

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 mengemukakan 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. Perencanaan

a. Pengertian Perencanaan

Perencanaan adalah proses dasar yang digunakan untuk memilih tujuan dan menentukan cakupan pencapaiannya. Merencanakan berarti mengupayakan penggunaan sumber daya manusia (*human resources*), sumber daya alam (*natural resources*) dan sumber lainnya (*other resources*) untuk mencapai tujuan.⁶

Menurut Keufman dalam Hafied Cangara⁷ Perencanaan adalah suatu proses untuk menetapkan kemana kita harus pergi dengan mengidentifikasi syarat apa yang harus dipenuhi untuk sampai ketempat tersebut dengan cara yang paling efisien dan efektif, dengan kata lain perencanaan sebagai penetapan spesifikasi tujuan yang ingin dicapai termasuk cara-cara yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut.

Perencanaan diperlukan karena adanya keyakinan bahwa manusia dalam hidupnya tidak boleh menyerah pada keadaan, baik pada lingkungan fisik maupun lingkungan sosialnya. Manusia lahir untuk menjawab tantangan yang dihadapinya.

Manusia sebagai makhluk rasional memiliki potensi untuk mengubah kehidupannya dari cara yang tradisional menjadi modern, dari yang sulit ke cara hidup yang lebih mudah dan menyenangkan. Keinginan manusia untuk mengubah hidupnya ini menjadi landasan filosofi perencanaan, bahwa perubahan itu dilakukan untuk memperoleh kepuasan dengan hasil yang optimal, serta adanya upaya untuk

⁶ Siswanto H.B, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004), 45.

⁷ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (Jakarta : Pt.RajaGrafindo,2013), 22.

melakukan penyesuaian jika terjadi kendala dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

b. Kelemahan perencanaan

1. Perencanaan merupakan hipotesis yang masih harus dibuktikan kebenarannya, karena perencanaan baru merupakan ramalan sehingga tidak dapat dipastikan apakah dapat dilakukan sesuai dengan rencana.
2. Memerlukan biaya, waktu, dan tenaga
3. Banyaknya factor yang bisa menghambat pelaksanaan suatu rencana sehingga tujuan yang ingin dicapai kadang tidak terpenuhi.

c. Syarat perencanaan

Membuat perencanaan yang baik dan ideal tidak mudah. Dalam ilmu manajemen disebutkan bahwa untuk menyusun perencanaan yang baik memerlukan dukungan teori-teori perencanaan, sementara untuk pelaksanaannya diperlukan ilmu manajemen. Hubungan antara kedua konsep teoritis dan konsep pelaksanaan, menunjukkan bahwa sebuah rencana yang baik belum tentu dalam pelaksanaannya memperoleh hasil yang baik, karena banyak variabel atau factor yang tidak terkontrol bisa memengaruhinya⁸

Untuk membuat perencanaan yang baik minimal diperlukan lima syarat, yakni:

1. Faktual dan realistis
2. Logis dan rasional
3. Fleksibel
4. Komitmen
5. Komprehensif atau menyeluruh

⁸ Ibid, 29

Factual, artinya sebuah perencanaan yang disusun harus berdasarkan fakta. Apa yang akan dilakukan bisa direalisasi dalam bentuk nyata sehingga realistis.

Logis dan rasional, artinya perencanaan yang dibuat harus masuk akal untuk ditindak lanjuti. Demikian juga untuk target pencapaian harus terstruktur baik dari segi hasil maupun waktu.

Fleksibel, artinya sebuah rencana yang disusun tidak boleh kaku. Perencanaan harus memperhitungkan kemungkinan-kemungkinan yang bisa timbul dan menghambat pelaksanaan dilapangan.

d. Menyusun perencanaan yang ideal

Untuk mendapatkan suatu perencanaan yang baik dan ideal, maka diperlukan lima prinsip yang mendasari rencana tersebut. Kelima prinsip itu ialah:

1. Prinsip partisipatif
2. Prinsip kesinambungan
3. Prinsip holistic
4. Mengandung sistem yang dapat berkembang
5. Terbuka dan demokratis.

Prinsip partisipatif dimaksudkan bahwa sebuah rencana yang ideal harus dapat mendorong terciptanya partisipatif, baik dari pengelola maupun dari para stakeholder yang menjadi target sasaran perencanaan itu.

Partisipatif disini bukan saja diartikan kesediaan pihak-pihak tertentu untuk menunjukkan kerelaan mendukung dan menjalankan program, tetapi lebih jauh seperti dinyatakan oleh Cohen Uphoff (1985) bahwa partisipasi dapat diimplementasikan dalam berbagai bentuk, antara lain dalam perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan kebersamaan menikmati hasil dari aktivitas yang dilakukan.

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.

Prinsip kesinambungan dimaksudkan bahwa perencanaan dibuat tidak hanya untuk sesaat, melainkan harus mempertimbangkan proses kelanjutannya secara kesinambungan. Artinya pada saat membuat perencanaan harus memperhitungkan bahwa rencana yang disusun memiliki kelanjutan setelah dilaksanakan untuk jangka waktu tertentu. Perencanaan tidak berhenti hanya pada satu tahap tetapi harus berlanjut⁹.

Prinsip holistic, artinya menyeluruh dan tidak disusun berdasarkan unit-unit melainkan secara keseluruhan mmengikat semua unit-unit dalam satu kesatuan yang tidak terpisahkan. Prinsip learning, artinyadimaksudkan bahwa suatu perencanaan harus dilihat sebagai suatu sistem dimana semua komponen yang membangun organisasi itu berkaitan satu sama lai, termasuk unsur perencanaan itu sendiri.

Prinsip terbuka dan demokratis dimakasudkan bahawa perencanaan yang disusun sebagai hasil pemikiran dari banyak pihak, karena itu prinsip keterbukaan harus selalu dikedepankan.

e. Proses Perencanaan Humas

Menurut George L.Morrissey dalam buku *Management by objective and Result for Business and Industry* dalam Morrissan, proses perencanaan dan penetapan program humas mencakup langkah-langkah sebagai berikut:¹⁰

- 1) Menetapkan peran dan misi yaitu menentukan sifat dan ruang lingkup tugas yang hendak dilaksanakan.
- 2) Menentukan wilayah sasaran, yaitu menentukan dimana praktisi humas harus mencurahkan waktu tenaga, dan keahlian yang dimiliki.
- 3) Mengidentifikasi dan menentukan indikator efektifitas dari setiap pekerjaan yang akan dilakukan. Menentukan factor-faktor terukur yang akan mempengaruhi tujuan atau sasaran yang akan ditetapkan.

⁹*Ibid.*.31

¹⁰Morissan, *Manajemen Public relation : Strategi Menjadi Humas Profesional*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), 153.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- 4) Memilih dan menentukan sasaran atau hasil yang ingin dicapai.
- 5) Mempersiapkan rencana tindakan.

f. Manfaat Perencanaan Humas

- 1) Membantu pihak manajemen organisasi untuk mampu beradaptasi terhadap lingkungan yang sering berubah.
- 2) Mengefektifkan dan mengefisienkan koordinasi atau kerja sama antar departemen dan pihak lainnya.
- 3) Mengefisienkan waktu, tenaga, upaya dan biaya.
- 4) Menghindari resiko kegagalan dengan tidak melakukan perkiraan atau perencanaan tanpa arah yang jelas dan konkret.
- 5) Mampu melihat secara keseluruhan kemampuan operasional organisasi, pelaksanaan, komunikasi, target dan sasaran yang hendak dicapai dimasa mendatang.
- 6) Menetapkan klasifikasi rencana humas yaitu, rencana strategi (rencana sesuai dengan kebijakan tujuan jangka panjang), rencana tetap (regular, yang dapat dilakukan berulang-ulang) rencana tertentu (rencana jangka pendek).

g. Empat Alasan Perencanaan Humas

- 1) Untuk menetapkan target-target operasi humas yang nantinya akan menjadi tolak ukur atas segenap hasil yang diperoleh.
- 2) Untuk memperhitungkan jumlah jam kerja dan berbagai biaya yang diperlukan.
- 3) Untuk menyusun skala prioritas guna menentukan jumlah waktu yang diperlukan untuk melaksanakan segenap program humas yang telah di prioritaskan itu.
- 4) Untuk menentukan kemungkinan pencapaian tujuan-tujuan tertentu sesuai dengan ketersediaan staf pendukung atau personil yang mencukupi, dukungan dari berbagai peralatan dan anggaran dana yang tersedia.

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.

Tanpa adanya suatu program yang terencana dengan baik, seorang praktisi humas akan terpaksa beroperasi secara instingtif sehingga ia mudah kehilangan arah. Ia akan selalu tergoda mengerjakan hal-hal baru, sementara hal-hal yang lama belum terselesaikan. Pada akhirnya, ia akan sulit memastikan sejauh mana kemajuan yang telah dicapai, dan apa saja hasil-hasil konkret yang telah dihasilkannya. Ini sama saja dengan menjalankan kereta api tanpa arah ,tanpa stasiun tujuan sehingga pada akhirnya ia akan kehabisan bahan bakar dan berhenti disuatu titik tanpa mencapai suatu hasil apapun yang pasti. Biasanya pola kerja seperti itulah yang dilakukan oleh praktisi humas yang tidak professional.¹¹

h. Model Perencanaan Humas Enam Langkah

Model perencanaan humas enam langkah yang sudah diterima secara luas oleh praktisi humas professional adalah sebagai berikut :

1) Pengenalan Situasi

(a) Perencanaan Logis

Ini merupakan penyusunan rencana yang didasarkan pada pencapaian tujuan. Tentu saja keberhasilan ditentukan oleh keahlian dan efisiensi proses pelaksanaannya, kunci utama dalam menyusun suatu rencana secara logis adalah pemahaman terhadap situasi yang ada. Ini bisa diperoleh dengan mengajukan dan menjawab serangkaian pertanyaan seperti: dimana posisi kita sekarang? Apakah ada kesalahpahaman antara organisasi ini dengan khalayanya?¹²

(b) Proses Transfer Humas

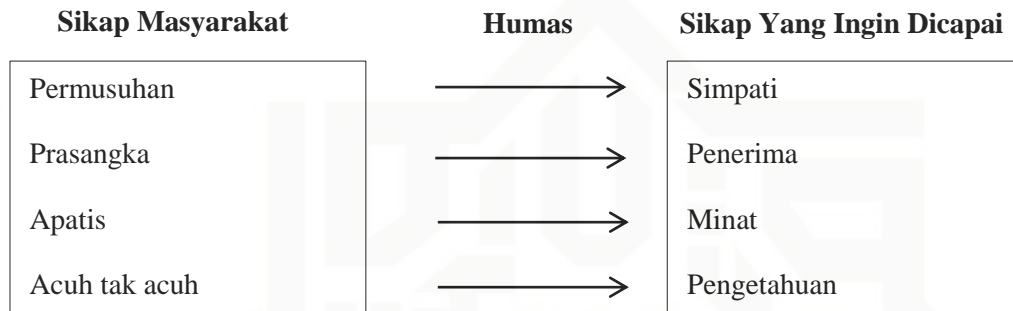
Pada situasi ini, tujuan yang hendak dicapai adalah mengubah empat sikap negatif menjadi sikap positif. Melalui

¹¹ Frank Jefkins : *Public Relatios* (Jakarta: Erlangga, 2003), 57.

¹² *Ibid*, 57.

pengubahan tersebut diharapkan pada akhirnya akan tercapai suatu pengetahuan yang dapat menumbuhkan pemahaman¹³.

Bagan 2.1 :
Proses Transfer Humas



Sumber : Franks Jeffkins, Public Relations edisi kelima, hlm.59

(c) Kompromi yang diperlukan

Dengan menyadari berbagai kesulitan dalam melaksanakan proses transfer PR dari sikap negatif menjadi sikap positif, maka setiap praktisi PR harus selalu realistis jangan sampai terjebak dalam sikap yang optimisme yang berlebihan.¹⁴

(d) Pengumpulan Pendapat

Salah satu metode yang paling sering digunakan oleh praktisi PR adalah pengumpulan pendapat atau studi sikap dimana seorang pewawancara akan mengajukan serangkaian pertanyaan kepada sejumlah responden sampel yang dianggap cukup mewakili suatu khalayak yang hendak dituju.¹⁵

(e) Pemecahan Masalah

Setelah kita mampu mengenali situasinya dengan baik, maka kita akan dapat mengenali masalah yang ada serta mencari cara untuk memecahkannya.¹⁶

¹³Ibid, 58.

¹⁴Ibid, 60.

¹⁵Ibid, 61.

¹⁶Ibid, 62.

Dalam pengenalan situasi yang akan di bahas oleh penulis adalah melalui kelima poin yang sudah dijelaskan diatas karena dalam pengenalan situasi penulis merasa humas perlu melakukan perencanaan logis agar mengetahui apakah ada kesalahpahaman antara organisasi dengan masyarakat dengan begitu humas dapat mengatasi kesalahpahaman yang ada dimasyarakat sehingga humas dapat berdiskusi untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi. Banyak cara yang bisa dilakukan oleh humas dalam pengenalan situasi misalnya langsung turun kemasyarakat, memantau berita-berita yang ada di media massa.

2) Penetapan Tujuan

Dari serangkaian pembahasan mendalam yang dilakukan dengan sejumlah pimpinan organisasi terkemuka, berikut ini dapat disajikan sebuah daftar yang memuat aneka tujuan dari kegiatan-kegiatan Humas.

Ruang lingkup tujuan Humas itu sendiri ternyata sedemikian luas. Namun sehubungan dengan keterbatasan sumber daya, maka harus selalu membuat skala prioritas. Dan sekian banyak hal yang bisa dijadikan tujuan kegiatan Humas sebuah perusahaan, beberapa diantaranya adalah

1. Untuk mengubah citra umum di mata khalayak sehubungan dengan adanya kegiatan-kegiatan baru yang dilakukan oleh perusahaan
2. Untuk menyebarluaskan cerita yang telah dicapai oleh perusahaan kepada masyarakat dalam rangka mendapatkan pengakuan
3. Untuk mensosialisasikan perusahaan kepada masyarakat luas,serta membuka pasar-pasar ekspor baru
4. Untuk mempersiapkan penerbitan saham tambahan atau karena adanya perusahaan yang akan *go public*

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. Untuk memperbaiki hubungan antara perusahaan itu dengan khalayaknya, sehubungan dengan telah terjadinya suatu peristiwa yang mengakibatkan kecaman, kesangsian, atau salah paham dikalangan terhadap niat perusahaan
6. Untuk mendidik para pengguna atau konsumen agar mereka lebih efektif dan mengerti dalam memanfaatkan produk-produk perusahaan
7. Untuk meyakinkan khalayak bahwa perusahaan mampu bertahan atau bangkit kembali setelah terjadi suatu krisis
8. Untuk meningkatkan kemampuan dan ketahanan perusahaan dalam menghadapi risiko pengambil-alihan (*take-over*)
9. Untuk menciptakan identitas perusahaan yang baru
10. Untuk menyebarluaskan informasi mengenai aktivitas dan partisipasi para pimpinan perusahaan organisasi dalam kehidupan sosial sehari-hari
11. Untuk mendukung keterlibatan perusahaan sebagai sponsor dari penyelenggaraan suatu acara
12. Untuk memastikan bahwa politisi benar-benar memahami kegiatan-kegiatan atau produk perusahaan yang positif, agar perusahaan yang bersangkutan terhindar dari peraturan, undang-undang, dan kebijakan pemerintah yang merugikan
13. Untuk menyebarluaskan kegiatan-kegiatan riset yang telah dilakukan perusahaan¹⁷

3) Definisi Khalayak

Sebesar apapun organisasi ia tidak mungkin menjangkau semua khalayaknya. Bahkan sebagian dari khalayak itu harus disisihkan jika khalayak yang potensial terlalu luas atau bervariasi walaupun beberapa

¹⁷*Ibid*, 63.

jenis khalayak masih bisa kita jangkau sekaligus melalui media-media tertentu seperti surat kabar dan televisi.

Meskipun televisi merupakan media yang ampuh tetapi tetap saja tidak memungkinkan kita mengirim pesan-pesan khusus ke berbagai macam khalayak yang berlainan dalam waktu yang bersamaan dan apabila terjadi itu akan menjadi tidak bermanfaat melainkan akan memboroskan dana saja¹⁸

4) Media

Setelah mengetahui situasi secara jelas, kita dapat segera mempelajari daftar media Humas beserta tujuan dan jenis khalayak yang hendak dituju sebagai landasan pemilihan media, media yang tercantum dibawah ini adalah media utama bagi kegiatan Humas yaitu:

- a) Media pers (press). Media ini terdiri dari berbagai macam koran yang beredar dimasyarakat secara umum, baik yang berskala regional maupun nasional atau bahkan internasional.
- b) Audio-visual. Media yang berupa slide dan kaset vidio agar dapat diputar kembali pada pesawat televisi.
- c) Radio baik skala lokal, nasional hingga internasional.
- d) Televisi
- e) Pameran
- f) Bahan-bahan cetakan yang bersifat mendidik, informatif dan menghibur yang disebarakan dalam berbagai bentuk guna untuk mencapai tujuan Humas tertentu.
- g) Penerbitan buku khusus
- h) Surat langsung tidak hanya ditunjukkan pada orang-orang tertentu melainkan lembaga-lembaga yang relevan atau untuk dipajang ditempat umum.

¹⁸ Frank Jaffkins, Public Relations, (Jakarta: Erlangga, 2003), 65.

- i) Pesan-pesan lisan penyampaian pesan dilakukan secara tatap muka dalam kesempatan-kesempatan tertentu.
- j) Pemberian sponsor suatu organisasi bisa pula menjalankan kegiatan PR-nya melalui penyediaan dana atau beasiswa universitas, olahraga , amal dan sebagainya.
- k) Jurnal organisasi istilah jurnal organisasi sering disebut sebagai “jurnal internal” atau “koran perusahaan”. Namun semua istilah itu mengacu pada suatu bentuk terbitan sebuah perusahaan atau organisasi yang sengaja dibuat didalam rangka mengadakan komunikasi dengan khalayaknya. Jurnal terbagi dua yakni jurnal internal dan jurnal eksternal.
- l) Ciri khas dan identitas perusahaan. Bentuk ini bisa bermacam-macam tergantung pada bentuk dan karakter organisasinya sehingga dapat mengingatkan khalayak atas keberadaan organisasi yang bersangkutan.
- m) Bentuk media Humas lainnya. Selain itu masih banyak bentuk media Humas. Seiring dengan evolusi waktu dan kemajuan teknologi, bisa dipastikan bahwa bentuk media tersebut akan semakin bervariasi di masa-masa mendatang.¹⁹

Dari banyaknya media yang dapat digunakan oleh praktisi humas, humas juga harus memperhitungkan media mana yang harus digunakan untuk menjangkau khalayak yang dipilih, tentunya sesuai dengan keterbatasan anggaran yang ada.

5) Perencanaan Anggaran

Humas merupakan kegiatan yang padat karya, sehingga pos pengeluaran terbesar dihabiskan untuk membayar pemakaian jam kerja alias gaji pegawai. Pos pengeluaran lain yang cukup besar juga

- 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.

¹⁹ Ibid, 66.



melibatkan pemakaian alat-alat canggih seperti kamera video, komputer, hingga mesin cetak modern.

Ada beberapa alasan mengapa di lakukan perencanaan anggaran yaitu sebagai berikut:

- a) Untuk mengetahui seberapa banyak dana yang diperlukan dalam rangka membiayai suatu program atau kampanye Humas.
- b) Untuk mengetahui program-program Humas apa saja yang bisa dilakukan dengan jumlah ana yang tersedia.
- c) Setelah program dan jumlah biaya yang diperlukan diketahui secara pasti, maka anggaran dapat berfungsi sebagai pedoman atau daftar kerja yang harus dipenuhi.
- d) Anggaran memaksakan disiplin atas pengeluaran dana sehingga mencegah terjadinya pemborosan atau pengeluaran yang berlebihan, sehingga segala sesuatu yang berkaitan dengan pengeluaran akan berjalan sesuai rencana yang ditetapkan.
- e) Setelah program telah selesai, maka hasil- hasilnya dapat dibandingkan dengan anggaran tadi guna mengetahui apakah dana yang disediakan sudah memadai atau sebaliknya.²⁰

6) Pengukuran Hasil

Apabila anggaran dapat dipandang sebagai faktor kelima dari model perencanaan Humas, maka pengukuran hasil merupakan langkah terakhir apakah hasil yang dicapai sudah sesuai dengan yang di harapkan. Ada beberapa metode untuk mengukur hasil yaitu:

- a) Metode tingkat liputan
- b) Berdasarkan data statistik peringkat dan jumlah khalayak
- c) Evaluasi berdasarkan sumber
- d) Pengukuran pendapat
- e) Evaluasi berdasarkan umpan – balik secara langsung

²⁰*Ibid*, 169.

- f) Umpan balik media
- g) Pengukuran peningkatan pemahaman.²¹

Dari penjelasan diatas, sangat jelas untuk memperoleh hasil yang maksimal bukan secara kebetulan, melainkan berkat kerja keras dan usaha yang sungguh-sungguh yang dilakukan oleh humas dalam mencapai tujuan.

Dalam perencanaan, humas haruslah ada penetapan tujuan dibuat berdasarkan riset yang telah dilakukan baik melalui riset yang bersifat formal maupun informal dengan mengadakan serangkaian diskusi atau konsultasi secara mendalam dengan berbagai pihak guna mengungkapkan kebutuhan komunikasi paling mendasar yang dirasakan. Dengan hasil riset yang ditemukan masalah yang dihadapi ,sehingga tujuan perencanaan humas merupakan upaya mengatasi masalah.²²

2. Humas

a. Pengertian Humas

Hubungan masyarakat merupakan fungsi manajemen yang membentuk dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan masyarakat, yang menjadi sandaran keberhasilan atau kegagalannya²³.

Menurut IPRA (*The Internasional Public Relations Association*) Hubungan Masyarakat adalah fungsi manajemen dari sikap budi yang berencana dan berkesinambungan, yang dengan itu organisasi-organisasi dan lembaga-lembaga yang bersifat umum dan pribadi berupaya membina pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang ada kaitannya atau yang mungkin ada hubungannya dengan jalan menilai pendapat umum diantara mereka untuk mengorelasikan sedapat mungkin kebijaksanaan

²¹Ibid. 180.

²²Ibid, 57.

²³Cutlip, Center *Effective Public Relation*, (Jakarta: PT INDEKS Kelompok Gramedia, 2009) 5.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

dan tata cara mereka dengan informasi yang berencana dan tersebar luas serta mencapai kerja sama yang lebih produktif dan pemenuhan kepentingan bersama yang lebih efisien.²⁴

Pada dasarnya kegiatan humas berhubungan langsung dengan masyarakat, maka seorang humas harus mengetahui ciri-ciri hakiki sebagai praktisi humas. Adapun ciri-cirinya adalah sebagai berikut :

- a. Humas adalah kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi yang berlangsung dua arah secara timbal balik.
- b. Humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh manajemen suatu organisasi.
- c. Public yang menjadi sasaran kegiatan humas adalah public eksternal dan internal
- d. Organisasi humas adalah membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan public dan mencegah terjadinya rintangan psikologis, baik yang timbul dari pihak organisasi maupun pihak public.²⁵

b. Fungsi Humas

Fungsi manajemen humas dari public relation society of America mencakup hal-hal berikut:

- 1) Mengantisipasi, menganalisa dan menterjemahkan pendapat public, sikap dan masalah yang mungkin berdampak baik ataupun buruk terhadap jalan serta rencana organisasi.
- 2) Memberi anjuran kepada manajemen pada semua jenjang di dalam organisasi dengan memperhatikan keputusan kebijaksanaan, rangkaian tindakan dan komunikasi dengan memperhitungkan percabangan masyarakatnya dan tanggung jawab sosial atau tanggung jawab kewarganegaraan.

²⁴Onong Uchjana Effendy, *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), 116

²⁵Onong Uchjana Effendy, *Human Relation dan Public Relation*, (Bandung: Bandar maju, 1999), 24.

- 3) Meneliti, melaksanakan dan mengevaluasi program tindakan dan komunikasi secara berkelanjutan agar masyarakat yang diberi informasi memiliki pemahaman, sehingga tujuan organisasi tercapai. Program-program itu dapat mencakup pemasaran, keuangan, pengumpulan dana, hubungan dengan karyawan atau pemerintah dan lainnya.
- 4) Membuat rencana dan menerapkan upaya organisasi untuk mempengaruhi atau mengubah kebijakan umum.
- 5) Menentukan sasaran, membuat rencana, membuat anggaran, menyaring dan melatih staf, mengembangkan fasilitas. Singkatnya mengelola sumber daya yang diperlukan.²⁶

Fungsi humas secara internal dan eksternal humas seperti yang dikemukakan oleh Silih Agung Wasesa dalam bukunya yang berjudul Strategi Public Relation 2005 adalah :

1. Fungsi internal humas
 - a. Mengkomunikasikan kebijakan direksi dan manajemen kepada karyawan.
 - b. Menjelaskan perubahan kebijakan direksi dan majemen agar karyawan memahami dasar keputusan yang diambil.
 - c. Membangun jaringan komunikasi interaktif antara karyawan, manajemen dan direksi.
 - d. Menyelesaikan krisis yang terjadi di perusahaan
 - e. Membantu terciptanya budaya perusahaan yang sesuai dengan visi organisasi.
2. Fungsi eksternal humas
 - a. Memberikan penerangan kepada masyarakat.
 - b. Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung.

²⁶Cutlip,Center, *Effective Public Relation*. (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2000), 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.

- c. Membina hubungan yang harmonis antara badan organisasi dengan publiknya yang merupakan khalyak sasaran.
- d. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan organisasi yang diwalikinya.
- e. Melayani keinginan publiknya dan memberi sumbangsaran kepada pimpinan demi tujuan dan manfaat bersama.
- f. Menciptakan komunikasi dia arah timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi seta pesan dari badan organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak²⁷

c. Humas dalam organisasi

Komposisi personalia humas dari masing-masing organisasi tentu saja berbeda tergantung dari kebutuhannya. Di suatu organisasi mungkin saja departemen humasnya hanya terdiri dari seorang manejer dan seorang sekretaris. Namun, banyak pula organisasi atau perusahaan yang juga memperkejakan para asisten spesialis seperti pejabat pers, editor, jurnal internal dan sebagainya.

Dibeberapa organisasi tertentu, misalnya saja yayasan atau lembaga –lembaga nirlaba, fungsi humas langsung dirangkap oleh sang direktur atau sekretaris dewan pimpinan. Di beberapa pemerintah daerah, fungsi humas dijalankan langsung oleh sekretaris sang walikota. Idealnya, dapertemen humas itu harus independen, ia bisa melayani urusan produksi, keuangan dan pemasaran.

Meskipun tingkatan atau namanya bervariasi, hampir semua organinasi memiliki dapertemen atau biro khusus yang menjalankan fungsi

²⁷Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*,(Jakarta:PT Grafindo Persada,2008), 17.

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.

humas.²⁸ Seorang pejabat humas dituntut untuk memiliki empat kemampuan yaitu sebagai berikut:

- 1) Memiliki kemampuan mengamati dan menganalisis suatu persoalan berdasarkan fakta dilapangan ,perencanaan kerja, komunikasi dan mampu mengevaluasi suatu problematika yang dihadapinya.
- 2) Kemampuan untuk menarik perhatian, melalui berbagai kegiatan publikasi yang kreatif, inovatif, dinamis dan menarik bagi publiknya sebagai target sasaran.
- 3) Kemampuan untuk mempengaruhi pendapat umum, melalui kekuatan humas dalam merekayasa pandangan atau opini public yang searah dengan kebijakan organisasi yang diwakilinya itu dalam posisi yang menguntungkan.
- 4) Kemampuan humas menjalin suasana saling percaya, toleransi, saling menghargai, good will dan sebagainya dengan berbagai pihak, baik public internal maupun public eksternal.²⁹

Dengan demikian maka pendukung program kerja dan peran pokok humas adalah bekerja demi kepentingan umum, dapat memelihara komunikasi yang baik antara organisasi atau lembaga dengan pihak publiknya, serta memiliki sikap laku dan moral yang baik.

d. Humas Sebagai Alat Manajemen

Humas sesungguhnya sebagai alat manajemen modern secara struktural merupakan bagian integral dari suatu kelembagaan ataupun organisasi. Artinya humas bukanlah merupakan fungsi terpisah dari fungsi kelembagaan ataupun organisasi tersebut melekat pada manajemen perusahaan. Hal tersebut menjadikan humas dapat dapat menyelenggarakan komunikasi dua arah timabal balik antara organisasi / lembaga dengan

²⁸M.Lingar Anggoro *Teori dan Profesi Kehumasan* (Jakarta: PT.bumi Aksara, 2001), h1m 108.

²⁹Rosady Ruslan, *Menejemen Public Relation dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*, (Jakarta: Rajawalipers,2008) 132.

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.

publiknya. Peranan humas dalam organisasi dilihat dengan adanya aktivitas pokok kehumasan yaitu :

- a) Mengevaluasi sikap atau opini publik.
- b) Mengidentifikasi kebijakan dan prosedur organisasi dengan kepentingan publiknya.
- c) Merencanakan dan melaksanakan penggiatan aktivitas humas

Apabila ditinjau dari segi selain fungsi manajemen dan proses dalam kegiatan komunikasi, pada umumnya manajemen humas melalui fungsi atau beberapa tahapan-tahapan sebagai berikut:

- 1) Perencanaan
- 2) Pengorganisasian
- 3) Pengkomunikasian
- 4) Pengawasan
- 5) Dan penilaian

Scott M. Cutlip and allen H. Centre (1982) dalam bukunya *effective public relation*, mengungkapkan bahwa Humas adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasian kebijakan dan tata cara organisasi demi kepentingan publiknya serta merencanakan suatu program kegiatan dan komunikasi untuk memperoleh pengertian dan dukungan publiknya.³⁰

3. Sosialisasi

a. Pengertian sosialisasi

Menurut Soejono Dirdjosisworo (1985), bahwa sosialisasi mengandung tiga pengertian, yaitu :

- a. Proses sosialisasi adalah proses belajar, yaitu suatu proses akomodasi dengan mana individu menahan, mengubah implus-implus dalam

³⁰ *Ibid*, hlm 25.

dirinya dan mengambil alih cara hidup atau kebudayaan masyarakatnya.

- b. Dalam proses sosialisasi itu individu mempelajari kebiasaan, sikap, ide-ide, pola-pola nilai dan tingkah laku, dan ukuran kepatuhan tingkah laku didalam masyarakat dimana ia hidup.
- c. Semua sifat dan kecakapan yang dipelajari dalam proses sosialisasi itu disusun dan dikembangkan sebagai suatu kesatuan sistem dalam diri pribadinya.³¹

Menurut Herbert H Heyman mendefinisikan sosialisasi merupakan suatu proses mengajar individu menjadi anggota masyarakat dan berfungsi dalam masyarakat tersebut.

Dari definisi diatas penulis menyimpulkan sosialisasi adalah bagaimana seorang komunikator menyampaikan pesan yang bersifat persuasive sehingga si penerima pesan berperilaku seperti yang diinginkan.

Sosialisasi dalam artian luas merupakan suatu usaha masyarakat yang menghantar warganya masuk kedalam kebudayaan. Dengan kata lain masyarakat melakukan suatu rangkaian kegiatan tertentu untuk menyerah terimakan kebudayaan dari generasi ke generasi berikutnya.

b. Bentuk Sosialisasi

- 1) Sosialisasi Primer adalah salah satu proses sosialisasi yang mengedepankan dan memperkenalkan suatu bentuk kepada masyarakat dengan tujuan untuk diketahui identitas dan keberadaannya.
- 2) Sosialisasi sekunder adalah suatu prosese sosialisasi lanjutn setelah sosialisasi primer yang memperkenalkan individu kedalam kelompok tertentu dalam masyarakat. Salah satu bentuknya adalah resosialisasi dan desosialisasi.

³¹Abdulsyani, *Sosiologi, Skematika, Teori dan Terapan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), 57.

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.

Bentuk sosialisasi biasanya bermacam-macam, ada yang melakukan komunikasi secara langsung sehingga pesan yang disampaikan bersifat persuasif dapat secara langsung terjadi. Kemudian ada juga yang melakukan sosialisasi dengan menyebarkan selebaran yang sudah berisi informasi kepada khalayak.

c. Proses sosialisai bertujuan untuk

- 1) Memberi keterampilan yang dibutuhkan individu untuk hidupnya dimasyarakat.
- 2) Mengajarkan individu untuk mampu berkomunikasi secara efektif dan mengembangkan kemampuannya untuk membaca, menulis dan berbicara.
- 3) Melatih pengendalian fungsi-fungsi organic melalui latihan-latihan mawas diri yang cepat.
- 4) Membiasakan individu dengan nilai-nilai dan kepercayaan pokok yang ada dalam masyarakat.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa sosialisasi adalah usaha yang dilakukan untuk memberikan pengajaran dan pendidikan melalui teknik komunikasi dan menyediakan sumber pengetahuan kepada public agar bertindak sesuai dengan masyarakat dimana ia tinggal dan dapat berfungsi dalam masyarakat tersebut. Dapat disimpulkan bahwa sosialisasi Program Tabung Peduli merupakan usaha Humas dalam mensosialisasikan mengenai pentingnya untuk berpartisipasi dalam meningkatkan pendidikan, agar setiap warga Negara dapat merasakan fasilitas yang baik dalam proses belajar maupun mengajar.

4. Tabungan Peduli

Lembaga Kemanusiaan PKPU membuat Program Tabung Peduli sebagai bentuk kepedulian terhadap pendidikan warga Negara. Adapun tujuan dari Tabung Peduli adalah sebagai sarana kemudahan dalam pengumpulan

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.

donasi peduli pendidikan untuk program pendidikan sekaligus melatih siswa agar memiliki jiwa dermawan dan sosial.

Pelaksanaan Tabung Peduli dimulai dengan Sosialisasi, Edukasi dan Distribusi tabung kepada siswa, staf pemerintah dan bagian masyarakat lainnya. Kemudian penempatan Tabung Peduli selama satu bulan dan melakukan pengambilan disetiap bulannya selama 30 atau 45 hari. Selain itu (PKPU) dan pihak sekolah akan melakukan aktivitas bersama dan membangun kemitraan.

Dengan adanya program ini diharapkan dapat membantu pemerintah dalam menyelaraskan pendidikan di Indonesia dengan memiliki fasilitas belajar yang layak dan nyaman untuk setiap siswa. Dalam pelaksanaan sosialisasi maka diperlukan sebuah perencanaan humas yang baik, sebab perencanaan akan mampu mengatasi setiap penghalang bagi kemajuan sebuah program. Karna perencanaan yang baik akan menghasilkan sesuatu yang baik dan dengan cepat menghantarkan pada tujuan yang ingin dicapai.

B. Kerangka Pikir

Humas adalah fungsi manajemen dalam menjalankan hubungan baik antara organisasi dengan publiknya. Dalam menjalankan tugasnya, kegiatan humas perlu menyusun perencanaan sebaik mungkin. Perencanaan dibuat agar target yang hendak dicapai oleh suatu organisasi disusun secara jelas dan sangat rinci, dengan melakukan perkiraan dapat mengurangi resiko kegagalan, serta mengefisienkan waktu, tenaga, serta mampu mengurangi biaya operasional.

Dalam melakukan penelitian mengenai Perencanaan Humas Lembaga Kemanusiaan PKPU cabang Pekanbaru, maka penulis menggunakan model Perencanaan Humas Enam Langkah yang dilakukan oleh Frank Jefkins yaitu

1. Pengenalan situasi: mengetahui bagaimana situasi atau isu yang berkembang dimasyarakat terhadap keberadaan PKPU.
2. Definisi Tujuan: tujuan disini yaitu menentukan kemana arah tujuan dari mensosialisasikan program tabung peduli.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

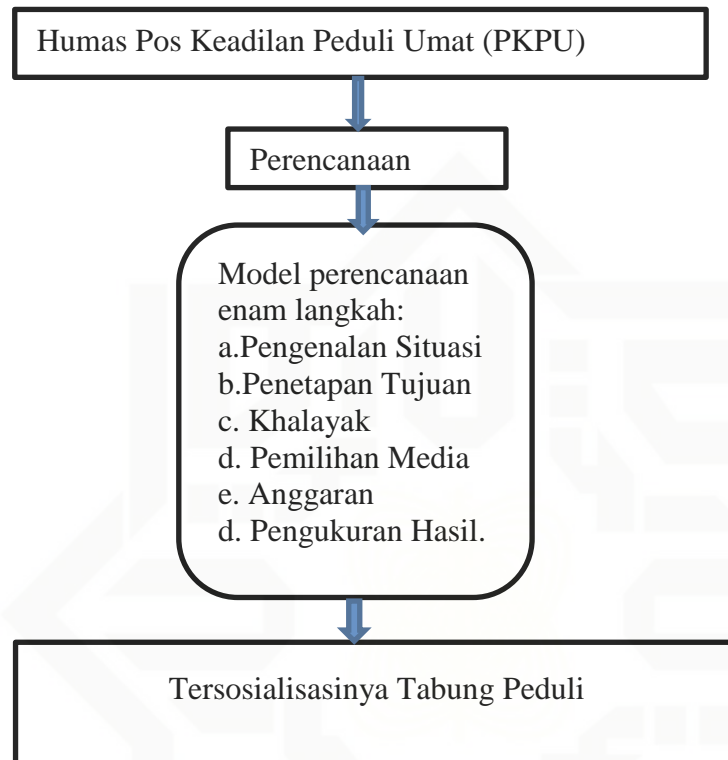
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

3. Definisi khalayak: dengan banyaknya jenis khalayak, maka humas Pkpu perlu untuk menentukan sasaran khalayak yang tepat dan sesuai untuk program Tabung Peduli.
4. Pemilihan Media dan Teknik-teknik Humas agar sosialisasi lebih efisien maka di era yang serba modern ini maka perlu bagi humas untuk memilih media yang tepat.
5. Perencanaan Anggaran: dalam menjalankan suatu program, anggaran menjadi sangat diperlukan, dalam mensosialisasikan tabung peduli humas PKPU tentu menggunakan anggaran.
6. Pengukuran hasil: setelah kelima perencanaan tersebut dilakukan maka humas mengadakan evaluasi sebagai bentuk pengukuran hasil kerja dengan adanya evaluasi maka humas akan mengetahui sejauh mana keberhasilan yang telah dicapainya.

Dengan enam langkah perencanaan humas diatas maka diharapkan penulis dapat mengetahui bagaimana perencanaan humas yang dilakukan PKPU dalam mensosialisasikan tabung peduli kepada masyarakat pekanbaru. Agar dapat memudahkan maka penulis menggambarkan kerangka pikir sebagai berikut:

UIN SUSKA RIAU

Gambar 2.2 Bagan Kerangka Pikir Perencanaan Humas Lembaga Kemanusiaan PKPU Cabang Pekanbaru Dalam Mensosialisasikan Program Tabung Peduli



C. Kajian Terdahulu

Kajian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Winda Cahyani tentang “ **Strategi Humas Dikti dalam Mensosialisasikan Program BIDIK MISI untuk Pemerataan Akses Pendidikan** “

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan melakukan komunikasi secara langsung kepada siswa sehingga pesan yang disampaikan juga mendapatkan feedback secara langsung sehingga memberi citra yang positif .selain itu strategi yang mereka lakukan dalam mensosialisasikan program bidik misi terlebih dahulu dilakukan sebuah perencanaan terhadap siswa dengan cara membuat sebuah seminar sehingga menambah pemahaman siswa.

Kemudian kajian terdahulu selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Rozalia tentang “**Perencanaan Kehumasan diskominfo**

dalam melaksanakan keterbukaan informasi publik.” Dari penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa perencanaan dibuat berdasarkan riset yang dilakukan oleh humas dan anggota lainnya dengan serangkaian diskusi secara mendalam dengan berbagai pihak.

Setelah menemukan masalah yang terjadi dibuatlah program-program pemecahan masalah, menetapkan wilayah sasaran, penjadwalan, anggaran, pertanggung jawaban, hingga terlaksana tujuan keterbukaan informasi.

Perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan adalah penulis lebih mengkaji perencanaan humas yang dilakukan, terlebih instansi tempat penelitian penulis merupakan lembaga swasta tentu saja ada perbedaan antara humas di instansi pemerintahan dengan humas di lembaga non pemerintah.

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.