

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan proses untuk menjelaskan teori-teori yang relevan dengan hasil yang diteliti. Tinjauan pustaka dapat dilakukan dengan mencari data-data penelitian terdahulu yang dianggap relevan dengan penelitian yang akan diteliti, yang memungkinkan untuk menjawab yang diajukan peneliti.

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan dengan demikian peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap, serta membandingkan yang relevan sehingga penulisan penelitian ini lebih memadai. Hal ini dimaksudkan untuk memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada. Selain itu, karena pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang menghargai perbedaan yang ada, serta cara pandang mengenai subjek-subjek tertentu sehingga meskipun terdapat kesamaan maupun perbedaan adalah hal yang wajar dan saling melengkapi. Dengan demikian peneliti mendapat rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding sehingga penulisan Sidang Usulan Penelitian (SUP) ini lebih memadai untuk memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada.

Adapun ringkasan penelitian yang relevan yang dijadikan sumber referensi terkait kajian dalam penelitian ini, dapat dilihat pada table 2.1 dibawah ini :

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

Nama	Panji Morgono	Dio Alif Utama	Dewi Ermayanti
Judul	Peran humas perusahaan daerah air minum (PDAM) Kota Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan bagi pelanggannya di daerah lingka wastu kec. Bandung wetan	Strategi komunikasi humas dalam meningkatkan citra pemerintah Kota Palembang	Pengukur kinerja SDM metode human resources score sebagai upaya optimlasi kinerja organisasi
Tahun	2010	2018	2015
Universitas	Universitas Komputer Indonesia	UIN Raden Fatah Palembang	STIE PGRI Dewantara Jombang
Metode Penelitian	Metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif	Metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif	Metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif
Hasil Penelitian	Peran humas PDAM Kota Bandung sangat berperan baik sehingga keberhasilan, rencana kegiatan, pesan yang di sampaikan han mencapai hasil evaluasi yang telah ditetapkan dan dilakukan Bersama	Dengan mengggunkan strategi komunikasi yang dilakukan oleh humasn pemerintah kota Palembang adalah membangun komunikasi yang baik dengan publiknya seperti mengadakan pendekatan secara personal jumpa <i>pers</i> , konferensi <i>pers</i> , media <i>gathering</i> maka komunikasi dengan media baik sehingga meningkatkan citra pemerintahan Kota palembang	Dengan menggunakan sistem pengukuran kinerja sumber daya manusia human <i>resources scorecard</i> maka menghasilkan perusahaan yang unggul.

Perbedaan Penelitian	Perbedaan penelitian Kinerja humas Dewan Perwakilan rakyat Daerah Kota Cilegon dalam meningkatkan cita Dewan Perwakilan rakyat Kota Cilegon dengan penelitian terdahulu yang sudah dipaparkan di atas adalah, penelitian ini lebih permasalahan PDAM pad daerah linggawastu kec.	Perbedaan penelitian Kinerja humas Dewan Perwakilan rakyat Daerah Kota Cilegon dalam meningkatkan cita dengan penelitian terdahulu yang sudah dipaparkan di atas adalah, peneliti ini lebih menekankan strategi humas agar mendapatkan citra yang positif.	Perbedaan penelitian Kinerja humas Dewan Perwakilan rakyat Daerah Kota Cilegon dalam meningkatkan cita dengan penelitian terdahulu yang sudah dipaparkan di atas adalah, penelitian ini lebih menekankan ke pengukuran kinerja.
-----------------------------	--	--	---

2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Kata komunikasi atau *Communication* dalam Bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”. *Communico*, *Communicatio*, atau *Communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama *Communis* adalah istilah yang paling disebut sebagai asal usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata – kata Latin yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama”. (Mulyana, 2004 : 41).

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

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

Definisi komunikasi menurut Burlund sebgaiman dikutip oleh Rismawaty,dkk dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi menyatakan bahwa:

“Komunikasi timbul didorong oleh kbutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego.” (Burlund dalam Rismawaty,dkk 20014:64)

2.1.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Menurut Harold Laswel dalam buku Deddy Mulyana bahwasannya ada 5 unsur dalam komunikasi:

1. Sumber (*Source*)

disebut juga pengirim (sender), penyandi (encoder), komunikator (communicator), pembicara (speaker), atau originator. Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan atau bahkan suatu Negara.

2. Pesan (*message*)

Merupakan seperangkat simbol verbal atau non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud dari sumber (source). Menurut Rudolph F Verdeber, pesan terdiri dari komponen yaitu makna, simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna dan bentuk organisasi pesan.

3. Saluran (*Channel*)

Merupakan alat atau wahana yang digunakan sumber (source) untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran pun merujuk pada bentuk pesan, cara pesan dan cara penyajian pesan.

4. Penerima (*receiver*)

Nama lainnya adalah destination, communicate, decoder, audience, listener, dan interpreter dimana penerima merupakan orang yang menerima pesan dari sumber:

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi

Komunikasi memiliki beberapa fungsi. Menurut Effendy ada empat fungsi utama dari kegiatan komunikasi, yaitu:

1. Menginformasikan (*to inform*)

Adalah memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain,serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain

2. Mendidik (*to educate*)

Adalah komunikasi merupakan sarana pendidikan, dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan ide dan pemikirannya kepada orang lain sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.

3. Menghibur (*to entertain*)

Adalah komunikasi selain berguna, untuk menyampaikan komunikasi, pendidikan, mempengaruhi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.

4. Mempengaruhi (*to influence*)

Adalah fungsi mempengaruhi setup individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha Baling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan apa yang diharapkan. (Effendy, 2004:8). Sedangkan menurut William I Gorden yang dikutip oleh Deddy Mulyana dalam buku ilmu komunikasi suatu pengantar menyatakan 4 fungsi komunikasi yaitu :

a. Komunikasi Sosial

Bahwasannya komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, kelangsungan hidup, memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, memupuk hubungan dan memperoleh kebahagiaan.

b. Komunikasi Ekspresif

Bahwasannya komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain namun dapat dilakukan sejauh komunikasi bisa menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan-perasaan atau emosi kita.

c. Komunikasi Ritual

Bahwasannya komunikasi yang menampilkan perilaku tertentu yang bersifat simbolik dan berkomitmen untuk kembali pada tradisi keluarga, suku, bangsa, negara, ideology dan agama. Komunikasi ritual ini erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif.

d. Komunikasi Instrumental

Bahwasannya komunikasi ini memiliki beberapa tujuan umum seperti menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, keyakinan, perilaku dan menghibur. Komunikasi sebagai instrumental untuk membangun suatu hubungan begitu pula sebaliknya. Komunikasi sebagai instrument berfungsi untuk mencapai tujuan pribadi dan pekerjaan baik yang berjangka pendek atau panjang. (Mulyana, 2007:5–38).

2.1.3 Tinjauan Mengenai Komunikasi Organisasi

2.1.3.1 Pengertian Komunikasi Organisasi

Dalam organisasi perlu adanya manusia, karena manusia adalah pendukung utama setiap organisasi apa pun bentuk dari organisasi tersebut. Organisasi merupakan suatu unit terkoordinasi yang terdiri setidaknya dua orang, berfungsi mencapai satu sasaran tertentu atau serangkaian sasaran. Perilaku manusia yang berada dalam suatu organisasi atau kelompok adalah awal dari perilaku organisasi. Oleh karena itu, setiap manusia mempunyai perbedaan persepsi, kepribadian dan pengalaman hidupnya.

Pada dasarnya individu secara sendiri akan sulit untuk mewujudkan tujuannya dibandingkan dengan apabila secara berkelompok, dari kebutuhan untuk

lebih memudahkan pencapaian tujuan ini muncul suatu bentuk kerja sama dari individu-individu untuk membentuk kelompok dan kemudian membentuk suatu organisasi. Melalui organisasi sebagai institusi yang memungkinkan masyarakat mengejar suatu tujuan yang tidak bisa dicapai oleh individu-individu secara sendiri-sendiri.

Dengan demikian organisasi adalah suatu bentuk kelompok individu-individu dengan struktur dan tujuan tertentu. Individu membentuk kelompok selanjutnya membentuk suatu organisasi. Sedangkan kelompok atau group adalah dua atau lebih individu yang berinteraksi dengan satu sama lain dalam hal - hal tertentu dimana perilaku dan/atau prestasi satu anggota dipengaruhi oleh perilaku dan atau prestasi anggota lain.

Berangkat dari pengertian diatas maka dalam perkembangannya dan karena tuntutan globalisasi muncul berbagai hal berkenaan dengan pengorganisasian, seperti struktur organisasi yaitu pola formal bagaimana orang dan pekerja dikelompokkan dalam suatu organisasi yang biasa digambarkan dengan bagan organisasi.

Perilaku organisasi yang ditekankan pada perilaku manusia dalam kelompok, iklim organisasi yaitu serangkaian sifat lingkungan kerja, kultur organisasi yaitu system yang dapat menembus nilai-nilai, kepercayaan dan norma-norma di setiap organisasi, desain organisasi yaitu struktur organisasi spesifik yang dihasilkan dari keputusan dan Tindakan manajer, pengembangan organisasi, politik organisasi.

2.1.3.2 Fungsi Komunikasi Organisasi

Dalam suatu organisasi, baik yang berorientasikan komersial maupun sosial, aktivitas komunikasi melibatkan empat fungsi. Menurut sasa Djuarsa Sendjaja (2007: 4.8-4.10) dalam teori komunikasi yang dikutip dalam buku pengantar Ilmu Komunikasi dari Rismawaty, Eka, dan Juliano yaitu :

1. Fungsi Informatif

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

2. Fungsi Regulatif

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

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

3. Fungsi Persuasif

Fungsi persuasif lebih banyak dimanfaatkan oleh pihak pimpinan dalam sebuah organisasi dengan tujuan untuk memperoleh dukungan dari karyawan tanpa adanya unsur paksaan apalagi kekerasan. Dalam mengatur sebuah organisasi, kewenangan serta kekuasaan tidak selamanya membawakan hasil seperti yang di inginkan. Dengan adanya sebuah kenyataan ini, maka banyak pimpinan yang lebih suka untuk mempersuasi bawahannya daripada memberi perintah. Pekerjaan yang dilakukan secara sukarela oleh karyawan akan menghasilkan kepedulian yang lebih besardibandingkan jika pemimpin sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya.

4. Fungsi Integratif

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

2.1.3.3 Tujuan Komunikasi Organisasi

Pada dasarnya komunikasi organisasi bertujuan untuk mengetahui dan memahami proses, prinsip dan arus komunikasi yang ada didalam organisasi untuk mewujudkan tujuan organisasi, seperti yang dikemukakan oleh para ahli sebagai berikut ini :

1. Memahami peristiwa komunikasi di dalam organisasi

2. Mengetahui prinsip dan keahlian komunikasi yang berlangsung dalam organisasi baik arus komunikasi vertical yang terdiri dari downward communication dan upward communication serta horizontal. (Suningrat, 2011 dalam Rismawaty, dkk 2014:207)

2.1.4 Tinjauan Tentang Kinerja Pegawai

2.1.4.1 Pengertian Kinerja Pegawai

Kinerja merupakan aspek penting dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan. Dengan kinerja pegawai yang baik pada suatu perusahaan, maka perusahaan tersebut akan dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

Mangkunegara (2016:67) menyatakan kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab. Irawan (2012:11) menyatakan kinerja adalah hasil kerja yang bersifat konkret, dapat diamati, dan dapat diukur. Dengan demikian apabila hasil kerja ingin menempati nilai baik maka dalam bekerja harus benar-benar disiplin dalam segala hal yang positif.

Berdasarkan para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa kinerja adalah hasil kerja yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang sesuai tanggung jawab yang telah diberikan kepadanya selama waktu tertentu yang bersifat konkret dan dapat diukur.

Keterkaitan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya dengan judul penelitian yakni kinerja humas dalam peningkatan citra pemerintahan Kota Cilegon. (study deskriptif kualitatif pada Humas DPRD Kota Cilegon) .

2.1.4.2 Tujuan Penelitian Kinerja

Kinerja tidak lepas dari apa yang dinamakan dengan evaluasi kinerja yang merupakan penilaian atas hasil kerja karyawan serta tujuan evaluasi kinerja. Tujuan evaluasi kinerja bertujuan untuk memperbaiki atau meningkatkan kinerja organisasi melalui peningkatan kinerja dari sumberdaya manusia yang dimiliki oleh sebuah organisasi.

Sunyoto (dalam Mangkunegara, 2011:68) mengemukakan tujuan dari evaluasi kinerja adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan saling pengertian antara pegawai tentang persyaratan kerja yang ideal.
2. Mencatat dan mengakui hasil kerja seseorang pegawai, sehingga mereka termotivasi untuk berbuat yang lebih baik, atau sekurang-kurangnya berprestasi sama dengan prestasi yang terdahulu.
3. Memberikan peluang kepada pegawai untuk mendiskusikan keinginan dan meningkatkan kepedulian terhadap karier atau terhadap pekerjaan yang diembannya sekarang.
4. Mendefinisikan atau merumuskan kembali sasaran masa depan, sehingga pegawai termotivasi untuk berprestasi sesuai dengan potensinya.
5. Memeriksa rencana pelaksanaan dan pengembangan yang sesuai dengan kebutuhan pelatihan.

Sunyoto dalam Mangkunegara (2011:70) menyatakan kegunaan penilaian prestasi kerja (kinerja) karyawan adalah:

1. Sebagian dasar dalam pengambilan keputusan yang digunakan untuk prestasi, pemberhentian dan besarnya balas jasa.
2. Untuk mengukur sejauh mana seorang karyawan dapat menyelesaikan pekerjaannya.
3. Sebagian dasar untuk mengevaluasi efektivitas seluruh kegiatan dalam perusahaan.
4. Sebagai dasar untuk mengevaluasi program latihan dan keefektifan jadwal kerja, struktur organisasi, gaya pengawasan dan kondisi kerja.
5. Sebagai indikator untuk menentukan kebutuhan akan latihan bagi karyawan yang berada di dalam organisasi.
6. Sebagai alat untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan sehingga dapat *performance* yang baik.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja memiliki tujuan seperti meningkatkan saling pengertian, mendefinisikan atau merumuskan kembali sasaran masa depan melihat sejauh mana pekerjaan diselesaikan, serta mengevaluasi rencana yang sudah dibuat.

Keterkaitan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya dengan judul penelitian yakni kinerja humas dalam meningkatkan citra Pemerintahan Kota Cilegon (study deskriptif kualitatif pada DPRD Kota Cilegon).

2.1.4.3 Manfaat Penilaian Kinerja

Manfaat penilaian kinerja bagi semua pihak adalah agar mereka mengetahui manfaat yang dapat mereka harapkan. Rivai (2011:55) menyatakan pihak-pihak yang berkepentingan dalam penilaian adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi orang yang dinilai (pegawai)

Bagi pegawai yang dinilai, manfaat yang dapat diperoleh dari penilaian kinerja anatar lain:

- a. Meningkatkan motivasi.
- b. Adanya kejelasan standar hasil yang diharapkan mereka.
- c. Pengetahuan mengenai kekuatan dan kelemahan pegawai

2. Manfaat bagi penilai (*supervisor* atau pimpinan)

Bagi penilai, manfaat yang dapat diperoleh dari pelaksanaan penilaian kinerja antara lain:

- a. Kesempatan untuk mengukur dan mengidentifikasi kinerja pegawai untuk perbaikan manajemen selanjutnya.
- b. Meningkatkan kepuasan kerja baik pimpinan maupun pegawai itu sendiri.

3. Manfaat bagi perusahaan atau organisasi

Bagi perusahaan atau organisasi, manfaat yang dapat diperoleh dari penilaian kinerja antara lain:

- a. Meningkatkan motivasi dan kesadaran kerja dari setiap pegawai secara keseluruhan.
- b. Meningkatkan pandangan berkaitan pentingnya melaksanakan tugas dan tanggung jawab sebagai pelayanan masyarakat.

Berdasarkan definisi manfaat penelitian maka dapat disimpulkan bahwa manfaatnya dibagi dalam tiga katagori yakni bagi orang yang dinilai (pegawai) seperti meningkatkan motivasi serta mengetahui kekuatan dan kelemahan mereka,

penilai (*supervisor* atau pimpinan) seperti kesempatan untuk mengukur serta meningkatkan kinerja, perusahaan atau organisasi seperti meningkatkan kinerja dan motivasi serta meningkatkan pandangan terhadap pentingnya melaksanakan tugas dan tanggung jawab.

Keterkaitan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya dengan judul penelitian yakni kinerja humas DPRD Kota Cilegon dalam meningkatkan citra DPRD Kota Cilegon.

2.1.4.4 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kinerja

Faktor yang mempengaruhi kinerja menurut Mangkunegara dalam “Manajemen Sumber Daya Manusia” (2016:67(Ramziah 2012)) adalah faktor kemampuan (*ability*) dan faktor motivasi (*motivation*).

a. Faktor kemampuan

Kemampuan seseorang pegawai terdiri dari kemampuan potensi (IQ) dan kemampuan realitas (*knowledge + skill*). Artinya jika pegawai memiliki IQ di atas rata-rata (IQ 110-120) dengan pendidikan yang memadai untuk jabatannya dan terampil dalam mengerjakan pekerjaan sehari-hari, maka ia akan lebih mudah mencapai kinerja yang diharapkan.

b. Faktor Motivasi

Motivasi terbentuk dari sikap seorang karyawan dalam menghadapi situasi kerja. Motivasi merupakan kondisi yang menggerakkan diri pegawai secara terarah untuk mencapai tujuan kerja, sedangkan sikap adalah kondisi

mental yang mendorong diri pegawai untuk berusaha mencapai prestasi kerja secara maksimal.

Berdasarkan definisi faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja maka dapat disimpulkan bahwa factor-faktor yang mempengaruhi kinerja adalah faktor kemampuan dan faktor motivasi, selain itu juga ada faktor organisasi hingga lingkungan eksternal.

Keterkaitan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya dengan judul penelitian yakni kinerja humas dalam peningkatan citra pemerintahan Kota Cilegon (study deskriptif kualitatif pada DPRD Kota Cilegon).

2.1.5 Tinjauan Tentang Pengertian Humas

2.1.5.1 Pengertian Humas

Hubungan masyarakat mempunyai dua pengertian yang biasa dikenal sebagai teknik komunikasi dan sebagai metode komunikasi.

a. Hubungan Masyarakat Sebagai Teknik Komunikasi

Hubungan masyarakat merupakan kegiatan dalam melaksanakan hubungan dengan public di dalam dan di luar organisasi dengan dalam berkomunikasi. Komunikasi yang dilakukan disertai dengan seni seni komunikasi tertentu yang merupakan objek studi ilmu komunikasi. Dalam pengertian ini bahwa humas ialah merupakan tugas semua pimpinan organisasi dimana publik intern dan ekstern sebagai sasaran kegiatannya.

b. Hubungan Masyarakat Sebagai Metode Komunikasi

Humas sebagai metode komunikasi sering disebut humas sebagai lembaga umumnya hanya terdapat pada organisasi-organisasi besar. Karena

publik yang menjadi sasaran kegiatannya baik yang berada di dalam maupun di luar organisasi. Dalam hubungan ini humas mengkonsepsikan, merencanakan, dan mengorganisasikan kegiatan komunikasi secara sistematis untuk dapat dioperasikan secara efektif. Karena kegiatan yang dilakukan oleh humas sangat luas diperlukan metode komunikasi secara khusus. Atas dasar itu maka hubungan masyarakat disebut dengan metode komunikasi.

Dalam konteks ilmu komunikasi, humas sebagai metode komunikasi dan sebagai teknik komunikasi termasuk dalam bidang komunikasi manajemen. Humas memang penunjang manajemen, suatu kegiatan dalam organisasi untuk mengarahkan public untuk terlibat menuju sasaran dan tujuan yang akan dicapai.

Humas adalah bagian dari kegiatan manajemen yang dilakukan secara berkesinambungan oleh organisasi/lembaga/perusahaan untuk memelihara citra serta membentuk opini yang positif dari masyarakat serta khalayak publik, agar organisasi/ lembaga / perusahaan itu memperoleh kepercayaan dari masyarakat public, baik internal maupun eksternal. Hal ini harus di tempuh melalui komunikasi terbuka kepada publik, upaya dalam menyelaraskan kebijakan sesuai dengan harapan publik, termasuk upaya koreksi dan perbaikan ke dalam. Humas memang sebaiknya merupakan kegiatan yang berkesinambungan dari waktu ke waktu, dari masa ke masa, bagi setiap organisasi/lembaga/perusahaan. Namun adakalanya kegiatan kehumasan berjalan atau berlangsung secara datar dan rutin ada, adakalanya pula intensitasnya meningkat dalam hal adanya program serta

kebutuhan tertentu untuk memelihara dan memperbaiki citra atau mengarahkan opini public.

Hubungan masyarakat (*public relations*) mempunyai ruang lingkup kegiatan yang menyangkut banyak manusia (public, masyarakat, khalayak) baik di dalam maupun di luar. Humas sebagai komunikator mempunyai fungsi ganda yaitu keluar memberikan informasi kepada khalayak dan ke dalam menyerap reaksi dari khalayak. Organisasi atau instansi atau lembaga mempunyai tujuan dan berkehendak untuk mencapai tujuan itu.

Hubungan masyarakat dalam suatu lembaga melaksanakan fungsi manajemen, humas merupakan salah satu fungsi sebagai unsur pimpinan. Dengan demikian fungsinya adalah untuk menumbuhkan hubungan yang baik dan serasi antar publik, intern dan publik ekstern dalam rangka memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi.

Humas merupakan bagian dari tugas penerangan, baik pemerintah maupun swasta karena penerangan merupakan bagian dari komunikasi sosial dan komunikasi harus berkembang antara pemerintah dan rakyat, antara rakyat, kelompok masyarakat dan kelompok masyarakat lainnya. Setiap lembaga atau instansi ingin mencapai tujuan yang telah di gariskan sebelumnya, melaksanakan upaya-upaya dan langkah-langkah tertentu. Eksistensi humas pada setiap lembaga/instansi merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka memperkenalkan kegiatan dan aktivitas kepada masyarakat (khalayak).

Hubungan masyarakat adalah proses untuk mendapatkan itikad baik tentang organisasi atau perusahaan dari publiknya. Hal ini selaras dengan apa yang dikemukakan oleh Ruslan yaitu

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

2.1.5.2 Tugas dan Fungsi Humas

Tugas dan pokok humas mengumpulkan data dan mengolah data untuk keperluan informasi. Mulai dari mengumpulkan data, mengolah data dan menyajikan data hingga siap digunakan. Melakukan dokumentasi untuk mengumpulkan foto-foto kegiatan dan publikasi.

Menurut Maria “Public Relations merupakan suatu bagian dari satu nafas yang sama dalam lembaga tersebut dan harus memberikan identitas lembaganya dengan tepat dan benar serta mampu mengkomunikasinya sehingga public menaruh kepercayaan dan mempunyai pengertian yang jelas dan benar terhadap lembaga tersebut. Fungsi humas sebagai berikut:

- a. Kegiatan yang bertujuan baik, kepercayaan, saling pengertian, dan citra yang baik dari publik atau masyarakat pada umumnya.
- b. Memiliki sasaran untuk menciptakan opini publik yang bisa diterima dan menguntungkan semua pihak.
- c. Unsur penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik, sesuai harapan publik. Tetapi merupakan kekhasan organisasi atau perusahaan. Organisasi memiliki warna, budaya, citra, suasana, yang

kondusif dan menyenangkan, kinerja meningkat dan produktivitas yang bisa dicapai secara optimal.

- d. Usaha menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi dengan perusahaan dengan publiknya, sekaligus menciptakan opini publik sebagai efeknya, yang sangat berguna sebagai input bagi organisasi dan perusahaan yang bersangkutan.

Dapat disimpulkan bahwa orientasi humas/public relations lebih kepada untuk membangun citra positif suatu lembaga, perusahaan maupun organisasi.

2.1.5.3 Ruang Lingkup Humas/Public Relations

Ruang lingkup humas berdasarkan fungsinya pada umumnya diklasifikasikan menurut jenis organisasi. Yang pada garis besarnya adalah humas pemerintahan, humas perusahaan dan humas internasional.

1. Hubungan Masyarakat Pemerintahan

Lembaga - lembaga pemerintahan hamper seluruhnya dilengkapi dengan bagian humas, kelengkapan ini dianggap sangat penting karena falsafah negara dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat. Membuat pelayanan kepada rakyat merupakan kewajiban utama. Rakyat turut mengawasi dan mengontrol pemerintah yang apabila tidak sesuai dengan aspirasi rakyat, rakyat secara cepat mengkritiknya. Demikianlah maka lembaga-lembaga pemerintahan dari tingkat pusat sampai tingkat daerah di lengkapi dengan bagian humas untuk mengelola informasi dan opini publik. Informasi mengenai kebijakan pemerintah disebar luaskan, dan opini publik dikaji dan diteliti untuk penentuan kebijakan selanjutnya.

2. Hubungan Masyarakat Perusahaan

Istilah perusahaan disini mengandung makna yang luas, berarti bisnis, company, agency. Organisasi yang manajemennya berusaha memperoleh keuntungan finansial. Oleh karna itu perusahaan merupakan organisasi yang memiliki kekhasan dalam sifat, fungsi, dan tujuannya. Maka humas perusahaan mempunyai ciri. Meskipun dalam aspek-aspek tertentu terdapat persamaan dengan jeis-jenis humas lainnya. Bidang-bidang cakupan atau kegiatan humas adalah :

- a. Hubungan dengan masyarakat atau penduduk (*community relations*) hal ini mencakup dengan membina hubungan baik dengan penduudk atau masyarakat di sekitar lembaga yang bersangkutan.
- b. Hubungan dengan pers/media masa (*pers relations*) kegiatan ini mencakup dengan menganalisis pendapat umum (*public opinions*) atau aspirasi kelompok-kelompok tertentu, untuk menyampaikan informasi dan pertanyaan resmi melalui media massa, menyelnggarakan acara jumpa pers atau menyusun dan mengedarkan keterangan pers, membina hubungan komnikasi dua arah dengan wartawan dan redaksi media massa.
- c. Hubungan Dengan Instansi-Instansi Pemerintahan
- d. Hal ini mencakup kegiatan pembinaan dan penyelenggraaan hubungan komunikasi dua arah dengan instansi-instansi pemerintahan (pemerintah daerah/provinsi/kabupaten/kota dan lembaga lainnya) untuk upaya perolehan informasi actual dari

berbagai instansi dan sebaliknya menyampaikan informasi kepada instansi terkait.

- e. Hubungan Dengan Berbagai Pihak Terkait (*stakeholder Relations*)
- f. Kegiatan ini untuk menunjang atau terus menerus berhubungan dengan kegiatan organisasi/ perusahaan atau lembaga dan juga mencakup hubungan dengan pemegang saham.

2.1.6 Tinjauan Tentang Citra

2.1.6.1 Definisi Citra

Katz dalam Soemirat dan Ardianto (2004) mengatakan bahwa citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas. Setiap perusahaan mempunyai citra. Setiap perusahaan citra sebanyak jumlah orang yang memandangnya. Berbagai citra perusahaan datang dari pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, banker, staf perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi dagang, dan gerakan pelanggan di sector perdagangan yang mempunyai pandangan terhadap perusahaan.

2.1.6.2 Jenis-jenis Citra

Jefkist (2003) menyebutkan beberapa jenis citra (image). Berikut ini lima jenis citra yang dikemukakan, yakni:

- a. **Citra bayangan (*mirror image*)**. Citra ini melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi biasanya adalah pemimpinnya mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya.
- b. **Citra yang berlaku (*current image*)**. Adalah suatu citra atau pandangan yang dianut oleh pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi.

- c. **Citra yang diharapkan (*wish image*)**. Adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen.
- d. **Citra perusahaan (*corporate image*)**. Adalah citra dari suatu organisasi. Secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayannya.
- e. **Citra majemuk (*multiple image*)**. Banyaknya jumlah pegawai (individu), cabang, atau perwakilan dari sebuah perusahaan atau organisasi dapat memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan organisasi atau perusahaan tersebut secara keseluruhannya.

2.1.6.3 Proses Pembentukan Citra

Soemirat dan Ardianto (2016) Citra adalah kesan yang diperoleh seorang berdasarkan pengetahuan dan pengertian tentang fakta-fakta atau kenyataan. Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu obyek tersebut. Salmon dalam Rakhmat , semua sikap bersumber pada organisasi kognitif pada informasi dan pengetahuan yang kita miliki. Efek kognitif dari komunikasi sangat mempengaruhi proses pembentukan citra. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi yang diterima seseorang. Public relations digambarkan sebagai input-output. Proses ini adalah pembentukan citra, input adalah stimulus yang diberikan sedangkan output adalah tanggapan atau perilaku tertentu. Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganissikan citra kita tentang lingkungannya. (Danasaputra dalam Soemirat dan Ardianto 2016:114).

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir peneliti yang dijadikan sebagai skema pemikiran atau dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat indikator yang melatar belakangi penelitian ini. Dalam kerangka pemikiran ini peneliti akan mencoba menjelaskan masalah pokok penelitian. Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Kerangka berpikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila penelitian tersebut berkenaan atau berkaitan dengan variabel atau fokus penelitian. Maksud dari kerangka berpikir sendiri adalah “supaya terbentuknya suatu alur penelitian yang jelas dan dapat diterima secara akal”. (Sugiyono, 2008: 92).

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Kinerja Humas Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kota Cilegon dalam Meningkatkan Citra Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kota Cilegon. Sebagaimana telah diuraikan oleh Robbins dalam tika,2006:260 (dalam jurnal ilmiah Mahardita 2017:136) menyebutkan 4 elemen yang digunakan untuk kegiatan kinerja yang dapat menjadi acuan dalam penelitian yaitu:

1. Kualitas

Kualitas kerja berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya dengan baik sesuai Lembaga yang sudah direncanakan dan ditargetkan. Menurut Robbins (dalam Tika 2006:260), kemampuan (ability) merupakan suatu kapasitas individu untuk

mengerjakan berbagai tugas dalam suatu pekerjaan. Seluruh kemampuan seorang individu pada hakikatnya tersusun dari dua perangkat Lembaga , yaitu kemampuan intelektual dan kemampuan fisik. Kemampuan intelektual adalah kemampuan yang diperlukan untuk kegiatan mental. Misalnya tes IQ dirancang untuk menentukan kemampuan intelektual umum seseorang. Tujuan dimensi yang membentuk kemampuan intelektual adalah kemahiran berhitung, pemahaman verbal, kecakapan perspektual, penalaran induktif, visualisasi ruangan dan ingatan (memori). Pekerjaan berbeda-beda dalamuntutannya bagi pemangku pekerjaan itu untuk menggunakan kemampuan intelektual mereka. Makin banyak tuntutan pemrosesan informasi dalam suatu pekerjaan, makin banyak kecerdasan umum dan kemampuan verbal diperlukan untuk melakukan pekerjaan itu dengan sukses.

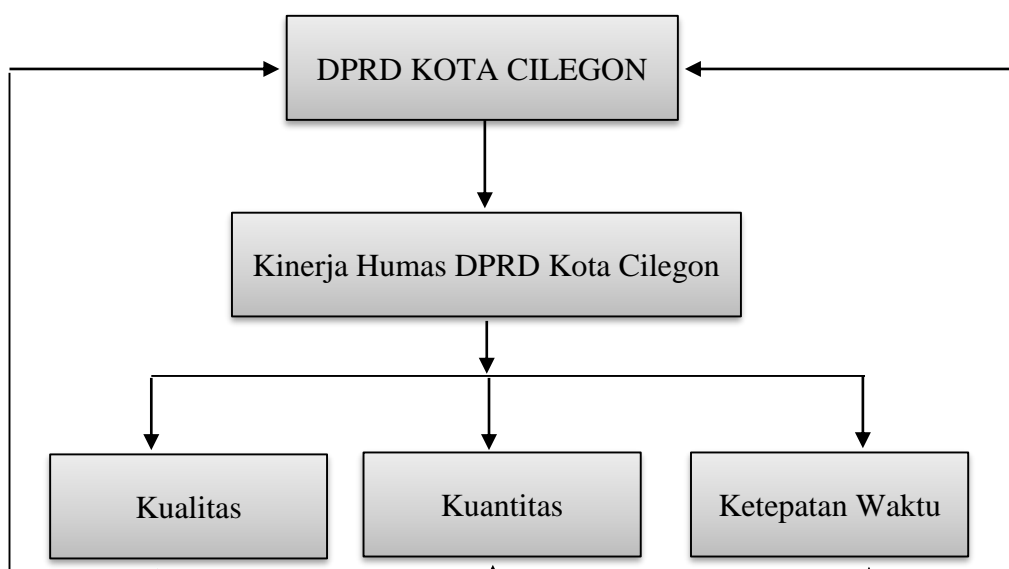
2. Kuantitas

Kuantitas kerja adalah melakukan jumlah kegiatan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan atau ditetapkan. Hal ini pula yang menjadi dasar penulis untuk melihat sejauh mana efektivitas dan efisiensi kerja Aparatur Sipil Negara di Sekretariat DPRD Kota Cilegon sebagaimana pendapat yang diungkapkan oleh Mahmudi (2005:92) mengatakan efektivitas terkait dengan hubungan antara hasil yang diharapkan dengan hasil yang sesungguhnya dicapai. Semakin besar kontribusi output terhadap pencapaian tujuan, maka semakin efektif dan efisien organisasi, program dan kegiatan.

3. Ketepatan waktu

Ketepatan waktu adalah sebuah sikap yang harus dilakukan oleh para aparatur dalam menjalankan sebuah organisasi. Ketepatan waktu dan biaya berkaitan dengan kedisiplinan kerja. Disiplin dalam masalah waktu yang harus di pertanggung jawabkan oleh para aparatur dalam menyelesaikan tugas pekerjaannya. Disiplin kerja yang dimaksud dalam penelitian ini yang berkaitan dengan ketepatan waktu dan biaya adalah suatu sikap menghormati, menghargai, patuh dan taat terhadap peraturan yang berlaku baik secara tertulis maupun tidak tertulis serta sanggup menjalankannya dan tidak mengelak untuk menerima sanksi apabila melanggar tugas dan wewenang yang diberikan kepadanya (Sastrihadiwiryono, 2009:291)

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti, April 2021