

## BAB II KAJIAN TEORI

### A. Kajian Teori

Setiap penelitian selalu menggunakan teori. Kerlinger (1978) mengemukakan bahwa teori adalah seperangkat konstruk (konsep), definisi, dan proposisi yang berfungsi untuk melihat fenomena secara sistematis, melalui spesifikasi hubungan antar variabel, sehingga dapat berguna untuk menjelaskan dan meramalkan fenomena.<sup>17</sup>

### B. Humas

#### 1. Pengertian Humas

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 keorganisasian<sup>18</sup>. Jika diartikan secara singkat, maka humas adalah salah bagian organisasi yang memiliki fungsi menjalin hubungan, interaksi, dan kerja sama organisasi dengan pihak masyarakat yang berkaitan dengan organisasi tersebut.

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.<sup>19</sup>

Humas adalah gabungan antara seni dan ilmu pengetahuan yang memperdiksi kecenderungan, memperkirakan konsekuensi, memberi saran kepada

<sup>17</sup>Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2012), 41

<sup>18</sup>Uchjana, Onong Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya: 2013) hlm 131

<sup>19</sup>Rudy May, *Komunikasi dan Humas Internasional* (Bandung: PT, Refika Aditama: 2005) hlm 79

**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.

pimpinan organisasi, dan melaksanakan rencana kegiatan sebagaimana yang telah ditetapkan untuk melayani kepentingan publik dan organisasinya.

Menurut 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 dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian”.<sup>20</sup>

Sedangkan 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.<sup>21</sup>

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.

## 2. Peran Humas

Rosady Ruslan menjelaskan secara rinci empat peran utama hubungan masyarakat adalah sebagai berikut<sup>22</sup> :

- a. Sebagai *communicator* atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publiknya.

<sup>20</sup> Frank Jefkin, *Public Relations* (terjemahan Haris Munandar) (Jakarta:Erlangga: 2004) hlm 9

<sup>21</sup> Moore, Frazier, *Membangun Citra Dengan Komunikasi*( Bandung: Remaja Rosdakarya: 2004) hlm 6

<sup>22</sup> Rosady Ruslan.. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation*. (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada: 2005) hlm 10

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta ini milik UIN Suska Riau. State Islamic University of Sintang, Syarif Kasim Riau

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.

- b. Membina *relationship*, yaitu berupaya 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 berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya.

### 3. Fungsi Humas

Menurut Ruslan ada beberapa fungsi dari humas yaitu:<sup>23</sup>

1. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama.
2. Membina hubungan baik yang harmonis antara organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
3. Mengidentifikasikan segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap organisasi yang di wakilinya, atau sebaliknya.
4. Melayani keinginan public dan memberikan sumbangan saran kepada pemimpin organisasi demi tujuan dan manfaat bersama.
5. Meciptakan 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.

### 4. Tugas Humas

Menurut Suhadang inti tugas humas adalah sinkronisasi antara informasi dari perusahaan dengan reaksi dan tanggapan publik sehingga mencapai suasana dari perusahaan dengan reaksi dan tanggapan publik sehingga mencapai suasana yang akrab, saling mengerti, dan muncul suasana yang menyenangkan dalam interaksi perusahaan dengan publik. Penyesuaian yang menciptakan hubungan yang harmonis dimana satu sama lain saling memberi dan menerima hal-hal yang bisa menguntungkan kedua belah pihak.<sup>24</sup>

Menurut Harimanto Bambang dalam bukunya yang berjudul “*Public*

<sup>23</sup> Rosady Ruslan, “*Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi* “ (Jakarta : PT RajaGrafindo, 2007), Hlm 21

<sup>24</sup> Suhadang, Kustadi, “*Public Relation Perusahaa*”, (Bandung : Nuansa, 2004),Hlm 73

#### 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.

*Relation Dalam Organisasi*”, ada lima pokok tugas Humas yaitu<sup>25</sup> :

1. Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar kepada publik

Penyelenggaraan informasi ini agar publik mempunyai pengertian yang benar tentang organisasi atau perusahaan, tujuan, serata kegiatan yang dilakukan. Itu semua dilakukan dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan publik internal dan eksternal dan memperhatikan, mengelola, mengintegrasikan pengaruh lingkungan yang masuk demi perbaikan dan perkembangan organisasi.

2. Memonitor, merekam, dan mengawasi tanggapan serta pendapat umum atau masyarakat
3. Memperbaiki citra organisasi

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

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

b. Dapat dikatakan bahwa citra itu adalah gambaran komponen yang kompleks.

4. Tanggung jawab social

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

5. 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.

<sup>25</sup> Harimanti Bambang “*Public Relation Dalam Organisasi*”, (Yogyakarta : Santusna, 2007) Hlm 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 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 (Usual 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.<sup>26</sup>

Menurut Teuku May Rudy Komunikasi di tinjau pada lima unsur utama yaitu:<sup>27</sup>

### 1) 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.

### 2) 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.

### 3) 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

<sup>26</sup>Widjaja, *Komunikasi Hubungan Masyarakat*(Bumi Aksara,Jakarta,1986), Hlm. 8

<sup>27</sup>Teuku May Rudy,*Komunikasi dan Hubungan Masyarakat Internasional*. (PT. Refika Aditama,Bandung,2005), Hlm. 4-5

penglihatan, bau untuk penciuman, wujud fisik atau perabaan, dan sebagainya. Contohnya televisi, radio, surat kabar, majalah, telepon, telex, telegram, poster, spanduk, foto, lukisan, dan sebagainya

#### 4) 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.

#### 5) Efek (*Effect*) atau Umpan balik (*Feedback*)

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

### C. Sosialisasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Sosialisasi adalah upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga di kenal, dipahami, dihayati oleh masyarakat<sup>28</sup>.

Kemudian menurut Peter Berger mendefinisikan sosialisasi sebagai proses melalui dimana seorang anak belajar menjadi seorang anggota dalam masyarakat<sup>29</sup>.

Menurut David A. Goslin berpendapat “Sosialisasi adalah proses belajar yang dialami seseorang untuk memperoleh pengetahuan keterampilan, nilai-nilai dan norma-norma agar ia dapat berpartisipasi sebagai anggota dalam kelompok masyarakatnya.”<sup>30</sup>

Sosialisasi adalah proses belajar yang dilakukan seseorang (individu)

<sup>28</sup> Tim Penyusun kamus Pusat, Kamus Besar Bahasa Indonesia, edisi ke-3 cetl. (Jakarta: Balai Pustaka, 2001) Hlm 1085

<sup>29</sup> Kamanto Sunarto, *Pengantar Sosiologi*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2004) Hlm 21

<sup>30</sup> Ihrom, *Bunga Rampai Sosiologi Keluarga* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2004), hal.

**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.

untuk berbuat atau bertingkah laku berdasarkan patokan yang terdapat dan diakui dalam masyarakat. Dalam proses belajar atau penyesuaian diri itu seseorang mengadopsi kebiasaan, sikap dan ide-ide dari orang lain, kemudian seseorang mempercayai dan mengakui sebagai milik pribadinya. Jika sosialisasi dipandang dari sudut masyarakat, maka sosialisasi dimaksudkan sebagai usaha memasukkan nilai-nilai kebudayaan terhadap individu sehingga individu tersebut menjadi bagian dari masyarakat.<sup>31</sup>

Menurut Bruce J. Cohen, sosialisasi memiliki beberapa tujuan, yaitu :<sup>32</sup>

- a. Memberikan bekal ketampilan yang dibutuhkan bagi individu pada masa kehidupan kelak.
- b. Memberikan bekal kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif dan mengembangkan kemampuannya untuk membaca, menulis dan berbicara.
- c. Mengendalikan fungsi-fungsi organic melalui latihan-latihan mawas diri yang tepat.
- d. Membiasakan diri individu dengan nilai-nilai dan kepercayaan pokok yang ada pada masyarakat.
- e. Membentuk sistem perilaku melalui pengalaman yang dipengaruhi oleh watak pribadinya, yaitu bagaiman ia memberikan reaksi terhadap suatu pengalaman menuju proses pendewasaan.

Melalui proses sosialisasi, diharapkan setiap anggota masyarakat dapat belajar untuk mengetahui nilai dan norma yang berlaku dalam masyarakat. Sehingga mereka dapat bertindak sesuai dengan nilai, norma dan keyakinan tersebut. Dalam pelaksanaannya sosialisasi dapat dilakukan dengan tiga cara, yakni dengan jalan represif yang menekankan pada pemberian hukuman, partisipatif yang menekankan pada pemberian imbalan dan ekualitas yang menekankan pada kerjasama<sup>33</sup>.

### 1. Tipe sosialisasi

<sup>31</sup> Abdulsyani, *Sosiologi Skematika, Teori dan Terapan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), hal. 57

<sup>32</sup> Elly M. Setiadi dan Usman Kolip, *Pengantar Sosiologi* (Jakarta: Kencana, 2011), hal. 157

<sup>33</sup> *ibid*, hal. 159.

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

Tipe sosialisasi setiap kelompok masyarakat mempunyai standar dan nilai yang berbeda. Perbedaan standar dan nilai pun tidak terlepas dari tipe sosialisasi. Ada dua tipe sosialisasi. Kedua tipe sosialisasi tersebut adalah sebagai berikut :<sup>34</sup>

a. Formal

Sosialisasi tipe ini terjadi melalui lembaga-lembaga yang berwenang menurut ketentuan yang berlaku dalam negara, seperti pendidikan disekolah dan pendidikan militer.

b. Informal

Sosialisasi tipe ini terdapat dimasyarakat atau dalam pergaulan yang bersifat kekeluargaan, seperti antara teman, sahabat, sesama anggota klub, dan kelompok-kelompok sosial yang ada di masyarakat.

#### D. ERP (*Enterprise Resource Planning*)

##### 1. Defenisi ERP

Menurut Indrajit dan Purnomo, 2005 *Enterprise Resource Planning* merupakan sebuah teknologi sistem informasi yang terintegrasi dan digunakan oleh manufaktur kelas dunia dalam meningkatkan kinerja perusahaan. ERP adalah suatu sistem, baik sebagai suatu sistem perencanaan ,maupun sebagai sistem informasi. Menurut Hau dan Kuzic (2010), ERP (*Enterprise Resource Planning*) adalah multi-modul, solusi aplikasi pengemasan bisnis yang memungkinkan organisasi untuk mengintegrasikan proses bisnis dan kinerja perusahaan, pendistribusian data umum, pengelolaan sumber daya serta menyediakan akses informasi secara aktual.<sup>35</sup>

ERP pada dasarnya adalah suatu aplikasi(seperti halnya aplikasi *Microsoft Office*, aplikasi *Windows*, aplikasi *Olidoss*, dan lain sebagainya) yang dengan aplikasi ERP tersebut, dapat mengintegrasikan (menggabungkan) seluruh fungsi atau data atau sumber daya yang ada di dalam suatu perusahaan,secara *end to end*

<sup>34</sup> Marlanny Rumimpunu, *Jurnal ilmiah* :“Strategi Humas Dalam Mensosialisasikan Program Listrik Pintar PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo di Ranotana”, 2014

<sup>35</sup> <https://ulfadiyah.wordpress.com/2015/09/15/pengertian-erp-enterprise-resource-planning/20:40>



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.

atau menyeluruh, mulai dari fungsi/data pengadaan, produksi, distribusi, penjualan, hingga pengelolaan sumber daya manusia.<sup>36</sup>

Ringkasnya, ERP adalah aplikasi Bisnis yang diperuntukkan dalam membantu perusahaan mengelola sumber daya, baik SDM, Aset, Bahan Baku, Keuangan hingga produk akhir yang terintegrasi satu sama lain. Dan seperti diutarakan di atas, Aplikasi ERP yang dibangun oleh PTPN saat ini adalah ERP SAP.ERP SAP adalah salah satu jenis,dari beberapa jenis aplikasi ERP yang tersedia, yang paling banyak di gunakan diseluruh dunia.Setidaknya sudah ± 300ribucustomer(pengguna) yang tersebar di 190 Negara, telah menggunakan aplikasi ERP SAPini.Dimana 87% dari perusahaan pengguna SAP tersebut adalah perusahaan terbaik yang masuk ke Forbes Global 2000.<sup>37</sup>

## 2. Tujuan ERP

Adapun tujuan dari ERP di PTPN V Pekanbaru sebagai berikut<sup>38</sup> :

- a. Laporan Akhir Tahun menjadi Cepat.
- b. Depresiasi Aset bisa per hari.
- c. Jurnal Otomatis.
- d. Data Informasi secara *Real-Time*,
- e. Biaya dan Profit Aktual menjadi mampu ditelusuri hingga ke sumbernya.
- f. *Sales* (Penjualan) terintegrasi dengan *stock* di gudang secara *real-time*.
- g. Tidak ada lagi *Stock* barang *stop moving*.
- h. Kapasitas Produksi bisa dimonitor setiap hari.
- i. *History* kualitas selalu tercatat.
- j. Tindakan Pencegahan/Pemeliharaan Perawatan selalu terkontrol.
- k. *Budget* selalu terkontrol.
- l. Operasional SDM lebih cepat dan mudah.

## 3. Cara kerja ERP

Cara kerja ERP di PTPN V (Persero) dengan menggunakan modul-modul yaitu<sup>39</sup> :

<sup>36</sup> Pengertian ERP PTPN V PRKANBARU

<sup>37</sup> Pengantar ERP PTPN V PEKANBARU

<sup>38</sup> *Ibid* hal 7

<sup>39</sup> *Ibid* hal 10

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

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.

- a. Modul AGRI yang merupakan solusi untuk tanaman tahunan dan semusim.
  - b. Modul FI (*finance*) yang bertanggung jawab dalam proses transaksi keuangan serta penjurnalan.
  - c. Modul CO (*controlling*) untuk akuntansi dan pengendalian biaya.
  - d. Modul PM (*plant maintenance*) untuk pemeliharaan asset.
  - e. modul PS (*project system*) untuk pengelolaan proyek dan aktivitas lainnya.
  - f. modul PP (*production planning*) untuk perencanaan produksi.
  - g. modul QM (*quality management*) untuk pengendalian kualitas.
  - h. Modul SD (*sales distribution*) untuk aktivitas penjualan dan distribusi.
  - i. Modul MM (*material management*) untuk pengadaan dan pergudangan.
  - j. Modul HCM (*human capital management*) untuk pengelolaan SDM dan penggajian.
4. Sosialisasi ERP Humas PTPN V
- Sosialisasi yang dilakukan Humas PTPN V melalui Media komunikasi dan Jargon Komunikasi diantaranya<sup>40</sup>:
- a. Pertemuan atau tatap muka
 

Pertemuan yang dilakukan secara Formal atau Informal dengan waktu yang sudah disesuaikan.
  - b. Pin.
 

Pin yang diperoleh berupa pin Standard dari Tim Telkom dan untuk masing-masing PTPN.
  - c. Buku panduan atau manual.
 

Buku panduan yang digunakan Humas PTPN V berupa Buku saku, standard size, dan e-book.
  - d. Brosur.
 

Jenis-jenis Brosur yang digunakan seperti Leaflet, Mading Size dan e-brochure.
  - e. Majalah Internal
 

Dengan menggunakan In House Magazine PTPN V yang bernama “Nusa Lima”.

<sup>40</sup> Strategi komunikasi ERP PTPN V PEKANBARU

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.

f. Banner dan Spanduk.

Humas PTPN V menyampaikan informasi terkait aplikasi ERP ini melalui kata-kata yang dituangkan dalam bentuk slogan.

g. Website, Portal Publik, Intranet

Banyak website yang bisa dibuka untuk mengakses aplikasi ini seperti [www.ptpn5.com](http://www.ptpn5.com) , [www.publik.bumn.go.id/ptpn5](http://www.publik.bumn.go.id/ptpn5), [www.ptpn5.co.id](http://www.ptpn5.co.id).

h. Media Sosial dan Email Blast.

Jenis media sosial yang digunakan berupa Facebook, Twitter, Instagram, Youtube yang bisa diakses setiap hari.

i. Video

Video ini bisa digunakan melalui MP4, 3GP, AVI

j. Dan Jargon Komunikasi

Banyak slogan-slogan yang dibuat oleh Humas PTPN V terkait aplikais ERP ini. salah satunya “**PATEN (Pasti Bisa di Aplikasikan unTuk kEbersinambunganN)**”.

## E. Kajian Terdahulu

Sebagai pedoman maupun petunjuk dalam melakukan penelitian ini penulis mencantumkan penelitian terdahulu yang jika dilihat dari segi isi maupun judul memang tidak begitu ada persamaan tetapi penulis melihat ada suatu keterkaitan antara permasalahan terdahulu seperti:

1. Penelitian oleh Evawani Zainal Aqli dengan judul *Peran Humas Badan Lingkungan Hidup Provinsi Kalimantan Timur Dalam Mensosialisasikan Banjir Di Kota Samarinda*. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman. Skripsi ini menggambarkan Peran Humas Badan Lingkungan Hidup Provinsi Kalimantan Timur Dalam Mensosialisasikan Bahaya Banjir Di Kota Samarinda, Bencana banjir terjadi karena degradasi lingkungan (penurunan tingkat kualitas lingkungan) yang disebabkan oleh deforestasi dan peningkatan polusi air, udara dan tanah sehingga mengurangi daya serap tanah terhadap air. Kondisi ini diperparah oleh ketidakpedulian masyarakat dalam menjaga lingkungan, seperti

## 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.

membuang sampah tidak pada tempatnya, menutup selokan yang seharusnya menjadi tempat aliran air ketika hujan, dan sebagainya. Banyaknya sampah yang masih berserakan di sungai maupun selokan seperti plastik, botol bekas, pembalut wanita, dan sebagainya yang sulit hancur sehingga menyumbat aliran sungai atau selokan. Mereka tahu atau tidak tentang bahaya banjir sehingga hal yang mengakibatkan terjadinya banjir selalu mereka abaikan oleh karena itu pemerintah harus turun tangan untuk mensosialisasikan bahaya banjir kepada masyarakat<sup>41</sup>

2. Penelitian oleh Helwa Septi Tricahyani judul *Peran Humas BKKBN Provinsi Sumatra Selatan dalam Mensosialisasikan Program Kependudukan Keluarga Berencana Pembangunan Keluarag Berbasis Keluarga* Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komuniasi, Universitas Raden Fatah Sumatra Selatan. Penelitian dilakukan untuk menjelaskan peran humas BKKBN dalam mensosiasiliasikan progaran keluarga berencana pembangunan keluarga berbasis keluarga. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif. Informan primer dari penelitian adalah bidang humas BKKBN. Sedangkan informan sekunder adalah masyarakat kota Palembang, pengumpulan data berasal dari observasi, dan studi pustaka. hasil penelitian menunjukkan bahwa peran humas dalam sosisalsiasi sudah berjalan baik berdasarkan indicator-indikator dari teori yang digunakan secara keseluruhan telah berjalan dengan baik. Akan tetatpi ada factor penghambat dan tantangan dalam mensosialisasikan program tersebut ialah kualitas dan kuantitas sumber daya manusia yang masih kurang dan masalah dana. <sup>42</sup>

3. Penelitian oleh Bintari Santi dengan judul *Sosialisasi Humas Bank Indonesia Pada Program Akselerasi Pengembangan Perbankan Syariah Priode (2007-2008)* jurusan Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi, Universitas

<sup>41</sup> Evawani Zainal Aqli, *Jurnal Ilmiah: Peran Humas Badan Lingkungan Hidup Provinsi Kalimantan Timur Dalam Mensosialisasikan Banjir Di Kota Samarinda*, (Samarinda: Universitas Mulawarman)

<sup>42</sup> Helwa Septi Tricahyani, *Jurnal Ilmiah: Peran Humas BKKBN Provinsi Sumatra Selatan dalam Mensosialisasikan Program Kependudukan Keluarga Berencana Pembangunan Keluarag Berbasis Keluarga*, (Lampung: Universitas Islam Raden Fatah)

## 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.

Mercu Buana. Penelitian ini membahas mengetahui sosialisasi Humas Bnak Indonesia pada program akselerasi pengembangan perbankan syariah. Konsep penelitian yang digunakan, mengacu pada konsep sosialisasi pelaksanaan kegiatan humas yang dikemukakan oleh Scoot M. Cutlip dan Allen H. Center yaitu identifikasi masalah, perencanaan, komunikasi, dan evaluasi. Tipe penelitian kualitatif yang menggunakan studi kasus. Teknik pengumpuln data dilakukan dengan memperoleh data atau informasi dengan melakukan observasi dengan beberapa narasumber yng berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Berdasarkan hasil penelitian bahwa Humas Bank Indonesia telah menerapkan proses hubungan masyarakat melalui berbagai kegiatan komunikasi yang merupakan sosialisasi kegiatan komunikasi yang telah ditetapkan sebelumnya dalam sosialisasi akselerasi pengembangan perbankan syariah diman sosialisasi yang dijalankan telah berhasil sesuai dengan langkah-langah yang telah ditetapkan.<sup>43</sup>

## F. Kerangka Fikir

Kerangka pikir menjelaskan tentang variabel yang akan dijadikan tolak ukur penelitian dilapangan yang disesuaikan dengan rumusan masalah. Berdasarkan masalah yang diangkat oleh peneliti yaitu Peran humas PTPN V dalam mengimplementasikan Aplikasi ERP.

Dalam kajian Peran Humas ini penulis akan mengacu kepada Pemikiran Menurut Teuku May Rudy Komunikasi di tinjau pada lima unsur utama yaitu:<sup>44</sup>

### 1) 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.

<sup>43</sup> Bintari Santi, *Jurnal Ilmiah: Sosialisasi Humas Bank Indonesia Pada Program Akselerasi Pengembangan Perbankan Syariah Priode (2007-2008)*, (Jakarta: Universitas Mercu Buana)

<sup>44</sup>Teuku May Rudy, *op.cit*, Hlm. 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**2) 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.

**3) Saluran atau Media Komunikasi**

Saluran atau Media Komunikasi adalah sarana tempat berlalunya simbol-simbol atau lambang-lambang yang mengandung makna berupa pesan pengertian. Contohnya televisi, radio, surat kabar, majalah, telepon, telex, telegram, poster, spanduk, foto, lukisan, dan sebagainya

**4) Komunikan (*Receiver*)**

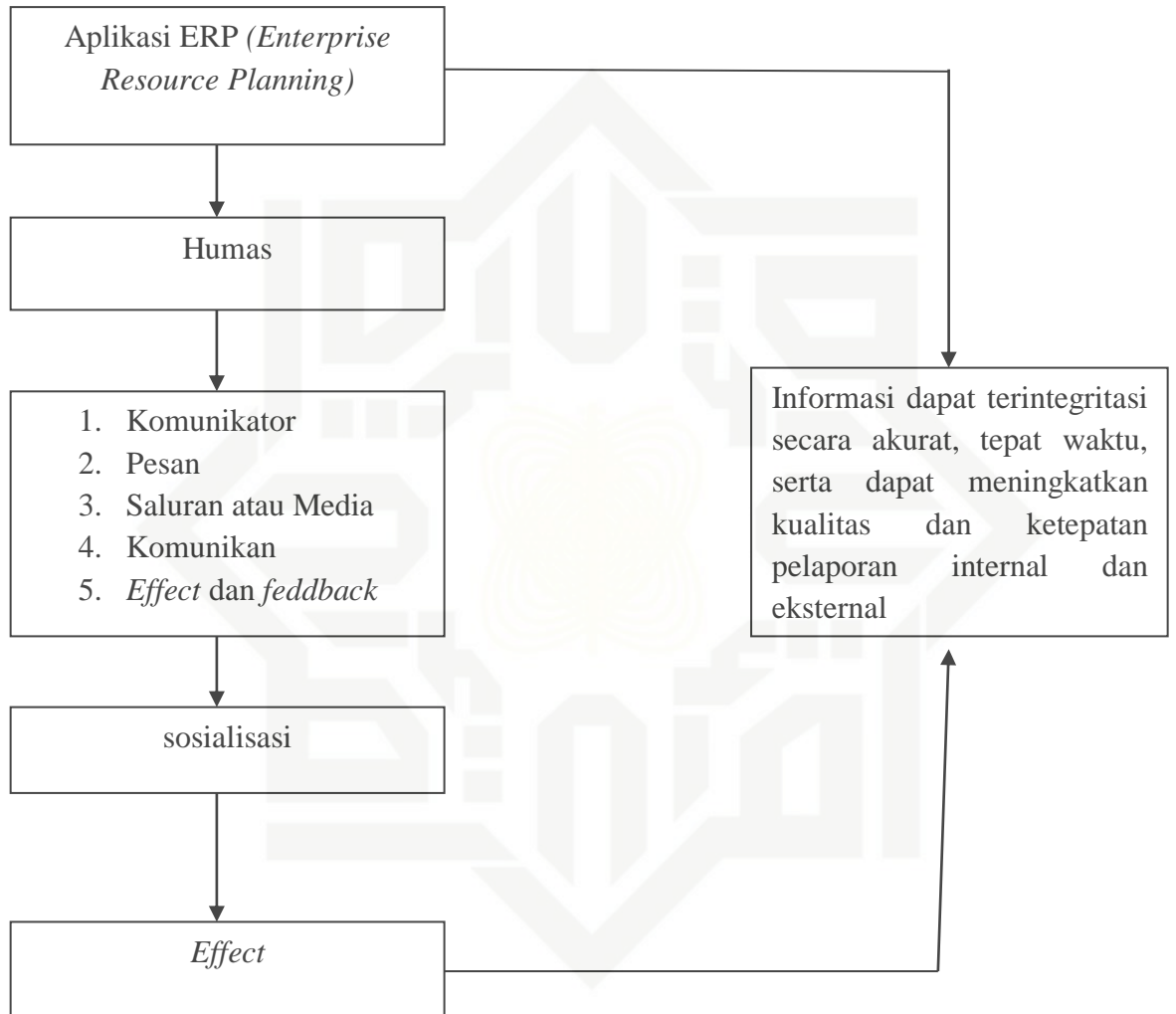
Komunikan adalah seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subyek yang dituju oleh komunikator (pengirim atau penyampai pesan) yang menerima pesan-pesan (berita, informasi, pengertian) berupa lambang-lambang yang mengandung arti atau makna.

**5) Efek (*Effect*) atau Umpan balik (*Feedback*)**

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

Ada beberapa hal yang dijadikan sebagai indikator untuk memahami peran Humas PTPN V dalam Mensosialisasikan Aplikasi ERP adalah :

**Gambar 2.1**  
**Bagan Kerangka Fikir**



**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.

## 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.

## H. Konsep Operasional

Dari latar belakang dan kerangka fikir penulis melanjutkan konsep operasional sebagai tolak ukur dalam melakukan penelitian agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam melanjutkan ke jenjang skripsi dan memudahkan dalam memahami penelitian ini.

Untuk mengetahui bagaimana Peran Humas dalam Mensosialisasikan Aplikasi Enterprise Resource Planning (ERP) di PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru dapat dilihat beberapa indicator sebagai berikut:

### 1. Peran Humas

Menurut Teuku May Rudy Komunikasi di tinjau pada lima unsur utama yaitu:<sup>45</sup>

#### 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. Dalam penelitian ini yang menjadi komunikator dalam mensosialisasikan aplikasi ERP ini adalah Bapak Risky Atriansyah selaku Assistant Humas PTPN V.

#### 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. Contohnya televise, radio, surat kabar, majalah, telepon, telex, telegram, poster, spanduk, foto, lukisan, dan sebagainya. Dalam penelitian ini, media yang digunakan humas PTPN V dalam sosialisasi ERP seperti Brosur, Majalah Internal, Poster, Banner dan Spanduk, Website, Portal Publik, Intranet, Media Sosial &

<sup>45</sup>Teuku May Rudy, *op.cit*, Hlm. 4-5



Email Blast, Video. Dengan adanya media ini Humas PTPN V berharap agar pesan-pesan mengenai aplikasi ERP ini dapat dipahami oleh karyawan ( stake holder ), masyarakat maupun PT. Perkebunan lainnya.

#### d. Komunikasikan (*Receiver*)

Komunikasikan 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. Yang menjadi komunikasikan dalam penerapan aplikasi ERP ini adalah karyawan ( Stake Holder ), masyarakat dan Perusahaan Perkebunan lainnya.

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

Efek adalah hasil penerimaan pesan atau informasi oleh komunikasikan, pengaruh atau kesan yang timbul setelah komunikasikan 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. Dengan adanya ERP ini dapat membantu mengintegrasikan data diseluruh PTPN dengan cepat dan real time. Dengan ERP ini diharapkan dapat mendukung proses pengambilan keputusan dengan cepat dan tepat. Dan informasi yang terintegrasi secara akurat, tepat waktu, meningkatkan kemampuan laporan internal dan eksternal yang masuk ke holding.

#### 1. Sosialisasi

Menurut David A. Goslin berpendapat “Sosialisasi adalah proses belajar yang dialami seseorang untuk memperoleh pengetahuan keterampilan, nilai-nilai dan norma-norma agar ia dapat berpartisipasi sebagai anggota dalam kelompok masyarakatnya.

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.

Tipe sosialisasi setiap kelompok masyarakat mempunyai standar dan nilai yang berbeda. Perbedaan standar dan nilai pun tidak terlepas dari tipe sosialisasi. Ada dua tipe sosialisasi. Kedua tipe sosialisasi tersebut adalah sebagai berikut :<sup>46</sup>

a. Formal

Sosialisasi tipe ini terjadi melalui lembaga-lembaga yang berwenang menurut ketentuan yang berlaku dalam negara, seperti pendidikan disekolah dan pendidikan militer.

b. Informal

Sosialisasi tipe ini terdapat dimasyarakat atau dalam pergaulan yang bersifat kekeluargaan, seperti antara teman, sahabat, sesama anggota klub, dan kelompok-kelompok sosial yang ada di masyarakat.

<sup>46</sup> Marlanny Rumimpunu, *Jurnal ilmiah :“Strategi Humas Dalam Mensosialisasikan Program Listrik Pintar PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo di Ranotana”*, 2014