BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia sebagai mahluk sosial selalu membutuhkan manusia lain di dalam hidupnya, selain itu manusia juga membutuhkan informasi untuk kelangsungan hidupnya. Untuk mendapatkan informasi, kita perlu mencarinya dengan jalan berkomunikasi. Informasi bisa diperoleh dengan berbicara dengan orang lain secara langsung ataupun dengan melalui media.

Banyak macam media dapat digunakan sebagai sarana dalam menyebarkan suatu informasi, terlebih-lebih karena begitu banyak sesuatu yang terjadi dalam 1 menit saja diberbagai tempat diseluruh dunia ini yang ingin diketahui manusia.

Komunikasi merupakan hal yang sering dilakukan oleh manusia, dalam kehidupan sehari-hari komunikasi digunakan untuk berinteraksi antara individu yang satu dengan individu lain. Komunikasi dapat dilakukan dimana saja, seperti dirumah, kampus, perusahaan, organisasi dan lainnya.

Proses komunikasi pada dasarnya merupakan proses penyampain pesan-pesan. Dalam proses komunikasi, isi pesan dapat berupa informasi, kebutuhan akan informasi merupakan kebutuhan yang sangat penting dalam berbagai kegiatan manusia

Terjadi interaksi sesama manusia berarti juga terjadinya prose komunikasi. Melalui komunikasi, manusia bisa mengungkapkan berbagai perasaan maupun keinginannya kepada manusia lainnya, tidak hanya itu dengan berkomunikasi kita

dapat bertukar informasi atau menginformasikasikan suatu pesan kepada seseorang. Adapun penegertian komunikasi menurut Benard Bareslon dan Garry A. Stainer dalam bukunya yang berjudul " *Human Behavior* " sebagaimana dikutip oleh Effendy sebagai berikut :

> "Komunikasi merupakan penyampaian informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan lambang-lambang, kata-kata,gambar,bilangan grafik dan lain. Kegiatn – kegiatan atau penyampaianlah yang biasanya dinamakn komunikasi". (Effendy 2002 ;48).

Era globalisasi pada masa sekarang ini tidak hanya menuntut pada perkembangan dalam aspek sosial, ekonomi dan budaya saja, melainkan juga terhadap perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Oleh karena itu masyarakat pada umumnya senantiasa dengan mudah untuk memperoleh informasi dari manapun dan kapanpun sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh tiap-tiap individu dari masyarakat tersebut.

Dengan demikian dijaman seperti sekarang ini sulit bagi setiap manusia untuk hidup menyendiri, karena kebutuhan utama kita sebagai manusia adalah kebutuhan akan hubungan sosial yang ramah, yang hanya bisa terpenuhi dengan membina hubungan yang baik dengan orang lain, dengan melalui komunikasi dengan orang lain, kita dapat memperoleh dan memberi informasi yang dibutuhkan, serta dengan memupuk hubungan yang hangat dengan orang-orang di sekitar kita. Maka setiap orang dituntut untuk dapat berkomunikasi dengan baik, komunikasi merupakan alat penting dalam sebuah kegiatan baik dalam sebuah perusahaan maupun dalam kehidupan sehari-hari dilingkungan masyarakat.

Hubungan media adalah aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh individu ataupun profesi humas suatu organisasi untuk menjalin pengertian dan hubungan baik dengan media massa dalam rangka pencapaian publikasi organisasi yang maksimal serta berimbang (*balance*).

Hubungan media banyak dikaitkan dengan konteks pemberitaan yang tidak berbayar atau publisitas positif. Dalam profesi humas hubungan media juga sering kali dipahami sebagai penanganan krisis dengan memberitakan tentang hal-hal positif tentang perusahaan saat perusahaan sedang dilanda berita negatif. Pada saat krisis cara terbaik penanganan hubungan media oleh humas adalah dengan mengakui dan memperbaiki kesalahan dengan menginformasikan usaha-usaha ke depan. Dalam hal ini baik media massa maupun humas dalam posisi saling memanfaatkan dan saling diuntungkan.

Unsur-unsur media komunikasi atau media yang digunakan humas, dipahami dalam konteks pemilihan media yang sesuai dengan ciri-ciri dan sifat publik yang dikelola hubungannya oleh suatu organisasi. Jelasnya media komunikasi yang digunakan adalah yang sesuai dengan ciri publik internal dan publik eksternal dari suatu organisasi. Publik internal adalah karyawan, pemegang saham, dan hubungan industrial; sedangkan publik eksternal adalah komunitas sekitar organisasi, konsumen, pemerintahan, media *pers.*

Baik hubungan secara manusiawi (*human relations*) maupun dalam keadaan krisis organisasi, termasuk pula media yang digunakan humas meliputi tiga komponen, yaitu manajemen organisasi, publik, dan humas. Sebagai unsur pendukung perlengkapan teknis, yang digunakan adalah buletin internal, papan

pengumuman, kunjungan berkala, dan tatap muka. Tidak kurang pentingnya hubungan karyawan (*employee relations*) di tempat bekerja sehari-hari.

Media komunikasi yang penting digunakan humas adalah dalam kemitraannya dengan media *pers* (cetak atau elektronik). Dengan demikian struktur dan ciri-ciri pers harus dikuasai oleh para praktisi humas. Perlu pula dipahami bahwa media cetak yang terdiri dari harian/penerbitan pagi dan sore masing-masing mempunyai ciri-cirinya tersendiri seperti waktu penerbitan, cara kerjasamanya dengan redaksi. Oleh karena itu penting dipahami pula sejumlah pedoman siaran pers dan prinsip hubungan pers yang baik.

Ciri-ciri media *pers* lainnya adalah siaran berita (*news release*) pada media cetak maupun elektronik, kelayakan berita, artikel, foto, yang kesemuanya harus sesuai dengan persyaratan redaksional dan beritanya sampai siap cetaknya. Oleh karena itu pula baik praktisi humas maupun wartawan perlu menghayati dan saling menghormati kode etik pers dan etika profesi masing-masing bahkan peraturan hukum *pers.*

Di samping siaran *pers* bentuk dan ciri-ciri lain adalah tiga kegiatan acara temu *pers* yang diselenggarakan sebagai kelengkapan informasi untuk siaran berita humas. Kadang-kadang dilengkapi pula dengan pelayanan buku petunjuk mengenai *features,* daftar majalah mingguan daerah, daftar perusahaan. Ada pula tiga bentuk sponsor melalui media elektronik (isu olahraga, pendidikan, pendukung iklan/pemasaran). Di samping itu ciri umumnya melalui berkala *intern.* Media film dokumenter merupakan bentuk dan ciri media humas yang penting. Tidak kurang pentingnya juga ciri media komunikasi tatap muka

langsung dengan publik, kadang-kadang dengan alat bantunya berupa pertunjukkan kesenian rakyat, ceramah, dan beraneka ragam pameran. (Mahidin Mahmud dan Alex Rumondor, 2007. 57)

Bernard Barelson mengemukakan pendapat Carl I. Hovland, yang diterjemahkan oleh Oemi Abdurrachman, yaitu ; "komunikasi itu merupakan proses dimana seorang individu (komunikator) mengoperkan perangsang (biasanya berbentuk lambang atau bahasa) untuk merubah tingkah laku individu-individu yang lain (komunikan). (Abdurrachman, 2001:30)".

Berdasarkan definisi diatas, maka pesan yang hendak disampaikan oleh komunikator harus dapat dimengerti oleh komunikan agar pesan yang disampaikan dengan mudah dimengerti, sehingga komunikator akan mengetahui tanggapan dari komunikan terhadap pesan yang disampaikannya.

Dalam fenomena yang telah terjadi masih banyak perusahaan – perusahaan yang tidak menganggap penting dalam suatu menjalin hubungan baik, apalagi dalam hal untuk menjalin dan membina hubungan baik dengan media. Hal tersebut memang sangat diremehkan. Bagaimana bisa terjadi hal seperti itu bahwa suatu perusahaan tidak bisa menjalin dan membina hubungan baik dengan media, sedangkan untuk berhubungan baik dengan media itu sangat penting bagi suatu perusahaan karena semua itu bisa membawa citra yang sangat baik bagi suatu perusahaan.

Dengan media dalam suatu perusahaan untuk menciptakan *public*, menentukan *issue*, memberikan kesamaan kerangka pikir, dan menyusun perhatian *public*. Dalam hal ini bisa menggunakan komunikasi massa yang

dimana pada satu sisi mengandung pengertian suatu proses dimana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada public secara luas dan di sisi lain merupakan proses dimana pesan tersebut dicari, digunakan, dan dikonsumsi oleh *audience.* (William F. Arens 1999:310)

Apabila tidak adanya suatu peranan dalam hubungan baik dengan media maka hal tersebut tidak akan sama sekali menguntungkan bagi suatu perusahaan, apabila tidak adanya pembinaan dan menjalin hubungan baik dengan media hal ini sudah merupakan gejala yang nantinya akan berdampak buruk dan merusak citra baik bagi suatu perusahaan.

Perusahaan maupun institusi (lembaga) yang hidup di era modern seperti sekarang tidak akan bisa *survive* dan berkembang dalam menghadapi persaingan tanpa menggandeng media massa (cetak maupun elektronik). Pasalnya, kekuatan sebuah media diyakini banyak kalangan mampu membangun image positif sebuah institusi. Karena hidup matinya sebuah perusahaan modern mutlak ditentukan hubungan perusahaan melalui kemampuan public relations (PR) atau biasa disebut Hubungan Masyarakat (Humas) dalam menjalankan tugasnya menggandeng media sebagai partner untuk mendongkrak kinerja perusahaan.[1]

(Narudin's Blog, 2008)

Menurut Al & Laura Ries, dalam bukunya The Fall of Advertising and The Rise of PR mengemukakan bahwa " untuk dapat memenangi kompetisi, satu-satunya cara untuk mengalahkan kompetitor adalah dengan cara memenangkan pertempuran di media massa. Perusahaan modern biasanya akan membentuk unit kerja yang bernama public relations yang ditugaskan menjalin hubungan baik

dengan media ". (Al & Laura Ries, The Fall of Advertising and The Rise of PR,2007:126).

Pekerjaan sebagai praktisi PR sangat berat karena membawa nama baik perusahaan. Sehingga citra perusahaan dipertaruhkan betul di tangan PR. Jika Humas mampu melaksanakan tugas dan fungsinya secara baik, otomatis perusahaan akan ikut terdongkrak citra positifnya di mata masyarakat. Karena itu, keberadaan PR menjadi titik sentral bagi terbangunnya image perusahaan. Era sekarang, di mana segalanya harus melibatkan media massa, maka PR yang cerdik harus mencari celah untuk memaksimalkan adanya media massa bagi keberadaan perusahaan. Pada intinya tugas merangkul media untuk membesarkan perusahaan di mana bernaung tidak boleh tidak dilakukan. Pasalnya jika PR mampu memenangkan pertempuran media, maka hal itu sama saja perusahaan tersebut berhasil mengalahkan kompetitor dan mendapatkan pasar yang diinginkan.[2]
(Narudin's Blog, 2008)

Dampak negatif dari suatu perusahaan apabila tidak memperhtatikan suatu peranan dalam membina dan menjalin hubungan baik dengan media maka nama baik perusahaan tersebut akan tercemar, merusak citra perusahaan dan apabila ada masalah dalam perusahaan tersebut akan langsung tercemar di khalayak publik dan semua hal itu akan merugikan badi suatu perusahaan.

Ada beberapa perusahaan yang menjalin hubungan baik dengan media, salah satunya di TNI AU. Hubungan militer dengan media massa di Indonesia, telah berkembang sejak lama. Dapat dikatakan bahwa sejak perang kemerdekaan, sekalipun bukan dalam bentuk formal, setidaknya ada titik temu antara pejuang

dari kelompok militer yang menggunakan senjata dengan kelompok pejuang yang menggunakan media massa dalam menghadapi penjajah dan membangun perjuangan menuju Indonesia merdeka. Dalam setiap era pemerintahan -Orla, Orba dan Reformasi, terdapat perbedaan pola hubungan antara militer dengan media massa. Pada masa Orde Lama, hubungan militer dengan media massa terjalin cukup intens di sekitar tahun 1965. Pada tahun-tahun sebelumnya, suasana kehidupan nasional diwarnai oleh pertentangan politik antar-golongan. Keadaan ini berpengaruh terhadap kehidupan pers yang terpecah dalam dua kelompok, yaitu kelompok yang tetap setia pada Pancasila dan UUD 1945 yang dikenal dengan nama "Barisan Pendukung Soekarno" serta kelompok pers yang pro PKI. Pada masa Orde Baru, dinamika hubungan militer dengan media lebih dititikberatkan pada fungsi kontrol militer terhadap media massa. Saat itu, dengan dalih "stabilitas nasional", posisi militer menjadi dominan, terutama dalam menghadapi berbagai masalah yang dipandang mengarah pada instabilitas. Politik pemerintah saat itu, membagi kelompok ancaman dalam tiga golongan yaitu ekstrim kanan (Ekka), ektrim kiri (Ekki) dan ekstrim lain (Ekla). Pengelompokan ini hampir menyentuh seluruh lini aktivitas bangsa, termasuk pers. Melalui lembaga-lembaga yang dibangun pemerintah seperti Kopkamtib, Bakorstanas, maka langsung maupun tidak langsung, militer ikut menentukan kriteria kelayakan pemberitaan atas berbagai peristiwa demi kepentingan pembangunan pada masa itu. Hal ini menimbulkan benturan kepentingan, yaitu kepentingan mewujudkan stabilitas keamanan di satu sisi dan kepentingan kebebasan pers di sisi lainnya. Sementara itu, pemerintah cenderung memposisikan diri sebagai pembina pers. Dengan demikian, pers selalu dibayang-bayangi oleh kepentingan

politik pemerintah. Dalam konteks inilah, maka pada era ini tercatat beberapa kali pembredelan terhadap media pers. Pada masa Reformasi, posisi ini berubah. Hadirnya reformasi memberi peluang yang luas bagi kebebasan beraspirasi dan berekspresi. Euforia menyambut kebebasan ini dimanfaatkan oleh banyak orang dengan menjadikan media pers sebagai sarananya. Dalam waktu singkat, wartawan dan media pers baru bermunculan. Munculnya dampak negatif juga tidak dapat dihindari dengan hadirnya kebebasan yang cenderung tanpa batas ini. Pers cenderung mengabaikan norma-norma dalam pemberitaannya, sehingga banyak pihak yang terlanggar hak azazinya, baik individual maupun institusi. Persoalan ini membawa kerawanan terhadap keutuhan bangsa.

Khusunya di bagian Penerangan Umum Dispenau yang berperan dalam dalam menjalin dan membina hubungan baik dengan media, dengan adanya beberapa kegiatan yang dilakukan oleh Penerangan Umum yaitu : berupa publikasi, pemantauan informasi/ berita, pengelolaan media internet Kerjasama dengan Media Massa, Kunjungan ke Media Massa, Pembuatan konsep sambutan Kasau.

Dengan adanya beberapa kegitan tersebut diharapkan nantinya agar dari pihak perusahaan dan media bisa menjalin hubungan yang baik dengan berkomunikasi yang baik supaya bisa bekerja sama dengan baik dalam menjalankan kegiatan Penerangan Umum tersebut sehingga citra baik TNI AU pun menjadi lebih dikenal oleh masyarakat luas dan berdampak positif.

Dengan demikian Disepenau berfungsi untuk menghubungkan publik-publik atau pihak-pihak yang berkepentingan di dalam suatu instansi atau lembaga dengan adanya suatu kegiatan. Hubungan yang efektif antara pihak-pihak yang

berkepentingan adalah sangat penting demi tercapainya kepentingan dan kepuasan bersama. Oleh karena itu dalam menjalin hubungan yang timbal balik tentunya terjadi proses komunikasi yang timbal balik pula.

Sesuai dengan teori-teori yang telah dijelaskan maka disini peneliti sangat tertarik untuk meneliti bagaiamana Peranan Penerangan Umum Dispenau dalam menjalin hubungan dan membina baik dengan media dalam suau kegiatan Penerangan Umum, yang dimana dalam kegiatan tersebut terlihat cara komunikasi dan penyampaian pesan nya dengan baik agar suatu kegiatan berjalan dengan lancar bahwa adanya hubungan dan membina baik dengan media. Kegiatan Penerangan Umum ini sangat berhubungan sekali dengan media.

Dengan latar belakang masalah yang dijelaskan diatas maka peneliti ingin dapat merumuskan permasalan yang ada yaitu :

“ Bagaimana Peranan Penerangan Umum Dinas Penerangan Angkatan Udara Jakarta Dalam Menjalin dan Membina Hubungan Baik Dengan Media ”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti merumuskan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kegiatan yang dilakukan oleh Penerangan Umum Dispenau Dalam Menjalin dan Membina Hubungan Baik Dengan Media?
2. Bagaimana pesan yang disampaikan oleh Penerangan Umum Dispenau Dalam Menjalin dan Membina Hubungan Baik Dengan Media?
3. Bagaimana media yang digunakan oleh Penerangan Umum Dispenau Dalam Menjalin dan Membina Hubungan Baik Dengan Media?

4. Bagaimana peranan Penerangan Umum Dispenau Dalam Menjalin dan Membina Hubungan Baik Dengan Media?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk mengkaji " Peranan Penerangan Umum Dispenau Dalam Menjalin dan Membina Hubungan Baik Dengan Media".

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kegiatan yang dilakukan oleh Penerangan Umum Dispenau Dalam Menjalin dan Membina Hubungan Baik Dengan Media.
2. Untuk mengetahui pesan yang disampaikan oleh Penerangan Umum Dispenau Dalam Menjalin dan Membina Hubungan Baik Dengan Media.
3. Untuk mengetahui media yang digunakan oleh Penerangan Umum Dispenau Dalam Menjalin dan Membina Hubungan Baik Dengan Media.
4. Untuk mengetahui peranan Penerangan Umum Dispenau Dalam Menjalin dan Membina Hubungan Baik Dengan Media.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pembendaharaan wawasan dan pengetahuan keilmuan komunikasi khususnya *Public Relations*, tentang hubungan yang baik antara perusahaan dengan media.

1.4.2 Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang lebih tinggi lagi bagi Dinas Penerangan TNI AU Jakarta dalam " Peranan Penerangan Umum Dispen AU Dalam Menjalin dan Membina Hubungan Baik Dengan Media".

Pada prinsipnya penelitian merupakan suatu penerapan dari teori menjadi praktek, maka di bawah ini akan di uraikan kegunaan penelitian bagi Mahasiswa, Universitas, Perusahaan dan bagi pembaca.

A. Kegunaan Penelitian bagi Mahasiswa:

1. Untuk merealisasikan Ilmu yang didapat dan dipelajari di kampus dengan penelitian dan untuk pengalaman kerja
2. Mempraktekkan pengetahuan yang dimiliki penulis mengerjakan tugas-tugas tertentu

B. Kegunaan Penelitian bagi Universitas:

1. Dapat menjalin kerjasama yang baik dengan beberapa lembaga atau perusahaan yang dapat menunjang dalam kemajuan pendidikan.
2. Untuk memenuhi program kurikulum yang telah ditentukan.

C. Kegunaan Penelitian bagi Perusahaan:

1. Untuk membantu meringankan pekerjaan karyawan.
2. Sebagai bahan perbandingan antara teori kerja yang berlaku pada perusahan dan teori kerja pada dunia pendidikan.
3. Dapat digunakan sebagai masukan dan informasi tambahan dalam menentukan kebijakan baru serta pengambilan keputusan.

1.5 Kerangka Pemikiran

1.5.1 Kerangka Teoritis

Sebagai landasan untuk memecahkan masalah yang telah ditemukan, peneliti memerlukan kerangka pemikiran yang berupa teori atau pendapat ahli yang tidak diragukan lagi kebenarannya, yaitu teori mengenai hal yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

Pengertian peranan menurut Soerjono Soekanto (2002;243) adalah sebagai berikut "peranan merupakan aspek dinamisi kedudukan (status). Apabila seseorang melakukan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukan nya, maka ia melakukan suatu peranan".

Konsep tentang peran (*role*) menurut Komarudin (1994;768) dalam buku "*Ensiklopedia Manajemen*" mengungkapkan sebagai berikut :

1. Bagian dari tugas utama yang harus dilakukan oleh manajemen.
2. Pola perilaku yang diharapkan dapat menyertai suatu status.
3. Bagian suatu fungsi seseorang dalam kelompok / pranata.
4. Fungsi yang diharapkan dari seseorang atau menjadi karakteristik yang ada padanya.
5. Fungsi setiap variabel dalam hubungan sebab akibat.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat diambil pengertian bahwa peranan merupakan penilaian sejauh mana fungsi seseorang atau bagian dalam menunjang usaha pencapaian tujuan dalam kegiatan, isi pesan yang disampaikan dan media yang ditetapkan atau ukuran mengenai hubungan 2 variabel yang mempunyai hubungan sebab akibat.

Hubungan media adalah aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh individu ataupun profesi humas suatu organisasi untuk menjalin pengertian dan hubungan baik dengan media massa dalam rangka pencapaian publikasi organisasi yang maksimal serta berimbang (*balance*).

Hubungan media banyak dikaitkan dengan konteks pemberitaan yang tidak berbayar atau publisitas positif. Dalam profesi humas hubungan media juga sering kali dipahami sebagai penanganan krisis dengan memberitakan tentang hal-hal positif tentang perusahaan saat perusahaan sedang dilanda berita negatif. Pada saat krisis cara terbaik penanganan hubungan media oleh humas adalah dengan mengakui dan memperbaiki kesalahan dengan menginformasikan usaha-usaha ke depan. Dalam hal ini baik media massa maupun humas dalam posisi saling memanfaatkan dan saling diuntungkan.

(Mahidin Mahmud dan Alex Rumondor, 2007. 57)

Media digunakan sebagai alat untuk menyampaikan suatu pesan, media tersebut memiliki pengertian " suatu alat penghubung media yang befungsi dalam penyampaian suatu pesan / yang digunakan sebagai penghubung dalam penyampaian pesan. Media yang digunakan biasanya adalah media cetak dan media elektronik, agar efektifnya suatu penyampaian pesan ".[3]

(Tarsih Ekaputra Blog, 2007)

Kegiatan yaitu merupakan :

> " proses pelaksanaan dari suatu program yang bersangkutan dan memiliki tujuan yang pasti, kegiatan tersebut harus dipadukan dalam suatu program kehumasan yang terencana secara rapi dan dilaksanakan berdasarkan anggaran dana yang tersedia dalam kegiatan rutin maupun kegiatan isidentil. Disamping itu juga jelas

> bahwa untuk mengerjakan semua kegiatan tersebut diperlukan tenaga yang benar-benar berpendidikan, terlatih serta profesional ". (M.Linggar Anggoro,2008,112)

Adanya suatu pesan yang disampaikan dalam suatu kegiatan, pesan itu yaitu merupakan " informasi yang akan disampaikan atau diekspresikan oleh pengirim pesan. Pesan dapat verbal atau non verbal dan pesan akan efektif bila diorganisir secara baik dan jelas". [4](Aries's Blog,2009)

1.5.2 Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat sejauh mana efektivitas komunikasi informal terhadap peningkatan produktivitas kerja karyawan dalam suatu kegiatan. Berdasarkan kerangka teoritis diatas maka dalam subbab ini penulis akan memaparkan kerangka konseptual berdasarkan teori Peranan.

Pada hakikatnya setiap orang harus memainkan peranannya sesuai dengan naskah yang telah dibuat. Ekspektasi peranan mengacu pada kewajiban, tugas dan hal yang berkaitan dengan posisi tertentu dalam kelompok. Tuntutan peranan adalah desakan sosial yang memaksa individu untuk memenuhi peranannya yang telah di bebankan kepadanya. Seorang public relations diharapkan berperan sebagai pembentuk citra positif bagi perusahaannya dan membina hubungan baik dengan publik, misalnya dengan media.

> "definisi dari peranan adalah setiap sikap atau prilaku serta tindakan yang biasa yang dilakukan oleh pemegang jabatan tertentu dalam suatu unit kerja atau perusahaan. Setiap pegawai adalah penyandang peran tertentu yang perlu dilaksanakan sesuai dengan beban tugas dan tanggung jawabnya masing-masing sinergi dari peran para pegawai ini akan mengarah kepada pencapaian tujuan organisasi atau perusahaan yang diinginkan. Istilah lain untuk peran ini biasanya disebut ROLE" (kamus istilah kepegawaian Drs. Gouzali Soridam BC.IT)

Menurut kamus besar bahasa indonesia yang dimaksud dengan peranan adalah : “ Tindakan yang dilakukan oleh seseorang di suatu peristiwa” (kamus besar bahasa Indonesia “, 1991 : 751)

Sedangkan menurut kamus komunikasi yang dimaksud dengan peranan adalah “sesuatu yang menjadi bagian atau yang memgang pimpinan secara menonjol dalam suatu peristiwa”. (effendy. 1989 : 315)

Seperti apa yang ada dalam Dinas Penerangan TNI AU khususnya pada bagian Penerangan Umum yang di mana bertugas bagian eksternal yang berhubungan langsung dengan beberapa media untuk melaksanakan beberapa kegiatan yang ada di Penerangan Umum Dispenau. disini peneliti melihat bagaimana peranan dalam pelaksanaan beberapa kegiatan yang dilakukan oleh Penerangan Umum Dispenau dalam menjalin hubungan baik dengan media.

Dengan adanya beberapa kegiatan seperti publikasi, pemantauan informasi/ berita, pengelolaan media internet, Kerjasama dengan Media Massa, Kunjungan ke Media Massa, Pembuatan konsep sambutan Kasau. kegiatan semua itu yaitu kegiatan yang berhubungan dengan media dan bekerja sama agar suatu kegiatn tersebut berjalan dengan baik dan efektif.

1.6 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana kegiatan yang dilakukan oleh Penerangan Umum Dispenau Dalam Menjalin dan Membina Hubungan Baik Dengan Media?
    a. Bagaimana kegiatan rutin yang dilakukan oleh Penerangan Umum Dispenau Dalam Menjalin dan Membina Hubungan Baik Dengan Media?

b. Bagaimana kegiatan insidentil yang dilakukan oleh Penerangan Umum Dispenau Dalam Menjalin dan Membina Hubungan Baik Dengan Media?

2. Bagaimana pesan yang disampaikan oleh Penerangan Umum Dispenau Dalam Menjalin dan Membina Hubungan Baik Dengan Media?
    a. Bagaimana isi pesan yang disampaikan oleh Penerangan Umum Dispenau Dalam Menjalin dan Membina Hubungan Baik Dengan Media?
    b. Bagaimana bahasa yang digunakan oleh Penerangan Umum Dispenau Dalam Menjalin dan Membina Hubungan Baik Dengan Media?
3. Bagaimana media yang digunakan oleh Penerangan Umum Dispenau Dalam Menjalin dan Membina Hubungan Baik Dengan Media?
    a. Bagaimana media cetak yang digunakan oleh Penerangan Umum Dispenau Dalam Menjalin dan Membina Hubungan Baik Dengan Media?
    b. Bagaimana media elektronik yang digunakan oleh Penerangan Umum Dispenau Dalam Menjalin dan Membina Hubungan Baik Dengan Media?

1.7 Metode Penelitian

Metode penelitian yang di gunakan dalam menyusun tugas akhir ini adalah menggunakan metode desktiptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Rakhmat

dalam bukunya “Metode Penelitian Komunikasi” mengemukakan bahwa metode ini mempunyai ciri – ciri sebagai berikut :

1. Mengumpulkan informasi aktual secara terperinci yang melukiskan masalah yang ada.
2. Mendefinisikan masalah atau memeriksa kondisi praktek – praktek yang berlaku.
3. Membuat perbandingan atau evaluasi.
4. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama pada masa yang akan datang. (Rakhmat, 1997 : 24)

Serta menurut Isaac dan Michael yang dikutip oleh Jalaludin Rakhmat menjelaskan bahwa “Metode deskriptif bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat”.(Rakhmat,1997 : 22)

Dalam melaksanakan penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif yaitu hanya menggambarkan fenomena yang terjadi dari objek yang di teliti, dalam hal ini adalah Peranan Penerangan Umum Dispenau Dalam Menjalin dan Membina Hubungan Baik Dengan Media.

1.8 Teknik Pengumpulan Data

1.8.1 Wawancara

Data yang diperoleh oleh peneliti yaitu dengan cara mengadakan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan Dinas Penerangan TNI AU.

wawancara memiliki pengertian yaitu “ suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu, ini merupakan proses tanya jawab lisan dimana 2 orang atau lebih yang berhadapan secara fisik”
(Kartono,1986; 171).

1.8.2 Studi Pustaka

Untuk melengkapi data yang sudah didapat penulis menggunakan referensi yang ada hubungannya dengan masalah yang akan penulis bahas, yaitu dengan membaca buku-buku, literature-literature maupun majalah-majalah yang ada hubungannya dengan kegiatan *Public Relations*, Penelitian tersebut mempunyai maksud yaitu untuk memperoleh data sekunder.

Studi Pustaka memiliki pengertian yaitu “ Pendayagunaan sumber informasi di perpustakaan dan jasa informasi dari literature lainnya yang tersedia”. (Singarimbun, 1987; 79).

Selain studi kepustakaan dimaksud untuk memperoleh telaah teori-teori komunikasi, Public Relations dan teori-teori pendukung yang dapat memberikan penjelasan mengenai pokok-pokok permasalahan yang di teliti.

1.8.3 Internet *Searching*

Peneliti juga menggunakan internet searching untuk melengkapi sebagai referensi dalam tugas akhir ini.

Internet Searching memiliki pengertian yaitu “ Suatu pencarian data melalui *website* guna melengkapi data penelitian yang saling terhubung ke

seluruh dunia dan merupakan sumber daya informasi suatu *database* atau perpustakaan multimedia yang sangat besar dan lengkap".

(Lani Sidharta ,1996,10).

1.9 Teknik Analisis Data

Setelah memperoleh data yang diperlukan untuk penelitian, selanjutnya data tersebut akan diolah dengan langkah – langkah sebagai berikut

1. Penyeleksian data, pemeriksaan kelengkapan dan kesempurnaan data serta kejelasan data.
2. Klasifikasi data, yakni proses penelitian, pemusatan perhatian pada penyederhanaan data kasar dari catatan tertulis laporan/penelitian, membuat ringkasan, penggolongan kategori jawaban dan kualifikasi jawaban responden/informan atau penelitian.
3. Analisis data, yakni penyusunan penyajian kategori jawaban informan atau kecenderungan informan disertai analisis awal terhadap berbagai temuan data di lapangan sebagai proses awal dalam pengolahan data.
4. Proses akhir analisis penelitian dan pembahasan yang didasarkan pada rujukan berbagai teori yang digunakan dimana di dalamnya ditentukan suatu kepsatian mengenai aspek teori dan kesesuaian atau ketidaksesuaian dengan fakta hasil penelitian di lapangan.

1.10 Subjek Penelitian & Informan

1.10.1 Subjek Penelitian

Dalam suatu penelitian agar berjalan baik dan efektif dengan data yang akurat maka peneliti sangat memerlukan subjek penelitian yang memiliki

pengertian " Sesuatu, baik orang, benda ataupun lembaga (organisasi), yang sifat-keadaannya akan diteliti. Dengan kata lain subjek penelitian adalah sesuatu yang di dalam dirinya melekat atau terkandung objek penelitian". (Tatang M. Amirin,)

Karyawan yang ada di Dispen AU khususnya di bagian Penerangan Umum akan menjadi subjek penelitian diantaranya :

Tabel 1.1

Subjek Penelitian

No	Nama	Jabatan
1	Dra.Lisa M,Tarigan	Kasidalopini Subdispenum
2	Drs.Bintang Yudianta	Kasilipbra Subdispenum
3	Eko Edhie Sulistyo	Angg.Silipbra Subdispenum
4	F.Pudiarto.S.Sos	Kasubsibindia Silipbra Subdispenum
5	Dra.Lena Satriati	Kasubsibangopini Sidalopini Subdispenum

Sumber : Arsip Dispenau tahun 2010

1.10.2 Informan

Untuk lebih jelas nya lagi dalam suatu penelitian dan menjadi akurat,maka peneliti sangat membutuhkan beberapa informan yang bisa dijadikan sumber bagi peneliti, informan tersebut memiliki pengertian " Informan penelitian adalah seseorang yang, karena memiliki informan (data) banyak mengenai objek yang sedang diteliti, dimintai informasi mengenai objek penelitian tersebut. Lazimnya informan atau narasumber penelitian ini ada dalam penelitian yang subjek penelitiannya berupa "kasus" (satu kesatuan unit), antara lain yang berupa lembaga atau organisasi atau institusi social".

Peneliti menggunakan teknik pengambilan *sampling* yang menggunakan teknik *purposive sampling.* Yang memiliki pengertian " teknik pengambilan informan yang mewakili subjek penelitian yang pada umumnya sudah disepakati bersama " (Tatang M. Amirin's Blog, 2009)

Peneliti mengambil informan khusus di bagian Penum (Penerangan Umum) diantaranya :

Tabel 1.2
Informan

No	Nama	Jabatan
1	Dra.Lisa M,Tarigan	Kasidalopini Subdispenum
2	Dra.Lena Satriati	Kasubsibangopini Sidalopini Subdispenum

Sumber : Arsip Dispenau tahun 2010

Informan dalam penelitian ini adalah bagian Penerangan Umum Dispenau Jakarta yang berjumlah 2 orang, informan yang diambil menurut bagian yang menangani kegiatan – kegiatan yang dilakukan oleh Penerangan Umum khususnya merupakan sumber bagi peneliti, informan yang bertugas dibagian eksternal berjumlah 2 orang dan bagian internalnya berjumlah 3 orang.

1.11 Lokasi dan waktu

1.11.1 Lokasi Penelitian

JL. Raya Hankam Gedung B1 LT 1 Dispenau

Mabes TNI AU Cilangkap, Jakarta Timur 13870

Telp : 021- 8709159

021 – 8709259

Fax : 021 – 8714181

Email : dispenau2008@gmail.com
suaraangkasa@gmail.com

1.11.2 Waktu Penelitian

Pelaksanaan Penelitian sudah terjadwal seperti yang di bawah ini :

Tabel 1.3

Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■																			
2	Acc Judul					■															
3	Persetujuan Pembimbing						■														
4	Membicarakan judul							■													
5	Pengajuan Surat Penelitian									■											
6	Bimbingan Bab 1											■									
7	Penyerahan Draf Bab 1												■								
8	Penyerahan Draf Bab 2														■						
9	Penyerahan Draf Bab 3															■					
10	Penyerahan Draf Bab 4																	■			
11	Penyerahan Draf Bab 5																		■		
12	Penyusunan skripsi																			■	
13	Sidang																				■

Sumber : Penelitian tahun 2010

1.12 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan bab awal dari keseluruhan yang berisikan antara lain : Latar belakang masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, kerangka konseptual, metode penelitian dan teknik pengumpulan data,

teknik analisis data, populasi dan sampel, lokasi dan waktu penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini, peneliti mencoba untuk meninjau permasalahan dari aspek teoritis dalam mengkaji mengenai tinjauan komunikasi melalui : Tinjauan komunikasi, tinjauan Public Relations dan peranan seorang Public Relations.

BAB III : OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini memberikan gambaran tentang objek yang di teliti yaitu Dinas Penerangan TNI AU Jakarta, mengenai sejarah Dinas Penerangan TNI AU Jakarta, visi dan misi, logo dan arti logo, struktur organisasi Dinas Penerangan Umum TNI AU secara keseluruhan, job description.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Pada bab ini, peneliti menggambarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan dengan cara wawancara dan studi kepustakaan serta informasi-informasi dari literatur lain.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada akhir bab ini, peneliti mencoba menarik kesimpulan dari penelitian yang telah peneliti lakukan, serta mencoba memberikan masukan atau saran baik bagi mahasiswa, maupuan bagi pihak Dinas Penerangan TNI AU Jakarta.