BAB II

PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

2.1 Aktivitas Kerja Selama Praktek Kerja Lapangan

Selama melakukan praktek kerja di Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Air (PUSAIR), penulis melaksanakan dua kegiatan. Yaitu kegiatan rutin dan juga kegiatan insidental.

Kegiatan rutin merupakan sebuah kegiatan yang dilaksanakan setiap hari dan dilaksanakan secara rutin oleh para pegawai Pusat Penelitian dan Sumber Daya Air (PUSAIR). Adapun yang termasuk kedalam kegiatan rutin yang penulis sering lakukan adalah rekaputalasi data. Rekaputalasi data ini Rekapitulasi data Balai Hidrologi dan Tata Air, Rekapitulasi data Balai Lingkungan Keairan, Rekapitulasi data Balai Bangunan Hidraulik dan Geoteknik Keairan, Rekapitulasi data Balai Pantai, Rekapitulasi data Balai Rawa, Rekapitulasi data Balai Sungai, Rekapitulasi data Sabo dan Rekapitulasi data Irigasi.

Sedangkan kegiatan insidental merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan secara insidental akan tetapi dengan adanya suatu perencanaannya kegiatan. Contoh kegiatan insidental yang dilakukan penulis adalah Panitia Family Gathering, Membuat dan melipat leaflet, Membuat desain sertifikat, dan buku tamu, Membuat dan melipat leaflet, Persentasi tentang web site pusair, Technical meeting slide kunjungan Politeknik Negri Sriwijaya Palembang, Kunjungan dari Politeknik Negri Sriwijaya Palembang, Pengumpulan beberapa data dan dokumentasi dan Halal bihalal.

Untuk lebih jelas, berikut adalah daftar kegiatan rutin dan insidental yang dilakukan penulis selama melakukan praktek kerja di Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Air (PUSAIR) dapat dilihat pada tabel 2.1 sebagai berikut.

Tabel 2.1

Jadwal Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

No	Hari/Tanggal	Kegiatan PKL	Keterangan	
			Rutin	Insendental
1.	Senin, 5 Juli 2010	Pengarahan tentang kegiatan kehumasan / job desk di bagian program dan kerjasama		√
2.	Selasa, 6 Juli 2010	Membuat desain sertifikat, dan buku tamu		√
3.	Rabu, 7 Juli 2010	Membuat dan melipat leaflet		√
4.	Kamis, 8 Juli 2010	Panitia Family Gathering		√
5.	Jum'at, 9 Juli 2010	Membuat dan melipat leaflet		√
6.	Senin, 12 Juli 2010	Membuat dan melipat leaflet		√
7.	Selasa,13 Juli 2010	Membuat dan melipat leaflet		√
8.	Rabu, 14 Juli 2010	Membuat dan melipat leaflet		√
9.	Kamis,15 Juli 2010	Membuat dan melipat leaflet		√
10.	Jum'at, 16 Juli 2010	Membuat dan melipat leaflet		√
11.	Senin, 19 Juli 2010	Rekapitulasi data Balai Hidrologi dan Tata Air	√	
12.	Selasa, 20 Juli 2010	Rekapitulasi data Balai Lingkungan Keairan	√	

No	Hari / Tanggal	Kegiatan PKL	Rutin	Insendental
13.	Rabu, 21 Juli 2010	Izin		√
14.	Kamis, 22 Juli 2010	Rekapitulasi data Balai Bangunan Hidraulik dan Geoteknik Keairan	√	
15.	Jum'at 23 Juli 2010	Rekapitulasi data Balai Pantai	√	
16.	Senin, 26 Juli 2010	Rekapitulasi data Balai Rawa	√	
17.	Selasa, 27 Juli 2010	Rekapitulasi data Balai Sungai	√	
18.	Rabu, 28 Juli 2010	Rekapitulasi data Sabo	√	
19.	Kamis, 29 Juli 2010	Rekapitulasi data Irigasi	√	
20.	Jum'at 30 Juli 2010	Persentasi tentang web site pusair		√
21.	Senin, 2 Agustus 2010	Technical meeting slide kunjungan Politeknik Negri Sriwijaya Palembang		√
22.	Selasa, 3 Agustus 2010	Kunjungan dari Politeknik Negri Sriwijaya Palembang		√
23.	Rabu, 4 Agustus 2010	Pengumpulan beberapa data dan dokumentasi		√
24.	Kamis, 5 Agustus 2010	Halal bihalal		√

Sumber : penulis, Juli 2010

2.2 Deskripsi Kegiatan Selama Praktek Kerja Lapangan

2.2.1 Kegiatan Rutin

Seperti yang telah disebutkan diatas bahwa kegiatan rutin merupakan sebuah kegiatan yang secara kontinyu dilakukan oleh bidang program dan kerja sama ataupun kegiatan yang dilakukan setiap harinya.

Selama penulis melakukan praktek kerja di Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Air (PUSAIR), ada kegiatan yang dilakukan secara rutin oleh penulis, yaitu sebagai berikut :

1. Rekaputalasi Data

Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Air (PUSAIR) merupakan salah satu instansi pemerintah yang berada dibawah Balitbang. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Air (PUSAIR), memiliki tugas yaitu melaksanakan penelitian dan pengembangan serta penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi (Litbangrap IPTEK) dan penyelenggaraan perumusan standar bidng sumber daya air.

Rekaputalasi data ini merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh bidang program dan kerja sama. Rekaputalasi data ini diambil dari Rencana Kerja dan Anggaran Kegiatan (RKA-KL). Rencana Kerja dan Anggaran Kegiatan (RKA-KL) merupakan rencana anggaran kegiatan yang akan dilakukan pada tahun berikutnya. Rekaputalasi data ini meliputi 8 balai yang berada dibawah Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Air (PUSAIR) yaitu Balai Hidrologi dan Tata Air, Balai Lingkungan Keairan, Balai Bangunan Hidraulik dan Geoteknik Keairan, Balai Pantai, Balai Rawa, Balai Sungai, Balai Sabo dan Balai Irigasi.

Beberapa data dan anggaran yang penulis rekap diantaranya, Pembayaran Gaji, Lembur dan Vakasi, Penyelenggaraan Operasional dan Pemeliharaan Perkantoran, Administrasi Kegiatan (Laporan Administrasi Kegiatan), Kegiatan PNPB (Laporan Kegiatan PNPB), Perencanaan atau Implementasi Pengelolaan System Akutansi (SAI), Pengelolaan Barang Kekayaan Milik Negara (SAMBN), Sistem Pelaporan Elektronik (E-Monitoring), Monitoring dan Evaluasi (PKLAKIP, Laporan Tahunan), Perintisan Kerjasama Dalam dan Luar Negri (MOU), Penyusunan Program, Rencana Kerja dan Anggaran Kegiatan (RKA-KL, DIPA), Jurnal, Bulletin dan Buku (Jurnal Majalah dan Buku), Penyelenggaraan, Penyebarluasan Kegiatan /Workshop/Pameran/Seminar dan Publikasi (Publikasi), Pengembangan dan Pengelolaan Sistem Jaringan Internet (Sistem Informasi dan Komunikasi Manajemen), Penyusunan Evaluasi dan Revisi SNI / PT. Bahan Konstruksi Bangunan dan Rekayasa Sipil Bidang SDA (Dokumen Rekomendasi hasil kaji ulang SPM), Advis Teknik dan Pendampingan Mutu Perencanaan, Operasional & Pemeliharaan Infrastruktur Sumber Daya Air (Dokumen Advis Teknis dan Rekomendasi teknis), Diseminasi dan Sosialisasi SPM (Standar, Pedoman, Manual) Bidang Sumber Daya Air (Dokumen Diseminasi), Administrasi Pembinaan dan Pengelolaan Kepegawaian (Prosiding (C) IPTEK), Peningkatan Kemampuan SDM (Prosiding Penyelenggaraan Diklat), Pengembangan Kelembagaan dalam rangka Reformasi Birokrasi (Naskah Ilmiah IPTEK), Operasional dan Pemeliharaan Prasarana Pengendalian Lahar Gunung Berapi (Paket Rehabilitasi Sarana dan Prasarana), Operasional dan Pemeliharaan Kapal

HATIGA (Paket Rehabilitasi Sarana dan Prasarana), Pengadaan Alat Laboratorium (Paket Sarana Kelitbangan), Pembangunan Laboratorium (Paket Sarana Kelitbangan), Rehabilitasi/Perbaikan Sarana dan Prasarana Kantor (Paket Rehabilitasi Sarana dan Prasarana), Pengadaan Peralatan Penunjang Operasional (Paket Sarana Kelitbangan), Pengadaan Buku-Buku Perpustakaan (Paket Sarana Kelitbangan), Pengadaan Kendaraan Bermotor Roda-4/6/10 (Paket Peralatan Penunjang Operasional), Pengadaan Kendaraan Bermotor Roda-2 (Paket Peralatan Penunjang Operasional), Pengadaan Alat Pengolah Data (Paket Sarana Kelitbangan), Pengadaan Perlengkapan Sarana Gedung (Paket Peralatan Penunjang Operasional), Pengadaan Meubeulair (Paket Peralatan Penunjang Operasional), dan beberapa data lainnya.

Gambar 2.1

Aktivitas saat Rekaputalasi Data



Sumber : *Dokumentasi penulis, 2010*

REKAP USULAN PROPOSAL KEGIATAN LITBANG

PUSAT LITBANG SUMBER DAYA AIR

TAHUN ANGGARAN 2011

		KEG. DASAR	KEG LITBANG		BELANJA PEGAWAI	BELANJA BARANG	BELANJA MODAL
PUSLITBANG SDA	241	47	22				
BALAI BHGK	48		7				
BALAI HITA	58		9				
BALAI LK	40		6				
BAGIAN TATA USAHA	41	30		48.841.042.828	11.677.445.423	28.273.866.355	11.855.400.000
BIDANG PKSK	13	5			-	3.003.888.000	7.995.100.000
BIDANG STANDIS	25	8			-	7.038.884.650	-
BIDANG PROKER	16	4			-	6.427.624.600	-
PNBP					-	1.509.200.000	-

2.2 Kegiatan Insendental

Kegiatan insendental merupakan kegiatan yang dilakukan penulis secara insendental. Kegiatan insendental ini merupakan sebuah kegiatan yang berkaitan dengan adanya suatu kegiatan yang dilakukan oleh Pusat Penelitian dan Sumber Daya Air (PUSAIR).

Berikut beberapa kegiatan insendental selama melakukan praktek kerja.

1. **Pengarahan tentang kegiatan kehumasan / job desk di bagian program dan kerjasama**

Ini merupakan kegiatan dimana penulis diberikan informasi mengenai Pusat Penelitian dan Sumber Daya Air (PUSAIR) secara umum. Penulis juga diberikan arahan oleh pembimbing mengenai pakaian yang harus dikenakan, waktu dan hari kerja, pekerjaan, ataupun kegiatan yang terkait dengan kehumasan ataupun yang berada dibidang program dan kerja sama. Kegiatan – kegiatan yang biasa dilakukan oleh humas diantaranya yaitu melakukan penyebarluasan mengenai informasi baik kepada pihak internal mauun eksternal. Publikasi yang dilakukan untuk pihak internal yaitu dengan adanya TV plasma yang berada di ruangan depan. Dimana TV plasma ini digunakan untuk mempublikasikan informasi – informasi. Sedangkan untuk pihak ekternal publikasi dilakukan melalui seminar, kolokium, kunjungan, pameran, *company profile*, dan juga *website*.

2. **Membuat desain sertifikat, dan buku tamu**

Tugas pertama yang penulis lakukan adalah membuat desain sertifikat dan buku tamu. Adapun tujuan pembuatan desain sertifikat dan buku tamu

adalah untuk kegiatan yang dilakukan oleh Ikatan Keluarga Besar Puslitbang. Hal tersebut dikarenakan, dalam rangkaian acara gathering tersebut akan diadakan lomba-lomba yang diperuntukan bagi anak-anak.

Kemudian penulis juga ditugaskan untuk membuat sebuah buku tamu. Buku tamu ini ditujukan untuk mendata siapa saja yang datang dan berpartisipasi dalam acara tersebut.

Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Air
IKATAN KELUARGA PUSLITBANG SUMBER DAYA AIR

Sertifikat

Diberikan Kepada

(Nama)

Atas Peran Sertanya Sebagai

PESERTA

Dalam Rangka Lomba Mengarang Tingkat SD/SMP/SMA

Kepala Puslitbang

ttd

3. Panitia *Family Gathering*

Dalam sebuah perusahaan atau organisasi, sangat perlu adanya suatu komunikasi. Komunikasi yang ditujukan untuk terciptanya iklim organisasi yang baik. Dengan iklim organisasi yang baik maka kinerja karyawan juga bisa meningkat.

Komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi bisa komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Hal ini berkaitan dengan kegiatan seorang humas yang menyangkut kegiatan internal dan kegiatan eksternal.

Family gathering merupakan salah satu kegiatan internal dengan tujuan terjalinnya komunikasi yang baik dalam Pusat Penelitian dan Sumber Day Air (PUSAIR). *Family gathering* ini dilakukan oleh Ketua Ikatan Keluarga Puslitbang. Kegiatan ini dilakukan hampir setiap tahunnya dengan melibatkan para anggota keluarga dari para pegawai Pusat Penelitian dan Sumber Daya Air (PUSAIR).

Pada kesempatan kali ini, penulis berkesempatan menjadi panitia *family gathering*. *Family gathering* tahun ini dilakukan dengan mengadakan suatu perlombaan seperti lomba menterjemahkan cerita berbahasa inggris, lomba menggambar, lomba mewarnai, dll. Dimana para peserta dri lomba – lomba tersebut yaitu anak para pegawai mulai dari TK hingga anak SMA.

Adapun kegiatan *family gathering* dilakukan pada hari Kamis, 08 Juli 2010. Rangkaian acara dimulai dari pukul 09.00 WIB. Rangkaian acara dimulai dengan pembukaan oleh Bu KAPUS, kemudian dilanjutkan dengan tour mengunjungi showroom tempat miniatur dari hasil penelitian, serta berkeliling di beberapa

balai. Kemudian dilanjutkan dengan beberapa lomba, seperti lomba menterjemahkan cerita berbahasa inggris, lomba menggambar, lomba mewarnai, dll.

4. Membuat dan melipat *leaflet*

Leaflet merupakan salah satu bentuk publikasi dan penyebarluasan yang dilakukan oleh Pusat Penelitian dan Sumber Daya Air (PUSAIR). *Leaflet* ini berisi mengenai informasi – informasi dari hasil penelitian yang dilakukan oleh para peneliti di Pusat Penelitian dan Sumber Daya Air (PUSAIR).

Penulis diberikan tugas untuk melipat leaflet dan memilih serta memilah *leaflet* yang memiliki kualitas yang baik dan layak untuk diberikan kepada masyarakat luas. Pemilihan *leaflet* ini disesuaikan dengan kegiatan pameran yang akan dilakukan oleh Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Air (PUSAIR).

Leaflet ini merupakan salah satu media yang digunakan untuk membantu penyebarluasan di pameran hasil penelitian. Selain miniatur atau maket hasil penelitian, TV plasma yang berisi video singkat tentang hsil penelitian, leaflet juga digunakan untuk mempermudah penyebarluasan.

Beberapa judul *leaflet* yang dilipat oleh penulis adalah, Teknologi Bangunan Pantai Revetmen Tipe Sangkar Beton Blok Neton Bergigi, Bangunan Akuifer Buatan Simpanan Air Hujan, Sistem Peramalan dan Peringatan Dini Banjir, Blok-blok Beton Berbentuk Sebagai Komponen.

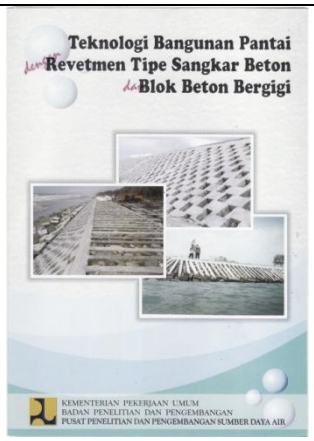
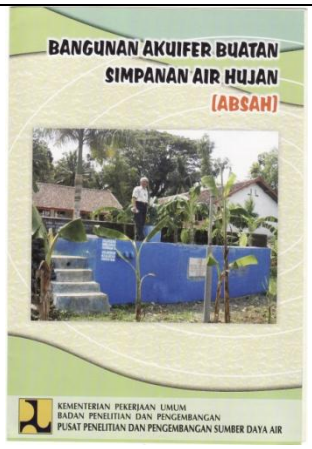
Pengaman Tebing Pantai, Jangan Ganggu Resapan dan Jangan Terlalu Banyak Ambil Air Tanah, Prototip SaRASS, Mikrohidro Untuk Penyediaan Tenaga

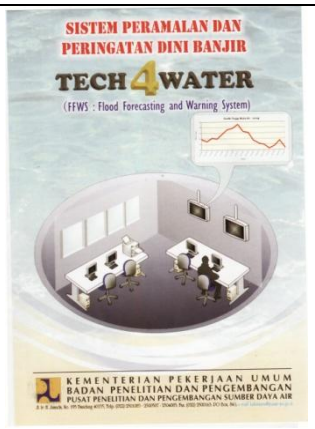
Listrik di Daerah Terpencil, Mengatasi Banjir dengan Sistem Polder Berbasis Partisipasi Pemilik Kepentingan, Pintu Air Otomatis Tahan Korosi Bahan Fiber Resin, Ekoteknologi Pada Badan Air Untuk Mengurangi Beban Pencemaran.

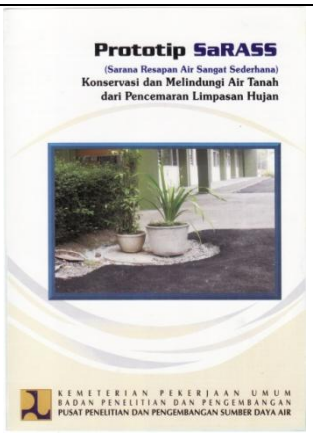
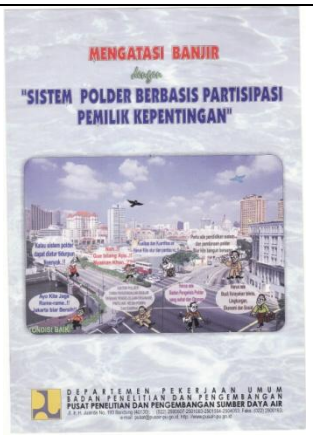
Berikut contoh *leaflet* yang dikerjakan oleh penulis selama melakukan kerja praktek di Pusat Pengembangan dan Penelitian Sumber Daya Air (PUSAIR).

Tabel 2.2

Contoh- contoh Leaflet Yang Penulis Kerjakan Selama Praktek Kerja

No	Judul	Contoh *Leaflet*
1.	Teknologi Bangunan Pantai Revetmen Tipe Sangkar Beton Blok Neton Bergigi	
2.	Bangunan Akuifer Buatan Simpanan Air Hujan	

3.	Sistem Peramalan dan Peringatan Dini Banjir	
4.	Blok-blok Beton Berbentuk Sebagai Komponen Pengaman Tebing Pantai	
5.	Jangan Ganggu Resapan dan Jangan Terlalu Banyak Ambil Air Tanah	

6	Prototip SaRASS	
7	Mikrohidro Untuk Penyediaan Tenaga Listrik di Daerah Terpencil	
8	Mengatasi Banjir dengan Sistem Polder Berbasis Partisipasi Pemilik Kepentingan	

9	Pintu Air Otomatis Tahan Korosi Bahan Fiber Resin,	
10	Ekoteknologi Pada Badan Air Untuk Mengurangi Beban Pencemaran.	

Sumber : Dokumentasi penulis, 2010

3. **Persentasi tentang *web site* Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Air (PUSAIR**).

Website merupakan bagian terpenting dari publikasi yang dilakukan Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Air (PUSAIR). Website ini berisi mengenai sejarah, visi dan misi, struktur organisasi dan lain sebagainya.

Dalam *website* Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Air (PUSAIR) juga berisi mengenai kegiatan – kegiatan yang dilakukan.

Penulis diberikan tugas untuk melakukan evaluasi mengenai layout, bahasa, dan tata letak *website* PUSAIR dilihat dari sudut komunikasi. Setelah melakukan evaluasi, penulis juga melakukan persentasi didepan orang yang terkait dalam pembuatan *website* tersebut.

Evaluasi yang diberikan penulis berupa saran dan kritik yang bisa membangun dan menjadikan *website* Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Air (PUSAIR) menjadi lebih baik dan bisa menarik perhatian masyarakat.

Gambar 2.2

Persentasi *Web Site* Pusair



Sumber : Dokumentasi Penulis,2010

4. Kunjungan dari Politeknik Negri Sriwijaya Palembang

Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Air (PUSAIR) merupakan suatu instansi yang berkaitan dengan penelitian dibidang sumber daya air. Hasil – hasil penelitian tersebut akan disebarluaskan kepada masyarakat luas.

Kunjungan dari berbagai universitas serta politeknik maupun instansi-instansi terkait lainnya, merupakan sebuah kegiatan yang sering dilakukan di Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Air (PUSAIR).

Rangkaian kunjungan biasanya diawali dengan penjelasan secara umum mengenai Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Air (PUSAIR), dilanjutkan dengan kunjungan ke laboratorium – laboratorium dan showroom untuk melihat hasil penelitian. Selama kunjungan Politeknik Negri Sriwijaya Palembang diberikan penjelasan – penjelasan oleh para peneliti. Dan kunjungan diakhiri dengan penyerahan cenderamata dari kedua belah pihak yaitu dari Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang dan Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Air (PUSAIR).

Gambar 2.3

Kunjungan Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang dan Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Air (PUSAIR)



Sumber : Dokumentasi Penulis,2010

Gambar 2.4

Kunjungan Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang dan Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Air (PUSAIR)



Sumber : Dokumentasi Penulis,2010

2.3 Deskripsi Tentang Humas

2.3.1 Sejarah, Latar Belakang, dan Perkembangan Humas

Public relations (PR) *Public relations* sering juga disebut purel atau hubungan masyarakat adalah bidang komunikasi yang mengalami perkembangan sangat cepat dan lahir akibat adanya kemajuan – kemajuan dalam berbagai aspek bidang kehidupan seperti, ekonomi, politik, dan sosial. Kegiatan humas sudah ada dalam peradaban lama, tetapi kiprah PR lebih diakui dalam bisnis dan bidang kegiatan lainnya pada abad ke 20.

Revolusi industri dianggap juga sebagai pemicu lahirnya *Public relations*. Pemikiran kaum industrialis yang ingin membina hubungan baik dengan tujuan membina hubungan baik demi kelangsungan dan keuntungan perusahaan sehingga mendorong terciptanya suatu badan yang bergerak dalam bidng komunikasi yang terorganisir yang disebut public relations.

Perkembangan *Public Relations* tidak terlepas dari dua Bapak *publik relations* yakni Ivy Ledbetter Lee dan Edward L.Bernays . Kedua ilmuwan ini merupakan peletak dasar munculnya *public relations* modern, yang semakin hari keberadaan dan perkembangannya sebagai sebuah disiplin ilmu dan bidang profesi terlihat semakin mapan. Ivy Lee ini merupakan seorang sarjana dan mantan wartawan surat kabar bisnis. Pada tahun 1921 ia menerbitkan buletin *public relations* secara regular di New York. Selain itu, ia juga merupakan orang pertama yang membuat perusahaan konsultan *public relations*.

Kegiatan *public relations* pertamanya yaitu mengatasi pemogokan buruh tambang industri batu bara di Amerika, dan informasi kepada pers tentang

kecelakaan kereta api di Pennsylvania. Ia ditawarkan kepada pimpinan industri batu bara dengan persyratan agar ia diberi kedudukan dalam manajemen puncak dan diberi wewenang penuh untuk menyebarkan informasi faktual yang patut diketahui oleh masyarakat luas.

Selanjutnya *public relations* pun berkembang dengan munculnya tokoh baru yaitu Edward L.Bernays. Berbeda dengan Ivy Lee yang lebih terkenal, pemikiran dan kegiatan Bernays lebih kepada mengembangkan *public relations* sebagai profesi yang mantap, handal, mapan dan bertanggung jawab dalam masyarakat demokrasi yang betul – betul tak mengenal lelah dan konsisten. Beliau merupakan orang pertama yang berhasil meyakinkan kaum bisnis bahwa *public relations* merupakan urusan eksekutif.

Beliau juga berhasil mengembangkan teori bahwa seorang pejabat *public relations* harus memilki tanggung jawab untuk menjabarkan kebijakan – kebijakan pimpinan dan bertindak untuk kepentingan publik, serta harus memiliki suara sebagai penasihat pimpinan dalam memformulasikan kebijakan dan pengembangan yang mempengaruhi publik.

Selnjutnya *public relations* pun semakin berkembang dengan munculnya para tokoh . Pada tahun 1930-an, konsep *public relations* berkembang dengan adanya teknik survei opini publik modern dan marketing. Pengembangan ini memberikan sebuah instrumen bagi para konselor *public relations* dan para eksekutif untuk dapat memcapai tingkat pengukuran yang lebih objektif.

2.3.2 Definisi dan Tujuan Humas

2.3.2.1 Definisi Humas

Public relations terdiri dari kata *public* dan *relations*. *Public* disini memilki arti sekelompok orang yang menaruh perhatian pada suatu hal yang sama. Sesuatu tersebut dapat berupa minat dan kepentingan. Public ini bisa berarti kelompok kecil atau juga bisa kelompok besar. Sedangkan kata *relations* sendiri merupakan inti dari public relations. Relations disini berarti adanya hubungan yang timbal balik atau *two way communication.*

Public relations menurut W.Emerson Reck adalah kelanjutan dari proses penetapan kebijaksanaan, penentuan pelayanan – pelayanan dan sikap yang disesuaikan dengan kepentingan orang – orang atau golongan agar orang atau lembaga itu memperoleh keepercayaan dan *goodwill* dari mereka. Kedua, pelaksanaan kebijakan, pelayanan dan sikap adalah untuk menjamin adanya pengertian dan penghargaan yang sebaik- baiknya.

Sedangkan menurut Umi Abdurahman, *public relations* merupakan proses yang kontinu dari usaha – usaha manajemen untuk memperoleh *goodwill* dan pengertian dari para pelanggan , pegawai, dan publik pada umumnya. Kedalam dengan mengadakan analisis dan perbaikan – perbaikan terhadap diri sendiri, keluar dengan mengadakan pernyataan – pernyataan.

Public relations muncul akibat adanya suatu gejala, gejala – gejala tersebut yaitu

1. Hubungan orang dengan orang lainnya
2. Upaya seseorang untuk memberitahukan orang lain
3. Upaya seseorang untuk mempengaruhi orang lain

Yang menjadi dasar – dasar *Public relations* atau Humas dalam organisasi yaitu :

1. *Mutual interest* (kepentingan bersama)

2. Perbedaan – perbedaan pada individu
3. *Human dignity* (harga diri)

Prinsip – prinsip Humas dalam Organisasi yaitu :

1. *Importance of the individual* (pentingnya individu)
2. *Mutual acceptance* (saling menerima)
3. *Common Communication*(komunikasi terbuka)
4. Partisipasi pegawai
5. *Local identity*(identitas setempat)
6. *Local decision* (keputusan setempat)
7. *High Moral Standard*(ukuran moral yang tinggi)

2.3.2.2 Tujuan Humas

Secara umum, tujuan *public relations* adalah menciptakan opini publik yang *favorable* tentang kegiatan – kegitan yang dilakukan oleh badan yang bersangkutan.

Tujuan *public relations* yang berkaitan dengan kedudukannya dalam organisasi yaitu :

1. Menciptakan citra yang positif

Seorang *public relations* yang berada dalam suatu organisasi atau perusahaan, harus bisa menciptkan citra yang positif bagi perusahaan. Citra perusahaan ini merupakan citra dari suatu organisasi secara keseluruhan jadi bukan citra atas produk dan pelayanan saja. Kita dapat menciptakan citra dengan cara kita menarik

perhatian masyarkat. Misalnya saja perusahaan / organisasi kita peduli terhadap lingkungan hidup, bencana alam, ikut serta dalam kegiatan sosial, serta berpartisipasi terhadap kegiatan masyarakat. Ini dapat membentuk opini publik yang positif sehingga dapat menciptakan citra yang positif bagi perusahaan atau organisasi.

2. Memelihara citra perusahaan / organisasi

Setelah kita menciptakan citra perusahaan yang positif, langkah selanjutnya adalah memelihara citra tersebut agar tidak menurun atau bahkan hilang. Kita dapat memelihara citra dengan cara memelihara hubungan kita kepada masyarakat, relasi dan juga media. Untuk memelihara citra ini sangatlah tidak mudah, kita harus selektif dan benar – benar menjaga hubungan yang berkaitan dengan kepuasaan masyarakat/pelanggan, kerja sama dengan relasi, dan juga pemberian informasi kepada media. *Public relations* harus teliti dalam memelihara dan menjaga citra. Terkadang hal – hal kecil yang biasa dan dianggap remeh menjadi suatu hal yang menyebabkan turunnya citra perusahaan.

3. Meningkatkan citra

Tujuan *public relations* adalah meningkatkan citra. Meningkatkan citra ini bisa kita lakukan dengan semakin kita meningkatkan kualitas dari produk atau jasa perusahaan kita, kita juga dapat melakukan dengan semakin meningkatkan hubungan. Kita juga dapat melakukan kegiatan pameran , open house, diskon produk / jasa, pers tour, seminar dan lain – lain.

4. Memperbaiki citra organisasi atau perusahaan jika citra organisasi mengalami penurunan/masalah

Yang paling sulit adalah memperbaiki citra jika perusahaan kita mengalami penurunan karena adanya suatu masalah. Hal pertama yng perlu dilakukan jika mengalami hal ini adalah melakukan Krisis analisis. Yaitu dengan

1. *Fact finding* yaitu mencari dan menemukan fakta – fakt yang berkaitan dengan kasus yang menimpa perusahaan/organisasi kita. Sehingga kita dapat menemukan inti masalah.
2. *Planing* yaitu pembuatan rencana mengenai apa yang harus kita lakukan dalam menghadapi masalah – masalah berdasarkan fakta – fakta yang telah kita temukan.
3. *Communicating* yaitu suatu tindakan nyata dari *public relations*. Bagaimana seorang *public relations* mulai beroperasi menyelesaikan masaah – masalah tersebut dengan tetap memperhatikan unsur – unsur komunikasi.
4. *Evaluation* yaitu melakukan penilaian tentang kegiatan atau semacam intropeksi. Evaluasi ini dilakukan dengan tujuan apakah tujuan kita sudah tercapai atau belum.

2.3.3 Fungsi dan Peranan Humas dalam Organisasi

2.3.3.1 Fungsi Humas dalam Organisasi

Seitel (2001) mengemukan fungsi *public relations* yang ideal adalah menjadi penasihat manajemen, termasuk sebagai interpreter kebijakan manajemen

dan perusahaan serta dapat menampung aspirasi publik, sehingga terjadi mutual understanding (saling pengertian) antara publik dan perusahaan atau organisasi. Aktivitas *public relations* itu sendiri mencakup penelitian, analisis, membuat kebijakan, melakukan komunikasi dan menyimak umpan balik dari publik terkait.

Fungsi Humas secara Universal dalah :

1. Menyampaikan informasi lembaga/organisasi kepada publik

Informasi tersebut harus memenuhi beberapa kriteria yaitu :

a. Validitas atau sah
b. Secara etis dapat diterima
c. Kualitas pesan
d. Kejelasan
e. Menarik perhatian

2. Menyampaikan opini publik kepada lembaga/organisasi
    a. Harus cepat tanggap terhadap permasalahan yang timbul dalam organisasi
    b. Harus dapat mengevaluasi opini yang diterima dari publiknya
    c. *Public relations* harus mengetahui opini publik mana yang didasarkan fakta- fakta dan mana yang bukan
    d. *Public relations* harus dapat menyampaikan opini publik kepada manajemen dan mempertimbangkan hal – hal yang prinsip dari opini publik yang ada.

Komunikasi yang dilakukan oleh Humas dalam organisasi adalah komunikasi organisasi yaitu komunikasi yang berkaitan dengan pengiriman atau penerimaan pesan dalam sebuah organisasi. Dalam prosesnya, terdapat arus komunikasi yang terjadi dalam komunikasi ini yaitu :

1. Komunikasi ke atas

   Komunikasi yang keatas merupakan pesan yang dikirim dari tingkat hierarki yang lebih rendah ke tingkat yang lebih tinggi. Jenis komunikasi ini mencakup :

   a. Kegiatan yang berkaitan dengan pekerjaan, yang berarti menyangkut pekerjaan apa yang sedang dilakukan, seberapa jauh pencapaian, dan apa yang harus dilakukan.

   b. Masalah yang berkaitan dengan pekerjaan dan pertanyaan yang belum terjawab.

   c. Berbagai gagasan untuk perubahan dan saran – saran perbaikan.

   d. Perasaan yang berkaitan dengan pekerjaan mengenai organisasi, pekerjaan itu sendiri, pekerjaan lainnya dan masalah lainnya yang serupa.

2. Komunikasi kebawah

   Ini merupakan arus komunikasi ke bawah merupakan pesn yang dikirim dari tingkat hierarki yang lebih tinggi ke tingkat yang lebih

rendah. Sebagai contoh, pesan yang dikirim oleh manajer kepada karywannya. Biasanya berkaitan dengan tugas, perintah dan kebijakan. Kebijakan (Pace) adalah pernyataan – pernyataan yang dikomunikasikan secara efektif dalam organisasi untuk menjadi bahan pertimbangan. Kebijakan juga merupakan suatu pernyataan umum yang dirancang sebagai pedoman bagi setiap orang mengenai pengambilan keputusan.

Kebijakan yang efektif didasari oleh lima persyaratan yaitu :

a. Kebijakan yang mencerminkan tujuan perusahaan
b. Kebijakan menjdi konsekuensi secara internal
c. Kebijakan memberikan keleluasan dalam pengambilan keputusan
d. Kebijakan dibuat secara tertulis
e. Kebijakan dikomunikasikan kepada anggota organisasi.

3. Komunikasi Lateral

Adalah komunikasi yang terjadi antara sesama karyawan, yakni dari manajer ke manajer atau karyawan ke karyawan. Komunikasi ini mempelancar pertukaran pengetahuan, informasi dan pengalaman.

Penelitian yang diadakan oleh *International Public Relations Association* (IPRA) pada tahun 1981 menyimpulkan bahwa pada umumnya fungsi *public relations* /humas masa kini meliputi 15 pokok yaitu :

1. Memberi konseling yang didasari pemahaman masalah prilaku manusia.
2. Membuat analisis "trend" masa depan dan ramalan akan akibat-akibatnya bagi institusi.
3. Melakukan riset pendapat, sikap dan harapan masyarakat terhadap institusi serta memberi saran tindakan-tindakan yang diperlukan institusi untuk mengatasinya.
4. Menciptakan dan membina komunikasi dua-arah berlandaskan kebenaran dan informasi yang utuh.
5. Mencegah konflik dan salah pengertian.
6. Meningkatkan rasa saling hormat dan rasa tanggung jawab sosial.
7. Melakukan penyerasian kepentingan institusi terhadap kepentingan umum.
8. Meningkatkan itikat baik institusi terhadap anggota, pemasok dan konsumen.
9. Memperbaiki hubungan industrial.
10. Menarik calon tenaga yang baik agar menjadi anggota serta mengurangi keinginan anggota untuk keluar dari institusi.
11. Memasyarakatkan produk atau layanan.
12. Mengusahakan perolehan laba yang maksimal.
13. Menciptakan jadi diri institusi.
14. Memupuk minat mengenai masalah-masalah nasional maupun internasional.
15. Meningkatkan pengertian mengenai demokrasi

2.3.3.2 Peranan Humas Dalam Organisasi

Dalam pelaksanaan pekerjaannya seorang praktisi humas akan menggunakan konsep-konsep manajemen untuk mempermudah pelaksanaan tugas-tugasnya. Bahwa proses humas (tahapan *fact finding, planning, communicating, evaluation*). Sepenuhnya mengacu pada pendekatan managerial. Untuk keperluan pembahasan manajemen hubungan masyarakat, maka sementara manajemen itu dapat dirumuskan sebagai suatu proses dari kelompok orang-orang yang secara koordinatif, memimpin kegiatan-kegiatan tertentu untuk mencapai tujuan-tujuan bersama.

Dalam proses tersebut kita jumpai teknik-teknik dan koordinasi tertentu yang dipergunakan oleh kelompok orang-orang yang disebut manajer didalam mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan itu sendiri. Proses ini pun mencakup fungsi-fungsi dasar dengan pendekatan analistik seperti perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengawasan dalam melaksanakan manajemen (POAC yaitu *Planning, Organizing, Actuating, Controlling).*

Dengan melihat proses peranan manajemen dan hubungan masyarakat (humas) dalam suatu organisasi yang sudah dikemukakan, dapatlah dikatakan bahwa manajemen itu adalah upaya menyusun sasaran dan kerja sama melalui orang lain. Di samping itu, untuk dapat mencapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif dan agar pekerjaan terlaksana dengan baik. Fungsi dan tanggung jawab manajer humas hendaknya mengupayakan terjadinya hubungan yang lancar dan

efektif antara semua bagian dalam perusahaan di satu sisi dan antara perusahaan itu dengan publik internal dan publik eksternal.

Staf humas harus menerapkan prinsip dasar fungsi hubungan masyarakat dan mampu secara objektif menanggapi pendapat dan sikap publik. Dengan demikian ia dapat memberi masukan pada pimpinan untuk menciptakan lingkungan usaha yang saling menguntungkan dan berkelanjutan serta mampu bersaing. Dalam pelaksanaan tugasnya sehari-hari, tiap staf humas harus mempelajari setiap langkah dan sasaran perusahaan. Memantau keadaannya sejauh mana langkah dan sasaran itu akan mempengaruhi lingkungan. Apakah pendapat umum terhadap langkah dan sasaran itu. Hasil pemantauan hari ini dibandingkan lagi dengan hasil pemantauan esoknya dan begitu seterusnya secara berkesinambungan.

Tanggung jawab khusus manajer hubungan masyarakat ialah mengelola stafnya agar setiap langkah selalu berlangsung efektif. Melaksanakan koordinasi pekerjaan agar jangan sampai ada pekerjaan yang tumpang-tindih, mengawasi pekerjaan staf agar jangan menyimpang jauh dari perencanaan dengan metode kerja yang benar, alat kerja yang sesuai, dan informasi kerja yang tepat. Penilaian dan hal-hal lain yang khas ada pada manajer hubungan masyarakat antara lain mungkin perlu penataran baru, penyaringan baru untuk mendapatkan tenaga inti atau diperlukannya penambahan tenaga yang berkualitas tertentu.

Kualitas yang khas pada manajer hubungan masyarakat ialah kemampuan menganalisis. Setiap anggota staf humas juga harus berkemampuan sebagai juru

analisis. Manajer hubungan masyarakat harus pula bisa membenahi dirinya, dan menganggap dirinya mampu bekerja efektif tanpa perintah, karena manajer humas sendiri bukan mengurus bagian yang memberi perintah. Manajer humas adalah bagian yang mewakili perusahaan terhadap publik dan mewakili publik pada perusahaan. Dengan demikian, tiap bagian lain dalam perusahaan itu tahu bahwa pimpinan puncak termasuk manajer humas tingkat dan bobotnya sama dengan rekan pimpinan puncak bagian lain. Manajer humas harus pula dapat menyajikan hasil evaluasi akurat tentang:

1. lingkungan
2. sikap dan pendapat publik
3. efektivitas manajemen humas
4. pengaruh tiap bagian yang harus dirasakan juga oleh manajer humas.

Ruslan mengungkapkan pula peranan umum *public relations* dalam manajemen suatu badan / organisasi itu terlihat dari adanya aktivitas berikut :

1. Mengevaluasi sikap atau opini publik
2. Mengidentifikasi kebijakan dan prosedur orgnisasi/ perusahaan dengan kepentingan publiknya
3. Merencanakan dan melaksanakan kegitan aktivitas PR

Peranan *public relations* harus mencakup empat tanggung jawab umum sebagai berikut :

1. *Analyzing* yaitu menganalisa masalah sosial, ekonomi, politik dan lingkungan sosial dalam operasional bisnis atau lembaganya, serta mampu mengantisipsinya.
2. *Counseling* yaitu menjadi penasihat pimpinan dalam pembuatan kebijakan dan tatanan opersional agar dapat menciptakan hubungan yang harmonis dengan berbagai publik terkait.
3. *Communicating* yaitu mengkomunikasikan informasi inti tentang kebijkan dan praktik manajerial, produk – produk dan jasa – jasa yang menjadi perhatian publik.
4. *Evaluating* yaitu mengevalusi dan mengkaji apa yang sudah baik dilakukan , apa yang masih salah dilakukan, berapa banyak kemampuan yang telah diperoleh dan bagaimana meningkatkan kinerja yang lebih produktif di masa mendatang.

2.3.4 Kegiatan Humas dalam Organisasi

Untuk mencapai tujuannya, kegiatan public relations harus diarahkan kedalam dan keluar. Kegiatan yang diarahkan kedalam disebut internal *public relations* dan kegiatan yang ditujukan keluar disebut external *public relations*.

Kegiatan – kegiatan *public relations* dalam organisasi :

a. Internal Public Relations

Tujuan internal public relations adalah terciptanya karyawan yang mempunyai kegairahan kerja. Hal ini dapat dilakukan dengan cara :

1. Pimpinan memperhatikan kepentingan para pegawai dari segi ekonomi, sosial, dan psikologi.
2. Komunikasi oleh pimpinan terhadap bawahan (downward communication) dan komunikasi dari pegawai ke pimpinan (upward communication).
3. Komunikasi antar kolega yang bersifat persuasif dan informatif yaitu dengan cara tertulis, lisan dan conseling.
4. Komunikasi Internal (personil/anggota institusi).
5. Memberikan informasi sebanyak dan sejelas mungkin mengenai institusi.
6. Menciptakan kesadaran personil mengenai peran institusi dalam masyarakat.
7. Menyediakan sarana untuk memperoleh umpan balik dari anggotanya.

Bentuk kegiatan internal PR dapat berupa :

1. *Coffe / tea morning*
2. *Get together*
3. *Human relations*
4. Dll

b. External Public Relations

Tujuan *external public relations* adalah untuk mengeratkan hubungan dengan orang – orang diluar badan/instansi hingga terbentuklah opini

publik yang *favorable* terhadap badan itu. Hal ini dilakukan dengan tujuan :

1. Memperluas langganan
2. Memperkenalkan produksi
3. Mencari modal dan hubungan
4. Memperbaiki hubungan dengn serikat- serikat buruh, mencegah pemogokan, mempertahankan karyawan- karyawan yang cakap, efektif dan produktif.
5. Memecahkan persoalan atau kesulitan yang sedang dihadapi

Bentuk kegiatan external PR :

1. *Press releases*
2. *Press relations*
3. *Personal contact*
4. Media relations
5. Pameran
6. Dll

Beberapa kegitan *public relations* yang berkitan dengan fungsi *public relations* adalah :

1. Menulis (artikel, pamflet, *press release*)
2. Produksi Cetakan/distribusi/promosi (stiker, buletin, poster)
3. Iklan
4. Hubungan komunikasi dengan media, radio, TV

5. Konfrensi dan Pertemuan Publik
6. Hubungan dengan pemerintah
7. Hubungan dengan kelompok interest tertentu
8. Hubungan komunitas
9. Hubungan dengan pekerja

2.3.5 Kedudukan Humas dalam Organisasi

Bidang PR merupakan salah satu aspek manajemen yang diperlukan oleh setiap organisasi. Organisasi merupakan kumpulan dari orang atau kelompok orang yang bekerja secara bersama- sama untuk mencapai tujuan bersama. Dalam suatu organisasi tentulah terdiri dari orang – orang yang berbeda kepentingan berbeda latar belakang, akan tetapi untuk mempersatukan semuanya untuk mencapai tujuan organisasi perlu dilakukan suatu komunikasi dan untuk mengatur agar semuanya berjalan pada tujuan yang sama perlu adanya manjemen. Dan untuk menyatukan keduanya maka diperlukan humas. Menurut Anggoro, *public relations* mencakup semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa yang berkepentingan dengannya.

Oleh karena itu, *public relations* sangat dibutuhkan oleh perusahaan / organisasi. Baik organisasi yang komersial maupun yang nonkomersial. Kehadiran *public relations* merupakan salah satu elemen yang menentukan kelangsungan organisasi secara positif. Arti penting *public relations* sebagai sumber informasi terpercaya kian terasa pada era globalisasi dan banjir informasi seperti saat ini.

Public relations dalam organisasi pada awalnya tidak ditujukan untuk tujuan tertentu dan masih sangat sederhana. *Public relations* ini dapat dimulai dengan menjawab surat dari pelanggan atau mereka yang bekerja pada institusi periklanan, atau mereka yang menyambut pengunjung, memimpin tur atau rapat tahunan.

Akan tetapi sekarang *public relations* tidak seperti itu lagi. Kedudukan *public relations* dalam organisasi sangat penting. Saat terjadi suatu kasus atau masalah pada organisasi maka pihak yang pertama kali ditanya dan dimintai pertanggung jawabannya adalah humas. Bahkan tidak sedikit perusahaan atau organisasi yang meletakkan kantor *public relations* satu lantai atau satu jajaran dengan kantor direktur.

Tidak jarang seorang *public relations* membantu direktur/ pemimpin organisasi dalam pengambilak keputusan, karena disini *public relations* berfungsi sebagai konseling yang memberikan masukan – masukan atau saran – saran. Tugas *public relations* adalah melaksanakan hubungan dengan publik diluar dan dalam organisasi dengan jalan komunikasi. *Public relations* sebagai metode komunikasi sering disebut *state of being*). Kegiatan PR ini, seharusnya dilaksanakan oleh para pemimpin organisasi, akan tetapi sekarang dikembangkn oleh seorang yang ditugaskan yaitu *public relation officer* (PRO).

Tugas dan wewenang pimpinan organisasi juga didelegasikan kepada PRO untuk melakukan komunikasi dengan publiknya. Dalam hubungan PRO mengonsepsikan, merencanakan, dan mengorganisasikan kegiatan untuk

komunikasi secara metodologis dan sistematis untuk dapat dioperasikan secara efektif.

Kedudukan seorang *public relations* atau Humas juga sebagai jembatan antara atasan dan bawahan. Karyawan juga harus diberi informasi mengenai :

1. Aktivitas perusahaan
2. Tujuan, sasaran, perencanaan dan arah perusahaan
3. Isu negatif, sensituf dan kontroversial
4. Dorongan untuk berperan serta dalam berlangsungnya arus komunikasi dua arah
5. Diadakan pertemuan secara periodik dengan supervisor untuk membhas kinerja harapan karyawan
6. Dorongan untuk berekspresi dalam setiap pertemuan
7. Situasi kondisi tertentu yang memungkinkan berkomunikasi secara tepat

Dalam suatu organisasi/lembaga yang berkaitan dengan pemerintahan, *public relations* ini sangat penting yaitu dalam menjalankan kegiatan dan operasinya di berbagai tempat dan berbagai bidang. Peranan *public relations* dalam pemerintah yaitu untuk membantu dalam proses pembangunan negara. Seorang PR di instansi/ lembaga tidak ikut menentukan kebijakan, dia mengikuti apa yang sudah digariskan kecuali di bidang informasi dan yang berkaitan dengan opini publik maka ia ikut dalam menentukan kebijakan.

Sedangkan berbeda untuk *public relations* yang berada pada perusahaan atau organisasi yang komersial. Disini *public relations* harus benar – benar bisa mengkomunikasikan organisasinya/perusahaannya kepada publik untuk mendapatkan keuntungan atau masukan yang besar bagi perusahaan. Apapun akan dilakukan oleh seorang *public relations* untuk meningkatkan income perusahaan/organisasi. Meningkatkan income ini dapat dilakukan dengan melakukan manajemen humas dan marketing humas. Didalam manajemen dia akan mengorganisasi, merencanakan, menggerakan dan melakukan kegiatan – kegiatan humas. Tetapi dalam fungsi marketing dia akan menerapkan strategi – strategi dan taktik – taktik dalam meningkatkan income.

Dalam marketing humas dikenal dengan dua aktivitas yang dilakukan oleh seorang humas yaitu proaktif dan reaktif. Proaktif yaitu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan marketing tertentu. Misalnya dengan pengenalan produk baru atau program, atau mengeluarkan/membuat pernyataan – pernyataan yang menggugah publik. Reaktif yaitu aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk menanggapi pengaruh luar perusahaan. Hal ini biasanya perusahaan memberikan ekstra pelayanan jika perusahaan melakukan kesalahan. Hal ini dilakukan untuk mempertahankan loyalitas konsumen atau pelanggan atau masyarakat. karena loyalitas konsumen merupakan faktor yang sangat penting untuk kemajuan dari suatu organisasi atau perusahaan.

2.4 Deskripsi Tentang Humas Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Air (PUSAIR)

Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Air (PUSAIR) merupakan salah satu instansi yang berada dibawah naungan pemerintah. Dalam menjalankan fungsi dan tugasnya, tidak lepas dari namanya peran serta seorang humas. Peranan humas ini adalah untuk menanamkan *sense of belonging* pada publiknya, dalam upaya tercapainya tujuan dari organisasi.

Humas di Pusat penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Air (PUSAIR) belum melembaga atau belum *state of being*. Kedudukan Humas berada dibawah Bidang Program dan Kerjasama. Humas juga bertanggung jawab atas kegiatan – kegiatan yang berada di Bidang Program dan Kerja Sama.

Seorang Humas merupakan seorang praktis, harus dapat mengembangkan ilmu – ilmu sosial dan juga mengembangkan kemampuan berkomunikasi. Hal ini bertujuan untuk menjalin hubungan yang baik dengan publiknya. Seorang humas harus memberikan pelayanan yang terbaik bagi para publiknya.

Humas Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Air (PUSAIR) selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik bagi para publiknya, baik publik *internal* ataupun publik *eksternal*. Humas harus bisa menciptakan hubungan yang baik antara para karyawan, karyawan dengan atasan ataupun sebaliknya. Hal ini karena seorang humas juga berfungsi untuk menciptakan iklim dan budaya organisasi yang bisa memberikan rasa nyaman kepada para karyawan sehingga bisa memberikan motivasi dan juga semangat kerja.

Berkaitan dengan *public eksternal*, humas harus bisa menciptakan citra yang positif dimata masyarakat. Sikap humas Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Air (PUSAIR) terhadap masyarakat, khususnya para mahasiswa yang akan melakukan penelitian ataupun praktek kerja sudah cukup baik. Sikap yang terbuka, ramah, sopan dan juga selalu memberikan informasi membuktikan bahwa humas Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Air (PUSAIR) sudah menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat.

2.4.1 Fungsi dan Tugas Humas Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Air (PUSAIR)

Secara umum, fungsi seorang humas Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Air (PUSAIR) adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas mengenai hasil – hasil penelitian.

Akan tetapi, karena humas Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Air (PUSAIR) berada dibawah Bidang Program dan Kerja Sama maka semua fungsi dan tugas Bidang Program dan Kerja Sama dilaksanakan juga oleh humas.

Bidang Program dan Kerjasama mempunyai tugas menyusun rencana strategis dan program tahunan, monitoring dan evaluasi serta pengembangan kerjasama dan kemitraan hasil litbang bidang sumber daya air.

Fungsi Program dan Kerjasama :

a) Penyusunan rencana strategis dan program tahunan, monitoring dan evaluasi kegiatan litbang sumber daya air.
b) Pengembangan kerjasama litbang dalam dan luar negri serta mengkoordinasi kemitraan hasil litbang bidang sumber daya air dengan stakeholder terkait.

Bidang Program dan Kerjasama membawahi :

a) Sub bidang Program dan Evaluasi

Sub bidang Program dan Evaluasi mempunyai tugas melakukan penyusunan rencana strategis penyelenggaraan litbang , penyusunan program dan anggaran litbang tahunan, pemantauan pelaksanaan litbang, evaluasi dan pelaporan kinerja hasil litbang.

b) Sub bidang Pengembangan Kerjasama

Sub bidang Pengembangan dan Kerjasama mempunyai tugas melakukan kerjasama dalam dan luar negri untuk menyelenggarakan litbang , kehumasan, pengurusan administrasi dan anggaran kerjasama kemitraan, korporasi dan koordinasi dalam pelaksanaan.

2.4.2 Kegiatan Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Air (PUSAIR)

Bidang pengembangan dan kerjasama juga bertanggung jawab untuk melakukan publikasi dari hasil – hasil penelitian Litbang. Untuk menyebarluaskan informasi Puslitbang SDA disusun buku profil atau *company profile* yang

berisikan berbagai informasi terkait dengan sejarah dan perkembangan Puslitbang SDA, Fasilitas yang tersedia serta berbagai kegiatan bidang dan balai dengan kualifikasi sumber daya manusia yang ada di lingkungan Puslitbang SDA.

Adapun bentuk lain penyebarluasan yang dilaksanakan oleh bidang pengembangan dan kerjasama adalah sebagai berikut:

1. Pertemuan Ilmiah

Pertemuan ilmiah dilakukan dalam bentuk seminar, symposium, diskusi panel, dan lokakarya. Pelaksanaan kerjasama penyebarluasan dilakukan dengan lembaga ilmiah lain, organisasi profesi, instansi pemerintah dan swasta baik dalam negeri maupun luar negeri. Hal ini bertujuan untuk mengingkatkan efektifitas dan memperluas jangkauan penyebarluasan teknologi hasil Litbang.

2. Publikasi Karya Ilmiah

Semua hasil penelitian Litbang akan dipublikasikan. Bentuk publikasi yang digunakan dalam hal ini seperti jurnal sumber daya air, buletin, *leaflet* dan lain sebagainya. Publikasi ini merupakan salah satu media penghubung antara Litbang dengan masyarakat luas. Karena publikasi ini berisi mengenai informasi yang berkaitan dengan sumber daya air. Melalui publikasi ini, dharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat luas tentang sumber daya air.

3. Pameran

Pameran dilakukan dalam rangka mempresentasikan ruang lingkup kegiatan Litbang, memperkenalkan teknologi dan produk – produk Litbang yang telah

dicapai. Penyelenggaraan kegiatan bersamaan dengan forum – forum ilmiah lain khususnya dibidang sumber daya air yang dilakukan oleh pemerintah, swasta, badan usaha, organisasi profesi dan lain – lain. Saat melakukan publikasi melalui pameran, semua hasil penelitian beserta para peneliti akan diiuktsertakan dalam pameran. Dimana peneliti akan menjelaskan mengenai hasil penelitiannya.

4. Situs Internet

Sistem informasi Puslitbang SDA merupakan pengembangan sistem komunikasi data dan situs. Publikasi melalui internet ini merupakan slah satu taktik yang digunakan untuk menarik perhatian masyarakat luas. Melalui situs internet masyarakat bisa mengakses informasi yang berkaitan dengan PUSAIR . Masyarakat dapat mengakses melalui www.pusair-pu.go.id yang dapat diakses secara online yang berisi mengenai informasi, diantaranya adalah :

- Profil Puslitbang yang dilengkapi hasil penelitian, SIMPUSTKA SDA, informasi tentang bulletin, jurnal, NSPM serta informasi terkini tentang sumber daya air.
- Situs balai – balai yang dapat diakses langsung menggunakan alamat situs masing – masing.

Adapun kegiatan – kegiatan yang dilakukan oleh humas Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Air (PUSAIR) selain kegiatan – kegiatan diatas adalah :

1. Kunjungan Teknik

Sebagai salah satu instansi yang bergerak dibidang penelitian dan pengembangan sumber daya air, maka Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Air (PUSAIR) sering mendapat kunjungan baik sekolah, perguruan tinggi ataupun instansi.

Untuk kelancaran kunjungan tersebut, maka humaslah yang mengaturnya. Mulai dari persetujuan waktu kunjungan sampai dengan kegiatan kunjungan.

2. Kolokium

Merupakan acara tahunan yang selalu dilaksanakan oleh Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Air (PUSAIR). Dalam acara ini melibatkan semua bidang dan semua balai. Acara ini dilakukan pada bulan April – Maret setiap tahunnya. Adapun acara kolokium ini seperti Lomba Karya Ilmiah, Lomba Penulisan Karya Ilmiah. Disini seorang humas sangat dibutuhkan, karena humas berperan mengatur jalannya acara kolokium tersebut.

3. Penyebarluasan

Seorang humas juga ikut serta dalam kegiatan penyebarluasan informasi. Beberapa kegiatan penyebarluasan yang dilakukan oleh humas.

a. Pameran

Saat akan melakukan pameran untuk penyebarluasan hasil penelitian, maka humas akan ikut serta beserta para peneliti

dan hasil penelitian untuk ikut serta mengatur kegiatan dan membantu meginformasikan mengenai hasil penelitian.

b. Website

Selain ikut dalam pameran, humas juga bekerja sama dengan bidang lain untuk menginformasikan kegiatan – kegiatan yang sudah dilakukan untuk dipublikasikan melalui *website*.

c. Dialog Interaktif

Dialog interaktif ini hampir setiap bulannya. Dialog interaktif ini juga merupakan salah satu bentuk penyebarluasan hasil peneliti. Humas disini bertugas untuk mengatur waktu dan menentukan tempat untuk melakuka dialog interaktif tersebut.

d. Jumpa Pers

Humas juga melakukan jumpa pers dengan media cetak. Biasanya dilakukan sekitar 20 kali dalam sebulan. Humas disini berfungsi untuk menentukan media dan memilih informasi apa yang akan disampaikan.

e. Kegiatan – kegiatan lain

Selain melakukan kegiatan keluar organisasi, humas juga melakukan kegiatan yang ditujukan ataukan berkaitan dengan anggota organisasi. Hampir setiap ada kegiatan atau informasi yang berkaitan dengan PUSAIR, maka humas akan mempublikasikan informasi melalui TV Plasma yang berada di lobbi sehingga karyawan dapat melihatnya. Humas PUSAIR juga mengatur kegiatan lain seperti *Family gathering,* Senam yang dilakukan setiap hari Jumat pagi, dan kegiatan lainnya.