program dan kegiatan.

Akhirnya dilakukan evaluasi terhadap keseluruhan tahapan dalam proses humas ini. Evaluasi bukanlah untuk mencari-cari kesalahan, melainkan bagian dari langkah melakukan perbaikan. Karena melalui evaluasi inilah kita bisa menentukan apakah upaya kehumasan yang dilakukan bila

sesuai dengan apa yang diinginkan, bagaimana hal tersebut bisa diterapkan untuk program dan kegiatan yang lainnya.

Karena proses humas itu bersifat siklikal, maka hasil evaluasi dan analisis atas pelaksanaan kegiatan dan program itu kemudian menjadi masukan untuk menentukan tujuan program dan kegiatan selanjutnya. Tahapan-tahapan seperti itu terus berlangsung selama organisasi masih ada. Kegiatan dan program yang dilakukan sebelumnya dan program kegiatan yang akan dilakukan akhirnya seperti tumpukan batu bata dalam membentuk sebuah bangunan. Selain itu, perkembangan pada lingkungan internal dan lingkungan eksternal organisasi juga akan mempengaruhi apa yang harus dilakukan melalui program dan kegiatan kehumasan.<sup>26</sup>

### c. Fungsi dan Tugas Humas

Effendy, mengutip Bertrand R. Cranfield menyebutkan fungsi humas adalah:

- 1) Mengabdikan kepada kepentingan umum
- 2) Memelihara komunikasi yang baik
- 3) Menekankan pada moral dan perilaku yang baik<sup>27</sup>

Kegiatan humas haruslah sistematis dan terencana, tetapi kadang-kadang juga perlu juga berimprovisasi dan berinovasi. Suatu kebijakan harus dipertimbangkan, dirumuskan dan direncanakan dan dievaluasi. Untuk ini diperlukan analisa dan data yang diperoleh tentang organisasi berindak menurut kepentingan sendiri.<sup>28</sup>

Fungsi program atau kegiatan hubungan masyarakat (*public relations*) adalah melaksanakan upaya-upaya untuk menumbuhkan, memelihara dan membangun citra. Dalam hal ini citra (*image*) yang positif dan menguntungkan tentunya. Sama sekali bukan untuk membangun citra yang

---

<sup>26</sup> *OpCit*, Hlm.. 12.

<sup>27</sup> *OpCit*, Hlm. 24.

<sup>27</sup> Tondowidjojo, *Dasar dan Arah Public Relations*.(Jakarta:PT. Gramedia Widisarana.2002), 9.

<sup>27</sup> Rudy May, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat Internasional*. (Bandung:Pt Reflika Aditama.2005), 81.

<sup>28</sup> *OpCit*, Hlm 35

negatif atau merugikan. Dalam hal ini bisa menyangkut citra mengenai kondisi negara dan bangsa, cara kebijakan pemerintah, citra organisasi, citra partai politik, dan citra perusahaan (*corporate image*) beserta produk-produknya sampai kepada citra perorangan atau pribadi tokoh masyarakat.<sup>29</sup>

Tugas khusus Humas:

- a. Tugas penasehat dari semua pihak yang membutuhkan data berdasarkan penelitian dan analisa yang dilakukan.
- b. Membimbing bagian-bagian bawahnya.
- c. Berhubungan dengan media sebagai juru bicara dalam konferensi pers dan kegiatan lain yang serupa.
- d. Menyusun laporan tahunan untuk dipublikasikan.
- e. Membantu pemasaran, periklanan dan presentasi lainnya.
- f. Menyelenggarakan peringatan, perayaan, *open house*, kongres dan lain-lain.
- g. Penelitian untuk meningkatkan komunikasi yang afektif.
- h. Menyediakan sarana-sarana audio visual.
- i. Membuat dokumentasi dan alamat-alamat sebagai sarana kondisi.<sup>30</sup>

#### **d. Peran Humas**

Rosady Ruslan menjelaskan secara rinci empat peran utama humas adalah sebagai berikut:

##### *1. Communicator*

Artinya kemampuan sebagai komunikator yang baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui media cetak/elektronik dan lisan (*spoken person*) atau tatap muka dan sebagainya. Disamping itu juga bertindak sebagai mediator dan sekaligus persuador.

##### *2. Relationship*

Kemampuan peran pr/humas membangun hubungan yang positif antara lembaga yang diwakilinya dengan publik internal dan eksternal.

---

<sup>29</sup> *OpCit*, Hlm 11

Juga, berupaya menciptakan saling pengertian, kepercayaan, dukungan, kerjasama dan toleransi antara kedua belah pihak.

### 3. *Back up management*

Melaksanakan dukungan manajemen atau menunjang kegiatan lain, seperti manajemen promosi, pemasaran, operasional, personalia dan sebagainya untuk mencapai tujuan bersama dalam suatu kerangka tujuan pokok perusahaan/organisasi.

### 4. *Good image maker*

Menciptakan citra atau publikasi yang positif merupakan prestasi, reputasi dan sekaligus menjadi tujuan utama bagi aktivitas *public relations* dalam melaksanakan manajemen kehumasan membangun citra dan nama baik lembaga/organisasi dan produk diwakilinya.<sup>31</sup>

Menurut Wijaya Humas berperan untuk:

- 1) Memberikan masukan kepada pimpinan/atasan, seperti yang dirasakan masyarakat, dan memberikan masukan kepada masyarakat tentang maksud dan tujuan pembangunan dan pengembangan program agar masyarakat tahu, mengerti dan tidak merasa asing.
- 2) Humas juga berperan sebagai mediator yang mampu mensekresikan antara apa yang diharapkan dan apa yang diwujudkan.
- 3) Mempertemukan kepentingan bersama lembaga/instansi dan khalayak.

Peran petugas atau praktisi humas merupakan kunci penting untuk pemahaman fungsi dari humas. Menurut I Gusti Ngurah Putra mendefinisikan peranan Humas dibagi menjadi dua, pertama seorang Humas harus memiliki kemampuan *managerial skill* dan kedua mempunyai kemampuan teknis dalam komunikasi.<sup>32</sup>

Pada dasarnya humas atau *public relations* sangat dibutuhkan dalam sebuah perusahaan untuk membangun citra yang positif. Namun tidak hanya dalam sebuah perusahaan, pada sebuah lembaga sosial seperti lembaga

---

<sup>31</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & media komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), 27.

<sup>32</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penelitian PR dan Komunikasi* (Jakarta, Raja Persada. 2003)

pendidikan yang merupakan tempat untuk menyalurkan ilmu pada generasi penerus bangsa juga memerlukan peran humas.

Menurut Frida Kusumawati mengenai 4 peranan humas meliputi:

1) *Expert Preciber Communication.*

Petugas PR dianggap sebagai orang ahli. Dia menasehati pimpinan perusahaan/organisasi. Hubungan mereka diibaratkan seperti hubungan dokter dan pasien.

2) *Problem Solving Process Facilitator.*

Yakni peranan sebagai *fasilitator* dalam proses pemecahan masalah pada peranan ini petugas humas melibatkan diri dan dilibatkan dalam setiap manajemen (krisis).

3) *Communication facilitator*

Peranan petugas humas sebagai *fasilitator* komunikasi antara perusahaan/organisasi dengan publik. Baik dengan publik eksternal maupun internal.

4) *Technician Communication*

Petugas humas dianggap sebagai pelaksana teknis komunikasi. Dia menyediakan layanan dibidang teknik, sementara kebijakan dan keputusan teknik komunikasi mana yang akan digunakan bukan merupakan keputusan petugas humas.

Dalam menjalankan fungsi Humas juga memiliki peran ganda. Pertama, sebagai fungsi keluar berupa memberikan informasi atau pesan-pesan sesuai dengan tujuan dan kebijakan instansi atau perusahaan kepada masyarakat sebagai khalayak sasaran dan kedua, sebagai fungsi kedalam yaitu menyerap reaksi, aspirasi atau opini khalayak tersebut diserasikan demi kepentingan instansinya atau tujuan instansinya atau tujuan bersama.

#### e. Peran Humas Sekolah

Peran humas merupakan penyalur informasi kepada masyarakat mengenai sekolah dengan ini informasi yang diberikan masyarakat harus *up to date*.<sup>33</sup>

Kegiatan humas dibutuhkan oleh lembaga atau organisasi apapun, termasuk lembaga pendidikan. Lembaga-lembaga pendidikan pun makin menyadari pentingnya menjalankan kegiatan humas. Awalnya kegiatan kehumasan dalam dunia pendidikan hanya dijalankan perguruan-perguruan tinggi, namun sekarang sekolah-sekolah pun memiliki bidang yang menangani kehumasan. Pertanyaannya, pentingkah sekolah memiliki humas? Mengapa?. NSPRA ( *National School Public Relations Association* ) memberi 3 ( tiga ) alasan yang menunjukkan pentingnya humas sekolah ditangani dan dikelola secara profesional, sekaligus menunjukkan betapa perubahan yang terjadi diluar lingkungan organisasi sekolah meminta manajemen sekolah menyesuaikan diri. Alasan tersebut adalah:<sup>34</sup>

##### 1. Era sekarang ini merupakan era media

Kebutuhan komunikasi yang dilakukan sekolah meningkat secara dramatis dan menjadi lebih kompleks. Diperlukan kemampuan profesional untuk mengembangkan dan menjalankan rencana komunikasi baik melalui media cetak/elektronik maupun komunikasi tatap muka, serta untuk menjalin hubungan dengan kalangan media.

##### 2. Pendidikan mendapat banyak serangan.

Dari para pembayar pajak, kelompok-kelompok bisnis dan pihak-pihak lain. Karena itu sekolah membutuhkan profesional humas untuk mempublikasikan berita yang positif tentang program-program dan prestasi siswa/guru, mengembangkan sikap proaktif yang terkoordinasi, dan pendekatan yang mengantisipasi permasalahan sebelum masalahnya bertambah besar. Bila tidak ada komunikasi yang

---

<sup>33</sup> *Loc.Cit*, Hlm 2.

<sup>34</sup> *OpCit*, Hlm 17.

positif dari sekolah, yang akan terdengar hanyalah suara-suara dari para pengkritik sekolah itu.

3. Ruang lingkup sekolah yang berhasil menjadi sangat luas.

Yang awalnya kebanyakan hanya berupa komunikasi tertulis kini makin terasa kebutuhan untuk melakukan komunikasi tatap-muka dengan berbagai publik di masyarakat. Sekolah membutuhkan profesional humas untuk menyusun jadwal program *community relations*, melalui pertemuan dengan berbagai pihak sehingga bisa terbangun dukungan karena pemberian informasi yang memadai dan memperkuat *community relations*.

Dalam konteks humas sekolah, NSPRA menyebutkan beberapa fungsi yang dijalankan oleh wakil kepala sekolah dibidang humas atau apapun yang mengemban tugas humas di sekolah, sebagai berikut:<sup>35</sup>

1. Konselor kehumasan, yang yang memberi saran kehumasan untuk bersikap proaktif dengan mengantisipasi permasalahan dan memberi solusi.
2. Berkomunikasi dengan publik internal dan eksternal, sehingga menangani semua bagian dari publikasi sekolah baik melalui media massa maupun buletin sekolah.
3. Penghubung dengan media. Dengan menulis siaran pers untuk koran/radio/televisi, humas menjadi penghubung antara sekolah dan media`
4. Kampanye penggalangan dana, dengan menjaga hubungan baik dalam proses penyusunan anggaran dan meminta masukan dari masyarakat melalui kampanye dan publikasi masalah anggaran.
5. Perencanaan komunikasi/perencanaan manajemen krisis, dengan menulis/mengembangkan rencana komunikasi untuk distrik, menyusun rencana secara perinci tentang bagaimana komunikasi bisa menjangkau publik, mengumpulkan fakta dan menghadapi media saat terjadi krisis.

---

<sup>35</sup>*OpCit*, Hlm 2.

6. Melakukan penelitian, survei, pengumpulan pendapat, melalui penelitian formal dan informal untuk mengetahui sikap serta opini publik sebagai dasar perencanaan dan tindakan.
7. Memasarkan dan membangun citra sekolah dengan mempromosikan kekuatan/prestasi dan memberi solusi atas permasalahan yang dihadapi sekolah`
8. Memberi penghargaan pada siswa dan staf sekolah dengan memublikasikan prestasi staf sekolah atau siswa, membuat program-program pemberian penghargaan pada siswa, staf, alumni dan pensiunan sekolah.
9. Pusat informasi, yang memberi informasi yang diperlukan publik atau warga baru dilingkungan sekolah, menyimpan *file* yang penting seperti sejarah sekolah, serta jumlah anggaran dan belanja sekolah.
10. Melatih humas, yang melatih humas kepada staf seperti melatih cara menghadapi media, berkomunikasi pada saat krisis, dan cara memberi penghargaan pada staf nonpendidikan yang menjadi bagian dari tim humas sekolah.
11. Penghubung dengan masyarakat, yang berhubungan dengan kelompok-kelompok masyarakat, membantu merencanakan, memublikasikan kegiatan-kegiatan masyarakat sekitar sekolah dan mengembangkan cara untuk melibatkan masyarakat dalam program sekolah.
12. Memaknai arti penting “informasi” seperti kita ketahui, komunikasi yang sejati itu itu merupakan dua arah dalam penyebaran dan penerimaan informasi. humas sekolah, pada dasarnya, membantu informasi ke luar dan ke dalam, terbuka dan bekerja untuk menjaga publik mendapat informasi dan memberikan informasi.

Bagi sekolah mamfaat yang diperoleh humas tentunya cukup besar. Komunikasi dan hubungan baik dengan publik akan menunjang kinerja sekolah. Dukungan publik membuat sekolah bisa menjalankan kegiatan pembelajaran sebaik-baiknya. Di antara mamfaat yang terpenting dari humas

sekolah adalah membantu sekolah mewujudkan tujuannya. Inilah yang oleh Olex disebutkan sebagai salah satu hal pokok dari humas, yaitu “tujuan humas, jelas dan mutlak memberi sumbangan pada tujuan organisasi”.

Tujuan humas sendiri bisa dirumuskan secara berbeda oleh setiap sekolah. Namun Sutisna memberikan penjelasan bahwa tujuan humas itu adalah untuk:

1. Mengembangkan pemahaman tentang maksud-maksud dan sasaran-sasaran dari sekolah.
2. Menilai program sekolah dalam kata-kata kebutuhan-kebutuhan yang terpenuhi.
3. Mempersatukan orang tua murid dan guru-guru dalam memenuhi kebutuhan anak didik.
4. Mengembangkan kesadaran tentang pentingnya pendidikan sekolah dalam era pembangunan.
5. Membangun dan memelihara kepercayaan terhadap sekolah.
6. Memberitahu masyarakat tentang pekerjaan sekolah.
7. Mengarahkan bantuan dan dukungan bagi pemeliharaan dan peningkatan program sekolah.<sup>36</sup>

Apa yang diungkapkan oleh sutisna menunjukkan bahwa tujuan humas sekolah itu pada dasarnya sama saja dengan tujuan program humas. Namun, maksud yang diuraikan sutista itu masih sangat terfokus pada sekolah, belum kepada publik sekolah baik publik internal maupun publik eksternal seperti para guru, keluarga guru, orang tua murid dan warga masyarakat disekitar sekolah. Setidaknya hal tersebut sudah mencerminkan pentingnya *sense of humas* dikalangan dunia pendidikan, khususnya dunia persekolahan. Sekolah menyadari pentingnya membangun komunikasi dan relasi

---

<sup>36</sup> *OpCit*, Hlm. 28.

<sup>36</sup> *OpCit*, Hlm 31.

<sup>40</sup> *Loc.cit*,Hlm 2

dengan publik untuk mewujudkan tujuan pendidikan yang ditetapkan sekolah.<sup>37</sup>

#### **f. Industri**

Industri adalah bidang yang menggunakan keterampilan, dan ketekunan kerja dan penggunaan alat-alat di bidang pengolahan hasil-hasil bumi, dan distribusinya sebagai dasarnya. Maka industri umumnya dikenal sebagai mata rantai selanjutnya dari usaha-usaha mencukupi kebutuhan (ekonomi) yang berhubungan dengan bumi yaitu sesudah pertanian, perkebunan dan pertambangan yang berhubungan erat dengan tanah, yang merupakan basis ekonomi, budaya dan politik.

Bidang industri dibedakan menjadi dua, yaitu:

##### 1) Bidang barang

Industri barang merupakan usaha mengolahbahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi.

##### 2) Bidang jasa

Industri jasa merupakan kegiatan ekonomi yang dengan cara memberikan pelayanan jasa.<sup>38</sup>

#### **g. Kerja Sama Industri**

Dunia Usaha dan Dunia Industri (DU/DI) memiliki peranan yang penting dalam melaksanakan Pendidikan Sistem Ganda (PSG) di sekolah menengah kejuruan. Pelaksanaan Pendidikan Sistem Ganda (PSG) diperlukan suatu jalinan kerjasama yang sangat erat antara sekolah dengan Dunia Usaha dan Dunia Industri (DU/DI).<sup>39</sup>

Berjalannya program pendidikan kejuruan sangat tergantung pada komitmen antara kedua belah pihak yaitu sekolah dan dunia usaha/dunia industri (DUDI) dalam menjalankan kerjasama. Kerjasama yang baik dapat menimbulkan hasil yang baik pulayang dalam hal ini adalah tercapainya tujuan SMK melalui program PSG.

---

<sup>38</sup> <http://id.m.wikipedia.org/wiki/industri>

Terwujudnya suatu kerjasama tentu saja tidak serta merta terjalin tanpa adanya suatu langkah permulaan. Langkah awal sebelum memulai suatu kerjasama suatu SMK sebaiknya melakukan hal-hal berikut ini:

1. Mensosialisasikan konsep PSG kepada semua pihak yang terkait agar mereka benar memahami konsep PSG,
2. menciptakan dan meningkatkan komunikasi antara SMK dengan DUDI,
3. menciptakan dan melaksanakan mekanisme perencanaan dan pengambilan keputusan secara bersama,
4. mendiskusikan cara-cara melaksanakan PSG dengan pihak DUDI dan pihak terkait lainnya.
5. Mengusahakan adanya jaminan komitmen dari SMK dan DUDI,
6. Merumuskan keuntungan-keuntungan bagi pihak yang terlibat dalam sistem ganda
7. Secara bersama-sama membuat aturan main dalam pelaksanaan PSG.

Upaya menjalin hubungan kerjasama antara sekolah dengan dunia usaha dan dunia industri (DU/DI) merupakan hal yang tidak bisa dipungkiri oleh SMK. Untuk menjalin kerjasama dengan pihak sekolah dalam pelaksanaan pendidikan di SMK. Dalam menjalankan upaya ini humas sekolah memegang peranan penting untuk turut mendukung terwujudnya suatu hubungan kerjasama yaitu dengan membina hubungan harmonis kepada publik baik itu intern maupun ekstren.<sup>40</sup>

## **B. Kajian Terdahulu**

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian dan untuk menghindari duplikasi pada desain dan temuan dalam penelitian ini maka dicantumkan beberapa penelitian terdahulu. Selain itu dengan mengenal peneliti terdahulu, maka sangat membantu peneliti dalam memilih dan mendapatkan desain penelitian yang sesuai karena peneliti memperoleh gambaran dan

---

<sup>40</sup>Pandit isbianti, "Peran Humas sebagai Upaya Menjalinkan Kerjasama Antara SMK dengan Dunia Usaha/Dunia Industri (DUDI)", Jurnal Manajemen Pendidikan No.01Th V/April/2009 ,43

perbandingan dari desain – desain yang telah dilaksanakan. Berikut adalah penelitian yang relevan dengan penelitian penulis.

1. Dian Syaraswati (Universita Negri Yogyakarta) Tentang Strategi Humas dalam Menjalin Kerjasama dengan Dunia Usaha/Dunia Industri (DU/DI) di SMK N 7 Yogyakarta). Kesimpulan (1). Strategi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri (DU/DI) yaitu: (a) menetapkan tujuan, (b) menentukan sasaran DU/DI, (c) melaksanakan koordinasi kepengurusan, (d) mengupdate informasi sekolah, (e) memberikan pembekalan dan penanaman *attitude* kepada peserta didik, (f) membuat MoU, (g) melakukan rapat rutin pelaporan hasil kerja. Penetapan tujuan dilakukan oleh humas sebelum menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri (DU/DI) agar program kegiatan dapat berjalan dengan tepat sasaran. Dalam menentukan sasaran DU/DI, Humas SMK N 7 Yogyakarta membuat beberapa kriteria dalam memilih DU/DI sebagai mitra kerja. Humas SMK N 7 Yogyakarta melaksanakan koordinasi kepengurusan untuk membagi tugas dan tanggung jawab dalam pelaksanaan kegiatan. Strategi selanjutnya mengupdate informasi sekolah, pembaharuan informasi sekolah dilakukan humas melalui web sekolah. Selain itu humas juga memberikan pembekalan dan penanaman *attitude* kepada peserta didik, kegiatan pembekalan dilakukan humas sebelum peserta didik diterjunkan dalam lapangan kerja. Penanaman *attitude* dilakukan melalui penerapan sikap disiplin, tanggung jawab dan sopan dalam lingkungan sekolah. Saat melaksanakan kerjasama humas membuat MoU, pembuatan MoU dilakukan humas untuk menjamin jalannya kerjasama sekolah dengan dunia usaha/dunia industri (DU/DI). Strategi lain yang diterapkan humas yaitu dengan melakukan rapat rutin dan pelaporan hasil kerja, kegiatan rapat dan pelaporan hasil kerja digunakan humas untuk mengontrol jalannya kegiatan kerjasama serta digunakan sebagai bahan pertimbangan selanjutnya dan memilih instansi pasangan. (2)

Sulitnya peyesuaian waktu dengan pihak dunia usaha/dunia industri (DU/DI), solusi yang dilakukan menyusun dan membuat jadwal yang disepakati kedua belah pihak. (3) adanya beberapa dunia usaha/dunia industri yang tidak mau terikat dalam MoU, solusi yang dilakukan terus mengajukan MoU ke beberapa instansi.

2. Pandit Isbianti (Universita Negri Yogyakarta) Tentang Peran Humas Sebagai Upaya Menjalin Kerjasama Antara SMK dengan Dunia Usaha /Dunia Industri (DU/DI). Kesimpulannya Penyelenggaraan pendidikan di SMK yang akrab disebut dengan Pendidikan Sistem Ganda merupakan program pendidikan yang memadukan antara pendidikan disekolah dengan praktek didunia kerja. Oleh karena itu, pendidikan di SMK tidak pernah bisa terlepas dari peran dunia usaha/dunia industri (DU/DI). Keberadaan DU/DI bagi pendidikan di SMK Merupakan hal penting. Terkait dengan perannya dalam PSG, selain sebagai aktivis DU/DI juga berperan sebagai *edukator*. Peran DU/DI dalam PSG menunjukkan adanya hubungan kemitraan antara SMK dengan DU/DI. Hubungan kemitraan ini tentu tidak terjadi begitu saja tanpa melalui suatu proses. Bukan hal yang mudah bagi SMK untuk bisa memperoleh mitra kerja. Modal penting bagi SMK agar dapat menjalin hubungan kerjasama dengan DU/DI adalah adanya citra sekolah yang baik, yang dapat menarik minat dari DU/DI untuk bersedia bekerjasama. Selain itu, diperlukan juga keterampilan dari pihak SMK untuk bisa “menjual” (menunjukkan nilai jual) sekolahnya dan meyakinkan pihak DU/DI sehingga DU/DI bersedia bekerjasama menjadi mitra kerja SMK.
3. Ahmad Sandi Suadha ( Universitas Sultan Syarif Kasim Riau ) tentang Peran Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Profinsi Riau dalam Mempublikasikan Informasi Pariwisata. Kesimpulan dari penelitian ini adalah: (1). Humas Dinas Kebudayaan dan Riau dalam menjalankan dan melaksanakan perannya sebagai Humas dalam mempublikasikan informasi pariwisata.(a). Humas melakukan

publikasi informasi dengan menggunakan media, dimana media yang digunakan seperti media massa, non massa dan media elektronik. (b). Menyebarluaskan informasi mengenai publikasi pariwisata melalui kegiatan-kegiatan kepariwisataan yang dalam pelaksanaannya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata melalui kegiatan-kegiatan kepariwisataan yang dalam pelaksanaannya melakukan publikasi dengan cara melaksanakan kegiatan. (c). Menjalin hubungan/komunikasi yang baik kepada para *stakeolder*. (d). Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Riau menjalankan peran dan fungsinya sesuai dengan gambaran model yang dikemukakan Frida dimana peran humas merupakan sebagai pemecah masalah, memberikan masukan-masukan ke atasan, humas juga berperan sebagai *fasilitator komunikasi* antara organisasi dengan instansi dan kegiatan lain yang dilakukan instansi.

4. Mariati BR. Tumbang ( Universitas Sultan Syarif Kasim Riau )  
Tentang Peran Humas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Riau dalam Menyebarluaskan Informasi Pertanian. Kesimpulan penelitian ini adalah dari analisis data pada bab V dapat dilihat persentase nilai yaitu sebagai berikut: (1). Indikator 1 persentase nilainya yaitu: 14.6%. (2). Indikator 2 persentase nilainya yaitu: 12,5%. (3). Indikator 3 persentase nilainya yaitu: 11,3%. (4) Indikator 4 persentase nilainya yaitu: 14.43%. (5). Indikator 5 persentase nilainya yaitu: 13,43%. (6). Indikator 6 persentase nilainya yaitu: 14.84%. dari hasil rekapitulasi analisis , Peran Humas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Riau dalam menyebarkan Informasi Pertanian adalah Berperan sesuai dengan skala likert 76%-100% (berperan). Dengan jumlah nilai yaitu 81,25%.

### C. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir merupakan sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman – pemahaman yang lainnya, sebuah pemahaman yang paling

mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari keseluruhan penelitian yang akan dilakukan.

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) merupakan jenjang pendidikan formal yang memberikan keterampilan-keterampilan khusus yang menyiapkan lulusan untuk siap bekerja. Sebagai jenjang pendidikan yang menyiapkan lulusan dalam memasuki lapangan kerja maka kurikulum yang diterapkan pada Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) harus besinergi dan memiliki relevansi dengan dunia usaha dan dunia industri (DU/DI).

Seperti halnya dalam membangun relevansi dengan dunia usaha dan dunia industri, pastinya harus ada seseorang yang menjalankan peran sebagai penghubung antara sekolah dengan pihak industri agar nantinya dapat menjalin kerjasama yang saling menguntungkan. Di SMK N 2 Pekanbaru jalinan kerjasama dengan dunia usaha dan dunia industri tidak terlepas dari peran humas. Humas SMK N 2 Pekanbaru selalu proaktif mengajukan surat penawaran kerjasama terutama terkait dengan program pelaksanaan kegiatan prakerin (praktek kerja industri) kepada dunia usaha dan dunia industri(DU/DI).

Untuk menjalankan tugasnya Humas SMK N 2 Pekanbaru harus berperan maksimal sebagai perpanjangan tangan dari pihak sekolah ke pihak industri. Dalam penelitian ini teori yang digunakan oleh peneliti adalah Teori Tentang Empat Peran Utama Humas yang dikemukakan oleh Rosady Ruslan, yaitu:

*a. Communicator*

Artinya kemampuan sebagai komunikator yang baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui media cetak/elektronik dan lisan (*spoken person*) atau tatap muka dan sebagainya. Disamping itu juga bertindak sebagai mediator dan sekaligus persuador.

*b. Relationship*

Kemampuan peran pr/humas membangun hubungan yang positif antara lembaga yang diwakilinya dengan publik internal dan eksternal. Juga, berupaya menciptakan saling pengertian, kepercayaan, dukungan, kerjasama dan toleransi antara kedua belah pihak.

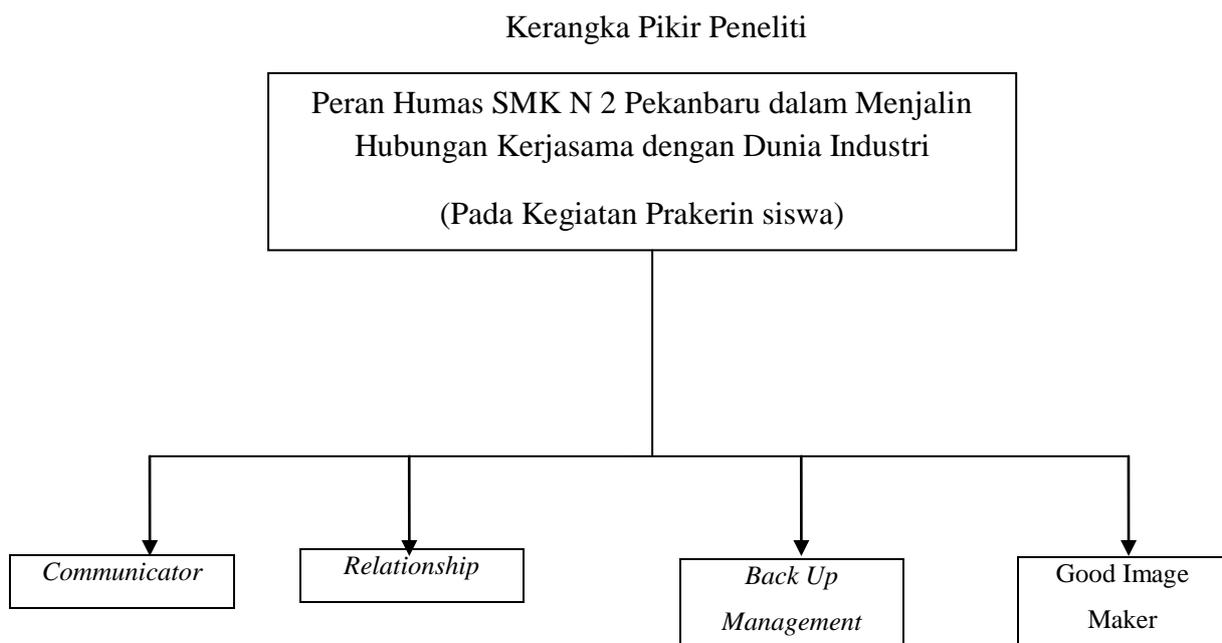
c. *Back up management*

Melaksanakan dukungan manajemen atau menunjang kegiatan lain, seperti manajemen promosi, pemasaran, operasional, personalia dan sebagainya untuk mencapai tujuan bersama dalam suatu kerangka tujuan pokok perusahaan/organisasi.

d. *Good image maker*

Menciptakan citra atau publikasi yang positif merupakan prestasi, reputasi dan sekaligus menjadi tujuan utama bagi aktivitas *public relations* dalam melaksanakan manajemen kehumasan membangun citra dan nama baik lembaga/organisasi dan produk diwakilinya.<sup>41</sup>

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat melalui tabel dibawah ini:



Gambar 2.2 Kerangka Pikir

<sup>41</sup> *OpCit*, Hlm 27.

Dari model teori diatas, penulis menjelaskan bahwa humas SMK N 2 Pekanbaru menjalin hubungan kerjasama dengan dunia industri melalui kegiatan prakerin berdasarkan teori tentang peran humas yang dikemukakan oleh Rosady Ruslan yaitu peran sebagai *communicator, relationship, back up management, good image maker*.