BAB II

Tinjauan Pustaka, Kerangka Pemikiran, Hipotesis

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1. Tinjauan Tentang Public Relations

1. Pengertian Public Relations

Definisi *Public Relations* menurut **Frank Jeffkins** adalah:

"Segala bentuk komunikasi berencana ke luar dan ke dalam antara sebuah organisasi dengan masyarakat dengan tujuan memperoleh sasaran tertentu yang berhubungan dengan saling pengertian (mutual understanding)". (Jeffkins, 1992: 2).

Menurut **W. Emerson Reck**, *Public Relations Director*, Colgate University yang dikutip oleh **Abdurrachman** adalah:

"Public Relations is the continued process keying policies, services and actions to the best interest of those individual and groups whose confidence and goodwill an individual or institutions covets, and secondly, it is the interpretation of these policies, services and actions to assure complete understanding and appreciation". (Public Relations 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 kepercayaan dan *goodwill* dari mereka. Kedua, pelaksanaan kebijaksanaan, pelayanan dan sikap adalah untuk

menjamin adanya pengertian dan penghargaan yang sebaik-baiknya). (Abdurrachman, 2001: 25).

Menurut **J. C. Seidel**, *Public Relations Director Division of Housing*, State of New York yang dikutip oleh **Abdurrachman** adalah:

"Public Relations is the continuing process by which management endeavors to obtain goodwill and understanding of its customer, its employees and the public at large, inwardly through self analysis and correction, outwardly through all means of expression". (*Public Relations* adalah proses yang kontinu dari usaha-usaha manajemen ke dalam dengan mengadakan analisa dan perbaikan-perbaikan terhadap diri sendiri, ke luar dengan mengadakan pernyataan-pernyataan). (Abdurrachman, 2000: 24-25).

Walaupun *Public Relations* memiliki berbagai definisi, namun esensinya sama. Menurut **Edward L. Bernays** yang dikutip oleh **Rachmadi**, mengatakan bahwa *Public Relations* mempunyai tiga arti diantaranya:

1. Penerangan masyarakat,
2. Persuasi untuk merubah sikap dan tingkah laku masyarakat,
3. Usaha untuk mengintegrasikan sikap perbuatan masyarakat dan sebaliknya. (Rachmadi, 1992: 19).

Dari berbagai definisi yang dikemukakan para ahli, dapat dilihat adanya kesamaan pokok pikiran mengenai *Public Relations* yaitu:

Public Relations merupakan kegiatan yang bertujuan memperoleh goodwill, kepercayaan, saling pengertian, dan citra yang baik dari publik atau masyarakat.

Sasaran Public Relations merupakan unsur yang sangat penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik dari organisasi atau perusahaan.

Public Relations adalah usaha untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara suatu badan atau organisasi dengan masyarakat melalui suatu komunikasi timbal balik antara dua arah. Hubungan harmonis ini timbul dari adanya *mutual understanding*, *mutual confidence*, dan *image* yang baik, serta opini publik yang positif.

Public Relations adalah suatu proses yang kontinu ke luar dan ke dalam organisasi atau perusahaan dari usaha-usaha manajemen dan proses penetapan serta pelaksanaan kebijaksanaan demi kepentingan langganannya, pegawainya, dan publik umumnya.

Kesemua hal di atas dapat dilaksanakan oleh *Public Relations* dengan menunjukan hal-hal yang positif tentang apa yang telah dilaksanakan dan direncanakan. Memberikan keterangan-keterangan kepada publik dengan jujur dan diikutsertakan dalam usaha-usaha badan itu. Selain itu juga sikap yang simpatik, yang ramah dan kata-kata yang sopan yang menunjukkan perhatian terhadap *Public Welfare* (kesejahteraan masyarakat).

2. Tujuan Public Relations

Menurut **Oemi Abdurachman**, dalam bukunya *Dasar Dasar Public Relations*, adalah "Mengembangkan *goodwill* dan memperoleh opini publik yang *favourable image* atau menciptakan kerja sama berdasarkan hubungan yang baik dengan berbagai publik." (Abdurachman, 2001: 34).

Menurut **Oemi Abdurachman**, tujuan *Public Relations* terbagi dua, yaitu:

1. Tujuan Internal, membina hubungan baik antara manajemen dengan pegawai sehingga tercipta komuniaksi timbal balik.
2. Tujuan Eksternal, mengeratkan hubungan dengan orang-orang di luar badan instansi, hingga terbentuk opini publik. (Abdurachman, 2001: 34).

Dapat disimpulkan bahwa tujuan Public Relations adalah untuk membentuk, menciptakan, dan mempertahankan citra positif (+) dari suatu perusahaan atau organisasi.

3. Ciri Ciri *Public Relations*

Menurut **Onong U. Effendy**, dalam buku *Human Relations* dan *Public Relations*, ciri dari *Public Relations* adalah sebagai berikut:

1. *Public Relations* adalah kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi yang berlangsung dua arah secara timbal balik.
2. *Public Relations* merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh manajemen suatu organisasi dan publik yang menjadi sasarannya. Baik itu publik internal maupun publik eksternal.

3. Operasionalisasi *Public Relations* adalah membina hubungan yang baik dan harmonis dengan publik dan mencegah terjadinya rintangan psikologi, baik yang timbul dari organisasi maupun pihak luar. (Effendy, 1999: 31).

4. Fungsi Public Relations

Menurut **Bertrand**, dalam bukunya *Public Relations: Principle problem*, yang dikutip **Onong U. Effendy**, fungsi Public Relations adalah sebagai berikut:

1. *It should serve the publics interest* (Mengabdi pada kepentingan umum).
2. Maintain Good Communications (Memelihara komunikasi yang baik).
3. Stress Good Moral and manners (Menitik beratkan kepada moral dan perilaku yang baik). (Effendy, 1999: 31).

2.1.2 Tinjauan Tentang Efektivitas

Efektivitas merupakan kata sifat yang berasal dari kata dasar efektif, yang mengandung arti berhasil atau tepat guna. Definisi efektif atau efektifitas menurut **Onong U. Effendy**:

> "Efektif atau efektivitas adalah komunikasi yang prosesnya mencapai tujuan yang direncanakan sesuai dengan biaya yang dianggarkan, waktu yang ditetapkan dan jumlah personil yang ditentukan" (Effendy, 1999: 14).

Dalam komunikasi efektif, terdapat peran komunikator yang sangat berpengaruh. Pesan yang datang dari pihak yang kredibel lebih mudah mempengaruhi penerima pesan.

Komunikator yang kredibel menurut *Hovland dan Weiss* (dalam memiliki dua komponen, yaitu: *expertise* (keahlian) dan *trustworthtiness* (kepercayaan). berarti, komunikator harus menyampaikan pesan kepada komunikan dengan memanfaatkan keahlian yang dimiliki untuk memperoleh kepercayaan komunikan.

Komunikasi yang efektif juga dipengaruhi oleh daya pesan atau tingkat kemampuan pesan untuk mempengaruhi komunikan tergantung pada penyampaian isi pesan secara tepat dan jelas.

Menurut **Wilbur Schramm** dalam **Effendy** menyatakan faktor komunikasi efektif adalah:

1. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga menarik perhatian komunikan.
2. Pesan harus menggunakan lambang-lambang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikan dan komunikator sehingga sama-sama mengerti.
3. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.

   (Effendy, 2004: 32).

Selain itu, intensitas komunikasi, yaitu frekuensi dan durasi komunikasi yang dilakukan juga turut mempengaruhi hasil dari suatu proses komunikasi tersebut.

2.1.3 Tinjauan Tentang Sikap

Menurut Jallaludin Rakhmat dalam bukunya "Psikologi Komunikasi" sikap dapat disimpulkan menjadi 5 yaitu :

1. Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpresepsi, berpikir dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai.
2. Sikap mempunyai daya pendorong (motivasi)
3. Sikap relatif lebih menetap
4. Sikap mengandung sikap evaluatif, artinya mengandung nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan.
5. Sikap timbul dari pengalaman, tidak di bawa sejak lahir, tetapi hasil belajar.

   Sedangkan menurut Alexis Tan perubahan sikap *(attitude change)* meliputi 1 komponen atau lebih komponen berikut:

   1. **Komponen kognitif**

      Komponen ini berhubungan dengan asalnya tidak tahu menjadi tahu dan bingung menjadi jelas.

   2. **Komponen afektif**

      Komponen ini berkaitan dengan perasaan seseorang.

   3. **Komponen konatif**

      Komponen ini bersangkutan dengan niat, tekad, upaya, usaha yang cenderung menjadi suatu kegiatan atau tindakan. (effendy, 1986:66-67)

Sikap masyarakat sangat berpengaruh pada jalannya program ini.

2.2. Kerangka Pemikiran

2.2.1. Kerangka Teoritis

Dalam kerangka pemikiran, peneliti berusaha membahas masalah pokok skripsi, yaitu Efektivitas Humas Pemerintahan kota Cimahi melalui program "Pesduk" sebagai Variabel X dan sikap masyarakatnya sebagai variabel Y. Kedua variabel penelitian tersebut akan dijelaskan dengan menggunakan konsep-konsep atau teori-teori yang ada hubungannya untuk membantu menjawab pokok masalah.

Keberadaan Humas sangat penting bagi sebuah organisasi atau perusahaan, sehingga kerja Humas dalam organisasi atau perusahaan harus efektif. Efektif merupakan kata dasar dari kata sifat efektivitas yang mengandung arti berhasil atau tepat guna. Untuk menjelaskan mengenai konsep variabel X, yaitu efektivitas kerja Humas Pemerintahan Kota Cimahi melalu program "Pesduk" digunakan definisi efektif atau efektivitas menurut **Onong Uchjana Effendy** "Efektif atau efektivitas adalah komunikasi yang prosesnya mencapai tujuan yang direncanakan sesuai dengan biaya yang dianggarkan, dan waktu yang ditetapkan, serta jumlah personil yang ditentukan." (Effendy, 1999: 14).

Dapat disimpulkan bahwa indikator dari untuk mengukur efektivitas kerja, antara lain: **tujuan**, **rencana**, **biaya**, **waktu** dan **jumlah personil**.

Adapun penjelasan dari masing-masing indikator tersebut menurut **Kamus Bahasa Indonesia Online**[1] adalah sebagai berikut:

1. **Tujuan** adalah arah, haluan, maksud;
2. **Rencana** adalah rancangan (rangka sesuatu yang akan dikerjakan), konsep;
3. **Biaya** adalah uang atau ongkos yang dikeluarkan untuk mengadakan sesuatu;
4. **Waktu** adalah saat tertentu untuk melakukan sesuatu; dan
5. **Jumlah personil** adalah pegawai, anak buah, awak.

(www.kamusbahasaindonesia.org, 06 Maret 2012).

Dari keektifitasan humas Pemerintahan Kota Cimahi melalui program "Pesduk" akan adanya timbul sikap dari masyarakatnya terhadap program tersebut.

Menurut Jallaludin Rakhmat dalam bukunya "Psikologi Komunikasi" sikap dapat disimpulkan menjadi 5 yaitu :

1. Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpresepsi, berpikir dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai.
2. Sikap mempunyai daya pendorong (motivasi)
3. Sikap relatif lebih menetap
4. Sikap mengandung sikap evaluatif, artinya mengandung nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan.

5. Sikap timbul dari pengalaman, tidak di bawa sejak lahir, tetapi hasil belajar.

Sedangkan menurut Alexis Tan perubahan sikap (attitude change) meliputi 1 komponen atau lebih komponen berikut:

1. Komponen kognitif

   Komponen ini berhubungan dengan asalnya tidak tahu menjadi tahu dan bingung menjadi jelas.

2. Komponen afektif

   Komponen ini berkaitan dengan perasaan seseorang.

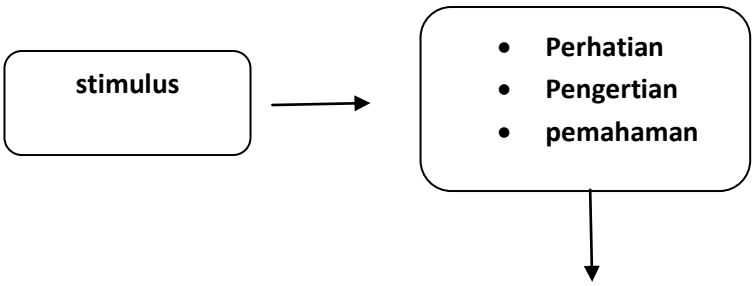
3. Komponen konatif

   Komponen ini bersangkutan dengan niat, tekad, upaya, usaha yang cenderung menjadi suatu kegiatan atau tindakan. (effendy, 1986:66-67)

Untuk memperjelas judul penelitian ini maka penulis menampilkan kerangka pemikiran yang berhubungan dengan salah satu teori komunikasi yaitu teori S-O-R

Gambar 2.1

Teori S-O-R





Sumber, (Effendy, 2000:254-255)

Gambar di atas menunjukan bahwa pembentukan sikap tergantung pada proses yang terjadi pada individu. Seperti yang di ungkapkan oleh Onong Uchjana Effendy bahwa :

> "Stimulus atau pesan yang di sampaikan kepada komunikan mungkin di terima atau mungkin di tolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolah dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan mengubah sikap" (Effendy, 2000:254-255)

Sehingga dampak atau sikap yang terjadi pada pihak penerima. Pada dasarnya merupakan suatu reaksi tertentu dari stimulus tertentu. Terdapat 3 elemen dalam teori di atas yaitu :

1. S = Pesan (sender, communicator)
2. O = Organisme dalam hal ini pihak penerima (receiver)
3. R = Response, akibat atau sikap yang terjadi, diterima oleh penerima.

Stimulus yang di berikan kepada komunikan mungkin bisa di tolak, atau di terima. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan, maka proses berikutnya akan mengerti terhadap stimulus yang di berikan dari komunikan akan dapat menerima stimulus sehingga komunikan dapat melanjutkan pada proses berikutnya. Dimana komunikan mengerti terhadap stimulus tersebut, hal itu merupakan respons terhadap rangsangan dari lingkungan melalui kekuatam stimulus. Selanjutnya komunikan akan mengolah dan menerima stimulus yang diberikan oleh komunikator, maka setelah itu akan terjadi respons yang di harapkan yaitu respons yang positif terhadap stimulus (rangsangan). tespons dalam hal ini adalah sikap masyarakat terhadap program "Pesduk".

Pengertian secara umum sikap adalah predisposisi merupakan tugas yang mudah, oleh karena itu seorang Humas harus mampu menjaga sikap karena sikap tersebut merupakan hal yang penting dalam menciptakan suatu atmosfer yang baik dalam suatu hubungan pekerjaan, hubungan pekerjaan dengan masyarakat pun akan berjalan baik, sehingga masyarakat dapat menetukan sikap juga sebagaimana yang di harapkan.

Untuk mencapai tujuan sebagaimana dijelaskan di atas, maka peneliti harus menjelaskan tentang proses pembentukan sikap.

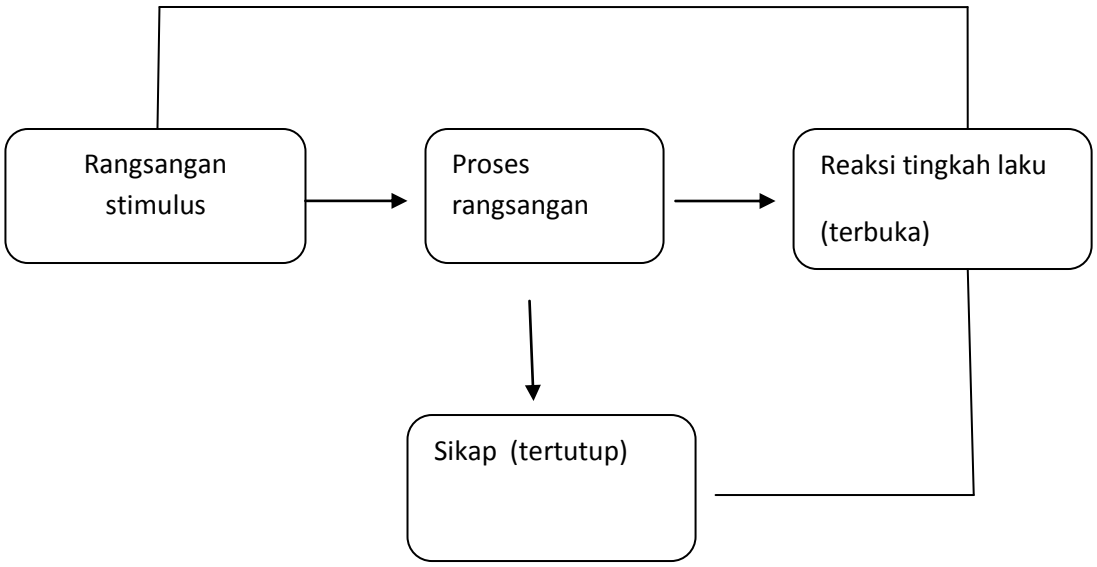
Mar'at mengungkapkan bahwa:

1. Sikap merupakan suatu conditioning yang di bentuk;
2. Dapat timbul kesediaan bertindak;
3. Memilikki fungsi yang berarti, bahwa sikap merupakan fungsi manusia dalam arah tindakan;

4. Sikap adalah konsisten dengan komponen kognisi (mar'at, 1981:15)

Gambar 2.2

Proses pembentukan sikap



Ket :

⟶ = Garis arah kecenderungan dari sikap.

——— = Garis tanpa proses, seperti reaksi refleks.

Sumber: Mar'at, 1981: 12

Dari bagan proses pembentukan sikap di atas, terlihat bahwa dengan sendirinya tindakan yang diawali proses yang cukup kompleks sebagai titik awal untuk menerima stimulus adalah melalui alat indera seperti penglihatan, pendengaran, dan alat fungsi indera lainnya. Semua proses itu sifatnya tertutup sabagai dasar pembentukan sikap yang akhirnya dapat terjadi tindakan yang

bersifat terbuka, dan inilah yang di sebut tingkah laku atau perilaku. Dari proses penglihatan, pendengaran, dan fungsi alat indera lainnya dapat menimbulkan suatu *attention* atau perhatian,pengertian atau pemahamanmasyarakat. Setelah itu komponen sikap akan menentukan masyarakat dalam memberikan respons berupa tingkah laku.

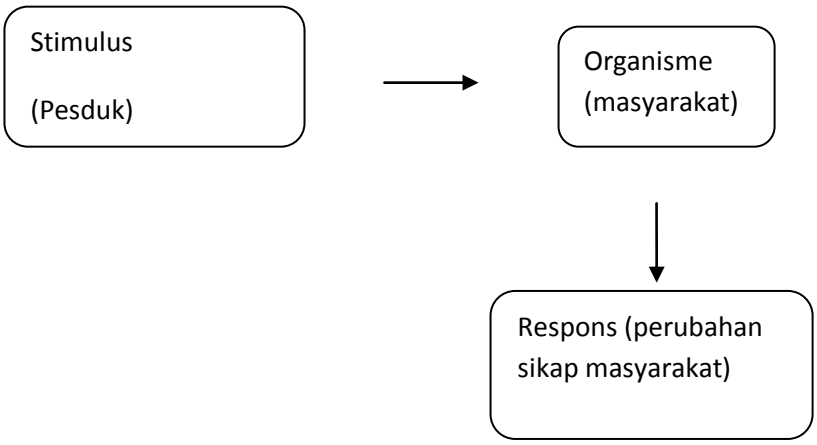
> menurut Alexis Tan perubahan sikap (attitude change) melipiti 1 komponen atau lebih komponen berikut:
>
> 1. Komponen ini berhubungan dengan asalnya tidak tahu menjadi tahu, dan bingung menjadi jelas.
> 2. Komponen afektif
>
>   Komponen ini berkaitan dengan perasaan seseorang.
> 3. Komponen konatif
>
>   Komponen ini bersangkutan dengan, niat, tekad, upaya, usaha yang cenderung menjadi suatu kegiatan atau tindakan.(Effendy, 1996:66-67)

Komponen sikap tersebut akan menetukan masyarakat dalam memberikan tingkah laku kepada program “Pesduk” tersebut. Sikap yang di maksud adalah merupakan kesimpulan dari kegiatan berpikir, keyakinan, dan pengetahuan masyarakat.

2.2.2. Kerangka Konseptual

Dari penjelasan yang terdapat pada kerangka teoritis mengenai penelitian yang dilakukan ini, maka pengaplikasiannya pada S-O-R, sebagai berikut:

Gambar 2.3



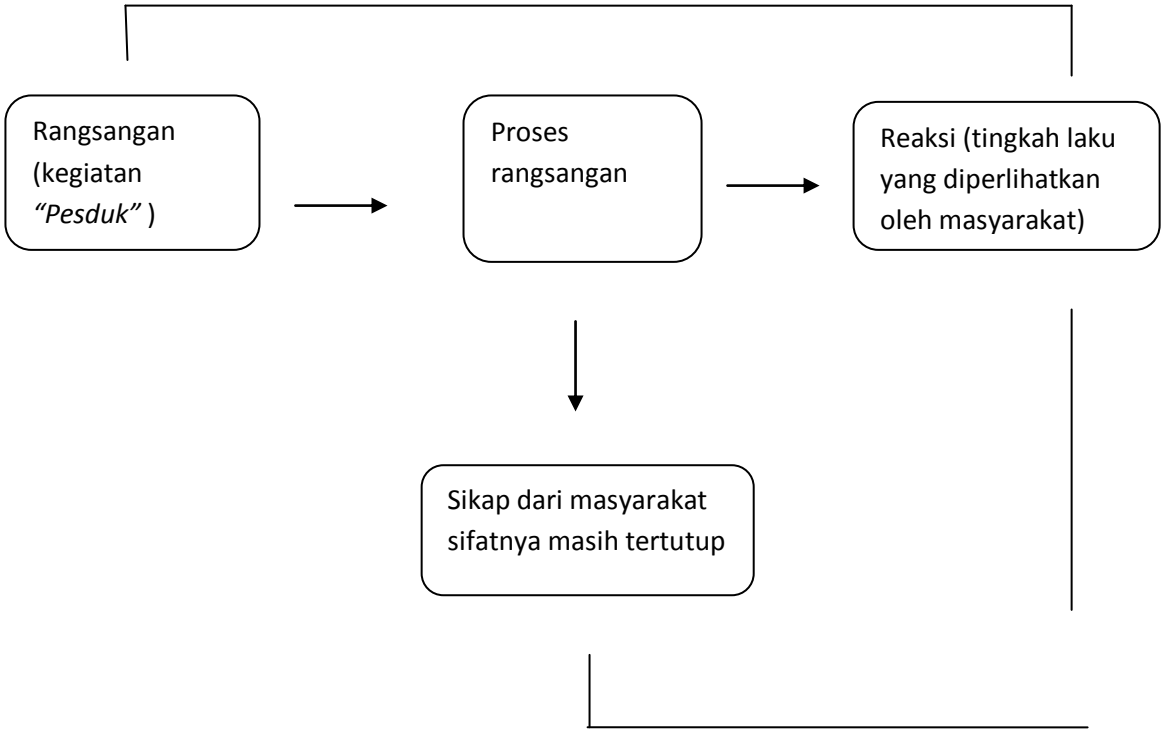
Sumber : (Effendy, 2000:254-255)

Dimana pengaruh yang terjadi pada pihak penerima yaitu dalam hal ini masyarakat, yang merupakan suatu reaksi dari stimulus yang ada. Stimulus yang merupakan pesan yang ada dalam kegiatan "Pesduk". Sedangkan organisme adalah dalam hal ini bukan hanya kondisi fisik dari masyarakat itu saja melainkan komponen dari sikap masyarakat.

Aplikasi dari proses pembetukan sikap, dapat terlihat pada bagan berikut:

Gambar 2.4

Aplikasi proses pembentukan sikap



Ket :

⟶ = garis/arah kecenderungan dari sikap.

___ = garis tanpa proses, seperti reaksi refleks

Sumber : Mar'at,1981:12

Dari bagan pembentukan sikap, terlihat dengan sendirinya rangsangan yaitu kegiatan "Pesduk*"* akan diterima oleh masyarakat. Rangsangan itu sendiri akan melewati proses yang cukup kompleks sebelum rangsangan tersebut diterima oleh masyarakat, yaitu proses penggunaan alat indera masyarakat, seperti masyarakat melihat bagaimana berjalannya program "Pesduk" tersebut. Lalu dalam program tersebut masyarakat mendengarkan isi pesan yang disampaikan. Dari proses penglihatan, pendengaran, dan fungsi alat indera lainnya dapat menimbulkan suatu attention atau perhatian, pengertian, pemahaman dari pemikiran masyarakat. Semua proses ini, sifatnya masih tertutup. Jadi masyarakat belum memperlihatkan sikapnya secara nyata. Proses yang tertutup ini merupakan dasar dari pembentukan sikap yang akhirnya akan diperlihatkan melalui tingkah laku masyarakat.

2.3. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu jawaban sementara yang masih perlu dibuktikan kebenarannya melalui data yang terkumpul. Hipotesis kerja (H_1) menyatakan hubungan antara variabel X dan Y, sedangkan hipotesis nol (H_0) menyatakan tidak ada hubungan antara variabel X dan Y.

Hipotesis induk dalam penelitian ini adalah:

H_1= Ada Pengaruh antara **Efektivitas Kerja** Humas Pemerintahan kota Cimahi Melalui Program Pesduk Terhadap **sikap** masyarakatnya.

H_0 = Tidak Ada Pengaruh antara **Efektivitas Kerja** Humas Pemerintahan kota Cimahi Melalui Program PesdukTerhadap **sikap** masyarakatnya.

Untuk mempermudah penelitian ini, maka peneliti menjabarkan hipotesis menjadi beberapa sub hipotesis, yaitu:

1. H_1 = Ada Pengaruh antara **Tujuan** Humas Pemerintahan kota Cimahi Melalui Program "Pesduk" Terhadap **Sikap** Di masyarakatnya.

   H_0 = Tidak Ada Pengaruh Program "Pesduk" antara **Tujuan** Humas Pemerintahan kota Cimahi Melalui Terhadap **Sikap** masyarakatnya.
2. H_1 = Ada Pengaruh antara **Rencana** Humas Pemerintahan kota Cimahi Melalui Program "Pesduk" Terhadap **Sikap** masyarakatnya.

   H_0 = Tidak Ada Pengaruh antara **Rencana** Humas Pemerintahan kota Cimahi Melalui Program "Pesduk" Terhadap **Sikap** masyarakatnya.
3. H_1 = Ada Pengaruh antara **Waktu** yang ditetapkan Humas Pemerintahan kota Cimahi Melalui Program "Pesduk" Terhadap **Sikap** masyarakatnya.

   H_0 = Tidak Ada Pengaruh antara **Waktu** yang ditetapkan Humas Pemerintahan kota Cimahi Melalui Program "Pesduk" Terhadap **Sikap** masyarakatnya.
4. H_1 = Ada Pengaruh antara **Efektivitas Kerja** Humas Humas Pemerintahan kota Cimahi Melalui Program "Pesduk" Terhadap **Kognisi** masyarakatnya.

   H_0 = Tidak Ada Pengaruh antara **Efektivitas** Humas Pemerintahan kota Cimahi Melalui Program "Pesduk" Terhadap **Kognisi** masyarakatnya.
5. H_1 = Ada Pengaruh antara **Efektivitas Kerja** Humas Pemerintahan kota Cimahi Melalui Program "Pesduk" Terhadap **Afektif** masyarakatnya.

H_0 =Tidak Ada Pengaruh antara **Efektivitas Kerja** Humas Pemerintahan kota Cimahi Melalui Program "Pesduk" Terhadap **Afektif** masyarakatnya.

6. H_1 = Ada Pengaruh antara **Efektivitas Kerja** Humas Pemerintahan kota Cimahi Melalui Program "Pesduk" Terhadap **Konatif** masyarakatnya.

   H_0 = Tidak Ada Pengaruh antara **Efektivitas Kerja** Humas Pemerintahan kota Cimahi Melalui Program "Pesduk" Terhadap **Konatif** masyarakatnya.

7. H_1 = Ada Pengaruh antara **Efektivitas Kerja** Humas Pemerintahan kota Cimahi Melalui Program "Pesduk" Terhadap **Sikap** masyarakatnya.

   H_0 = Tidak Ada Pengaruh antara **Efektivitas Kerja** Humas Pemerintahan kota Cimahi Melalui Program "Pesduk" Terhadap **Sikap** masyarakatnya.