BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi yang semula merupakan fenomena sosial kemudian menjadi ilmu yang secara akademik berdisiplin mandiri, komunikasi dianggap amat penting sehubungan dengan dampak sosial yang menjadi kendala bagi kemaslahatan umat manusia akibat perkembangan teknologi. Komunikasi juga merupakan salah satu proses sosial yang sangat mendasar karena setiap orang dalam kehidupannya selalu berkeinginan untuk mempertahankan suatu persetujuan mengenai berbagai aturan sosial melalui komunikasi.

Menurut David K. Berto dari Michigan State University dalam buku pengantar ilmu komunikasi yang dikutip oleh Hafied Cangara menyebutkan secara ringkas bahwa komunikasi sebagai instrumen dari interaksi sosial berguna untuk mengetahui dan memprediksi sikap orang lain, juga untuk mengetahui keberadaan diri sendiri dalam menciptakan keseimbangan dengan masyarakat (Cangara, 1989: 3).

Pentingnya komunikasi bagi manusia tidaklah dapat dipungkiri begitu juga halnya bagi suatu organisasi. Dengan adanya komunikasi yang baik suatu organisasi dapat berjalan lancar dan berhasil dan begitu pula sebaliknya, kurangnya atau tidak adanya komunikasi organisasi dapat macet atau berantakan.

Adapun persepsi komunikasi organisasi menurut katz dan khan mengatakan bahwa :

> "Komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi dan pemindahan arti di dalam suatu organisasi. Menurut katz dan khan organisasi adalah sebagai suatu sistem terbuka yang menerima energi dari lingkungannya dan mengubah energi ini menjadi produk atau jasa dari sistem dan mengeluarkan produk atau jasa ini kepada lingkungan". (Muhammad, 2009 : 65).

Komunikasi memberikan sesuatu kepada orang lain dengan kontak tertentu atau dengan mempergunakan sesuatu alat. Banyak komunikasi terjadi dan berlangsung tetapi kadang-kadang tidak tercapai kepada sasaran tentang apa yang dikomunikasikan. Dimungkinkan adanya komunikasi yang kurang baik antara pemberi pesan dan penerima pesan kalau tidak terjalin persesuaian di antara keduanya. Karena jika komunikasi yang baik maka akan terjalin persesuaian di antara keduanya.

Maka dari itu agar komunikasi organisasi dapat berjalan dengan baik maka diperlukan adanya bagian yang bisa mengatasinya, dan disini peran *Public Relation* atau Humas yang bisa mengatasinya. Terdapat beberapa definisi mengenai Humas atau (*Public Relations*) salah satunya 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).

Berdasarkan definisi tersebut dapat dikatakan bahwa *Public Relations* merupakan salah satu bentuk yang dapat mendukung terbentuknya sebuah pengertian di dalam sebuah komunikasi dan kegiatan untuk menanamkan dan memperoleh pengertian, *goodwill*, kepercayaan, penghargaan perusahaan dan publik terutama masyarakat pada umumnya untuk mencapai tujuan itu di antara mengembangkan *goodwill* dan memperoleh opini publik yang *favorable* atau menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan berbagai publik, kegiatan *public relations* harus dikerahkan ke dalam dan luar.

Humas tidak hanya diperlukan di perusahaan swasta saja tetapi pada instansi pemerintah bagian humas pun diperlukan. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Oemi Abdurachman bahwa pentingnya peranan Humas di instansi-instansi dan lembaga-lembaga pemerintahan dalam masyarakat modern, yaitu dalam melakukan kegiatan-kegiatannya dan oprasi-oprasinya di berbagai tempat dan berbagai bidang, terutama dalam proses pembangunan negara (Abddurachman, 2001 : 112).

Humas di instansi/ lembaga pemerintahan biasanya tidak dapat diikut sertakan dalam menentukan kebijaksanaan pemerintah dan ia harus mengikut garis yang sudah ditentukan, kecuali bila di dalam bagian organisasi. Humas ditempatkan sedemikian rupa, agar ia dapat mengetahui keputusan yang diambil dan sebab-sebabnya sebelum diumumkan. Sehingga pihak Humas dapat menujukan atau menjelaskan kesulitan-kesulitan yang mungkin akan timbul bila

keputusan-keputusan itu disampaikan kepada publik. Humas pun dapat memberikan saran-saran untuk mengatasi kesulitan yang mungkin akan timbul.

Adanya unit kehumasan pada setiap instansi pemerintah merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka penyebaran tentang aktivitas instansi tersebut baik ke dalam maupun ke luar yaitu kepada masyarakat pada umumnya. Humas merupakan suatu alat untuk memperlancar jalannya interaksi serta penyebaran informasi. Singkatnya humas sebagai komunikator mempunyai fungsi ganda yaitu keluar, ia memberikan informasi kepada khalayak sesuai dengan kebijaksanaan instansinya dan ke dalam, ia wajib menyerap reaksi dari khalayak untuk kepentingan instansinya.

Kegiatan kedalam (*Internal PR*) adalah untuk lebih mengeratkan hubungan antara para karyawan dan pimpinan, agar dapat mengenal satu sama lain (termasuk keluarganya) antara lain adalah :

1. Mengadakan rapat
2. Kliping
3. Memasang pengumuman
4. Menerbitkan majalah internal,
5. *Coffee morning* dan sebagainya.

Sedangkan kegiatan keluar (*Eksternal PR*) dilakukan dengan khalayak diluar perusahaan diantaranya adalah :

1. Menyiarkan *press release*
2. *Government*
3. *Press Relations*

4. Artikel Surat kabar atau Majalah
5. Pameran
6. *Media Relations*

Pada realitanya tidak semua instansi pemerintah mempunyai divisi khusus yang menangani tugas dan fungsi humas dalam kegiatannya. Walaupun terdapat bagian humas, tetapi ia tidak berdiri sendiri sebagai suatu divisi atau melembaga (*state of being*). Contohnya pada Dinas Permukiman dan Perumahan Provinsi Jawa Barat, walaupun memiliki bagian humas tetapi tetap berada di bawah kendali Sub Bagian Kepegawaian Umum, yang mempunyai tugas pokok melaksanakan pengelolaan administrasi kepegawaian, ketatalaksanaan, umum dan perlengkapan.

Dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti Sub Bagian Kepegawaian Umum khususnya pada kegiatan humas eksternal melalui *Open Table*. Kegiatan *Open Table*/ pameran merupakan salah satu kegiatan dari Sub Bagian Kepegawaian Umum yang diatur oleh bagian Humas. Disini Humas menyediakan tempat untuk perusahaan-perusahaan yang ingin melakukan kegiatan *Open Table* di kantor Dinas Permukiman dan Perumahan Provinsi Jawa Barat.

Untuk menjadi peserta kegiatan *Open Table* tersebut, pihak perusahaan atau marketingnya harus mengajukan permohonan minimal satu hari sebelumnya, bahkan dalam kurun waktu tertentu, bisa sampai satu minggu sebelumnya karena banyaknya peminat yang ingin melakukan kegiatan *Open Table*, dan kegiatan *Open Table* perhari nya dibatasi untuk 2 perusahaan saja.

Kegiatan *Open Table* tersebut dibuka dari hari Senin hingga hari Kamis, mulai dari pukul 11.00 sampai dengan pukul 14.00 wib. Tempat pelaksanaan kegiatan *Open Table* berada di lantai dasar dekat dengan mesjid, tentunya pemilihan waktu dan tempat ini sudah di atur oleh humas. Mengenai waktu pelaksanaan kegiatan *Open Table* dipilih pukul 11.00 sampai 14.00 WIB karena waktu tersebut adalah waktu istirahat para pegawai, dan mengenai pemilihan tempat dilaksanakan di lantai dasar dekat dengan mesjid karena pada jam istirahat banyak sekali pegawai yang melakukan salat dzuhur sehingga banyak aktivitas lalu-lalang pegawai yang melewati tempat kegiatan *Open Table* tersebut.

Perusahaan-perusahaan yang mengikuti kegiatan tersebut lebih banyak perusahaan dalam di bidang produk barang dibandingkan dengan jasa. Peserta memamerkan barang-barangnya di meja yang telah disediakan. Beberapa produk barang yang banyak dipamerkan antara lain :

a. Obat-obatan
b. Kacamata
c. Alat kesehatan
d. Alat rumah tangga, dan lain-lain.

Fasilitas yang disediakan dalam kegiatan *Open Table* tersebut masih ada kekurangan, misalnya saja meja yang posisinya membelakangi lalu lalang pegawai, tempat yang cukup sempit sehingga area tersebut hanya bisa diisi maksimak oleh 2 peserta, dan yang paling berpengaruh adalah kurangnya lampu penerangan di area kegiatan *Open Table* tersebut, hal ini cukup menjadi hambatan

bagi peserta kegiatan dalam memamerkan barang-barangnya maupun bagi para pegawai yang kemampuan penglihatannya sudah berkurang.

Alangkah lebih baik apabila penataan tempat kegiatan *Open Table* tersebut diperhatikan demi kepentingan dan kenyamanan bersama, baik untuk pihak pegawai maupun bagi peserta kegiatan *Open Table* agar kegiatan tersebut menjadi daya tarik bagi perusahaan-perusahaan lainnya.

Pengertian daya tarik menurut Onong Uchjana Effendy adalah "Kekuatan atau penampilan komunikator yang dapat memikat perhatian sehingga mampu untuk mengungkapkan kembali pesan yang ia peroleh". (Effendy, 1989: 18).

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat diketahui bahwa daya tarik adalah proses awal terhadap kesan dari suatu bentuk komunikasi dan sangat berperan dalam bentuk kesan dari komunikan. Daya tarik merupakan kekuatan yang dapat memikat perhatian, sehingga seseorang mampu mengungkapkan kembali rangsangan yang ia peroleh dari apa yang ia lihat.

Citra merupakan cerminan suatu organisasi atau perusahaan di mata publik atau masyarakat. Sebagaimana yang dikatakan oleh Rosady Ruslan bahwa "Citra merupakan tujuan utama dari suatu lembaga, instansi atau perusahaan." (Ruslan, 2003: 68).

Dalam hal ini citra yang harus diperoleh adalah citra lembaga, dimana citra lembaga menurut Soemirat & Ardianto mengutip pendapat dari Frank Jeffkins merupakan

> "Citra yang berkaitan dengan sosok organisasi atau perusahaan sebagai tujuan utamanya, yaitu bagaimana menciptakan citra lembaga yang positif, dan juga agar lebih dikenal serta dapat diterima oleh publik atau masyarakat." (Soemirat dan Ardianto, 2002: 117).

Menurut Dowling dalam bukunya *Creating Corporate: Reputation, Identity, Image and Performance* "Citra organisasi atau perusahaan mempunyai 2 (dua) komponen utama, yaitu komponen logikal dan komponen emosional." (Dowling, 2002: 20-21).

Komponen logikal, berhubungan dengan karakteristik-karakteristik yang dapat dirasakan, yang dapat dengan mudah diukur. Sedangkan komponen emosional diasosiasikan dengan dimensi psikologis yang ditunjukkan oleh perasaan dan sikap terhadap organisasi. Sehingga citra organisasi atau perusahaan merupakan akumulasi dari nilai-nilai kepercayaan yang diberikan oleh seseorang yang mengalami suatu proses, cepat atau lambat untuk membentuk opini publik yang lebih abstrak.

Setiap perusahaan yang bergerak dibidang apapun pasti memerlukan citra dimata konsumennya. Hal itu perlu dilakukan untuk mempertahankan keyakinan konsumen supaya tetap menggunakan produk/jasa yang ditawarkan. Citra harus dibentuk terus menerus, supaya pandangan konsumen menjadi lebih baik dan konsumen akan menjadi loyal.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

"Sejauhmana Daya Tarik Kegiatan *Open Table* Oleh Sub Bagian Kepegawaian Umum Dinas Permukiman dan Perumahan Provinsi Jawa Barat Terhadap Citra Instansi Dikalangan Perusahaan Peserta Kegiatan ?"

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka identifikasi masalah yang dapat dikembangkan adalah sebagai berikut :

1. Sejauhmana **Daya Tarik Rasional** Kegiatan *Open Table* Oleh Sub Bagian Kepegawaian Umum Dinas Permukiman dan Perumahan Provinsi Jawa Barat Terhadap Citra Instansi Dikalangan Perusahaan Peserta Kegiatan ?
2. Sejauhmana **Daya Tarik Emosional** Kegiatan *Open Table* Oleh Sub Bagian Kepegawaian Umum Dinas Permukiman dan Perumahan Provinsi Jawa Barat Terhadap Citra Instansi Dikalangan Perusahaan Peserta Kegiatan ?
3. Sejauhmana **Daya Tarik Moral** Kegiatan *Open Table* Oleh Sub Bagian Kepegawaian Umum Dinas Permukiman dan Perumahan Provinsi Jawa Barat Terhadap Citra Instansi Dikalangan Perusahaan Peserta Kegiatan ?
4. Sejauhmana Daya Tarik Kegiatan *Open Table* Oleh Sub Bagian Kepegawaian Umum Dinas Permukiman dan Perumahan Provinsi Jawa Barat Terhadap **Kognisi** Dikalangan Perusahaan Peserta Kegiatan ?
5. Sejauhmana Daya Tarik Kegiatan *Open Table* Oleh Sub Bagian Kepegawaian Umum Dinas Permukiman dan Perumahan Provinsi Jawa Barat Terhadap **Persepsi** Dikalangan Perusahaan Peserta Kegiatan ?
6. Sejauhmana Daya Tarik Kegiatan *Open Table* Oleh Sub Bagian Kepegawaian Umum Dinas Permukiman dan Perumahan Provinsi Jawa Barat Terhadap **Motivasi** Dikalangan Perusahaan Peserta Kegiatan ?

7. Sejauhmana Daya Tarik Kegiatan *Open Table* Oleh Sub Bagian Kepegawaian Umum Dinas Permukiman dan Perumahan Provinsi Jawa Barat Terhadap **Sikap** Dikalangan Perusahaan Peserta Kegiatan ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk menganalisa dan menjelaskan mengenai Daya Tarik Kegiatan *Open Table* Oleh Sub Bagian Kepegawaian Umum Dinas Permukiman dan Perumahan Provinsi Jawa Barat Terhadap Citra Instansi Dikalangan Perusahaan Peserta Kegiatan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui **Daya Tarik Rasional** Kegiatan *Open Table* Oleh Sub Bagian Kepegawaian Umum Dinas Permukiman dan Perumahan Provinsi Jawa Barat Terhadap Citra Instansi Dikalangan Perusahaan Peserta Kegiatan.
2. Untuk mengetahui **Daya Tarik Emosional** Kegiatan *Open Table* Oleh Sub Bagian Kepegawaian Umum Dinas Permukiman dan Perumahan Provinsi Jawa Barat Terhadap Citra Instansi Dikalangan Perusahaan Peserta Kegiatan.
3. Untuk mengetahui **Daya Tarik Moral** Kegiatan *Open Table* Oleh Sub Bagian Kepegawaian Umum Dinas Permukiman dan Perumahan Provinsi

Jawa Barat Terhadap Citra Instansi Dikalangan Perusahaan Peserta Kegiatan.

4. Untuk mengetahui Daya Tarik Kegiatan *Open Table* Oleh Sub Bagian Kepegawaian Umum Dinas Permukiman dan Perumahan Provinsi Jawa Barat Terhadap **Kognisi** Dikalangan Perusahaan Peserta Kegiatan.
5. Untuk mengetahui Daya Tarik Kegiatan *Open Table* Oleh Sub Bagian Kepegawaian Umum Dinas Permukiman dan Perumahan Provinsi Jawa Barat Terhadap **Persepsi** Dikalangan Perusahaan Peserta Kegiatan.
6. Untuk mengetahui Daya Tarik Kegiatan *Open Table* Oleh Sub Bagian Kepegawaian Umum Dinas Permukiman dan Perumahan Provinsi Jawa Barat Terhadap **Motivasi** Dikalangan Perusahaan Peserta Kegiatan.
7. Untuk mengetahui Daya Tarik Kegiatan *Open Table* Oleh Sub Bagian Kepegawaian Umum Dinas Permukiman dan Perumahan Provinsi Jawa Barat Terhadap **Sikap** Dikalangan Perusahaan Peserta Kegiatan.
8. Untuk mengetahui **Daya Tarik** Kegiatan *Open Table* Oleh Sub Bagian Kepegawaian Umum Dinas Permukiman dan Perumahan Provinsi Jawa Barat Terhadap **Citra** Instansi Dikalangan Perusahaan Peserta Kegiatan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini baik secara langsung maupun tidak langsung dapat dijadikan bahan kajian lebih lanjut mengenai masalah-masalah yang menyangkut bidang komunikasi dan untuk pengembangan

Ilmu Komunikasi secara umum, serta memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai masalah daya tarik dan citra.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat bermanfaat, yaitu untuk :

A. Peneliti

Penelitian ini berguna untuk peneliti sebagai aplikasi ilmu yang selama ini diterima secara teori dan diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti dalam bidang Ilmu Komunikasi.

B. Akademisi

Sebagai bahan literatur untuk mahasiswa/i Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM) secara umum, dan untuk mahasiswa/i Ilmu Komunikasi konsentrasi Humas secara khusus yang akan melakukan penelitian dengan kajian yang sama.

C. Instansi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi, informasi atau evaluasi bagi Instansi terkait mengenai Daya Tarik Kegiatan *Open Table* Oleh Sub Bagian Kepegawaian Umum Dinas Permukiman dan Perumahan Provinsi Jawa Barat Terhadap Citra Instansi Dikalangan Perusahaan Peserta Kegiatan.