

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 FIKIR

#### A. Kajian Teori

Teori merupakan serangkaian konsep, definisi yang saling berkaitan dan bertujuan untuk memberikan gambaran yang sistematis tentang fenomena, gambaran sistematis ini dijabarkan dan menghubungkan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain dengan tujuan untuk menjelaskan fenomena tersebut<sup>9</sup>.

Jadi kerangka teoritis merupakan landasan umum bagi penulis untuk memaparkan atau menjelaskan konsep-konsep teori yang berhubungan dengan permasalahan dalam penelitian.

##### 1. Peranan Humas

Peranan dapat diartikan dalam dua kategori, yaitu : *pertama*, lakon yang dimainkan oleh seorang pemain, dan yang *kedua*, fungsi maupun tugas.<sup>10</sup> Peranan adalah setiap pola dan tingkah laku yang perlu diemban dan dilaksanakan (dalam hal ini oleh para manajer) berkaitan dengan fungsinya dalam struktur organisasi atau perusahaan. Sedangkan menurut Susantoperanan adalah bagian aktivitas yang dimainkan seseorang<sup>11</sup>. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa peranan merupakan bagian dari pelaksanaan fungsi dan tugas yang dilaksanakan dalam suatu kegiatan atau kepentingan tertentu guna mencapai suatu tujuan yang diharapkan dan juga berfungsi sebagai penyaring atau filter dari komunikasi timbal balik dengan tujuan untuk menciptakan dan membina stabilitas sosial.

<sup>9</sup>Singarimbun, Masri dkk. *Metode Penelitian Survey*, LP3ES, Jakarta, 1995, hlm 48

<sup>10</sup>JS Badudu, *Desentralisasi dan pemerintahan daerah*. Malang: Bayumedia Publishing, 1998 hlm 103

<sup>11</sup>Ali, Novel. *Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Kurnia, 1986, hlm 224

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.

Peranan humas dalam suatu organisasi dapat dibagi menjadi empat katagori yaitu sebagai berikut:

a. Penasehat Ahli (*Expert Prescriber*)

Hubungan praktisi humas dengan manajemen organisasi seperti hubungan antara dokter dengan pasien artinya pihak manajemen bertindak fasif untuk menerima atau mempercayai apa yang telah disarankan atau diusulkan pakar humas.

b. Fasilitator Komunikasi (*Communication Facilitator*)

Dalam hal ini praktisi humas bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen untuk mendengarkan keinginan dan harapan publiknya dan mampu menyalurkan keinginan, kebijakan dan harapan organisasi.

c. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem Solving Process Facilitator*)

Peranan praktisi humas dalam proses pemecahan masalah *public relations* ini merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksud untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasehat (*adviser*) hingga pengambilan keputusan.

d. Teknisi Komunikasi (*Communications Technician*)

Peranan teknisi komunikasi ini menjadikan praktisi humas sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan *methode of communication of organization*.<sup>12</sup>

Dari keempat peranan humas tersebut dapat disimpulkan menjadi dua peranan yakni, peranan managerial (*communication menager role*) dikenal dengan

<sup>12</sup>Ruslan, Rosady. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010, Hlm 27

peranan tingkat manajemen dan peranan teknis (*communication technical role*).

Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Kusumastuti<sup>13</sup> bahwa ada dua peranan humas dalam organisasi yaitu sebagai berikut :

a. Peranan Managerial (*Communication Managerial*)

Peranan Managerial dikenal dengan peranan tingkat meso (*manajemen*) dapat diuraikan menjadi tiga peranan, yakni :

1). *Expert Prescriber*

Petugas humas dianggap sebagai orang yang ahli, dia menasehati pimpinan perusahaan/organisasi.

2). *Problem Solving Process Facilitator*

Pada peranan ini petugas humas melibatkan diri atau terlibat dalam setiap manajemen (krisis).

3). *Communication Facilitator*

Peranan humas sebagai kegiatan komunikasi antara perusahaan/organisasi dengan publiknya, baik dengan pihak internal maupun eksternal.

b. Peranan Teknis (*Communications Technician*)

Disini petugas humas dianggap sebagai pelaksana teknis komunikasi, praktisi humas menyediakan layanan dibidang teknis, sementara kebijakan dan keputusan teknik komunikasi mana yang akan digunakan bukan merupakan keputusan petugas humas, melainkan keputusan manajemen dan petugas humas yang menjalankannya.

<sup>13</sup>Kusumastuti, Frida. *Dasar-Dasar Humas*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002, hlm 24

## 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.

## 2. Humas (Hubungan Masyarakat)

Pada dasarnya humas merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun organisasi yang nonkomersial. Mulai dari yayasan, perguruan tinggi, dinas militer, sampai dengan lembaga-lembaga pemerintah, bahkan pesantren dan usaha bersama seperti Gerakan Nasional Orang Tua Asuh (GN-OTA) pun memerlukan humas. Kebutuhan akan kehadirannya tidak bisa dicegah, terlepas dari kita menyukainya atau tidak, karena humas merupakan salah satu elemen yang menentukan kelangsungan suatu organisasi secara positif. Arti penting humas sebagai sumber informasi terpercaya kian terasa pada era globalisasi dan banjir informasi seperti saat ini<sup>14</sup>

Humas yang merupakan terjemahan bebas dari istilah *public relations* atau PR, kedua istilah ini akan dipakai secara bergantian, itu terdiri dari semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja yang berkepentingan dengannya. Setiap orang pada dasarnya juga selalu mengalami humas, kecuali jika ia adalah sejenis tarzan yang tidak pernah bertemu atau menjalin kontak dengan manusia lainnya<sup>15</sup>

Menurut para pakar, hingga saat ini belum terdapat konsensus mutlak tentang definisi dari PR/Humas. Ketidakepakatan tersebut disebabkan oleh : *pertama*, beragamnya definisi *public relations* yang telah dirumuskan baik oleh para pakar maupun profesional *public relations*/humas didasari perbedaan sudut pandang mereka terhadap pengertian humas/*public relations*. *Kedua*, perbedaan

<sup>14</sup>Anggoro, M Linggar. *Teori dan Profesi Kehumasan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2000 hlm 1

<sup>15</sup>*Loc.cit*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

latar belakang, misalnya definisi yang dilontarkan oleh kalangan akademisi perguruan tinggi tersebut akan lain bunyinya dengan apa yang diungkapkan oleh kalangan praktisi (*public relations practitioner*). Ketiga, adanya indikasi baik teoretis maupun praktis bahwa kegiatan *public relations* kehumasan itu bersifat dinamis dan fleksibel terhadap perkembangan dinamika kehidupan masyarakat yang mengikuti kemajuan zaman, khususnya memasuki era globalisasi dan milenium ketiga saat ini.<sup>16</sup>

Walaupun berbagai definisi kehumasan memiliki redaksi yang saling berbeda akan tetapi prinsip dan pengertiannya sama. Ada beberapa definisi *Public relations*/Humas menurut para ahli antara lain adalah :

- a. Menurut Majelis Humas Dunia, Humas adalah seni dan ilmu sosial dalam menganalisis kecenderungan, memperkirakan akibat-akibat, memberikan saran kepada pimpinan perusahaan serta melaksanakan program tindakan terencana yang melayani baik kepentingan organisasi dan khalayaknya.<sup>17</sup>
- b. *Public Relations*/Humas adalah komunikasi eksternal dengan menggunakan simbol dan tindakan simbolis untuk menginformasikan atau mempengaruhi publik dengan menggunakan tulisan, pemasaran, periklanan, publisitas, promosi, dan event-event penting. Beberapa spesialis *public relations*/Humas bekerja penuh waktu dalam perusahaan, politisi, organisasi nirlaba, atau

<sup>16</sup>Ruslan, Rosady, *Op.cit*, hal 15

<sup>17</sup>Morrisan. *Manajemen Public Relations Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008, hlm 8



## 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.

pemerintah; sedangkan beberapa *public relations*/Humas melakukan kontrak dengan organisasi mereka<sup>18</sup>

c. Menurut Michael Lee Kent, *Public Relations*/Humas adalah fungsi komunikasi manajemen dimana organisasi beradaptasi dengan atau mengelola lingkungan mereka untuk mencapai tujuan tertentu dari organisasi<sup>19</sup>

d. Hugo A. de Roode dalam Rumantimengatakan bahwa *Public Relations*/Humas adalah :

- 1). *Public Relations*/Humas merupakan upaya yang disengaja, direncanakan, dan dilakukan terus-menerus untuk membangun dan menjaga adanya saling pengertian antarorganisasi dengan publiknya
- 2) *Public Relations*/Humas merupakan fungsi manajemen yang mengevaluasi perilaku publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan prosedur organisasi dengan interes publik dan melaksanakan program tindakan (komunikasi) untuk mendapatkan pemahaman dan pengertian publik.
- 3) *Public Relations*/Humas merupakan upaya dengan menggunakan informasi, persuasi, dan penyesuaian, untuk menghidupkan dukungan publik atas suatu kegiatan, atau suatu sebab.
- 4) *Public Relations*/Humas merupakan seni dari pengetahuan untuk mengembangkan saling pengertian dan niat baik diantara seseorang, perusahaan, atau institusi dan publiknya.

<sup>18</sup>Liliweri, Alo. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011, hal 654

<sup>19</sup>*Ibid*, hlm 654

## 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.

- 5) *Public Relations*/Humas adalah praktek dan juga seni dalam ilmu sosial untuk menganalisis kecenderungan mereka, menasihati para pemimpin organisasi, dan melaksanakan program yang direncanakan dari tindakan-tindakan yang akan melayani baik organisasi maupun interes publiknya<sup>20</sup>

e. Menurut Harlow sebagaimana dikutip Effendy<sup>21</sup> mengungkapkan, hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen yang khas yang mengandung dan memelihara jalur bersama bagi komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama antara organisasi dan khalayaknya; melibatkan manajemen dalam permasalahan atau persoalan; membantu manajemen memperoleh penerangan mengenai dan tanggapan terhadap opini publik; menetapkan dan menegaskan tanggung jawab manajemen dalam melayani kepentingan umum; menopang manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif dalam penerapannya sebagai sistem peringatan secara dini guna membantu mengantisipasi kecenderungan; dan menggunakan penelitian serta teknik-teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai kegiatan utama<sup>22</sup>

f. Michael Turney (*Online Readings in Public Relations, by Michael Turney,:*

- 1). *Public Relations*/Humas adalah salah satu fungsi manajemen yang membedakannya dengan fungsi manajemen yang lain untuk membantu menetapkan, memelihara komunikasi timbal balik, pemahaman, penerimaan, dan kerja sama antara organisasi dan publiknya (Rex Harlow, Director Foundation for Public Relations Research and Education).

<sup>20</sup>*Ibid*, hlm 654

<sup>21</sup>Effendi, Onong Uchjana. *Hubungan Masyarakat*. Bandung: Rosda karya, 1999, hlm 21

<sup>22</sup>Liliweri, Alo, *Op.cit*, hlm 654

- 2). *Public Relations*/Humas merupakan praktek, seni, dan ilmu sosial yang meneliti kecenderungan, melakukan konseling terhadap pemimpin organisasi, dan mengimplementasikan pelbagai program yang telah direncanakan, aktivitas serta layanan organisasi demi kepentingan publik (World Assembly of Public Relations Mexico City Conference).
- 3). *Public Relations*/Humas adalah program organisasi yang mempromosikan pertukaran pengaruh dan pemahaman diantara organisasi dan konstituen dan publik (Otis Baskin & Craig Aronoff, *Public Relations: The Profession and the Practice*)
- 4). *Public Relations*/Humas yang profesional adalah suatu jembatan yang menghubungkan suatu organisasi dengan publiknya melalui komunikasi dua arah (Peter Jeff, *Practitioner Grand Rapids, Michigan*).<sup>23</sup>

### 3. Fungsi Humas

Fungsi utama PR/Humas adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga atau organisasi dengan publik, intern maupun ekstern dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat umum (opini publik) yang menguntungkan lembaga (organisasi)<sup>24</sup>. Emery menyebut fungsi *public relations* sebagai upaya yang terencana dan terorganisir dari sebuah perusahaan atau lembaga untuk menciptakan hubungan-hubungan yang saling bermanfaat dengan berbagai publiknya.

<sup>23</sup>*Ibid*, hlm 654-655

<sup>24</sup>*Ibid*, hlm 658-659



## 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.

Di sisi lain, fungsi utama hubungan masyarakat yaitu :<sup>25</sup>

- a. Memberikan penerangan kepada masyarakat.
- b. Melakukan persuasi untuk merubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung.
- c. Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan/lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.

Ciri khusus fungsi utama hubungan masyarakat menurut Bernays, yaitu : menunjukkan kegiatan tertentu (*activities*), kegiatan yang jelas, adanya perbedaan khas dengan kegiatan lain (*different*), terdapat suatu kepentingan tertentu (*important*), adanya kepentingan bersama (*common interest*), terdapat komunikasi dua arah secara timbal balik (*reciprocal two ways traffic communication*).

Sementara itu Cutlip dan Centre dan Canfield<sup>26</sup>, mengungkapkan fungsi utama hubungan masyarakat sebagai berikut :

- a. Menunjang aktifitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen lembaga/organisasi).
- b. Membina hubungan yang harmonis antara badan/organisasi dengan pihak publiknya sebagai khalayak sasaran.
- c. Mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan opini, persepsi, dan tanggapan masyarakat terhadap badan/organisasi yang diwakili atau sebaliknya.

<sup>25</sup>Ardianto, Elvinaro, 2004, *Public Relation : Suatu Pendekatan Praktis*, Pustaka Bani Quraisy, Bandung, Tahun 2004, hal 124

<sup>26</sup>Cutlip, M Scott dkk. *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, Tahun 2007 hal 20

## 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.

- d. Melayani keinginan publiknya dan memberi sumbang saran kepada pimpinan manajemen demi tercapainya tujuan dan manfaat bersama.
- e. Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari badan/organisasi ke publiknya atau terjadi sebaliknya demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak. Berdasarkan uraian mengenai ciri-ciri humas beserta penegasan kegiatan humas menurut Cutlip dan Centre serta Canfield di atas, maka fungsi humas dapat dirumuskan sebagai berikut.<sup>27</sup>
  - a. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi ;
  - b. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik intern maupun ektern;
  - c. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi;
  - d. Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.

#### 4: Ciri Humas

Berfungsi atau tidaknya Humas dalam sebuah organisasi dapat diketahui dari ada-tidaknya kegiatan yang menunjukkan ciri-cirinya, ciri Humas yaitu :

- a. Humas adalah kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi yang berlangsung dua arah secara timbal balik.

<sup>27</sup>Effendi, Onong Uchjana, *Op.cit.*, 2002, 36

## 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.

Sebagai kegiatan komunikasi dalam organisasi, prosesnya berlangsung dalam *dua arah timbal balik* (two way traffic reciprocal communication). Ini berarti pada jalur pertama komunikasi berbentuk *penyebaran informasi* oleh manajer sebagai pemimpin organisasi kepada publik. Pada jalur kedua komunikasi berlangsung dalam bentuk *penyampaian tanggapan* atau *opini publik* (public opinion) dari pihak publik kepada si manajer tadi. Dengan komunikasi dua arah timbal balik itu berarti bahwa sang manajer harus selalu mengkaji, apakah informasi yang disebarkan kepada publiknya itu diterima, dimengerti, dan dilaksanakan atau tidak. Evaluasi terhadap proses dan efek komunikasinya itu perlu diketahui untuk bahan perencanaan kegiatan berikutnya. Jika menurut hasil evaluasi, kegiatan komunikasinya itu berhasil, apa yang menjadi faktor penunjang? Sebaliknya, bila berdasarkan hasil evaluasi ternyata gagal, apa yang menjadi faktor penghambat? Dengan mengetahui dan memperhatikan faktor-faktor tersebut, maka proses segala kegiatan selama berkaitan dengan komunikasi, akan mengalami perkembangan secara *dinamik spiralistik*, artinya akan maju secara bersinambungan menuju kepada perbaikan.

- b. Humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh manajemen suatu organisasi.

Untuk mencapai suatu tujuan dalam teori manajemen, disebutkan bahwa prosesnya berlangsung melalui tahap-tahap yang terkenal dengan *POAC*, sebagai singkatan dari *Planing* (perencanaan), *Organizing* (pengorganisasian), *Actuating* (Penggiatan), dan *Controlling* (Pengawasan).

## 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 unsur-unsur yang terlibat dalam proses yang bertahap secara bersinambungan itu ialah apa yang dikenal dengan rumus *Six M* sebagai singkatan dari *Men* (Manusia), *Materials* (Bahan), *Machines* (Mesin), *Methods* (Metode), *Money* (Biaya), dan *Markets* (Pasar).

Untuk mencapai suatu tujuan melalui ke-empat tahap yang dilengkapi dengan enam unsur itu, manajemen akan berhasil bila ditunjang oleh kegiatan humas. Tetapi kegiatan humas disini adalah khusus yang bersangkutan dengan komunikasi. Dan yang berhubungan dengan komunikasi adalah unsur manusia, yakni manusia yang berada didalam organisasi dan manusia diluar organisasi, tetapi yang ada hubungannya dengan organisasi.

- c. Publik yang menjadi sasaran kegiatan humas adalah publik ekstern dan publik intern.

Ciri ketiga dari humas ialah bahwa sasaran kegiatannya adalah publik eksternal (*external public*) dan publik internal (*internal public*). Mengenai publik sebagai kesatuan manusia-manusia yang merupakan salah satu unsur dari *Six M* dalam manajemen itu telah dijelaskan dimuka secara panjang lebar, bahkan diberi penekanan, karena di Indonesia ada kecenderungan bahwa manusia-manusia yang menjadi sasaran kegiatan humas itu hanyalah orang-orang diluar organisasi. Publik didalam organisasi pun-antara lain para karyawan-adalah sasaran kegiatan humas. Mereka diarahkan dan dikerahkan kepada pencapaian tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi. Dengan meminjam istilah psikologi manajemen, *perilaku individual* (*individual behavior*) setiap karyawan dibina sehingga sesuai, selaras, dan serasi dengan *perilaku organisasional* (*organizational behavior*). Cara menggiatkannya

## 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 dengan komunikasi, bukan dengan cara-cara lain diluar bidang komunikasi. Demikian pula kegiatan yang ditujukan kepada publik eksternal.

- d. Operasionalisasi humas adalah membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik dan mencegah terjadinya rintangan psikologi, baik yang timbul dari pihak organisasi maupun dari pihak publik.

Ciri humas dalam operasionalisasinya ada dua, yakni pertama *membina hubungan yang harmonis* antara organisasi dengan publik, dan yang kedua *mencegah terjadinya rintangan psikologi* pada pihak publik.

Istilah harmonis yang menjadi sifat hubungan yang harus dibina humas mengandung makna yang luas, yakni sikap menyenangkan, (favorable), itikad baik (goodwill), toleransi (tolerance), saling pengertian (mutual understanding), saling mempercayai (mutual confidence), saling menghargai (mutual appreciation), dan citra baik (good image).

Situasi hubungan yang seperti itulah yang harus dibina oleh humas, baik antara organisasi dengan publik internal maupun dengan publik eksternal. Dalam pada itu, mengenai upaya pencegahan terjadinya rintangan psikologi, kegiatan humas adalah memantau atau mendeteksi gejala-gejala yang timbul, baik pada publik intern maupun pada publik ekstern. Begitu gejala negatif tampak, segera ditangani untuk mencegah menjadi tindakan fisik yang apabila dibiarkan akan menghambat tercapainya tujuan organisasi.

## 5. Kedudukan Humas Dalam Administrasi Pendidikan

Kedudukan humas dalam administrasi pendidikan dapat ditinjau dari pengertian administrasi pendidikan pada khususnya atau pengertian administrasi pada umumnya. Menurut Ngalm Purwanto secara luas administrasi pendidikan



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 suatu proses kegiatan bersama dalam bidang pendidikan, yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pelaporan, pengoordinasian, pengawasan, dan pembiayaan, dengan memanfaatkan fasilitas yang tersedia, baik personal, material maupun spritual untuk mencapai tujuan pendidikan secara efektif dan efisien.

Sementara itu secara sempit administrasi pendidikan adalah pembinaan, pengawasan, dan pelaksanaan segala sesuatu yang berhubungan dengan urusan sekolah. Selain itu juga terdapat suatu definisi yang berupa penekanan mengenai administrasi pendidikan pada umumnya atau administrasi pendidikan di-sekolah pada khususnya. Yaitu, administrasi pendidikan disekolah bukan sekedar kegiatan tata usaha atau *clerical work* seperti dilakukan dikantor-kantor, melainkan mencakup semua aspek kegiatan sekolah yang bertujuan untuk mencapai tujuan pendidikan formal. Secara hierarki atau bertingkat, tujuan tersebut meliputi lima hal, yaitu :

- a. Tujuan umum (tujuan pendidikan pada umumnya)
- b. Tujuan institusional (tujuan sekolah bersangkutan)
- c. Tujuan kurikuler
- d. Tujuan instruksional umum (TIU)
- e. Tujuan instruksional khusus (TIK).

Administrasi pendidikan disekolah juga dapat dipandang dari hakikat administrasi itu sendiri, yaitu sebagai manajemen. Apabila ditinjau dari sudut pandang tersebut, dapat dijumpai berbagai kegiatan yang berhubungan dengan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengoordinasian, pengawasan

**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.

(supervisi), dan pengomunikasian. Semua itu sesuai dengan fungsi pokok manajemen, yang juga merupakan tahap-tahap kegiatan kepemimpinan, yaitu *planning, organizing, actuating/staffing, directing, coordinating, controlling* dan *communicating*.

Berdasarkan uraian tersebut diatas dapat disimpulkan tentang kedudukan humas, baik dari sudut pandang manajemen maupun lingkup administrasi pendidikan itu sendiri, yaitu :

- a. Jika ditinjau dari sudut pandang *manajemen*, humas adalah suatu realisasi fungsi komunikasi, sementara tugas humas itu sendiri merupakan salah satu fungsi manajemen.
- b. Jika ditinjau dari sudut pandang *administrasi pendidikan*, humas adalah bagian atau salah satu komponen kegiatan administrasi pendidikan, dalam hal ini di sekolah. Realisasinya adalah kegiatan yang dilakukan sekolah bersama-sama dengan masyarakat. Kegiatan sekolah yang berhubungan dengan masyarakat diarahkan pada terciptanya kerjasama yang harmonis antara sekolah dan masyarakat.<sup>28</sup>

## 6. Penggunaan Media dan Alat Humas Pendidikan

### a. Media dan Alat Humas

Pada dasarnya media dan alat hubungan masyarakat terdiri atas dua hal, yaitu kata-kata tercetak (*the printed word*) dan kata-kata lisan (*the spoken work*). Kata-kata tercetak yaitu, berupa majalah, pedoman, surat, surat kabar, papan pengumuman, iklan, dan buklet.

<sup>28</sup>Suryosubroto, B, *Hubungan Sekolah dengan Masyarakat*. Jakarta: Rineka Cipta, 2012, hlm 15-

## 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.

Buklet terdiri atas dua jenis, yaitu indoktrinasi buklet dan institusional buklet. *Indoktrinasi buklet* berfungsi sebagai pedoman peraturan, dan pemberi dorongan kepada pembaca untuk membangkitkan semangat kebersamaan dalam sebuah kelompok (*a team spirit*) dan semacamnya. Biasanya buklet berisi keterangan tentang rencana kegiatan suatu instansi atau lembaga untuk mempermudah orang-orang yang berkepentingan memperoleh informasi mengenai salah satu kegiatan atau perencanaan intern. *Institusional buklet* lebih banyak berisi ide-ide daripada hal-hal yang bersifat pelayanan, misalnya hal-hal yang berkaitan dengan pendidikan dan kegiatan sosial.

Kata-kata lisan yaitu, berupa Rapat/pertemuan/konferensi, Film dan slide, Televisi, Pameran, Open house, Sandiwara dan wayang, Radio, Media audio, Media visual, Surat, Buletin, Pameran, Media audiovisual, Film dokumenter, Diskusi.

#### b. Media dan Alat Humas Pendidikan

Berdasarkan berbagai pendapat yang telah diuraikan dimuka tentang klasifikasi media dan alat kegiatan humas, maka dapat disimpulkan bahwa media dan alat kegiatan humas pendidikan disekolah yaitu :

##### 1. Media dan alat kegiatan humas pendidikan disekolah yang bersifat visual (indra penglihatan) antara lain :

Pameran sekolah, foto peristiwa penting, proyektor dan slidenya, majalah dinding, buletin, surat kabar, surat, selebaran, pamflet/poster/spanduk, lambang, bendera, karikatur, gambar, buku/paper/kliping/laporan, papan pengumuman, mesin ketik/mesin stensil,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

**7. Sasaran Utama Humas Untuk Sekolah dan Audien Sasaran Utama Untuk Pendidikan**

Dilema bagi Humas dilingkungan ini adalah meskipun publik menghargai pendidikan dan merasa bahwa pendidikan adalah investasi yang baik, namun publik juga merasa bahwa hasil pendidikan tidak bagus dan biayanya terlampau mahal. Oleh karena itu perlu adanya sasaran utama humas untuk sekolah yaitu :

- a. Meningkatkan pengetahuan tentang isu-isu pendidikan, terutama isu mengenai masalah dana, untuk menghilangkan misinformasi dan rumor.
- b. Menjalin hubungan dengan konstituen kunci untuk membangun dukungan publik dan membantu memastikan pendanaan yang memadai, termasuk mencari sumbangan jika perlu.

<sup>29</sup>*Ibid.* Hlm 32-41

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. Mendapatkan penerimaan publik terhadap inisiatif pendidikan dan dukungan publik saat melakukan perubahan pendidikan.
- d. Memperkuat reputasi sekolah dimata audien sasaran.

Hubungan antara institusi pendidikan dan komunitas adalah hubungan yang beragam dan kompleks.

Audien sasaran utama untuk pendidikan antara lain :

- a. *Orang tua yang memainkan peran utama dalam memberi dukungan untuk anggaran yang memadai.* Hubungan yang baik dengan orang tua diawali dengan komunikasi yang sering dan terbuka antara guru dan murid.
- b. *Staf sekolah, dari kepala sekolah sampai tukang kebun harus dilibatkan dalam program Humas sekolah.* Banyak pengawas sekolah punya dewan penasihat yang mencakup representasi dari semua kategori karyawan.
- c. *Murid mungkin merupakan publik paling penting dalam sistem sekolah.* Pejabat sekolah harus memastikan agar murid mereka diberi tahu tentang kebijakan, memastikan pelajaran yang diberikan sudah memenuhi kebutuhan mereka dan menantang kemampuan mereka, memastikan bahwa perhatian individual diberikan kepada mereka yang membutuhkannya, dan agar murid dan orang tua merasa bangga dengan sekolahnya.
- d. *Komunitas bisnis dan kemitraan sekolah bisa beragam bentuknya.* Ini bisa berupa program *adopt-a school*, berbagi sumberdaya, konsultasi tentang manajemen dan teknologi, dan advokasi dengan pemerintah lokal dan negara bagian untuk menaikkan dukungan kepada sekolah.
- e. *Kelompok komunitas, seperti lingkungan sekitar, donor potensial, dan warga yang peduli lainnya.* Komunitas ini bisa direngkuh melalui pertemuan Parent



Teacher Association (PTA), acara dan forum khusus, klub, website, media, dan sebagainya.

f. *Media berita lokal, televisi kabel, dan website adalah penting untuk memberi informasi kepada publik tentang tantangan yang dihadapi sekolah lokal.*

Untuk mendapatkan liputan berita yang strategis, sekolah harus kreatif dan senantiasa berbagi informasi tentang kurikulum dan kebijakan pendidikan.

g. *Dewan anggota pendidikan yang bisa bertindak sebagai perantara antara publik sekolah dengan administrator profesional.* Adalah penting agar anggota dewan itu setuju pada pernyataan dari kebijakan Humas<sup>30</sup>.

## 8. Merekrut Siswa Baru

Terdapat dua strategi yang dapat dilaksanakan oleh sekolah dalam penerimaan siswa baru, yaitu strategi humas dengan publik intern dan publik ektern. Strategi humas dengan publik intern dalam hal ini adalah suatu cara alternatif optimal yang dipilih untuk melaksakan atau ditempuh guna mencapai tujuan humas dalam kerangka suatu rencana humas.<sup>31</sup>

Menurut Jefkins hubungan masyarakat internal sama pentingnya dengan hubungan masyarakat eksternal, karena kedua bentuk hubungan masyarakat tersebut diumpamakan sebagai dua sisi mata uang yang mempunyai arti sama dan saling terkait erat satu sama lain<sup>32</sup>

Adapun media internal yang sering digunakan para praktisi humas dilembaga pendidikan, anatara lain : warta atau bulletin; papan informasi;

<sup>30</sup>Cutlip, M Scott dkk, *Op.cit*, hlm 518-519

<sup>31</sup>Nasution, Zulkarnain. *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*. Malang: UMM Press, 2010, hlm 28

<sup>32</sup>Ruslan, Rosady, *Op.cit*, hlm 271

spanduk dan baliho; kotak saran; presentasi video dan *slide*; komunikasi tatap muka; acara kekeluargaan; letaratur pengenalan/informasi.<sup>33</sup>

Sedangkan strategi humas dengan publik ekstern dapat dilakukan dengan disediakannya media humas eksternal yang berfungsi memberikan informasi dan penyampaian komunikasi kepada pihak luar.<sup>34</sup> Bentuk media eksternal tersebut antara lain : komunikasi lisan; sponsor; media cetak; media elektronik; media tatap muka atau secara langsung; spanduk dan umbul-umbul; *Company profile* (Profil lembaga pendidikan); *Special event* (kegiatan khusus dalam humas); Media internet.

## 9. Model Komunikasi Lasswell

Model ini dikemukakan oleh Harold D Lasswell pada tahun 1948 yang menggambarkan proses komunikasi dan fungsi – fungsi yang diembannya dalam masyarakat. Lasswell mengemukakan tiga fungsi komunikasi, yaitu: pengawasan lingkungan, korelasi berbagai bagian terpisah dalam masyarakat yang merespon lingkungan, transmisi warisan sosial dari suatu generasi ke generasi lainnya. Lasswell mengaku bahwa tidak semua komunikasi bersifat dua arah.

Model Lasswell sering diterapkan dalam komunikasi massa. Model tersebut mengisyaratkan bahwa lebih dari satu saluran dapat membawa pesan. Model Lasswell dikritik karena model itu tampaknya mengisyaratkan kehadiran komunikator dan pesan yang bertujuan. Proses komunikasi yang terjadi yaitu sebagai berikut :

a. Who (siapa/sumber)

<sup>33</sup>Nasution, Zulkarnain. *Op.cit*, hlm 115

<sup>34</sup>*Ibid*, hlm 119

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.

Who dapat diartikan sebagai sumber atau komunikator yaitu, pelaku atau pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi dan juga yang memulai suatu komunikasi. Pihak tersebut bisa seorang individu, kelompok, organisasi, maupun suatu Negara sebagai komunikator.

b. Says what (pesan)

Says menjelaskan apa yang akan disampaikan atau dikomunikasikan kepada komunikan (penerima), dari komunikator (sumber) atau isi informasi.

c. In which channel (saluran/media)

Suatu alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator (sumber) kepada komunikan (penerima) baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung (melalui media cetak/elektronik).

d. To whom (siapa/penerima)

Seseorang yang menerima siapa bisa berupa suatu kelompok, individu, organisasi, atau suatu negara yang menerima pesan dari sumber. Hal tersebut dapat disebut tujuan (destination), pendengar (listener), khalayak (audience), komunikan, penafsir, penyandi balik (decoder).

e. With what effect (dampak/efek)

Dampak atau efek yang terjadi pada komunikan (penerima) setelah menerima pesan dari sumber seperti perubahan sikap dan bertambahnya pengetahuan.

**Gambar 1**

Model komunikasi Lasswell



Sumber : Buku Pengantar Ilmu Komunikasi.

## B. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian yang hampir sama namun berbeda dengan penelitian ini yaitu penelitian yang berjudul *pertama*, “Peranan Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Products Tbk Perawang Dalam Menyebarkan Informasi Kepada Masyarakat” yang diteliti oleh seorang mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (UIN SUSKA) yang bernama Novia Kumala Sari. Penelitian ini menekankan pada aspek peranan humas dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat, dalam penelitiannya ia menyimpulkan bahwa peranan humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Products Tbk Perawang dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat adalah menjalankan dan melaksanakan penyebaran informasi kepada masyarakat dengan aktif/selalu dilaksanakan untuk menumbuhkan keyakinan dan kepercayaan masyarakat, dan mengajak masyarakat agar berperan aktif dalam kegiatan tersebut.

*Kedua*, skripsi yang berjudul “Peranan Humas PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) Dalam Mensosialisasikan Hemat Listrik Kepada Masyarakat Di Perumnas Rumbai” yang diteliti oleh seorang mahasiswa Fakultas Dakwah dan



Komunikasi UIN SUSKA yang bernama Rendy Asmanto. Penelitian ini menekankan pada aspek peranan humas dalam mensosialisasikan informasi kepada masyarakat, dalam penelitian ini ia menyimpulkan bahwa peranan humas PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) Dalam Mensosialisasikan Hemat Listrik Kepada Masyarakat Di Perumnas Rumbai adalah bertugas memberikan pengertian dan dukungan dari masyarakat akan program – program yang telah ditetapkan yaitu mengkomunikasikan program hemat listrik kepada masyarakat, memastikan bahwa sosialisasi telah sampai kepada sasaran, memperkenalkan listrik Prabayar sebagai produk hemat listrik, serta membuka saluran komunikasi tentang hemat listrik kepada masyarakat, baik secara langsung (face to face), pemasangan spanduk, baliho maupun iklan layanan masyarakat diberbagai media cetak dan elektronik, serta upaya peningkatan jumlah pelanggan listrik Prabayar, yang telah berjalan dengan baik dan dilakukan secara berkesinambungan.

*Ketiga*, penelitian yang berjudul “Peranan Humas Pemerintah Kabupaten Bengkalis Terhadap Penyebarluasan Informasi Pembangunan Kepada Masyarakat Kabupaten Bengkalis” penelitian ini dilakukan oleh Irwan seorang mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa; sebagai salah satu bagian yang ada di lingkungan Sekretariat Kabupaten Bengkalis dalam menjalankan fungsinya Humas mempunyai berbagai macam program mulai dari melakukan, menyaring dan mengelompokan informasi, mempublikasikan dan memberitakan serta melakukan kerjasama dengan pihak media, serta melakukan kegiatan lain yang berhubungan dengan upaya peningkatan profesionalisme kalangan humas dan



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.

jajarannya. Peranan humas dalam penyebaran informasi pembangunan kepada masyarakat Kabupaten Bengkalis sangat penting karena keberadaannya merupakan telinga dan mulut dari instansi yang bersangkutan, ketanggapan dan profesionalitas lembaga ini dalam merespon dan menyampaikan pesan dari masyarakat sebagai komunikasi merupakan modal utama dalam menarik simpati masyarakat. Selama ini pihak Humas Setda Kabupaten Bengkalis telah menunjukkan hasil kerja yang sangat baik, sehingga berkat kerja keras lembaga ini dalam mempublikasikan program dan hasil pembangunan yang ada telah berhasil membuat “Bengkalis Negeri Junjungan” menjadi dikenal baik di forum nasional, regional maupun internasional. Kemandirian bagian humas untuk senantiasa memberi pelayanan tercepat dan akurat kepada masyarakat selama ini merupakan faktor pendorong keberhasilan dalam mewujudkan citra baik pemerintah selama ini. Sementara kondisi geografis, keterbatasan sumberdaya manusia dilingkungan humas sendiri dan rendahnya tingkat pemahaman masyarakat terhadap arti penting program pembangunan merupakan hambatan tersendiri dalam menegakan citra pemerintah secara maksimal. Sehingga tidak jarang sering terjadi miskomunikasi ditengah – tengah masyarakat dalam memaknai program dan hasil pembangunan yang telah yang telah dilaksanakan.

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.

### C. Kerangka Fikir

Secara umum dapat dikatakan bahwa konsep mengungkapkan pentingnya suatu fenomena/kejadian, agar fenomena yang dimaksud jelas bagi pengamat dan dapat dikaji secara sistematis.<sup>35</sup>

Pada kerangka fikir yang peneliti paparkan ini menggunakan pendekatan model komunikasi formula Lasswell sebagai acuan penyampaian pesan serta sebagai pendukung peranan humas dalam suatu instansi, dalam hal ini di Pesantren Darel Hikmah Pekanbaru. Teori komunikasi Lasswell merupakan teori yang terdiri dari; komunikator, bentuk pesan yang disampaikan, saluran, sasaran yang dituju, dan efeknya seperti apa. Hal ini sesuai dengan permasalahan yang diangkat pada penelitian ini, yaitu bagaimana humas pesantren Darel Hikmah dalam peranannya merekrut siswa baru.

Adapun yang menjadi konsep operasional dalam penelitian mengenai Peranan Humas Pesantren Darel Hikmah Pekanbaru Dalam Merekrut Siswa Baru, adalah sebagai berikut :

1. Adanya peranan humas pesantren Darel Hikmah sebagai Penasehat Ahli (*Expert Prescriber*).
2. Adanya peranan humas pesantren Darel Hikmah sebagai Fasilitator Komunikasi (*Communication Facilitator*).
3. Adanya peranan humas pesantren Darel Hikmah sebagai Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem Solving Process Facilitator*).

<sup>35</sup>Hamim, Sufian. *Filsafat Ilmu, Ilmu Pengetahuan dan Penelitian*. Pekanbaru: UIR Press, 2004, hlm 84

4. Adanya Peranan humas pesantren Darel Hikmah sebagai Teknisi Komunikasi(*Communication Technician*).

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



UIN SUSKA RIAU

