

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA & KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan proses yang dilalui oleh peneliti untuk mendapatkan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti oleh peneliti. Tinjauan Pustaka dapat dilakukan dengan mencari Penelitian-penelitian terdahulu yang dianggap relevan terkait dengan penelitian yang akan diteliti. Penelitian terdahulu dianggap menjadi pendukung literatur yang meliputi Identifikasi penemuan-penemuan dan analisis dokumen berisi Informasi yang berkaitan dengan Masalah Peneliti.

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Didalam tinjauan Pustaka ini, Peneliti akan mengawali dengan melakukan penelaahan terhadap Penelitian yang terdahulu yang peneliti anggap relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Oleh karena itu peneliti mendapat rujukan Pendukung yang menjadi pelengkap serta pembanding dalam penelitian ini. Penelitian ini merupakan penelitian mengenai **Proses Humas Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi Jawa Barat Dalam Meningkatkan Keterbukaan Informasi Publik Bagi Masyarakat Jawa Barat**. Berikut Peneliti mengangkat tiga judul yang dianggap relevan dengan penelitian, yaitu:

Tabel 2. 1
Tinjauan penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti/ Universitas/ Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan penelitian
1	ANNISA RACHMA WATI (NIM. 4180987) Universitas Komputer Indonesia (2015)	PROSES HUMAS PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) DAOP 2 BANDUNG DALAM MENSOSIALISASIKAN PERATURAN LARANGAN BERJUALAN DI AREA STASIUN DI KOTA BANDUNG (Studi Deskriptif Proses Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 2 Bandung Dalam Mensosialisasikan Peraturan Larangan Berjualan Kepada Pedagang Asongan Di Area Stasiun Di Kota Bandung)	kualitatif dengan metode deskriptif	Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 2 Bandung melakukan proses identifikasi masalah dengan cara menganalisis terlebih situasi dan kondisi stasiun. Perencanaan dan Program yang dilakukan Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 2 Bandung ialah dengan melakukan pembentukan tim sosialisasi sehingga dalam proses komunikasi bisa melakukan tahap sosialisasi peraturan larangan penjualan di stasiun. Proses tersebut berjalan dengan baik dalam proses evaluasinya karena tidak ada pedagang asongan di stasiun PT. KAI juga terus memberikan pemahaman mengenai peraturan larangan penjualan bagi pedagang asongan di area stasiun.	Penelitian yang dilakukan oleh Annisa Rachmawati berfokus kepada program sosialisasi yang dilakukan oleh Humas PT. KAI untuk memperbaiki keadaan stasiun yang penuh oleh pedagang asongan, sedangkan penelitian ini meneliti mengenai proses humas dalam keterbukaan informasi publik.
2	Riski Rahmadi (NIM:11643100136)	PROSES HUMAS DALAM MENINGKATKAN MUTU PELAYANAN PUBLIK DI RUMAH	kualitatif dengan metode deskriptif	Humas RSUD Arifin Achmad Provinsi Riau berfungsi sebagai komunikator dan	Perbedaan penelitian Riski rahmadi dan Penelitian ini adalah dari Objek penelitian dan juga fokus

	Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (2020)	SAKIT UMUM DAERAH ARIFIN ACHMAD PROVINSI RIAU		juga mediator antara pihak Rumah Sakit dengan publiknya. Humas RSUD Arifin achmad juga melakukan proses humas secara efektif dan efisien dengan menggunakan teori yang dikemukakan oleh Cutlip, center dan Broom. Pelayanan dalam Humas RSUD Arifin Achmad bisa dilihat berhasil. Jika pelayanan telah sesuai dengan pelayanan di sebuah instansi maka pelayanan tersebut telah berhasil dan sebaliknya jika tidak sesuai maka pelayanan tersebut gagal.	penelitian. Dimana rumusah dari permasalahan penelitian yang dilakukan oleh Riski berfokus pada Peningkatan pelayanan, Rumas Sakit Umum Daerah Arifin sedangkan penelitian ini berfokus pada proses humas dalam meningkatkan keterbukan informasi publik.
3	Sri Astuty, Yuanita Setyastuti, Novaria Maulina, Lalita Hanief Universitas Lambung Mangkurat (2017)	ANALISIS FUNGSI DAN PERAN HUMAS DALAM UPAYA IMPLEMENTASI <i>GOOD GOVERNANCE</i> (Studi pada Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Banjarmasin)	Penelitian kualitatif evaluatif	Peran dari bagian Humas sekretariat daerah kota Banjarmasin dalam mewujudkan <i>Good Governance</i> yaitu sebagai Peran Penyusun yang ahli (<i>the expertpresciber</i>), fasilitator komunikasi dan fasilitator penyelesaian masalah. Humas Sekretariat daerah kota banjarmasin melakuka Prinsip Tranparansi dibangun atas dasar kebebasan arus informasi dimana semua proses-proses pemerintahan,	Perbedaan penelitiannya terdapat di Metode, dimana dalam penelitian sebelumnya, metode yang digunakan adalah Kualitatif Evaluatif sedangkan Penelitian ini menggunakan Kualitatif deskriptif. Selain itu, Penelitian sebelumnya berfokus pada upaya Implementasi <i>Good Governance</i> sedangkan penelitian ini fokus pada keterbukaan Informasi publik.

				<p>lembaga, dan informasi dapat diakses oleh setiap warga negara. Namun Dalam penerapan <i>Good governance</i>, Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Banjarmasin belum sepenuhnya dapat menjalankan fungsi Membantu para pemimpin organisasi berbicara secara jelas dan jujur disaat menyajikan fakta dan pandangan kepada khalayak karena tugas bagian humas hanya sampai dengan membuat naskah sambutan dalam berbagai kegiatan yang dihadiri oleh pimpinan saja.</p>	
--	--	--	--	---	--

Sumber : Penelitian terdahulu, 2021

1. Judul yang Pertama berasal dari **Annisa Rachmawati (NIM: 41811082)** yang merupakan lulusan Universitas Komputer Indonesia dengan judul yang diangkat menjadi skripsi yaitu: **PROSES HUMAS PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) DAOP 2 BANDUNG DALAM MENSOSIALISASIKAN PERATURAN LARANGAN BERJUALAN DI AREA STASIUN DI KOTA BANDUNG (Studi Deskriptif Proses Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 2 Bandung Dalam Mensosialisasikan Peraturan Larangan Berjualan Kepada Pedagang Asongan Di Area Stasiun Di Kota Bandung).** Metode Penelitian yang digunakan adalah Kualitatif dengan Studi deskriptif. Perbedaan Penelitian

ini adalah dimana Penelitian yang dilakukan oleh Annisa Rachmawati lebih berfokus kepada program sosialisasi pedagang asongan yang dilakukan oleh Humas untuk meningkatkan kenyamanan penumpang. dari penelitian juga berbeda dimana tidak ada focus hambatan dalam penelitian terdahulu, sedangkan penelitian ini berfokus pada Perencanaan, Proses Komunikasi, Hambatan dan juga Evaluasi. (Annisa Rachmawati, 2015)

2. Judul yang kedua berasal dari **Riski Rahmadi (NIM:10643004223)** yang merupakan lulusan dari Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul yang diangkat menjadi skripsi yaitu: **PROSES HUMAS DALAM MENINGKATKAN MUTU PELAYANAN PUBLIK DI RUMAH SAKIT UMUM DAERAH ARIFIN ACHMAD PROVINSI RIAU** Metode Penelitian yang digunakan adalah Kualitatif dengan pendekatan Deskriptif. Perbedaan penelitian Riski rahmadi dan Penelitian ini adalah dari Objek penelitian dan juga fokus penelitian. Dimana rumusah dari permasalahan penelitian yang dilakukan oleh Riski berfokus pada Peningkatan pelayanan, Rumas Sakit Umum Daerah Arifin sedangkan penelitian ini berfokus pada proses humas dalam meningkatkan keterbukan informasi publik (Riski Rahmadi, 2020)
3. Judul Yang ketiga berasal dari *Meta Communication; Journal Of Communication Studies* 1 Maret 2017 dengan penulis: **Sri Astuty, Yuanita Setyastuti, Novaria Maulina, Lalita Hanief** dari Prodi Ilmu Komunikasi,

Universitas Lambung Mangkurat. Dimana judul yang diangkat yaitu: ANALISIS FUNGSI DAN PERAN HUMAS DALAM UPAYA IMPLEMENTASI *GOOD GOVERNANCE* (Studi pada Bagian Humas Sekretariat Daerah Kota Banjarmasin) Peneliti menggunakan Pendekatan penelitian Kualitatif evaluatif. Perbedaan Penelitian terdahulu dengan Penelitian ini yaitu dari segi Metode dimana penelitian terdahulu menggunakan Kualitatif Evaluatif dan Penelitian ini menggunakan Penelitian Kualitatif deskriptif. Dalam Penelitian terdahulu, fokus penelitiannya adalah Peran humas dalam mengimplementasikan prinsip-prinsip *Good Governance*, sedangkan dalam penelitian ini fokusnya adalah Peran Humas dalam meningkatkan Keterbukaan Informasi Publik. (Astuty et al., 2017)

2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

Komunikasi merupakan kebutuhan Primer bagi Manusia. Dari mulai manusia lahir ke dunia sampai Akhir hayat sekalipun Proses Komunikasi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Ilmu Komunikasi juga seingkali disebut sebagai Ilmu yang multidisipliner, Yang berarti bahwa Ilmu Komunikasi Mencakup semua aspek kehidupan dan Ilmu Komunikasi juga merupakan Ilmu yang terbuka dan sering dibina oleh Ahli dari segala disiplin Ilmu.

2.1.2.1 Definisi Ilmu Komunikasi

Menurut Carl Hovland, Janis dan Kelley yang dikutip oleh Rismawaty, Desayu, dan Sangra menyatakan bahwa:

“Komunikasi adalah suatu proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainnya (khalayak)” (Hovland, dkk dalam Rismawaty dkk, 2014:67)

Dengan demikian dapat disebutkan bahwa komunikasi sangat memberi kemungkinan pada manusia untuk mengemukakan gagasan atau ide-ide, perasaan dan juga sikap. Selain itu manusia dapat pula mengetahui ide-ide perasaan dan sikap individu lainnya yang akhirnya akan terjadi sebuah proses pengertian diantara individu-individu yang saling berkomunikasi. Sedangkan menurut Effendy dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek:

“Istilah komunikasi atau dalam bahasa inggris *communication* berasal dari kata latin *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah satu makna, Jadi jika dua orang terlibat dalam komunikasi maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dikomunikasikan yakni baik si penerima maupun si pengirim sepaham dari suatu pesan tertentu” (Effendy, 2017:9).

Komunikasi yang terjalin antar manusia dapat terjadi dengan proses pertukaran pesan dari seseorang (atau suatu lembaga) kepada seseorang (sekelompok orang) lainnya yang dapat dilakukan secara tatap muka ataupun melalui media. Media yang digunakan dapat berupa surat kabar, majalah, Radio, Televisi, dan Media *Online* seperti media sosial atau *platform* lainnya.

“Komunikasi sebagai ilmu pengetahuan yang mempelajari mengenai proses penyampaian pernyataan antar manusia dengan menggunakan lambang berarti. Lambang berarti dalam hal ini dapat berbentuk bahasa lisan, tulisan, dan bahasa isyarat”. (Danandjaja, 2011:45).

Komunikasi juga merupakan suatu proses yang dimulai dari pikiran orang yang akan menyampaikan pesan atau informasi yang kemudian dilambangkan melalui ucapan atau isyarat. Proses nya bisa dengan melakukan transmisi lewat media atau perantara dan juga tanpa perantara. Seperti yang diungkapkan Louis Forsdale dalam buku *Interpersonal skill* (Tips membangun komunikasi dan relasi) karya Solihat et al bahwa komunikasi adalah:

“Communication is the process by which a system is established maintained and altered by means of shared signals that operate according to rules (Komunikasi adalah suatu proses di mana suatu sistem di bentuk, dipelihara dan diubah dengan tujuan bahwa sinyal-sinyal yang dikirimkan dan diterima dilakukan sesuai dengan aturannya)”(Forsdale dalam Solihat et al., 2014:4)

2.1.2.2 Proses Komunikasi

Berdasarkan dari paradigma Harold Lasswell dalam buku Onong Uchjana Effendy, membedakan proses komunikasi menjadi dua tahap, yaitu:

1. Proses komunikasi secara primer

Proses Komunikasi primer adalah proses komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan Lambang (simbol) sebagai media Komunikasi nya. Dalam Komunikasi Primer, Lambang yang digunakan yaitu Pesan Verbal (Bahasa) dan Pesan Nonverbal (Isyarat, Gesture, Warna, Gambar, dan lainnya). Dalam kedua Proses komunikasi yaitu Verbal dan Nonverbal harus ada kemampuan untuk menerjemahkan perasaan atau

Pikiran dari Komunikator kepada Komunikan nya. Komunikasi yang efektif akan berlangsung apabila terdapat kesamaan makna dalam pesan yang disampaikan oleh Komunikator dan juga Pesan yang diterima oleh komunikan. Dengan kata lain, komunikasi adalah proses untuk membuat pesan yang simetris yaitu memiliki dua pemahaman yang sama baik bagi komunikator dan komunikan.

Proses Komunikasi adalah sebagai berikut. Pertama-tama, Sang komunikator melakukan Proses (encode) atau pembuatan pesan yang akan disampaikan disampaikan kepada komunikan. Di dalam proses ini, Komunikator perlu menyandi juga membuat formulasi pikiran atau perasaannya ke dalam lambang baik verbal maupun nonverbal. Pesan tersebut harus dimengerti oleh komunikan. Setelah melewati Tahap Encode Pesan, Komunikan harus menterjemahkan pesan yang diberikan Oleh komunikator. Proses ini disebut dengan Decode. Dalam Proses Decode, Komunikan melakukan tafsir dari lambang yang berisikan pikiran atau perasaan dari Komunikator. Dalam proses menyandi pesan, Komunikator harus mampu memyandi pesan yang sesuai dengan Pikiran dan perasaan nya. Dalam Proses ini agar komunikasi Menjadi Efektif Komunikator dan Komunikan harus saling mengerti satu sama lain.

2. Proses Komunikasi secara Sekunder

Proses Komunikasi sekunder adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan melalui alat atau Medium sebagai penyambung yang

digunakan oleh Komunikator kepada Komunikannya. Alat atau Medium ini akan digunakan untuk menjadi media berkomunikasi apabila jarak Komunikator dan Komunikan Jauh, ataupun jika Komunikannya berjumlah banyak. Media yang lazim digunakan di dalam proses komunikasi Sekunder yaitu Telepon, surat, surat kabar, Majalah, Radio, Televisi, film, dan Media Sosial (*direct message, mention, tag*). Orang-orang Jarang menganggap bahwa bahasa adlah sebuah Media Komunikasi. Karena media komunikasi yang dikenal secara Umum yaitu hal-hal yang sudah disebutkan diatas.

Hal ini disebabkan oleh bahasa sebagai lambang tidak secara jelas menampilkan dirinya sebaai Media Komunikasi. Berbeda dengan media dalam bentuk surat kabar, telepon, radio, dan lainnya. Yang tampaknya merupakan suatu Media yang biasanya digunakan Oleh Orang banyak. (Effendy, 2003:11-17)

2.1.2.3 Unsur-unsur Komunikasi

Dalam Komunikasi, terdapat unsur-unsur yang mendukung berjalannya proses Komunikasi. Sedikitnya Perlu tida unsur atau komponen Komunikasi untuk membuat proses Komunikasi dapat berjalan. Tiga unsur tersebut setidaknya adalah Komunikator-Pesan-Komunikan. Berikut ini adalah Unsur-unsur atau Komponen Komunikasi :

- Komunikator
- Pesan

- Media
- Komunikan
- Efek (Effendy, 1986:13)

Dengan adanya unsur-unsur dalam proses komunikasi tersebut, maka peneliti dapat menguraikannya sebagai berikut:

1. Komunikator

Komunikator adalah pihak yang melakukan penyandian (encode) dan mengirimkan pesan kepada komunikannya. Menurut Devito dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi (*welcome to the world of Communication*) dari Rismawaty, Desayu dan Sangra bahwa komunikator adalah Individu atau seseorang yang mengirimkan pesan saat berbicara, menulis, menggunakan Isyarat tubuh seperti tersenyum dan juga menerma pesan saat membaui, membaca dan sebagainya (Devito dalam Rismawaty et al, 2014:96)

2. Komunikan

Komunikan atau penerima pesan adalah yang menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya. Dengan begitu, proses komunikasi bisa menjadi dua arah.

3. Pesan

Pesan Merupakan hal-hal yang disandi oleh Komunikator dan dikirimkan kepada Komunikan.. Pesan dapat disampaikan dengan

melakukan komunikasi tatap muka atau melalui media komunikasi jika komunikannya banyak atau jauh secara jarak.. Isi dari pesan sangat beragam tergantung keinginan sang komunikator. Pesan bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau hal lainnya.

Pesan pada dasarnya bersifat abstrak. Untuk membuatnya konkret dan dapat dikirim kepada komunikan, komunikator harus mampu menyandi pesan kedalam bentuk Bahasa, Gambar, atau Suara. (Cangara, 2006:23).

4. Media

Dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi (*Welcome to the world of communication*), Devito mengatakan bahwa “media sering disebut sebagai saluran komunikasi, jarang sekali komunikasi berlangsung melalui satu saluran, kita mungkin menggunakan dua atau tiga saluran secara simultan.” (Devito dalam Rismawaty et al., 2014:110) media disebutkan sebagai alat atau sarana untuk membantu Komunikator menyampaikan Pesannya terhadap Komunikan atau khalayak. Media dalam proses Komunikasi berguna untuk membantu proses terjadinya komunikasi. Media juga dapat merangsang Panca Indera Manusia sehingga Manusia mampu melaksanakan proses komunikasi dengan menggunakan Media.

5. Efek

Efek komunikasi diartikan sebagai pengaruh atau akibat yang ditimbulkan dari pesan yang diberikan oleh komunikator untuk komunikannya. Ada tiga macam pengaruh yang akan dirasakan dalam diri

Komunikatif yaitu kognitif (Komunikatif menjadi tahu tentang sesuatu), afektif (sikap yang terbentuk, (Devito dalam Rismawaty et al., 2014:126)

2.1.2.4 Fungsi Komunikasi

Onong Uchjana Effendy menyimpulkan bahwa fungsi-fungsi komunikasi dapat disederhanakan menjadi empat fungsi saja, yaitu:

1. Menyampaikan Informasi (*to inform*)
2. Mendidik (*to educate*)
3. Menghibur (*to entertain*)
4. Mempengaruhi (*to influence*) (Effendy, 2003:31).

Dengan poin-poin di atas, Maka peneliti dapat menguraikan fungsi-fungsi komunikasi sebagai berikut :

1) Menginformasikan (*to inform*)

Fungsi komunikasi untuk menginformasikan adalah komunikasi berfungsi untuk memberikan informasi kepada komunikan atau khalayaknya. Komunikasi harus mampu untuk memberikan pengetahuan baru ataupun menambah pengetahuan kepada khalayak. Pengetahuan tersebut dapat berupa peristiwa yang terjadi, ide, gagasan dan tingkah laku orang lain.

2) Mendidik (*to educate*)

Fungsi mendidik dalam komunikasi merupakan Komunikasi sebagai sarana untuk mendidik, dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan pengetahuan dan gagasannya sehingga orang lain mendapatkan informasi baik baru dan juga ilmu pengetahuan.

3) Menghibur (*to entertain*)

Fungsi komunikasi selain berguna untuk menyampaikan komunikasi, pendidikan dan mempengaruhi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain. Misalkan dengan Komunikasi yang dilakukan oleh para stand up comedian.

4) Mempengaruhi (*to influence*)

Fungsi mempengaruhi persuasi dalam komunikasi adalah untuk memberikan hak bagi setiap individu untuk dapat mempengaruhi individu lain Untuk melakukan hal yang komunikator inginkan.

2.1.2.5 Bentuk Komunikasi

Menurut Onong uchjana Effendy dalam bukunya Dimensi-Dimensi Komunikasi (1986) Ada tiga bentuk Klasifikasi yaitu Sebagai Berikut :

1. Komunikasi intrapribadi (*intrapersonal communication*)

yaitu komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang yang berupa proses pengolahan informasi melalui panca indera dan sistem syaraf manusia. Bisa dikatakan juga Orang yang sedang melakukan Proses Komunikasi Intrapersonal itu sedang berbicara Dalam hati.

2. Komunikasi Interpersonal (Antar Pribadi)

Komunikasi Interpersonal adalah bentuk Komunikasi yang terjadi setidaknya antara dua orang. Di dalam komunikasi Interpersonal, terdapat komunikasi antar dua atau tiga orang dimana terjadi kontak langsung dalam bentuk percakapan yang dilakukan oleh komunikan dan komunikator. Komunikasi ini bisa berlangsung berhadapan muka bisa juga melalui media seperti media sosial, dan surat. Ciri khas komunikasi antar pribadi ini ada pada sifatnya yakni dua arah timbal balik (*two way communication*).

3. Komunikasi kelompok (*Group Communication*)

Komunikasi Kelompok merupakan komunikasi antara komunikator dengan sejumlah orang baik dalam jumlah kecil atau besar dalam bentuk kelompok. Klasifikasi Kelompok terbagi menjadi Kelompok Ingroup, Outgroup, Kelompok Rujukan, dan Kelompok Keanggotaan.

4. Komunikasi Massa

Komunikasi Massa adalah komunikasi melalui media massa yang meliputi surat kabar yang juga memiliki sirkulasi yang luas seperti siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada khalayak yang umum dan bersifat anonim.(Effendy, 1986:48).

5. Komunikasi organisasi (*organization communication*)

yaitu pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi.

2.1.3 Tinjauan tentang Komunikasi Organisasi

2.1.3.1 Pengertian Organisasi

Komunikasi organisasi mencakup kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi dan komunikasi antar organisasi. Dalam buku Evert M. Rogers *Communication in Organization*, yang dikutip oleh Khomsahrial Romli dalam bukunya *Komunikasi Organisasi* menyebut panduan suatu sistem. Secara lengkap organisasi di definisikan sebagai :

“A stable system of individuals who work together to achieve, through a hierarchy of rank and division of labour, common goals” (suatu sistem yang stabil dari sekumpulan orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui suatu jenjang kepangkatan dari pembagian tugas)”. (Rogers dalam Romli, 2011:1)

Selain itu, Ada beberapa persepsi tentang komunikasi organisasi yang dikemukakan tokoh-tokoh ternama dunia, antara lain Redding dan Sanborn, Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, R. Wayne Pace dan Don F. Faules, Joseph A Devito, Dedy Mulyana. Dan dari pendapat – pendapat yang dikemukakan oleh tokoh-tokoh diatas maka Abdullah (2010) menarik kesimpulan bahwa komunikasi organisasi adalah:

“komunikasi yang dilakukan dalam sebuah organisasi atau perusahaan, baik yang dilakukan oleh bawahan kepada bawahan, atau atasan dengan atasan, atau bahkan bawahan kepada atasan. Dan ciri-ciri komunikasi organisasi antara lain adanya struktur yang jelas serta adanya batasanbatasan yang dipahami masing-masing anggota perusahaan.” (Abdullah dalam Silviani, 2020:97).

Berbagai Konsep Organisasi yang dikemukakan oleh ahli sekurang-kurangnya memiliki dua unsur yaitu adanya dua orang atau lebih yang melakukan kerja sama untuk mencapai tujuan. Seperti Definisi yang

disampaikan Oleh Siagian dalam buku Budaya Organisasi dan Kinerja yaitu:

“Organisasi adalah setiap bentuk persertikatan antara dua orang atau lebih yang bekerjasama untuk tujuan bersama dan terikat secara formal dalam persekutuan yang selalu terdapat hubungan antara orang atau sekelompok orang yang disebut pimpinan dan seorang atau orang lain yang disebut bawahan” (Siagian dalam Sulaksono, 2015:1)

Dalam Organisasi terdapat Budaya Organisasi. Budaya Organisasi dapat didefinisikan sebagai :

“Perangkat sistem nilai-nilai (*values*), keyakinan-keyakinan (*beliefs*), Asumsi-asumsi (*assumptions*) atau Norma-norma yang telah lama berlaku, disepakati dan diikuti oleh para anggota suatu organisasi sebagai pedoman perilaku dan pemecah masalah organisasinya.” (Killman dkk dalam Sutrisno, 2018:2)

Humas Sekretariat DPRD Jawa Barat merupakan Organisasi karena terdiri dari segelintir orang yang bekerja sama untuk mencapai Tujuan tertentu. Selain itu, dalam struktur Biro Humas dan Sekretariat DPRD Jawa Barat juga terdapat atasan dan bawahan. Biro Humas Sekretariat DPRD Jawa Barat juga memiliki Budaya-budaya Organisasi yang diikuti dan dipatuhi oleh seluruh anggota nya.

Dalam bukunya, Silviani mengutip Goldhaber menuliskan bahwa Komunikasi Organisasi dapat di definisikan dari berbagai sudut pandang, seperti berikut:

1. Komunikasi Organisasi terjadi dalam suatu sistem terbuka yang kompleks yang dipengaruhi oleh lingkungannya, baik Internal dan Eksternal

2. Komunikasi Organisasi melibatkan pesan dan saluran, tujuan, arah, dan media.
3. Komunikasi Organisasi Melibatkan orang-orang dan sikap mereka, hubungan dan keterampilan

Komunikasi Organisasi Merupakan proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungannya yang saling bergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah-ubah. (Goldhaber dalam Silviani, 2020:98).

2.1.3.2 Fungsi Komunikasi Organisasi

Dalam suatu organisasi, baik yang berorientasikan komersil maupun sosial, aktivitas komunikasi melibatkan empat fungsi. Menurut sasa Djuarsa Sendjaja (dalam teori komunikasi yang dikutip dalam buku pengantar Ilmu Komunikasi (*welcome to the world of communication*) dari Rismawaty, Desayu, dan Sangra yaitu :

1. Fungsi Informatif

Fungsi informatif organisasi dipandang sebagai suatu system pengelolaan informasi berupaya memperoleh informasi Sebanyak – banyaknya dengan kualitas sebaik-baiknya dan tepat waktu. Informasi yang diperoleh oleh setiap orang dalam organisasi diharapkan akan memperlancar pelaksanaan tugas masing-masing. Melalui penyebaran informasi ini, setiap orang didalam organisasi menjadi mengerti akan tata cara serta kebijaksanaan yang diterapkan pimpinan.

2. Fungsi Regulatif

Fungsi regulatif berhubungan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi, ada dua hal yang berperan dalam fungsi ini, yaitu:

- a. Atasan atau orang-orang yang berada pada pucuk pimpinan (tatanan manajemen) adalah mereka yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan informasi.
- b. Berhubungan dengan pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja, artinya bawahan membutuhkan kepastian tata cara dan batasan mengenai pekerjaannya.

3. Fungsi Persuasif

Fungsi persuasif lebih banyak dimanfaatkan oleh pihak pimpinan dalam sebuah organisasi dengan tujuan untuk memperoleh dukungan dari karyawan tanpa adanya unsur paksaan apalagi kekerasan. Dalam mengatur sebuah organisasi, kewenangan serta kekuasaan tidak selamanya membawakan hasil seperti yang di inginkan.

4. Fungsi Integratif

Untuk menjalankan fungsi integrasi, setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik. (Senjaya dalam Rismawaty et al., 2014:206).

2.1.3.3 Tujuan Komunikasi Organisasi

Tujuan Komunikasi Organisasi adalah untuk mengadakan perubahan dan untuk mempengaruhi tindakan ke arah kesejahteraan perusahaan. (Silviani, 2020: 107). Sedangkan Liliweri menyatakan bahwa ada empat tujuan Komunikasi Organisasi yaitu:

1. Menyatakan Pikiran, Pandangan dan Pendapat. Memberi peluang bagi para pemimpin organisasi dan anggotanya untuk menyatakan pikiran, pandangan dan pendapat sehubungan dengan tugas dan fungsi yang mereka lakukan
2. Membagi Informasi (*Information sharing*). Memberi peluang kepada seluruh aparatur organisasi untuk membagi Informasi dan memberi makna yang sama atas Visi, Misi, tugas pokok, Fungsi organisasi, sub organisasi, Individu maupun Kelompok dalam organisasi.
3. Menyatakan perasaan dan emosi. Memberikan peluang untuk pemimpin dan anggota-anggota organisasi untuk bertukar informasi yang berkaitan dengan perasaan serta emosi.
4. Tindakan Koordinasi. Bertujuan untuk mengkoordinasi atau meninjau seluruh tindakan yang berkaitan dengan tugas dan fungsi organisasi yang telah dibagi habis kedalam bagian atau sub bagian organisasi. (Liliweri, 2013:372-373).

2.1.4 Tinjauan Mengenai Hubungan Masyarakat

2.1.4.1 Pengertian Hubungan Masyarakat

Hubungan Masyarakat (Humas) merupakan terjemahan dari kata *Public Relations*. Kata *Public* memiliki makna yang homogen dan lebih spesifik. Kata *Public* pada kata *Public Relations* sendiri dapat diartikan sebagai kelompok masyarakat yang memiliki minat, perhatian dan kepentingan yang sama terhadap suatu objek, institusi, organisasi atau lembaga tertentu. (Gassing et al., 2016:10). Menurut J.C. Seidel dikutip dari buku *Handbook of Public Relations*, Humas atau *Public Relations* merupakan:

“Proses dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh *goodwill* (itikad baik) dan pengertian dari pelanggan, pegawai, dan publik yang lebih luas; ke dalam mengadakan analisis, sedangkan ke luar memberikan pernyataan-pernyataan”. (Seidel dalam Ardianto, 2013:9)

Tugas yang harus dilaksanakan oleh seorang praktisi Humas adalah menciptakan pengetahuan baru untuk masyarakat dengan menyediakan berbagai jenis informasi, seperti yang diungkapkan Frank Jefkins dalam Wulandari, yaitu:

“One of the special tasks that must be carried out by a Public Relations Manager is to provide various information about policies, activities, products, services and personnel that are very complete, to create maximum knowledge in order to reach understanding from the public (Tugas khusus yang harus dilaksanakan oleh seorang praktisi Humas adalah untuk menyediakan berbagai macam informasi terkait kebijakan, kegiatan, produk-produk, pelayanan dan personil yang lengkap untuk menciptakan pemahaman yang maksimal dari publik)”. (Jefkins dalam Wulandari, 2018:366).

Dari pernyataan diatas dapat dikatakan bahwa *Public Relations*/Hubungan masyarakat adalah proses untuk mendapatkan itikad

baik tentang organisasi atau perusahaan dari publik nya. Hal ini selaras dengan yang dikemukakan oleh Ruslan yaitu:

“Praktik *Public Relations* adalah seni dan ilmu pengetahuan sosial yang dapat dipergunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, menasihati para pemimpin organisasi, dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik untuk kepentingan organisasi maupun kepentingan publik atau umum.” (Ruslan, 2016:17).

Public Relations juga dapat didefinisikan secara umum dan khusus menurut Gassing et al yaitu:

a. Pengertian Umum

Public Relations adalah proses intraksi untuk menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan kedua belah pihak dan menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi, dan partisipasi publik. Proses tersebut bertujuan menanamkan keinginan baik, kepercayaan, pengertian dan citra yang baik dari publiknya.

b. Pengertian Khusus

Public Relations adalah fungsi khusus manajemen yang membantu membangun dan memelihara komunikasi bersama, pengertian, dukungan, kerja sama antar organisasi dan publik, melibatkan masalah manajemen, membantu manajemen untuk mengetahui dan merespons opini publik, menjelaskan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani minat publik, membantu manajemen untuk tetap mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, berguna sebagai

sistem peringatan awal untuk membantu mengantisipasi trend dan menggunakan penelitian dan teknik suara yang layak dalam komunikasi sebagai alat utama. (Gassing et al., 2016:10)

2.1.4.2 Kriteria Humas

Dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi (*Welcome to the World of Communications*) ada lima kriteria yang merangkum kualitas Komunikasi seorang praktisi Humas.

a. Kemampuan komunikasi dengan baik.

Dalam hal ini, Seorang Praktisi Humas harus mampu menjelaskan segala sesuatu dengan jelas, mampu berkomunikasi dengan baik secara lisan maupun tertulis, dan mampu menginterpretasikan makna-makna dalam proses Komunikasi.

b. Kemampuan manajerial.

Hal ini berarti seorang praktisi Humas harus mampu mengorganisir segala sesuatu, memiliki kemampuan manajerial juga berguna untuk dapat membuat suatu perencanaan yang baik dan tersusun rapi.

c. Memiliki integritas personal.

Maksud dari memiliki integritas sosial disini yaitu seorang Humas harus mampu dan memiliki keinginan untuk berusaha memahami dan mempelajari sesuatu. Seorang Humas yang baik juga harus mampu memiliki integritas baik di Kehidupan profesional nya dan kehidupan pribadi nya.

d. Menjalin dan Membina relasi.

Menjadi seorang Humas tandanya ia harus mampu menghadapi semua orang dengan karakter dan sifat yang berbeda. Humas juga dituntut untuk memiliki akses informasi yang sangat luas dan memiliki banyak relasi dari orang yang status sosialnya beragam.

e. Kreativitas, imajinasi dan ide-ide kreatif.

Seorang Humas harus memiliki daya imajinasi yang tinggi dan memiliki kreativitas yang tak terbatas. Ide-ide ini digunakan Humas saat bekerja seperti membuat Siaran Pers, membuat Majalah, Membuat Naskah dan gagasan untuk iklan atau Naskah *Company Profile* serta Humas harus mampu memikirkan dan mencari jalan keluar dari masalah-masalah yang kemungkinan dihadapi oleh perusahaan/Instansi. (Rismawaty et al., 2014:241)

2.1.4.3 Ruang Lingkup Humas

Ruang lingkup tugas Humas dalam sebuah organisasi/lembaga menurut Ruslan dalam buku Manajemen *Public Relations* dan Media Komunikasi Antara lain meliputi aktivitas sebagai berikut:

1. Membina hubungan ke dalam (*internal*)

Yang dimaksud dengan publik internal adalah publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri. Seorang PR harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh Organisasi.

2. Membina hubungan keluar (*external*)

Yang dimaksud dengan *public external* adalah publik umum (masyarakat). Dengan demikian, peran Humas/PR tersebut bersifat dua arah yaitu berorientasi kedalam (*inward looking*), dan keluar (*outward looking*). (Ruslan, 2016:22).

2.1.4.3 Metode Kelembagaan Humas

Menurut Dr. Rex F. Harlow yang dikutip dalam buku Rosadi Ruslan yaitu Manajemen *Public Relations* dan Media Komunikasi bahwa Secara umum fungsi *Public Relations*, Definisinya dapat dibagi dua yaitu sebagai berikut:

- a. *Public Relations* sebagai metode berkomunikasi (*methode of communication*).

PR atau Humas merupakan rangkaian atau sistem kegiatan (*order or system of action*), melalui kegiatan komunikasi yang khas kehumasan. Hubungan fungsional antara *public relations* atau Humas dan organisasi adalah sebagai metode komunikasi, yaitu mengefektifkan upaya-upaya pencapaian tujuan organisasi.

- b. *Public Relations* sebagai perwujudan (*state of being*)

State of being yang dimaksud dalam manajemen kehumasan adalah perwujudan suatu kegiatan komunikasi, yang "dilembagakan" ke dalam bentuk biro, bagian, divisi atau seksi. (Ruslan, 2014:35-36).

2.1.4.4 Humas Pemerintahan

Humas Pemerintahan memiliki Tugas yang sama dengan Humas di perusahaan Swasta. Tugas nya sama-sama menjaga Citra dan membangun Relasi dengan Publik. Perbedaan dari Humas pemerintahan dan Humas Perusahaan yaitu tugas dari Humas Pemerintahan itu tidak bersifat komersil namun bertugas untuk menjaga reputasi. Reputasi adalah harga yang dibayar dari kinerja Humas Pemerintahan, jadi lebih berfokus pada citra dan reputasi instansi. Ruslan Medefinisikan Humas Pemerintahan sebagai berikut:

“Humas Pemerintahan yaitu humas yang bergerak dan bertugas khusus pada aktivitas penyebarluasan informasi, serta publikasi kegiatan-kegiatan perusahaan serta promosi kegiatan bahkan iklan kegiatan yang dilakukan oleh instansi” (Ruslan, 2014:341).

Hasil dari pekerjaan Humas di Pemerintahan yaitu guna menciptakan citra yang baik dan mengedepankan pelayanan terhadap Publik. Humas Pemerintahan harus lebih menekankan tugasnya pada Peningkatan pelayanan publik. Seperti yang diungkapkan oleh Cutlip et al.(2006), dua premis fundamental tentang pentingnya pemerintah mempraktikkan public relations adalah:

“(1) Pemerintah yang demokratis harus menyampaikan kegiatannya kepada masyarakat; (2) Administratif pemerintahan yang efektif memerlukan partisipasi dan dukungan aktif dari masyarakat. Dari dua pernyataan itu menunjukkan bahwa pemerintahan yang

demokratis perlu mempraktikkan pertukaran informasi agar tercipta partisipasi masyarakat”. (Cutlip dalam Siswanto & Abraham, 2016:57).

Dalam *Practice of Government Public Relations* (Lee et al., 2012)

menjelaskan bahwa memberikan pelayanan publik merupakan hal yang paling penting dan diperlukan oleh humas pemerintah, dan tujuan dalam menyampaikan informasi publik tersebut adalah untuk memajukan kinerja pemerintahan itu sendiri. (Lee et al dalam Siswanto & Abraham, 2016:57).

Oleh karena itu, Humas Pemerintahan harus melakukan penyebaran Informasi dan melakukan kegiatan Publikasi terkait dengan program-program yang dijalankan oleh Pemerintah. Pada dasarnya, Humas Pemerintahan harus membantu proses penyebaran Informasi dan Publikasi dari kegiatan Pemerintah kepada Masyarakat luas.

2.1.5 Tinjauan Tentang Peran Humas

2.1.5.1 Peran Humas

Menurut Scoot M. Cutlip dalam bukunya yang berjudul *Effective Public Relations* terdapat empat peran Public Relations adalah :

1. *Communication Technician* (Teknisi Komunikasi)

2. *Expert Prescriber* (Expert Prescriber)

3. *Communication Fasilitator* (Fasilitator komunikasi)

4. *Problem Solving Fasilitator* (Fasilitator pemecah masalah) (Cutlip et al., 2011:46-47)

Empat Peran Humas tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. *Communication Technician* (Teknisi Komunikasi)

Peranan ini menjadikan praktisi PR sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi.

2. *Expert Prescriber* (Expert Prescriber)

Seorang praktisi PR yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya.

3. *Communication Fasilitator* (Fasilitator komunikasi)

Dalam hal ini praktisi PR bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diharapkan dan diinginkan oleh publiknya. Dipihak lain, dia juga dituntut mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan organisasi kepada pihak publiknya. Sehingga dengan komunikasi timbal balik tersebut dapat tercipta saling pengertian, mempercayai, menghargai, mendukung dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak.

4. *Problem Solving Fasilitator* (Fasilitator pemecah masalah)

Peranan praktisi PR dalam proses pemecahan masalah ini bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat hingga mengambil keputusan dalam

mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan profesional untuk menyelesaikan masalah yang sedang terjadi.

2.1.5.2 Tinjauan tentang proses humas

Praktisi Humas dapat melakukan empat langkah proses pemecahan masalah, yaitu:

1. Mendefinisikan Masalah

Langkah ini dilakukan dengan cara melakukan penyelidikan terkait pengetahuan, opini, sikap, dan perilaku pihak-pihak yang terkait dengan kebijakan organisasi. Cara untuk melakukan identifikasi masalah salah satunya adalah dengan menggunakan riset. Berikut adalah pengertian mengapa riset sangat penting dalam proses Humas menurut Gora

“seorang PR dituntut melakukan riset untuk mengumpulkan fakta. Fakta-fakta akan dijadikan dasar program PR, kemudian PR harus memonitor perkembangan apakah yang direncanakan sedang berjalan baik atau apakah perubahan perlu dibuat” (Gora, 2019:82)

Penjelasan tersebut dapat didukung oleh pernyataan Rhenald Kasali yang mengatakan bahwa Riset memegang peranan penting dalam Humas, menurut rhenald kasali

“proses public relations selalu diawali dan diakhiri dengan riset”
(Kasali dalam Gora, 2019:63)

2. Perencanaan dan Pemrograman

Informasi yang dikumpulkan dalam langkah pertama digunakan untuk membuat keputusan tentang program publik, strategi, tujuan, dan

komunikasi. Perencanaan komunikasi pada dasarnya dapat dibedakan atas dua tipe, yakni :

1. Perencanaan Komunikasi Strategik

perencanaan komunikasi strategik merupakan komunikasi yang mengacu pada kebijaksanaan komunikasi yang menetapkan alternatif dalam mencapai tujuan jangka panjang. Serta menjadi kerangka dasar untuk perencanaan operasional jangka pendek. Perencanaan strategik diwujudkan dalam target yang dikuantifikasi dengan pendekatan-pendekatan yang sistematis terhadap tujuan yang ingin dicapai menurut kebijaksanaan komunikasi.

2. Perencanaan Komunikasi Operasional Adapun yang dimaksud dengan

Perencanaan komunikasi operasional adalah perencanaan yang memerlukan tindakan dalam bentuk aktivitas yang dirancang untuk pencapaian. Perencanaan komunikasi operasional dapat dibagi atas dua macam, yakni :

- a. Perencanaan infrastruktur komunikasi (hardware) yang biasa disebut perencanaan teknik atau physical planning karena menyangkut pengadaan alat-alat komunikasi.
- b. Perencanaan program komunikasi (software) adalah perencanaan yang mengarah pada knowlegde resource yang mencakup pengetahuan, keterampilan, struktur organisasi dan penyusunan program tentang kegiatan komunikasi apa yang akan dilakukan. (Cangara, 2013:48)

3. Mengambil Tindakan atau Komunikasi

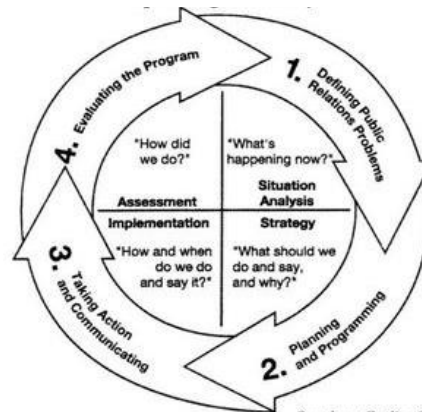
Langkah ketiga adalah untuk mengimplementasikan program aksi dan komunikasi yang didesain untuk mencapai tujuan spesifik dalam rangka mencapai tujuan program.

4. Mengevaluasi Program

Langkah ini bertujuan untuk melakukan penilaian atas persiapan, implementasi, dan hasil program. Penyesuaian akan dilakukan sembari program diimplementasikan dan didasarkan pada evaluasi atas umpan balik tentang bagaimana program tersebut terlaksana dengan baik atau tidak.

Gambar 2. 1

Proses Humas



Sumber: Cutlip, Center dan Broom, 2009: 321

Sumber: (Cutlip et all dalam Gora, 2019:14)

2.2 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono “kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.” (Sugiyono, 2017:60). Jadi

Kerangka pemikiran adalah Skema atau alur yang dipikirkan oleh Peneliti. Tujuannya adalah untuk membuat skema yang sesuai dengan latar belakang masalah yang sudah ditulis oleh peneliti. Dalam kerangka pemikiran, Peneliti akan menjelaskan pokok-pokok pikiran yang menjadi dasar penelitian. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini berusaha untuk membahas permasalahan yang diangkat oleh Peneliti yaitu mengenai Peran Humas Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Jawa Barat dalam meningkatkan keterbukaan Informasi Publik.

Dalam Penelitian ini, peneliti menjadikan tahapan penyelesaian masalah oleh Cutlip, Center dan Broom yaitu Mendefinisikan masalah, Perencanaan dan pemograman, Proses Komunikasi, dan Evaluasi (Cutlip et al dalam Gora, 2019:14) sebagai subfokus yang digunakan sebagai petunjuk untuk melakukan penelitian terhadap permasalahan yang akan diteliti. Peneliti menambahkan Hambatan dengan mempertimbangkan bahwa dalam setiap proses akan ada Hambatan yang terjadi. Adapun Penjelasan dari tahapan tersebut adalah:

1. Identifikasi masalah

Tahapan ini adalah tahapan awal untuk melakukan proses identifikasi dan mengenali masalah yang dihadapi. Hal yang Lazim dilakukan dalam proses pendefinisian masalah yaitu riset. Riset yaitu pengumpulan informasi secara sistematis untuk menggambarkan opini-opini dan juga fakta yang beredar di kalangan publik. Selain melakukan penyampaian Informasi-informasi umum terkait anggota-anggota DPRD

dan juga Anggaran DPRD, Humas Sekretariat DPRD Jawa Barat melakukan Identifikasi dari masalah-masalah yang terjadi di kalangan anggota DPRD Jawa barat.

2. Perencanaan

Dalam Tahap ini setelah menemukan dan Mengenali masalah yang dihadapi, PR membuat perencanaan tentang hal-hal yang akan dilakukan sesuai dengan hasil identifikasi pada masalahnya. Perencanaan dan Pemograman akan dilakukan berdasarkan Data dan fakta yang didapatkan dari hasil Riset. Humas Sekretariat DPRD Jawa Barat melakukan perencanaan terkait dengan fakta-fakta yang sudah didapatkan dalam proses identifikasi masalah.

3. Komunikasi

Langkah ketiga adalah untuk mengimplementasikan program aksi dan komunikasi yang didesain untuk mencapai tujuan spesifik dalam rangka mencapai tujuan program. Dalam Tahap ini, PR bertugas untuk mengkomunikasikan hasil yang sudah didapatkan kepada Publik. Dalam langkah ini, Humas sekretariat DPRD Jawa Barat melakukan kegiatan-kegiatan kehumasan yang bertujuan untuk menyampaikan Informasi Publik.

4. Evaluasi

Setelah melakukan hal-hal tersebut, PR Melaksanakan Proses Evaluasi untuk meninjau hasil kerja. Tujuan utama dari evaluasi adalah untuk mengetahui apakah kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan berjalan

efektif atau tidak Pada proses ini juga dilakukan proses penelaahan mengenai hal-hal apa saja yang melancarkan atau menghambat proses kerja Humas.

5. Hambatan

Menurut Wursanto dalam Gani ada tiga jenis hambatan dalam komunikasi, yaitu hambatan personal, hambatan semantic dan hambatan teknis (Wursanto dalam Gani, 2014):

a) Hambatan Personal

Merupakan gangguan komunikasi yang berasal dari emosi seseorang, nilai, dan kebiasaan menyimak yang buruk.

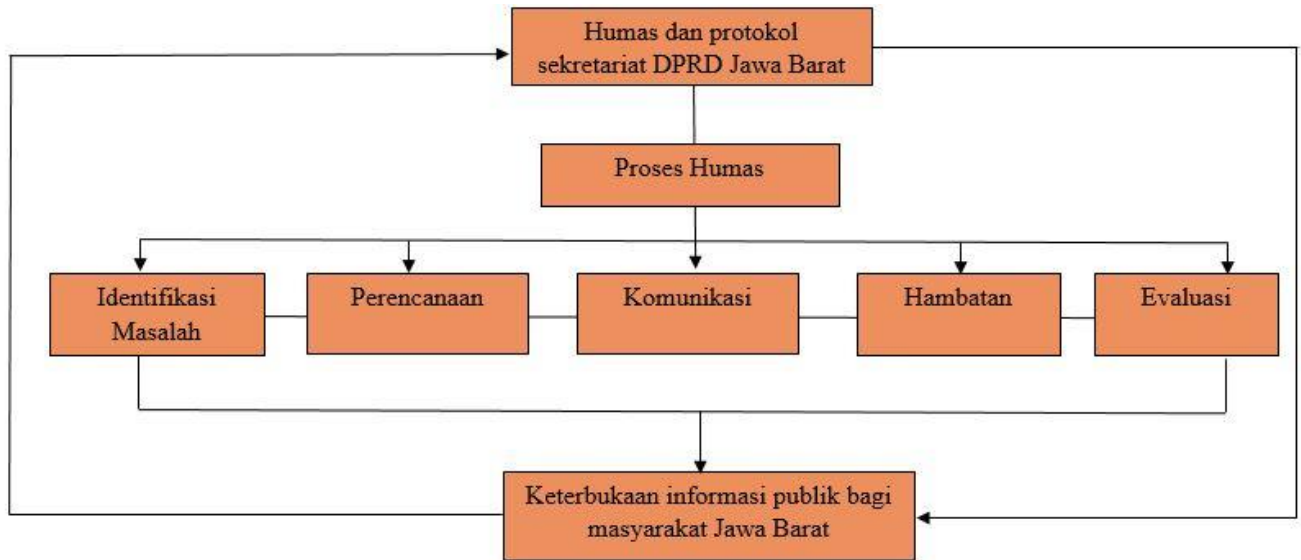
b) Hambatan Semantik

Berasal dari keterbatasan simbol yang digunakan dalam berkomunikasi. Simbol biasanya memiliki aneka makna dan kita harus memilih makna dari sekian banyak. Kadang kita memilih makna yang salah dan terjadilah kesalah pahaman. Dalam menjalankan perannya untuk meningkatkan keterbukaan informasi Publik, Humas Sekretariat DPRD akan mengalami hambatan.

c) Hambatan Teknis

Hambatan teknis terjadi karena keterbatasan alat komunikasi dan juga kurangnya sarana dan prasarana. Dalam prosesnya, hambatan teknis dapat terjadi saat Humas dan Protokol sekretariat DPRD Jawa Barat memberikan informasi melalui media-media komunikasi.

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti, April 2021

