

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

1. Humas

Humas telah banyak ahli mengemukakan definisi atau pengertian dari Humas, seperti yang dikemukakan oleh Frank Jefkins, “Humas adalah sesuatu yang menerangkan keseluruhan komunikasi, baik itu kedalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya, dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan saling pengertian.”⁷

Menurut Harlow definisi Humas adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerjasama; melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan/permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi mengatasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.⁸

Webster's New World Dictionary mendefinisikannya sebagai “Hubungan dengan masyarakat luas, seperti melalui publisitas; khususnya fungsi-fungsi koperasi, organisasi, dan sebagainya yang berhubungan dengan usaha untuk menciptakan opini publik dan citra yang menyenangkan untuk dirinya sendiri.

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

⁷Morisan, 2008, *Manajemen Public Relations Strategi Menjadi Humas Profesional*, Jakarta, Kencana, hal 8

⁸Rosady Ruslan, 2014, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*, Jakarta, PT Rajagrafindo Persada, hal 16

manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan-kebijaksanaan dan prosedur-prosedur seorang individu atau sebuah organisasi berdasarkan kepentingan publik, dan menjalankan suatu program untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan publik.⁹

a. Aktivitas Humas

Aktivitas Humas adalah suatu kegiatan atau cara menciptakan hubungan yang harmonis antara pihak organisasi dengan khalayak atau sasaran, dengan tujuan mempengaruhi dan menciptakan komunikasi dua arah yang *favourable*. Indikatornya adalah bagaimana pihak yang melakukan aktivitas kehumasan diasumsikan yang pertama adalah sebagai penghubung antara organisasi dan publiknya, kedua yang tujuannya untuk menciptakan pengetahuan dan pemahaman publik terhadap organisasi, ketiga meneliti dan menafsirkan pendapat secara umum yang berkenaan dengan kegiatan dan kepentingan organisasi.¹⁰

Menurut Rosady Ruslan aktivitas Humas secara garis besar yaitu berperan sebagai:

1) *Komunikator*

Humas sebagai komunikator diharapkan memiliki kemampuan sebagai komunikator yang baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui media cetak, media sosial, ataupun elektronik. Humas dalam hal ini bertindak sebagai mediator dan persuator. Humas menjadi mediator bagi instansi Balai Besar Konservasi Sumber Daya Alam (BBKSDA) Riau untuk mempublikasikan berita-berita kehutanan.

2) *Relationship*

Relationship adalah kemampuan humas dalam membangun hubungan yang positif antara lembaga yang diwakilinya dengan publik internal maupun eksternal. Juga berupaya menciptakan

⁹H. Frazier Moore, Ph. D, 2005, Humas Membangun Citra dan Komunikasi, Bandung, PT Remaja Roadakarya, hal 6

¹⁰Abdurrachman, 2001, Dasar-Dasar Public Relations, Bandung, PT Citra Aditya Bhakti, hal 27

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.

saling pengertian,kepercayaan, dukungan kerjasama dan toleransi kedua belah pihak.

3) *Back up management*

Dalam hal ini praktisi Humas ditugaskan untuk melaksanakan dukungan atau penunjang kegiatan lain seperti: manajemen pemasaran,promosi, operasional, personalia dan lainnya untuk mencapai tujuan bersama dalam suatu kerangka pokok tujuan perusahaan maupun organisasi.

4) *Image Maker*

Dalam hal ini Humas dituntut untuk mampu menciptakan suatu citrayang baik bagi perusahaan kepada publiknya untuk mendapatkan citrayang diharapkan.¹¹

b. Tugas Humas

Tugas pokok Humas adalah sebagai berikut:

- 1) Pengumpulan dan pengolahan data
 - a. Mengumpulkan data dan keperluan informasi
 - b. Mengolah data
 - c. Menyajikan hingga siap digunakan
 - d. Mengarsipkan data sehingga sewaktu-waktu dapat digunakan kembali
 - e. Melayani kebutuhan data bagi yang diperlukan
 - f. Membuat klipng dari seluruh massa
- 2) Penerangan
 - a. Menyebarkan informasi dengan jelas
 - a) Menyediakan dan megumpulkan bahan informasi
 - b) Memberikan paket informasi
 - c) Memberikan bahan berita (release)
 - b. Mengadakan hubungan dengan media massa

¹¹Rosady Ruslan, 1998, Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi Konsep dan Aplikasi, Jakarta, Raja Grafindo Persada, hal 32

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.

- a) Menyiapkan baik lewat pos maupun TVRI/BRI yang berbentuk berita, wawancara, varia pendidikan, dinamika pembangunan, siaran pedesaan, apresiasi budaya, dan lain-lain.
 - b) Mengadakan konferensi pers
 - c) Mengatur wawancara langsung antara pejabat dengan para wartawan
 - c. Mengadakan pemberian kehumasan berupa:
 - a) Mengadakan temu karya
 - b) Mengadakan temu karya antara wartawan dengan pejabat
 - d. Memuat dokumentasi kegiatan lembaga, meliputi dokumentasi photo, rekaman pidato, film *movie*, sambutan-sambutan, siaran TVRI dalam bentuk vidio
 - e. Menyelenggarakan pameran
 - f. Memberikan pelayanan informasi dengan menyajikan berita-berita dan kliping
 - g. Mentranskrip pidato dan mengarsipkannya
 - h. Mengalbumkan photo-photo kegiatan
 - i. Mengikuti kunjungan kerja pejabat/pimpinan
 - j. Mengadakan wisata pers (*pers tour*) ke objek yang telah ditentukan
- 3) Publikasi
- a. Menerbitkan warta harian, mingguan, majalah bulanan, dan folder (*leaflet*)
 - b. Menerbitkan buku kerja
 - c. Menerbitkan kalender kerja
 - d. Ikut serta menyelenggarakan pameran¹²
- Ada lima pokok tugas Humas, yaitu:

¹²A. W. Widjaja, Komunikasi dan Hubungan Masyarakat, Jakarta, Bumi Aksara, 1993, hal 57-59

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.

- 1) Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tulisan maupun melalui gambar kepada publik supaya publik mempunyai pengertian yang benar mengenai perusahaan, tujuan serta kegiatan perusahaan yang dilakukan perusahaan.
- 2) Memonitor, merekam, dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum.
- 3) Memperbaiki citra perusahaan. Bagi Humas, menyadari citra yang baik tidak hanya terletak pada bentuk gedung, presentasi publikasi dan seterusnya, tetapi terletak pada bagaimana organisasi itu bisa mencerminkan organisasi yang dapat dipercaya, memiliki kekuatan, mengadakan perkembangan serta berkesinambungan yang selalu terbuka untuk dikontrol dan dievaluasi, dan dapat dikatakan bahwa citra tersebut merupakan gambaran komponen yang kompleks
- 4) Tanggung jawab sosial. Humas merupakan instrument untuk bertanggung jawab terhadap semua kelompok yang berhak tanggung jawab tersebut. Suatu organisasi mempunyai kewajiban adanya usaha untuk pelayanan sosial yang harus menjadi tanggung jawab, “pintu terbuka”.
- 5) Komunikasi PR /Humas memiliki bentuk komunikasi yang khusus, bentuk komunikasi timbal balik, maka pengetahuan komunikasi menjadi modalnya.¹³

Menurut cutlip, center, dan broom dalam bukunya “*effective public Relations*” tugas Humas mencakup sepuluh kategori ini:

- 1) Writing and Editing : membuat newsrelease yang disiarkan dan dicetak, newsletter untuk wartawan stakeholder eksternal. Website dan pesan di media lainnya, laporan tahunan, naskah pidato, brosur, film, dan slide show, artikel publikasi, iklan institusi, dan lain-lain.

¹³Rumanti. A. Maria, 2002, Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktek, PT Grasindo, hal 42

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) Media Relations and Placement: menghubungi pihak media, freelance writer, dan publikasi perdagangan secara intens agar mereka mempublikasikan dan menyiarkan berita dan feature mengenai organisasi. Merespon permintaan media akan informasi, mengklarifikasi isu dan memberikan akses media kepada sumber yang dapat memiliki otoritas.
- 3) Research: mencari informasi mengenai opini publik, kecenderungan, isu yang sedang naik, iklim politik dan pemerintahan, kelompok kepentingan dan hal-hal lain yang berhubungan dengan stakeholder organisasi.
- 4) Management and Administration: merencanakan kolaborasi dengan manajer lain, mengetahui kebutuhan-kebutuhan, menentukan prioritas, mengatur tujuan dan sasaran, membangun strategi dan taktik. Mengadministrasi personal, keuangan, dan jadwal program.
- 5) Counseling: memberikan masukan kepada top management mengenai keadaan sosial, politik dan regulasi; memberi konsultasi kepada manajemen tentang bagaimana menghindari dan merespon kritik, dan bekerja sama dengan pembuat keputusan dengan memberikan masukan mengenai strategi dalam menjaga atau merespon isu dan krisis.
- 6) Special Event: menyiapkan dan menyusun konferensi pers, convention, open house, grand opening, perayaan ulang tahun, acara amal, kontes, program penghargaan dan special event lainnya.
- 7) Speaking: mengajarkan orang-orang dalam berbicara dan mengatur pembicara yang terisi dalam podium sebelum pembicara utama muncul
- 8) Production: membangun komunikasi dan menggunakan pengetahuan dan keahlian multimedia, termasuk seni, fotografi, tipografi, tampilan layar komputer, merekam dan mengubah video dan mempersiapkan presentasi audiovisual.
- 9) Training: menyiapkan executive spokeperson untuk berhubungan dengan media dan membuat kesan kepada publik. Melatih orang-orang dalam organisasi untuk meningkatkan kemampuan menulis dan

berkomunikasi. Membantu mengenalkan perubahan budaya, kebijakan, struktur dan proses organisasi

- 10) Contact: melayani sebagai penghubung dengan media, komunitas, dan kelompok eksternal dan kelompok internal lainnya. Mendengarkan, menegosiasi, mengendalikan konflik dan mendapatkan kesepakatan sebagai mediator antara organisasi dan stakeholder yang penting.¹⁴

c. Fungsi Humas

Humas memiliki fungsi timbal balik, keluar dan kedalam. Ke luar ia harus mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran masyarakat yang positif terhadap segala tindakan dan kebijakan organisasi atau lembaganya. Ke dalam, ia berusaha mengenali, mengidentifikasi hal-hal yang dapat menimbulkan sikap dan gambaran negatif dalam masyarakat sebelum sesuatu tindakan atau kebijakan itu dijalankan. Dapat dikatakan, ia berperan dalam membina hubungan baik antara lembaga atau organisasinya dengan masyarakat atau dengan media massa. Fungsi utama Humas adalah mengatur lalu lintas, sirkulasi informasi, internal eksternal, dengan memberikan informasi serta penjelasan seluas mungkin kepada publik mengenai kebijakan, program, tindakan suatu organisasi agar dapat dipahami sehingga memperoleh public support and public acceptance.¹⁵

Menurut Edward L. Bernay, dalam bukunya *Public Relations* (1952, University of Oklahoma Press), terdapat 3 fungsi utama Humas, yaitu:

- 1) Memberikan penerangan kepada masyarakat.
- 2) Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung.

¹⁴Cutlip Scott M. Center, dkk, 2009, *Effective Public Relations*, Jakarta, Kencana Prenada Media Group, hal 34

¹⁵F. Rachmadi, 1992, *Public Relations:Teori dan Praktek Aplikasi Dalam Badan Usaha Swasta dan Lembaga Pemerintah*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, hal 22

- 3) Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan/lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.¹⁶

Menurut pakar Humas Internasional, Cutlip & Centre, and Canfield fungsi Humas dapat dirumuskan, sebagai berikut.

- 1) Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen lembaga/organisasi).
- 2) Membina hubungan yang harmonis antara badan\organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
- 3) Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan/organisasi yang diwakilinya, atau sebaliknya.
- 4) Melayani keinginan publiknya dan meberikan sumbang saran kepada pimpinan manajemen demi tujuan dan manfaat bersama.
- 5) Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan daribadan/organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak.¹⁷

d. Peran Humas

Peranan merupakan aspek dinamis dari suatu status (kedudukan).Apabila seseorang melaukan hak-hak dan kewajiban sesuai dengan status yang dimiliki, maka ia telah menjalankan perannya. Humas sebenarnya sebagai alat manajemen modern secara struktural merupakan bagian internal dari suatu kelembagaan atau organisasi. Artinya Humas bukanlah merupakan fungsi terpisah dari fungsi kelembagaan perusahaan. Hal tesebut menjadikan Humas dapat menyelenggarakan komunikasi dua arah timbal balik antara organisasi atau lembaga yang diwakili denganpubliknya. Peranan ini turut

¹⁶Rosady Ruslan, 2006, Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, Jakarta, PT RajaGrafindo Persada, hal 18

¹⁷¹⁷Rosady Ruslan, 2006, Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, Jakarta, PT RajaGrafindo Persada, hal 19

menentukan sukses atau tidaknya misi, visidan tujuan bersama dari organisasi atau lembaga tersebut.

Selain itu humas juga memiliki peranan untuk senantiasa meneliti, menganalisa dan menyaring segala keritikan, tanggapan, sikap dan pendapat serta reaksi yang dating dari masyarakat demi kelancaran program-program kebijakan dari pemerintah. Mengacu pada pendapat Cutlip, bahwa peran Humas mempunyai empat peran utama yaitu:¹⁸

- 1) Teknik Komunikasi merupakan praktisi yang melakukan peran ini menyediakan keahlian ilmu komunikasi dari jurnalistik (menulis), mengedit, membuat pesan secara audiovisual yang dibutuhkan untuk melaksanakan program Humas.
- 2) Pakar Perumus (*expert prescriber*) peran ini sebagai ahli. Praktisi humas melakukan riset dan menentukan masalah Humas, membangun program dan tanggung jawab terhadap pelaksanaan program.
- 3) Fasilitator komunikasi (*Communication Fasilitator*) peran ini, praktisi Humas bertindak sebagai pihak yang menyediakan dan menjaga saluran komunikasi yang berkesinambungan dan berkelanjutan bagi organisasi dan publiknya. Praktisi ini sebagai *liaison, interpreter, dan mediator*.
- 4) Fasilitator Pemecahan Masalah (*Problem solving process fasilitator*) pada peran ini humas membantu departemen lain dalam organisasi dalam menangani masalah humas yang mereka hadapi. Peran ini melibatkan subsistem lain dalam organisasi dan membantumereka dalam merencanakan dan melaksanakan program Humas itusendiri.



¹⁸Cutlip Scott M.Center, dkk, 2009, *Effective Public Relations*, Jakarta, Kencana Prenada Media Group, hlm 45

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. Komunikasi

Komunikasi berasal dari kata latin *communication* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama atau maksudnya sama makna. Komunikasi merupakan keterampilan yang sangat penting dalam kehidupan manusia, dimana dapat kita lihat komunikasi dapat terjadi dalam setiap gerak langkah manusia. Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan (ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain agar terjadi saling mempengaruhi diantara keduanya. Pada umumnya, komunikasi dilakukan dengan menggunakan kata-kata yang dapat dipahami oleh kedua belah pihak. Melalui komunikasi, sikap dan perasaan seseorang atau kelompok orang dapat dipahami oleh pihak lain. Selain itu dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi yang baik sangat penting untuk berinteraksi antar personal maupun antar masyarakat agar terjadi keserasian dan mencegah konflik dalam lingkungan masyarakat.¹⁹

Menurut Harold D. Lasswell bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya”.²⁰

Sebuah defenisi yang dibuat oleh kelompok sarjana komunikasi yang mengkhususkan diri pada studi komunikasi antarmanusia (*human communication*) bahwa komunikasi adalah suatu interaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan:

- 1) Membangun hubungan antarsesama manusia
- 2) Melalui pertukaran informasi
- 3) Untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain
- 4) Berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu²¹

3. Coporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah program Humas untuk melibatkan diri mengatasi persoalan-persoalan sosial di

¹⁹ Mardiah Rubani, Psikologi Komunikasi, (Pekanbaru:UR Press, 2010), 11

²⁰ Ibid

²¹ Ibid

lingkungannya. World Business Council for Sustainable Development mendefinisikan sebagai komitmen berkelanjutan kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan sumbangan pembangunan ekonomi sekaligus memperbaiki mutu hidup angkatan kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan. Corporate Social Responsibility(CSR) adalah pengintegrasian kepedulian terhadap masalah sosial dan lingkungan hidup kedalam operasi bisnis perusahaan dan integrasi sukarela antara perusahaan dan para stakeholdernya.²²

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah tentang nilai standar yang dilakukan berkaitan dengan beroperasinya korporat. Berdasarkan Tinidad dan Tobacco Bureau of Standards (TTBS) menyatakan bahwa Corporate Social Responsibility(CSR) diartikan sebagai komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat secara luas.

Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (*triple bottom line*) dalam rangka mencapaitujuan pembangunan berkelanjutan.²³

Sebagaimana telah diatur dalam UUD 1945 pasal 47 dan pasal No. 20-40 dipahami bahwa dalam menjalankan usahanya perusahaan harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya, dalam arti tidak hanya sekedar mencari keuntungan yang diperoleh untuk masyarakat, terutama masyarakat yang tinggal disekitar lokasi kegiatan perusahaan. Hal ini dapat dipahami karena merupakan fakta bahwa sebagai sebuah organisasi

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.



²²Kriyantono Rachmat, 2008, PR Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat, Jakarta, Pernada Media Group, hal 16

²³Wibisono, 2007, *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*, Gresik: Fascho Publishing, hal 221.

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.

(apapun bentuknya) tidak akan dapat hidup tanpa dukungan dan peran serta masyarakat sekitar perusahaan.²⁴

Muslim Basya dalam buku Perhumas dalam warna mendefenisikan Corporate Social Responsibility(CSR) secara umum sebagai pencapaian tujuan perusahaan secara komersial dengan menjunjung tinggi nilai etika dengan cara menghargai masyarakat orang-perorang, serta lingkungan (natural environment). Hal ini juga berarti bahwa perusahaan melaksanakan dan mematuhi hukum, budaya, dan etika serta harapan-harapan lainnya dalam menjalankan bisnisnya. Singkat kata keputusan-keputusan yang dibuat memenuhi harapan-harapan secara seimbang terhadap semua stakeholder.²⁵

a. Manfaat Corporate Social Responsibility (CSR) bagi perusahaan:

- 1) Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merk perusahaan.
- 2) Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
- 3) Mereduksi risiko bisnis perusahaan.
- 4) Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha.
- 5) Membuka peluang pasar yang lebih luas.
- 6) Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah.
- 7) Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.
- 8) Memperbaiki hubungan dengan regulator.
- 9) Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
- 10) Peluang mendapatkan penghargaan

b. Model Corporate Social Responsibility (SCR)

Menurut Saidi dan Abidin, terdapat empat model atau pola umum penerapan Corporate Social Responsibility di Indonesia, yaitu:²⁶

²⁴Wendy, Skripsi: Strategi Public Relation Mengelola Kegiatan Corporate Social Responsibility RCTI Dalam Membangun Citra Perusahaan (Periode Oktober 2007-Maret 2008), (Jakarta, Universitas Mercu Buana, 2008), hal 35

²⁵Muslim Basya, Perhumas Dalam Warna Menyusun Strategi, Membangun Korporasi Dan Menjaga Reputasi, Bandung, Bpp Perhumas, 2004, hal 10

²⁶Fithria Alfi Hasanah, Skripsi: Peran Corporate Sosial Responsibility (CSR) PT Sari Husada Dalam Pemberdayaan Masyarakat (Studi Deskriptif Program Merapi Project Di Dusun

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.

1) Keterlibatan langsung

Model ini merupakan model penerapan Corporate Social Responsibility (SCR) dimana perusahaan terlibat langsung terhadap pelaksanaannya dengan menyelenggarakan sendiri program-program Corporate Social Responsibility (SCR) seperti kegiatan sosial atau pemberian sumbangan kepada masyarakat. Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (SCR) ini biasanya langsung melibatkan pejabat perusahaan.

2) Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan

Penerapan Corporate Social Responsibility (SCR) dalam model ini dilakukan oleh yayasan yang didirikan oleh perusahaan atau group perusahaan. Biasanya, perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin, atau dana abadi yang akan digunakan secara teratur dalam kegiatan yayasan.

3) Bermitra dengan pihak lain

Perusahaan melaksanakan Corporate Social Responsibility (SCR) dengan bekerjasama dengan pihak lain dalam pengelolaan dana dan pelaksanaan kegiatan Corporate Social Responsibility (SCR). Pihak-pihak yang biasanya bekerjasama dengan perusahaan biasanya merupakan lembaga sosial, organisasi non-pemerintah, instansi pemerintah, universitas, atau media massa.

4) Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium

Model ini merupakan model dimana perusahaan ikut serta mendirikan, menjadi anggota, atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Model ini lebih berorientasi pada pemberian hibah perusahaan yang bersifat “hibah perusahaan”. Pihak lembaga sosial tersebut dipercayai oleh perusahaan yang mendukung secara aktif dalam pencarian mitra kerjasama dari kalangan lembaga operasional dan kemudian mengembangkan program yang disetujui bersama.

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.

B. Kajian Terdahulu

Ada beberapa kajian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, diantaranya adalah:

- 1) Anik (2011) tentang **“Kegiatan Humas Dalam Mempublikasikan Berita Melalui Media Massa Pada Sekretariat DPRD Propinsi Jawa Tengah ”**. Pembahasan dalam penelitian ini adalah kegiatan humas dalam mempublikasikan berita agar masyarakat luar mengetahui dan mengerti semua kegiatan yang dilakukan oleh anggota DPRD Jateng, sehingga nantinya mengetahui apa yang dilakukan para anggota dewan, tidak hanya datang, duduk dan menerima gaji, tetapi mereka juga menyelesaikan tugasnya masing-masing. Publikasi yang dilakukan bagian humas disebarkan kepada seluruh masyarakat Jawa Tengah melalui media massa dengan menggunakan program-program yang telah direncanakan. Program tersebut akan terbentuk suatu kegiatan publikasi, yaitu dengan dimuatnya kegiatan-kegiatan tersebut melalui media cetak maupun media elektronik diseluruh Jawa Tengah. Maka dari itu, humas memilih surat kabar yang kiranya dirasa memiliki masyarakat yang luas di wilayah Jawa Tengah, seperti melalui surat kabar, radio, televisi, dan lain-lain yang dipilih bagian humas DPRD Jateng untuk bekerja sama dalam mempublikasikan kegiatan yang dilakukan anggota DPRD Jateng. Perbedaan dengan yang saya teliti adalah lebih ke aktivitas Humas dalam menjalankan tugas untuk mempublikasikan kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR), sedangkan yang diteliti oleh Anik yaitu lebih membahas tentang aktivitas atau kegiatan Humas dalam mempublikasikan secara umum tentang kegiatan pemerintah tersebut.²⁷
- 2) Dedy Riyadin Saputro (2009) **“ Aktivitas Humas Dalam Menjalankan Media Relations ”**. Penelitian ini membahas tentang keberadaan Humas dan informasi di lingkungan pemerintah kota Yogyakarta memberikan kontribusi positif dalam pembentukan opini masyarakat terhadap

²⁷Anik, Skripsi: *Kegiatan Humas Dalam Mempublikasikan Berita Melalui Media Massa Pada Sekretariat DPRD Propinsi Jawa Tengah*, (Semarang, Universitas Negeri Semarang, 2011), hal 71.

kebijakan-kebijakan yang dijalankan selama ini. Melalui media massa, arah dan kebijakan pemerintah dapat tersalurkan dengan baik karena memiliki fungsi yang strategis dalam menyampaikan informasi. Perbedaan dengan yang saya teliti adalah lebih ke aktivitas Humas dalam menjalankan tugas untuk mempublikasikan kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR), sedangkan yang diteliti oleh Dedy Riyadin Saputro yaitu lebih fokus bagaimana aktivitas Humas dalam melakukan media relations untuk mempublikasikan tentang kebijakan pemerintah.²⁸

- 3) Lyzza Bandaso (2015) “ **Aktivitas Humas DPRD Provinsi Sulawesi Selatan Sebagai Fungsi Mediator Dan Publisitas** ”. Pembahasan dalam penelitian ini adalah Aktivitas Humas DPRD Provinsi Sulawesi Selatan dalam menjalankan fungsinya sebagai mediator memfokuskan kinerjanya pada publik eksternal dan dalam fungsi publisitas Humas DPRD Provinsi Sulawesi Selatan melakukan kliping dan pendokumentasian semaksimal mungkin terkait kerja anggota dewan serta mengelola website *dprdsulsel.go.id* sebagai salah satu wadah penyebarluasan informasi kepada masyarakat mengenai hal-hal yang akan atau telah dilakukan oleh anggota dewan. Perbedaan dengan yang saya teliti yaitu lebih kepada aktivitas Humas dalam menjalankan tugas untuk mempublikasikan kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR), sedangkan yang diteliti oleh Lyzza Bandaso adalah lebih memfokuskan kepada publikasi tentang kinerja pemerintah.²⁹

C. Kerangka Pikir

Untuk lebih fokusnya penelitian ini pada sasaran dan tujuannya, maka diperlukan kerangka pikir untuk menjelaskan teori yang akan digunakan dalam penelitian ini.

²⁸Dedy Riyadin Saputro, Skripsi: *Aktivitas Humas Dalam Menjalankan Media Relations*, (Yogyakarta, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2009) hal 88

²⁹Lyzza Bandaso, Skripsi: *Aktivitas Humas DPRD Provinsi Sulawesi Selatan Sebagai Fungsi Mediator Dan Publisitas*, (Makassar, Universitas Hasanuddin, 2015), hal 107.

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.

Aktivitas Humas dalam penelitian ini mengacu pada tugas pokok Humas (A.W.Widjaja):

Tugas pokok Humas adalah sebagai berikut:

- 1) Pengumpulan dan pengolahan data
 - a. Mengumpulkan data dan keperluan informasi
 - b. Mengolah data
 - c. Menyajikan hingga siap digunakan
 - d. Mengarsipkan data sehingga sewaktu-waktu dapat digunakan kembali
 - e. Melayani kebutuhan data bagi yang diperlukan
 - f. Membuat kliping dari seluruh massa
- 2) Penerangan
 - a. Menyebarluaskan informasi dengan jelas
 - a) Menyediakan dan megumpulkan bahan informasi
 - b) Memberikan paket informasi
 - c) Memberikan bahan berita (release)
 - b. Mengadakan hubungan dengan media massa
 - a) Menyiapkan baik lewat pos maupun TVRI/BRI yang berbentuk berita, wawancara, varia pendidikan, dinamika pembangunan, siaran pedesaan, apresiasi budaya, dan lain-lain.
 - b) Mengadakan konfrensi pers
 - c) Mengatur wawancara langsung antara pejabat dengan para wartawan
 - c. Mengadakan pemberian kehumasan berupa:
 - a) Mengadakan temu karya
 - b) Mengadakan temu karya antara wartawan dengan pejabat
 - d. Memuat dokumentasi kegiatan lembaga, meliputi dokumentasi photo, rekaman pidato, film *movie*, sambutan-sambutan, siaran TVRI dalam bentuk vidio
 - e. Menyelenggarakan pameran
 - f. Memberikan pelayanan informasi dengan menyajikan berita-berita dan kliping

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

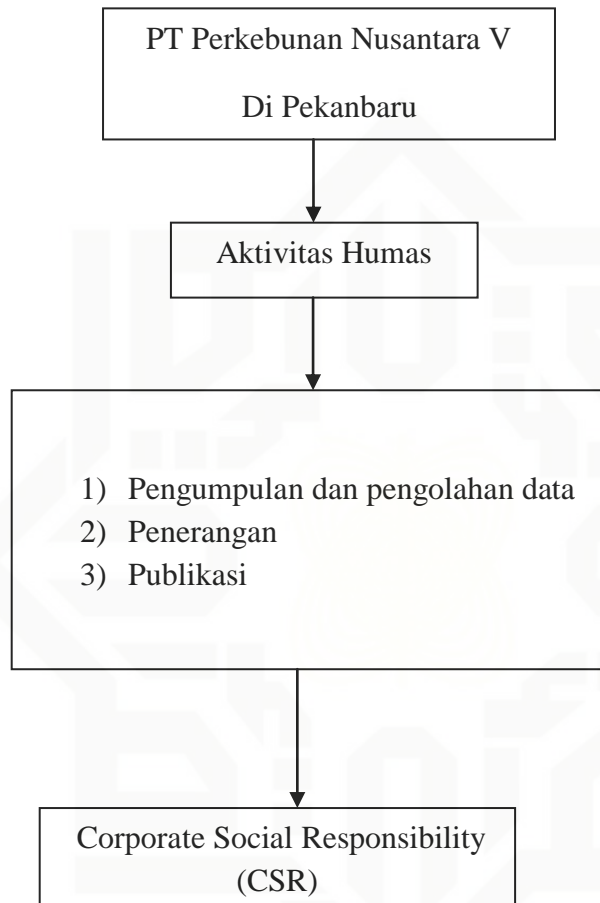
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

- g. Mentranskrip pidato dan mengarsipkannya
 - h. Mengalbumkan photo-photo kegiatan
 - i. Mengikuti kunjungan kerja pejabat/pimpinan
 - j. Mengadakan wisata pers (*pers tour*) ke objek yang telah ditentukan
- 3) Publikasi
- a. Menerbitkan warta harian, mingguan, majalah bulanan, dan folder (*leaflet*)
 - b. Menerbitkan buku kerja
 - c. Menerbitkan kalender kerja
 - d. Ikut serta menyelenggarakan pameran³⁰ operasional dan kemudian mengembangkan program yang disetujui bersama.³¹

³⁰A. W. Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, Jakarta, Bumi Aksara, 1993, hal 57-59

³¹Fithria Alfi Hasanah, *Skripsi: Peran Corporate Sosial Responsibility (CSR) PT Sari Husada Dalam Pemberdayaan Masyarakat (Studi Deskriptif Program Merapi Project Di Dusun Plosokerep, Umbulharjo, Sleman)*, (Yogyakarta, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015), hal 16-17

Gambar 2.1
Kerangka Pikir



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.