

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.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Kajian Teori

Teori adalah serangkaian bagian atau variabel, definisi, dan dalil yang saling berhubungan yang menghadirkan sebuah pandangan sistematis mengenai fenomena dengan menentukan hubungan antar variabel, dengan menentukan hubungan antar variabel, dengan maksud menjelaskan fenomena alamiah. Labovitz dan Hagedorn mendefinisikan teori sebagai ide pemikiran “pemikiran teoritis” yang mereka definisikan sebagai “menentukan” bagaimana dan mengapa variabel-variabel dan pernyataan hubungan dapat saling berhubungan. Kata teori memiliki arti yang berbeda-beda pada bidang-bidang pengetahuan yang berbeda pula tergantung pada metodologi dan konteks diskusi.¹⁶

Secara umum, teori merupakan analisis hubungan antara fakta yang satu dengan fakta yang lain pada sekumpulan fakta-fakta. Selain itu, berbeda dengan teorema, pernyataan teori umumnya hanya diterima secara “sementara” dan bukan merupakan pernyataan akhir yang konklusif. Hal ini mengindikasikan bahwa teori berasal dari penarikan kesimpulan yang memiliki potensi kesalahan, berbeda dengan penarikan kesimpulan pada pembuktian matematika. Sedangkan secara lebih spesifik di dalam ilmu sosial, terdapat pula teori sosial.¹⁷

1. Teori Informasi Organisasi

Dalam teori komunikasi ini menjelaskan bahwa teori informasi organisasi adalah pengkomunikasian informasi yang penting bagi suksesnya suatu organisasi, sangat jarang baha seseorang atau satu departemen dalam sebuah organisasi mempunyai semua informasi penting untuk menyelesaikan suatu proyek. Teori informasi organisasi merupakan aktifitas utama suatu organisasi dalam memahami informasi yang tidak

¹⁶ Id.wikipedia.org/wiki/PengertianTeori Diakses 01 Juli 2017

¹⁷ *Ibid*

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.

jelas dan ambigu. Anggota-anggota organisasi mencapai proses memahami ini melalui *enactement* pemilihan dan retensi informasi.¹⁸

Asumsi teori Informasi organisasi adalah untuk menjelaskan bagaimana organisasi membuat informasi sebaik mungkin untuk disampaikan kepada publik. Teori ini berfokus pada proses pengorganisasian anggota organisasi untuk mengelola informasi, sejumlah asumsi mendasari teori :¹⁹

- a. Organisasi manusia ada dalam sebuah lingkungan informasi
- b. Informasi yang diterima sebuah organisasi berbeda dalam hal ketidakterjelasannya.
- c. Organisasi terlibat dalam proses pemahaman informasi dan menetralkan informasi yang tidak jelas.

2. Strategi Humas

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan.²⁰ Sebuah strategi *public relations* adalah pendekatan menyeluruh bagi sebuah kampanye atau program dan penjelasan rasional dibelakang program taktis dan akan didikte dan ditentukan oleh persoalan yang muncul dari analisis dan penelitian.²¹

Humas merupakan bagian dari tugas penerangan, baik pemerintah maupun swasta karena penerangan merupakan bagian dari komunikasi sosial dan komunikasi harus berkembang antara pemerintah dan rakyat, antara rakyat, kelompok masyarakat dan masyarakat lainnya. Setiap lembaga atau instansi ingin mencapai tujuan yang telah digariskan sebelumnya, melainkan upaya-upaya dan langkah tertentu.

¹⁸ Richard West, Lynn H Turneer, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*, (Jakarta, Salemba Humanika, 2014), hal 95

¹⁹ *Ibid*

²⁰ Onong Uchjana Effendy, *Komunikasi teori dan praktek*, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2009), hal 32.

²¹ Keith Butterick, *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*, (Jakarta, Rajawali Pers, 2012), hal 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Eksistensi humas pada setiap lembaga atau instansi merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka memperkenalkan kegiatan atau aktivitas kepada masyarakat. Humas merupakan suatu alat untuk memperlancar jalannya interaksi serta penyebaran informasi kepada masyarakat melalui berbagai media seperti pers, radio, televisi, dan lainnya.²²

Humas sama seperti bagian divisi lain di dalam perusahaan, untuk memberi kontribusi kepada rencana kerja jangka panjang itu, praktisi humas dapat melakukan langkah-langkah ini :²³

- a. Menyampaikan fakta dan opini, baik yang beredar di dalam maupun di luar perusahaan. Bahan-bahan itu dapat di peroleh dari klipng media massa dalam kurun waktu tertentu, dengan melakukan penelitian terhadap naskah-naskah pidato pimpinan, bahan yang dipublikasikan perusahaan, serta melakukan wawancara tertentu dengan pihak-pihak yang berkepentingan atau dianggap penting.
- b. Menelusuri dokumen resmi perusahaan dan mempelajari perusahaan yang terjadi secara historis. Perusahaan umumnya disertai dengan perusahaan sikap perusahaan terhadap publik-nya atau sebaliknya.²⁴

Berdasarkan rumusan itulah seorang praktisi humas dapat menentukan langkah yang dapat diambil serta program kerja yang akan disusun. Dengan pendekatan ini, praktis langkah yang diambil oleh seorang praktisi humas akan lebih selaras dengan arah secara menyeluruh.

Diungkapkan oleh James E. Gruning dan Fred Repper dengan model *strategic management* dalam kegiatan humas atau public relations (untuk menggambarkan dua peran humas dalam *strategic management* secara menyeluruh dan dalam kegiatan humas itu sendiri) melalui tujuh tahapan, di mana tiga tahapan pertama mempunyai cakupan luas sehingga

²² H.A.W Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Bumi Aksara,2008), hal 3

²³ Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto. *Dasar-dasar public Relations*. (Bandung : Rosdakarya, 2010) hal 91

²⁴ *Ibid*

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.

lebih bersifat analisis. Empat langkah selanjutnya merupakan penjabaran dari tiga tahap pertama yang diterapkan pada unsur yang berbeda-beda, yakni .²⁵

a. Tahap *stakeholders*

Sebuah organisasi/perusahaan mempunyai hubungan dengan publiknya bilamana perilaku organisasi tersebut mempunyai pengaruh terhadap *stakeholder*-nya atau sebaliknya.

Humas harus melakukan survai untuk terus membaca perkembangan lingkungannya, dan membaca perilaku organisasinya serta menganalisis konsekuensi yang akan timbul. Komunikasi yang akan dilakukan secara kontinyu dengan *stakeholders* ini membantu organisasi untuk tetap stabil.

b. Tahap publik

Publik terbentuk ketika organisasi/perusahaan menyadari adanya problem tentunya. Pendapat ini berdasarkan hasil penelitian Grunig dan Hunt, yang menyimpulkan bahwa publik muncul sebagai akibat adanya problem dan bukan sebaliknya. Dengan kata lain publik selalu eksis bilamana ada problem yang mempunyai potensi akibat (konsekuensi) terhadap mereka. Publik bukanlah suatu kumpulan massa umum biasa, mereka sangat efektif dan spesifik terhadap suatu kepentingan tertentu dan problem tertentu. Oleh karena itu humas perlu terus menerus mengidentifikasi publik yang muncul terhadap berbagai problem. Biasanya dilakukan melalui wawancara mendalam pada suatu *focus group*.²⁶

c. Tahap isu

Publik muncul sebagai konsekuensi dari adanya problem selalu mengorganisasikan dan menciptakan “isu”. Yang dimaksud dengan isu di sini bukanlah isu dalam arti kabar burung yang konotasi negatif, melainkan suatu tema yang dipersoalkan. Mulanya pokok persoalan

²⁵ Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto. *Op.cit.*, h. 93-94

²⁶ *Ibid*

demikian luas dan mempunyai banyak pokok, tetapi kemudian akan terjadi kristalisasi sehingga pokoknya menjadi lebih jelas karena pihak-pihak yang terkait saling diskusi.²⁷

Menjadi seorang humas profesional mampu melihat dan memahami program yang dibentuk oleh instansi, dalam hal ini humas dapat melakukan hal tersebut sesuai model strategi humas menurut Cutlip-Center-Broom, praktisi humas profesional dalam melaksanakan program humas harus terdiri atas empat langkah kegiatan atau sering juga disebut dengan empat langkah pemecahan masalah humas. Keempat langkah strategi humas adalah :²⁸

1) Menentukan masalah (*defining the problem*).

Langkah pertama ini meliputi kegiatan untuk meneliti dan mengawasi pengetahuan, pendapat, sikap dan tingkah laku khalayak yaitu pihak-pihak yang berkepentingan atau berpengaruh oleh tindakan dan kebijakan organisasi atau perusahaan. Dalam kegiatan penentuan masalah ini praktisi humas harus menjawab pertanyaan “ Apa yang terjadi saat ini?”

2) Perencanaan dan penyusunan program (*planning and Programming*).

Masalah yang telah di tentukan pada langkah pertama digunakan untuk menyusun program, tujuan, tindakan, dan strategi komunikasi.

Langkah kedua mencakup tindakan untuk memasukkan temuan yang diperoleh pada langkah pertama kedalam kebijakan dan program organisasi. Langkah kedua ini merupakan proses untuk menjawab pertanyaan: “ Berdasarkan situasi yang telah kita pelajari maka apa yang harus kita ubah, perbuat dan katakan?”

²⁷ *Ibid*

²⁸ Morissan. *Op.cit.*, hal 108

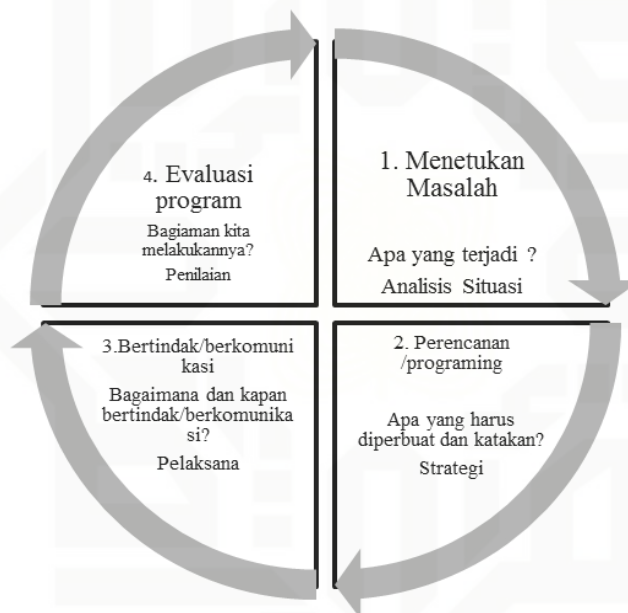
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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) Melakukan tindakan dan berkomunikasi (*Taking action and communicating*).

Langkah ketika mencakup kegiatan kegiatan melaksanakan tindakan dan melakukan komunikasi yang sejak awal dirancang untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Pertanyaan yang harus di ajukan pada tahap ini adalah : “ Siapa yang harus melakukan dan mengatakannya, kapan, di mana, dan bagaimana caranya ?”

- 4) Evaluasi program (*Evaluating the program*).



Gambar. 2.2 Empat Langkah Strategi Humas
(Sumber Cutlip-Center-Broom)

Langkah terakhir ini mencakup penilaian atau evaluasi atas persiapan, pelaksanaan dan hasil-hasil program. Program dapat dilanjutkan atau dihentikan setelah menjawab pertanyaan : “Bagaimana kita telah melakukannya?” Penyesuaian dan perbaikan terhadap tindakan atau komunikasi yang telah dilaksanakan dapat dilakukan berdasarkan umpan balik yang diterima.²⁹

²⁹ *Ibid*

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.

Humas merupakan unsur terpenting dalam suatu instansi atau perusahaan, humas juga merupakan nyawa bagi instansi dan perusahaan karena humas terlibat langsung dengan publik internal ataupun eksternal. Berikut 4 (empat) unsur dasar Humas:³⁰

- a) Humas merupakan filsafat management yang bersifat sosial
- b) Humas adalah suatu pernyataan tentang filsafat tersebut dalam keputusan kebijaksanaan.
- c) Humas adalah tindakan akibat kebijaksanaan tersebut
- d) Humas merupakan komunikasi dua arah yang menunjang kearah penciptaan kebijaksanaan ini kemudian menjelaskan, mengumumkan mempertahankan, atau mempromosikan kepada publik sehingga memperoleh saling pengertian dan itikad baik.

Dalam melakukan kegiatan public relations, ada hal yang harus diperhatikan yaitu sasaran dan strategi, perencanaan dan anggaran serta penelitian dan juga evaluasi. Perencanaan memerlukan pemikiran. Perencanaan suatu program PR jangka pendek untuk mempromosikan pelayan baru barangkali memerlukan sedikit pemikiran dan waktu dibandingkan perencanaan kampanye jangka panjang untuk memperoleh dukungan bagi suatu isu kebijakan publik.

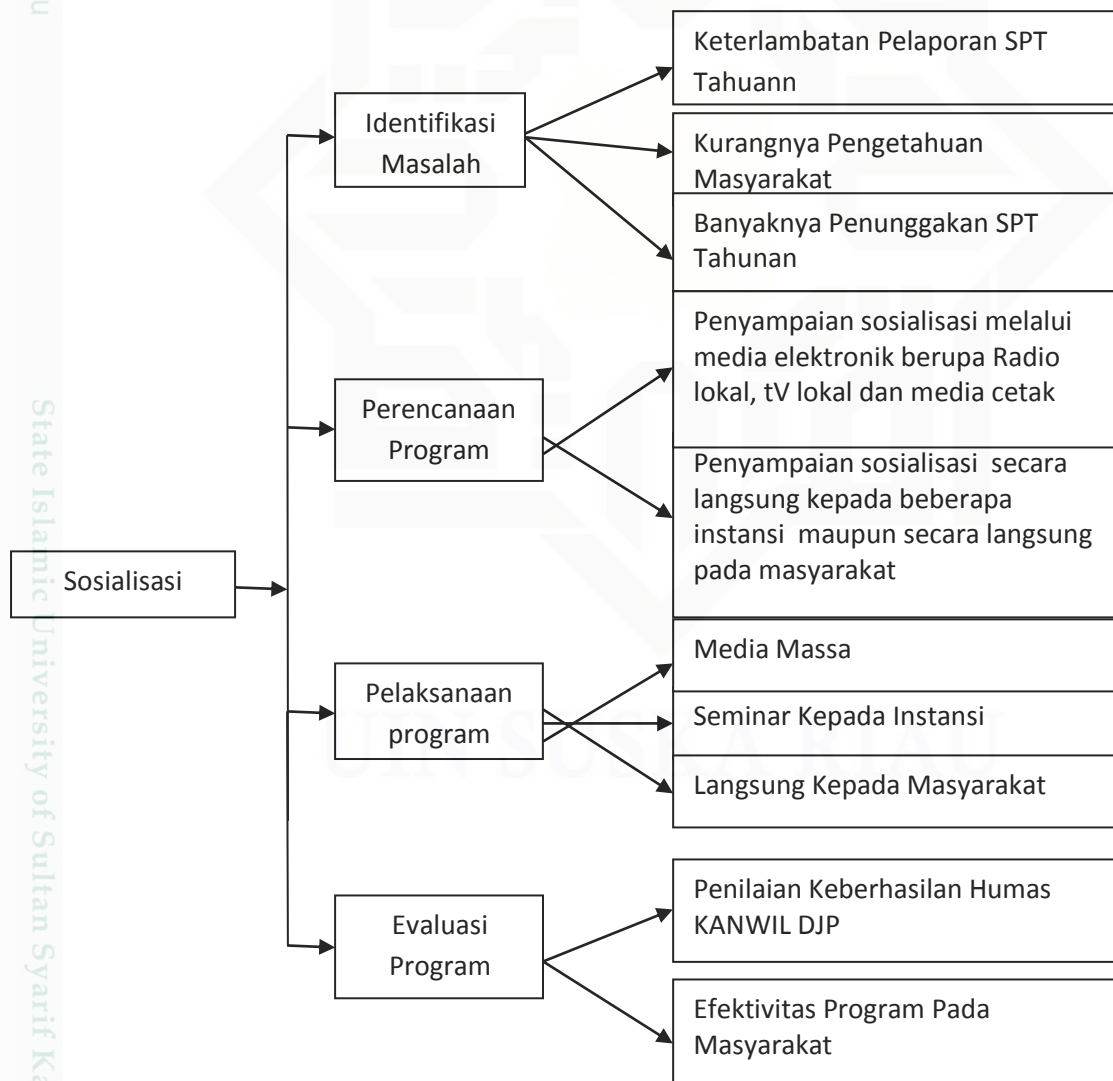
Diantara aspek-aspek yang paling penting adalah menetapkan tujuan yang jelas, sasaran dan target bagi penerapan taktik. Kegiatan PR tidak ada artinya jika dirancang untuk mencapai tujuan yang memerlukan tindakan tertentu.

Kepentingan organisasi atau lembaga dapat jadi jauh berbeda dengan kepentingan public dan sebaliknya, namun juga kepentingan ini sedikit berbeda bahkan dapat juga kepentingannya yang sama. Dalam kondisi yang manapun, tugas humas adalah mempertemukan kepentingan ini menjadi saling dimengerti, dipahami, dihormati, dan dilaksanakan.

³⁰ Frazier Moore. *Humas Membangun Citra Dengan Komunikasi*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005) hal 6

Pentingnya peranan Public Relations dalam perusahaan bukan hanya sebagai media komunikasi tetapi saat perusahaan ingin mencapai reputasi yang baik. Selain itu Public Relations berperan sebagai penunjang atau pendukung keberhasilan perusahaan seperti dalam kegiatan promosi, pemasaran, operasional perusahaan, dan lain-lain.

Berikut ini gambaran dari proses strategi yang dilakukan humas Kanwil DJP Riau dan Kepulauan Riau dalam mensosialisasikan program E-filing kepada masyarakat khususnya kepada karyawan dan pegawai sebuah lembaga dan instansi.



Gambar 2.2 Proses Sosialisasi Berdasarkan Empat Langkah Strategi Humas (Sumber Cutlip-Center-Broom)

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 Sosialisasi

Sosialisasi memiliki banyak definisi diantaranya. Menurut Vander Zande Sosialisasi adalah proses interaksi sosial dimana kita mengenal cara-cara berfikir, berperasaan dan bertingkah laku sehingga dapat berperan serta secara efektif dalam masyarakat. Sementara menurut David A. Goslin sosialisasi adalah proses belajar yang dialami seseorang untuk memperoleh pengetahuan, keterampilan, nilai-nilai dan norma-norma agar ia dapat berpartisipasi sebagai anggota dalam anggota masyarakatnya.³¹

Dari konsep-konsep tersebut dapat kita simpulkan bahwa sosialisasi adalah sebuah proses penanaman atau transfer kebiasaan atau nilai dan aturan dari satu generasi kegenerasi lainnya, dalam sebuah kelompok atau masyarakat.

Dalam sosialisasi ada tujuan, bentuk, macam-macam dan tahapan proses sosialisasi, berikut ini penjelasannya:³²

a. Tujuan sosialisasi

Menurut wahyu bahwa sosialisasi mempunyai tujuan sebagai berikut :

- 1) Memberikan ilmu pengetahuan atau keterampilan yang dibutuhkan bagi kehidupan kelak dimasyarakat.
- 2) Membantu individu agar mampu berkomunikasi secara efektif dan mengembangkan kemampuannya.
- 3) Membantu dalam mengenalkan fungsi-fungsi organik yang dipelajari melalui latihan-latihan mawas diri yang tepat.
- 4) Bertingkah laku selaras dan norma atau tata nilai dan kepercayaan pokok yang ada pada lembaga atau kelompok khususnya dan masyarakat umum.

³¹ Soerjono Soekanto, *Op., Cit*, hal 78

³² *Ibid*

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. Bentuk Sosialisasi

Sosialisasi merupakan bentuk perwujudan dari makna sosialisasi yang sebenarnya, adapun bentuk sosialisasi dibedakan menjadi dua macam, yaitu :³³

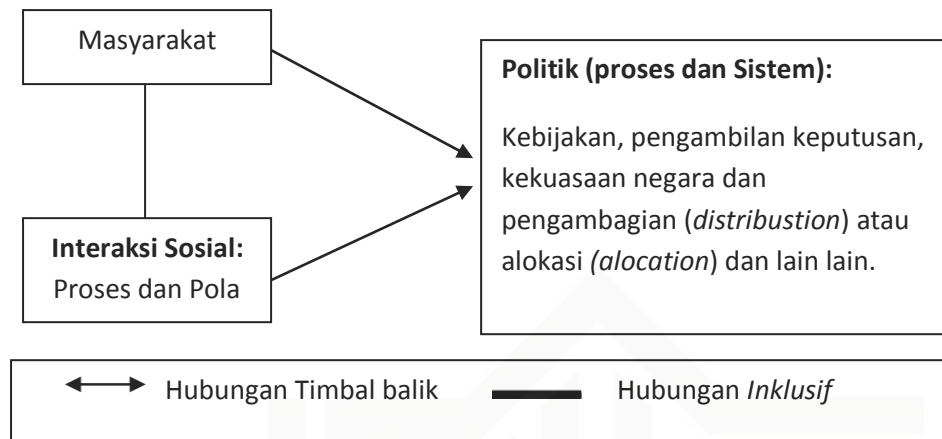
- 1) Sosialisasi Primer, sebagai sosialisasi yang pertama dialami individu semasa kecil, melalui mana ia menjadi anggota masyarakat, dalam tahap ini proses sosialisasi primer membentuk kepribadian anak dalam dunia umum, dan keluarganya yang berperan sebagai agen sosialisasi.
 - 2) Sosialisasi Skunder, didefinisikan sebagai proses berikutnya yang memperkenalkan individu yang telah disosialisasikan kedalam sektor baru dari dunia objektif masyarakatnya, dalam tahap ini proses sosialisasi mengarah pada terwujudnya sikap profesionalisme (dunia yang lebih khusus), dan dalam hal ini yang menjadi agen sosialisasi adalah lembaga pendidikan, peer group, lembaga pekerjaan dan lingkungan yang lebih luas dari keluarga.
- c. Sosialisasi Ekonomi

Sosiologi dapat didefinisikan dengan dua cara yaitu:³⁴

- 1) Sosiologi didefinisikan sebagai sebuah kajian yang mempelajari hubungan antara masyarakat, yang didalamnya terjadi interaksi sosial dengan ekonomi. Dalam hubungan tersebut dapat dilihat bagaimana masyarakat mempengaruhi ekonomi. Juga sebaliknya bagaimana ekonomi mempengaruhi masyarakat. Dengan pemahaman tersebut sosiologi mengkaji masyarakat, yang didalamnya terdapat pola interaksi sosial, dalam hubungannya dengan ekonomi. Hubungan dilihat dari sisi saling pengaruh dan mempengaruhi. Berikut ini gambar yang menunjukkan hubungan antara masyarakat dan ekonomi :

³³ Soerjono Soekanto, Op., Cit, hal 84

³⁴ Damsar. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. (Jakarta: Kencana, 2011) hal 11



Gambar 2.5 Hubungan antara Masyarakat dan Ekonomi

- 2) Kedua, sosiologi ekonomi didefinisikan sebagai pendekatan sosilogis yang diterapkan pada fenomena ekonomi. dari definisi diatas terdapat dua hal yang harus dijelaskan yaitu pendekatan sosiologis dan fenomena ekonomi.

d. Tahap-Tahap Proses Sosialisasi

Dalam melakukan sosialisasi ataupun bersosialisasi ada beberapa tahap yang harus dilakukan terlebih dahulu yaitu:³⁵

1) Tahap Persiapan (Preparatory Stage)

Tahap persiapan adalah tahap dialami sejak manusia dilahirkan artinya seseorang anak mempersiapkan diri untuk mengenal dunia sosialnya, dan memperoleh pemahaman tentang diri sendiri. Pada tahap ini, anak-anak mulai melakukan kegiatan meniru meski tidak sempurna.

2) Tahap Meniru (*Play Stage*)

Tahap meniru adalah tahap meniru ditandai dengan semakin sempurnanya seorang anak menirukan peran-peran yang dilakukan oleh orang dewasa. Pada tahap ini mulai terbentuk kesadaran tentang nama diri dan siapa orang tuanya, saudaranya, dan sebagainya. Anak mulai menyadari tentang apa yang dilakukan seorang ibu dan apa yang diharapkan seorang ibu dari anaknya.

³⁵ <http://artikelsiana.com/2014/12.html> (diakses 19 Mei 2016)

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) Tahap Persiapan Bertindak (*Game Stage*)

Tahap persiapan adalah peniruan yang dilakukan sudah mulai berkurang dan digantikan oleh peran yang secara langsung dimainkan sendiri dengan penuh kesadaran. Kemampuannya menempatkan diri pada posisi orang lain pun meningkat sehingga memungkinkan adanya kemampuan bermain secara bersama-sama.

4) Tahap Penerimaan Norma Kolektif (*Generalized Stage/Other*)

Tahap penerimaan adalah tahap dimana seseorang telah dianggap dewasa. Dia sudah dapat menempatkan dirinya pada masyarakat secara laus.. Dengan kata lain, dia dapat bertenggang rasa, tidak hanya dengan orang yang berinteraksi dengannya, tetapi juga dengan masyarakat secara luas.

B. Kajian Terdahulu

Sebelumnya sudah banyak sekali para akademisi yang melakukan penelitian mengenai strategi humas diantaranya, peneliti pertama: **Strategi Humas DIKTI Dalam Mensosialisasikan Program Beasiswa Misi untuk Pemerataan Akses Pendidikan** (Winda Chahayani, Journal Universitas Pembangunan Nasional. 2010). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Strategi humas direktorat jendral pendidikan tinggi dalam mensosialisasikan program beasiswa misi untuk pemerataan akses pendidikan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan menggunakan empat (4) orang informan, teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Teori yang dipakai yaitu teori komunikasi, teori humas, teori strategi humas dan teori humas pemerintahan. Hasil penelitian berupa penggabungan teori-teori yang ada serta wawancara dengan narasumber. Hasil akhir dari penelitian ini yaitu humas DIKTI telah memberikan kontribusi sangat baik bagi masyarakat, khususnya bagi mereka yang mengalami kendala ekonomi dalam bidang pendidikan. Persamaan dari penelitian ini dengan kajian peneliti yaitu terletak pada tujuannya untuk mengetahui bagaimana

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.

strategi humas dalam kegiatan sosialisasi, perbedaannya terletak pada poenggunaan teori pembahasan.

Peneliti Kedua: **Strategi Humas Dalam Mensosialisasikan Program Listrik Pintar PT. PLN (PERSERO) Wilayah Sulutenggo Di Ranotana** (Marlanny Rumimpunu, Jurnal. Vol.3 No. 1, 2014). PT. PLN (Persero) membuat inovasi atau sebagai suatu solusi dari permasalahan yang dialami pelanggan, yaitu inovasi atau program yang baru : “Program Listrik Pintar”. Berhasilnya program ini, salah satunya dari strategi humas dalam mensosialisasikannya. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui motif, strategi, dan hambatan-hambatan humas dalam mensosialisasikan “Program Listrik Pintar” PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Di Ranotana. Metodologi yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, pengamatan dan studi dokumentasi. Sampel ditentukan secara purposive sampling pada 10 informan. Data dianalisis secara reduksi data, penyajian data, verifikasi dan kesimpulan. Penyajian data dalam bentuk naratif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya motif dalam Motif dalam humas mensosialisasikan “Program Listrik Pintar” PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo. Motif tersebut yaitu, motif humas pada masa lalu dan motif humas pada saat ini. Strategi yang digunakan Humas dalam mensosialisasikan “Program Listrik Pintar” dengan cara melakukan komunikasi terbuka, talk show, dan melakukan hubungan dengan pers lokal serta melakukan publikasi. Hambatan-hambatan dalam mensosialisasikan “Program Listrik Pintar” ke masyarakat terdiri dari aspek kognitif, afektif dan konatif. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dalam mesosialisasikan “Program Listrik Pintar” terdapat motif masa lalu dan masa kini, yang dilakukan dengan strategi komunikasi terbuka, talk show, dan publikasi pers, meskipun terdapat hambatan-hambatan berupa kognitif, afektif dan konatif. Persamaan dari penelitian ini yaitu metodologi yang digunakan yaitu secara konstruktivisme atau wawancara secara mendalam dan studi dokumentasi, perbedaannya terletak pada pembahasan dimana kajian ini hanya melihat motif dari konsumen sedangkan peneliti melihat permasalahan utama dan memecahkan solusi apa yang diberikan oleh humas Kanwil DJP Riau dalam kegiatan sosialisasi *e-filling*.

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.

Peneliti ketiga: **Strategi Humas Dalam Mensosialisasikan Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) Bagian Karyawan Generator Turbin Gas Unit III PT. Menamas Mitra Energi Di Desa Tanjung Batu Kecamatan Tenggarong Seberang** (Syahzehan Rabiljani, eJournal Ilmu komunikasi Vol.1 No.1, 2013).

Penelitian ini bertujuan mengkaji mengetahui dan melihat strategi Humas dalam sosialisasi keselamatan dan kesehatan kerja pada karyawan di PT.Menamas Mitra Energi. Penggunaan komunikasi persuasif dan pemanfaatan media. Dalam sosialisasi dengan penggunaan komunikasi persuasif Humas menggunakan 3 bentuk dalam mengaplikasikannya yaitu perhatian, keputusan, dan member contoh. didalam media yang digunakan Humas dalam hal ini media yang sering digunakan adalah media Poster, Spanduk maupun media pelatihan seminar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam strategi Humas PT.Menamas Mitra Energi melakukan sosialisasi keselamatan dan kesehatan kerja dengan menggunakan komunikasi persuasif. Pemanfaatan media sebagai salah satu strategi Humas yang sama pentingnya dengan komunikasi persuasif dan dari banyaknya media yang bisa digunakan Humas PT.Menamas Mitra Energi. Humas menggunakan media seperti poster dan spanduk serta media seperti seminar pelatihan keselamatan dan kesehatan kerja. Persamaannya terletak pada tujuan dan penggunaan teori yang sama dalam penelitian, sedangkan perbedaannya yaitu pada media yang digunakan dalam kegiatan sosialisasi.

Peneliti keempat: **Strategi Hubungan Masyarakat (Humas) PDAM PT. Tirtasiak Pekanbaru Dalam Membangun Citra Positif Perusahaan** (Khoirul Huda, 2008). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi humas PT. Tirtasiak Pekanbaru dalam membangun citra positif perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan analistik dan teknik pengumpulan data yaitu melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini berjumlah 12 orang. Sumber data dalam penelitian ini di kelompokkan menjadi dua kelompok yaitu, pertama data yang diperoleh dari responden, dengan cara memberi pertanyaan kepada responden. Kedua data yang diperoleh dari hasil wawancara kepada Kabag Hubungan Pelanggan dan Kasubag Hubungan Pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi humas PDAM Tirtasiak 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

adalah tergolong pada katagori kurang berhasil. Persamaannya yaitu melihat dan mengetahui sejauh mana strategi humas dalam melakukan kegiatan sosialisasi dan perbedaannya yaitu hasil dari penelitian kajian ini kurang baik sedangkan kajian peneliti dufah baik.

Peneliti kelima: **Strategi Humas dalam Mengubah Citra Rumah Sakit Jiwa Tampan Pekanbaru Riau** (Nadia Rahayu,2015). Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi humas Rumah Sakit Jiwa Tampan dalam meningkatkan citra positif. Metode yang dilakukan yaitu deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Informan ada 3 orang yang merupakan staff humas dari Rumah Sakit Jiwa Tampan. Teori yang digunakan yaitu teori strategi humas, teori mengubah citra dan teori komunikasi. Hasil akhir dari penelitian ini yaitu strategi humas Rumah Sakit Jiwa Tampan belum berjalan dengan maksimal, dikarenakan strategi humas ini baru dijalankan di tahun 2015. Persamaannya yaitu metodologi yang digunakan dalam melihat strategi humas dalam kegiatan sosialisasi, perbedaannya terletak pada hasil penelitian.

C. Kerangka pikir

Berdasarkan tinjauan teoritis dan penelitian yang relevan dengan penelitian ini, maka kerangka berfikir dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Menurut Vander Zande sosialisasi adalah proses interaksi sosial untuk mengenal cara-cara berfikir, berperasaan dan bertingkah laku sehingga dapat berperan secara efektif dalam kehidupan bermasyarakat.³⁶

Menurut David A. Goslin sosialisasi adalah Proses proses belajar yang dialami seseorang untuk memperoleh pengetahuan, keterampilan, nilai-nilai dan norma-norma agar ia dapat berpartisipasi dalam kelompok masyarakat.³⁷

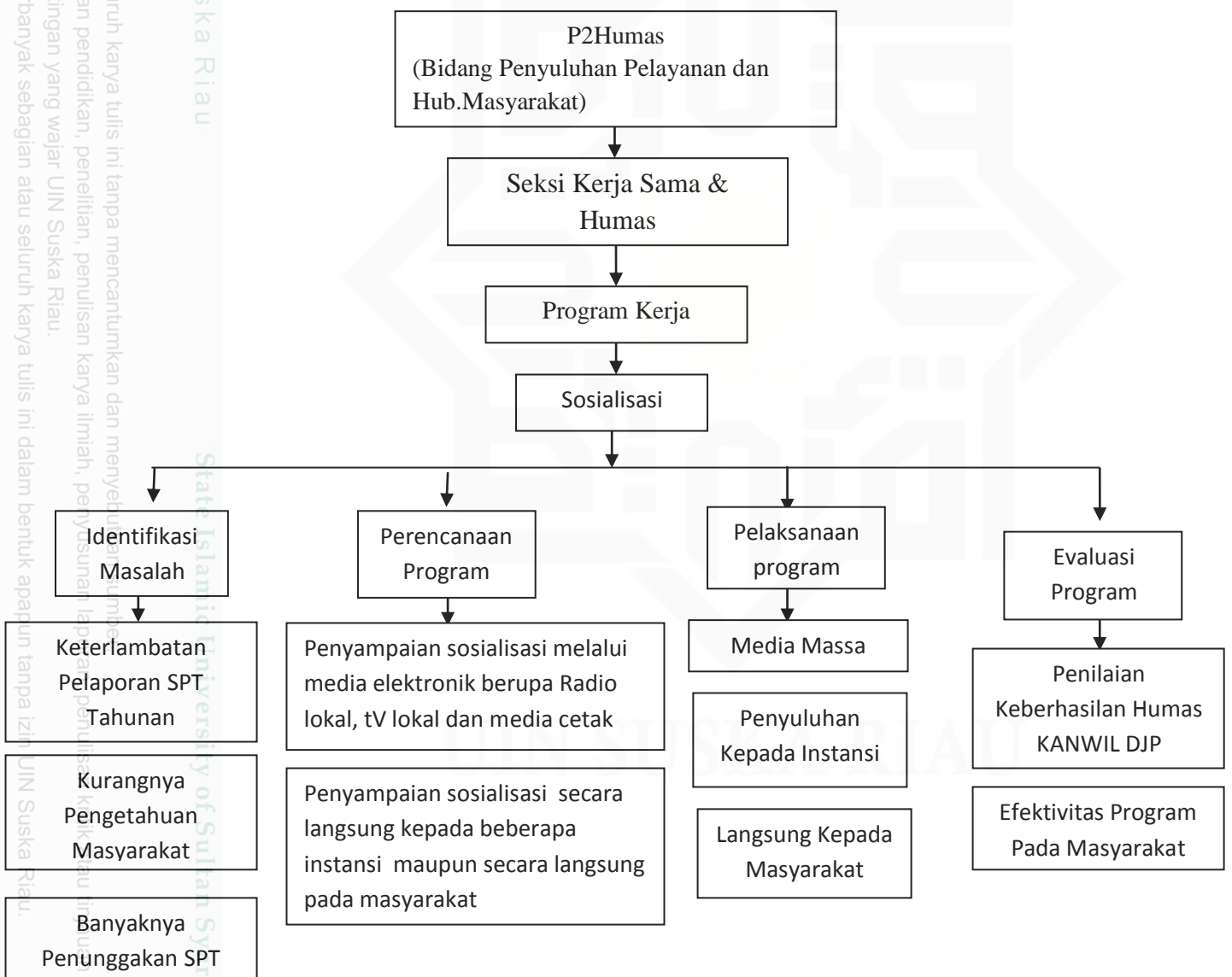
Proses sosialisasi ini tidak hanya dilakukan oleh satu pihak melainkan oleh dua pihak yaitu:

³⁶ Vander Zande, “sosialisasi adalah proses interaksi sosial untuk mengenal cara-cara berfikir, berperasaan dan bertingkah laku sehingga dapat berperan secara efektif dalam kehidupan bermasyarakat” dalam Soerjono Soekamto (ed.), Op Cit, hal 78

³⁷ David A. Goslin, “osialisasi adalah Proses proses belajar yang dialami seseorang untuk memperoleh pengetahuan, keterampilan, nilai-nilai dan norma-norma agar ia dapat berpartisipasi dalam kelompok masyarakat” dalam Soerjono Soekamto (ed.), Op Cit, hal 78

1. Pihak yang melakukan sosialisasi yaitu Humas Kanwil DJP Riau dan Kepulauan Riau
2. Pihak yang disosialisasi yaitu masyarakat terutama kepada karyawan dan pegawai dari instansi dan lembaga.

Berikut ini ialah berupa gambaran kerangka pikir yang berkaitan dengan strategi humas mengacu pada teori empat langkah strategi humas:



Gambar 2.6 Prosedur Sosialisasi Berdasarkan Empat Langkah Strategi Humas (Sumber Cutlip-Center-Broom)