

BAB III

KAJIAN TEORITIS

A. Pengertian Humas

Hubungan masyarakat (Humas) memiliki peranan penting didalam struktur organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersil (perusahaan) maupun organisasi non-komersil. Pada dasarnya Humas merupakan salah satu media pemecah persoalan yang kerap kali dihadapi oleh berbagai jenis organisasi pada umumnya.

Humas adalah suatu seni sekaligus disiplin ilmu sosial yang menganalisis berbagai kecenderungan, memprediksikan setiap kemungkinan konsekuensi dari setiap kegiatannya, memberi masukan dan saran-saran kepada para pemimpin organisasi, dan mengimplementasikan program-program tindakan yang terencana untuk melayani kebutuhan organisasi dan atau kepentingan khalayaknya.¹

Dari pengertian humas diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam menganalisis kecenderungan masalah yang terjadi pada pelaksanaan kegiatan, maka akan diperlukan teknik-teknik penelitian ilmu sosial dalam merencanakan suatu program. Dimana antara aspek kehumasan dan aspek ilmu sosial akan berperan dalam menonjolkan tanggung jawab organisasi pada kepentingan publik atau kepentingan masyarakat luas. Dengan demikian, pengertian humas sudah

¹ Morissan, *Manajemen Public Relations Strategi Manajemen Humas Profesional*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), p. 8

mengandung pengertian aksi timbal balik (interaktif) yang tentunya berkaitan dengan niat baik dan reputasi sebuah organisasi agar senantiasa dimengerti oleh pihak-pihak lain yang berkepentingan, dalam hal ini masyarakat luas atau publiknya.

Dr. Rex F. Harlow, seorang veteran profesional hubungan masyarakat membuat rumusan mengenai definisi kerja yang berbunyi: Hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen yang khas yang mendukung dan memelihara jalur bersama bagi komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerjasama antar organisasi dengan khalayaknya; melibatkan manajemen dalam permasalahan dan persoalan; membantu manajemen memperoleh penerangan mengenai dan tanggap terhadap opini publik; menetapkan dan menegaskan tanggung jawab manajemen dalam melayani kepentingan umum; menopang manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif dalam penerapannya sebagai sistem peringatan secara dini guna membantu mengantisipasi kecenderungan; dan menggunakan penelitian serta teknik-teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai kegiatan utama.²

Kegiatan humas bertujuan membantu masyarakat kita yang kompleks dan pluralistik dalam menentukan keputusan dan menjalankan fungsi secara lebih efektif dengan memberikan kontribusi pemahaman bersama di antara kelompok

² Onong Uchjana Effendy, *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), p. 21

dan institusi atau organisasi. Karena pada dasarnya humas berfungsi menyelaraskan kebijakan publik dan privat.

Kegiatan Humas berfungsi sebagai mediator yang menjembatani kepentingan organisasi atau perusahaan dengan publiknya yang terkait dengan kegiatan humas itu sendiri. Berbagai aktivitas senantiasa menciptakan, menjaga dan meningkatkan citra yang positif. Kebutuhan untuk meningkatkan hubungan kerjasama antara lembaga dan masyarakat atau publiknya sangatlah penting, karena dari kerjasama yang baik maka terciptalah pelayanan publik yang baik.

Dapat disimpulkan bahwa dalam kenyataannya, dapat dikatakan bahwa *Public Relations* berfungsi menumbuhkan relasi baik antar setiap komponen organisasi, menumbuhkan motivasi, menggiatkan partisipasi, dan menjadikan proaktif.³ Hal ini bertujuan menumbuhkan motivasi pada diri sendiri, sehingga mampu menumbuhkan dan mengembangkan relasi, pengertian dan kemauan publiknya. Sehingga memperoleh opini publik yang baik dimana hal ini merupakan tujuan dalam pengembangan citra positif suatu organisasi terkait, yang menguntungkan bagi kedua belah pihak.

Dari berbagai batasan hubungan masyarakat yang di definisikan dapat ditarik kesimpulan, kita dapat mengonsepanya bahwa untuk memahami dan mengevaluasi berbagai opini publik atau isu publik yang berkembang terhadap suatu organisasi atau perusahaan. Dalam kegiatannya Humas memberi masukan dan nasihat terhadap

³ Maria Assumpta Rumanti, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Jakarta: PT Grasindo, 2004), p. 13.

berbagai kebijakan manajemen yang berhubungan dengan opini atau isu publik yang tengah berkembang. Dalam pelaksanaannya Humas menggunakan komunikasi untuk memberitahu, mempengaruhi dan mengubah pengetahuan, sikap dan perilaku publik sasarannya.

Hasil yang ingin dicapai dalam kegiatan Humas pada intinya adalah *good image* (citra baik), *goodwill* (itikad baik), *mutual understanding* (saling pengertian), *mutual confidence* (saling mempercayai), *mutual appreciation* (saling menghargai), dan *tolerance* (toleransi).⁴ Dalam perencanaan kegiatan tersebut maka dibutuhkan sebuah strategi yang matang dalam pelaksanaan.

Strategi pada dasarnya merupakan kebijakan untuk mencapai tujuan yang kemudian dijabarkan ke dalam sejumlah taktik untuk pencapaian tujuan yang sudah ditetapkan. Ada pula yang menyebut strategi sebagai rencana dan memberi penjelasan atas metode yang dipakai untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.⁵

Oleh karena itu seorang praktisi Humas harus memiliki keterampilan yang baik dalam mengolah informasi, baik dari dalam maupun luar organisasi atau perusahaan agar *feed back* yang diterima bernilai positif atau saling menguntungkan.

B. Tugas, Fungsi dan Ruang Lingkup Humas

Tugas humas dalam menjalankan perannya sebagai media penunjang informasi sebuah organisasi atau instansi terkait setidaknya memiliki lima pokok *public relations* yaitu sebagai berikut:

⁴ Soemirat dan Ardianto, *Dasar Dasar Publik Relations*, p. 14.

⁵ Yosol Iriantara, *Media Relations Konsep Pendekatan dan Praktik*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2008), P. 89

1. Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar (visual) kepada publik, supaya publik mempunyai pengertian yang benar tentang organisasi atau perusahaan, tujuan, serta kegiatan yang dilakukan. dan itu semua ditinjau dari kebutuhan publik internal dan eksternal dengan memperhatikan gejala apa saja yang timbul dan mampu memperbaikinya.
2. Memonitor, merekam, dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum atau masyarakat. Di samping itu menjalankan dan bertanggung jawab terhadap kehidupan kita bersama dengan lingkungan. Dan yang harus perlu diingat adalah citra organisasi harus menjadi lebih baik dan lebih kuat.
3. Memperbaiki citra organisasi
Dalam hal ini, kaitannya adalah bagaimana organisasi bisa mencerminkan organisasi yang dipercayai, memiliki kekuatan, mengadakan perkembangan secara berkesenambungan yang selalu terbuka untuk dikontrol, dievaluasi. Dan secara nyata bahwa citra tersebut merupakan gambaran komponen yang kompleks.
4. Tanggung jawab sosial
Merupakan instrumen untuk bertanggung jawab terhadap semua kelompok yang berhak terhadap tanggung jawab tersebut.

5. Komunikasi

Komunikasi dalam *public relations* memiliki jenis komunikasi yang khusus, yakni komunikasi timbal balik, maka, pengetahuan komunikasi menjadi modalnya.⁶

Komunikasi adalah proses timbal balik (resiprokal) pertukaran sinyal untuk memberi informasi, membujuk, atau memberi perintah, berdasarkan makna yang sama dan dikondisikan oleh konteks hubungan para komunikator dan konteks sosialnya.⁷ Sedangkan *public relations* itu sendiri dalam prakteknya merupakan suatu usaha dan kegiatan yang dinamis dan hidup. Serta mempunyai identitas tersendiri didalam eksistensinya ditengah-tengah masyarakat.

Kegiatan atau aktivitas Humas memberikan pengetahuan baru bagi publik atau khalayaknya dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Seiring perkembangan zaman, media massa adalah suatu alat yang dapat membantu pengolahan program kerja Humas dalam publikasi informasi.

Hubungan masyarakat menurut Onong Uchjana Effendy ada beberapa fungsi humas yang dapat diketahui dari ada tidaknya kegiatan yang menunjukkan ciri-cirinya.⁸

- a. Humas adalah kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi yang berlangsung dua arah secara timbal balik;

⁶ Rumanti, *Dasar-Dasar Public Relations*, p. 35-42.

⁷ Cutlip, Center, Broom, *Effective Publik Relations*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), p. 225.

⁸ Effendy, *Hubungan Masyarakat*, p. 24.

Pada point ini, menjelaskan bahwa pada jalur pertama komunikasi berbentuk penyebaran informasi oleh manajer sebagai pemimpin organisasi kepada publik. Pada jalur kedua komunikasi berlangsung dalam bentuk penyampaian tanggapan atau opini publik (*public opinion*) dari pihak publik kepada si manajer tadi. Dimana sang manajer harus selalu mengkaji, apakah informasi yang disebarluaskan kepada publik dapat diterima, dimengerti, dan dilaksanakan atau tidak. Oleh karena itu pentingnya pengadaan evaluasi pada setiap kegiatan diharapkan menjadi langkah awal kemajuan yang bersinambungan menuju kepada perbaikan.

- b. Humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh manajemen suatu organisasi;

Eksistensi humas sebagai pelembagaan kegiatan komunikasi dalam organisasi justru untuk menunjang upaya manajemen dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dimana fungsi humas melekat pada proses manajemen, yang berarti bahwa humas tidak mungkin dipisahkan dari manajemen.

- c. Publik yang menjadi sasaran kegiatan humas adalah publik ekstern dan publik intern;

Pada bagian ini, menjelaskan bahwasannya yang menjadi kajian terkait publik eksternal di Indonesia memiliki kecenderungan manusia-manusia yang menjadi sasaran kegiatan humas hanyalah orang-orang di luar organisasi. Sedangkan publik internal atau hubungan internal adalah bagian khusus dari humas yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan

saling bermanfaat antara manajer dan karyawan tempat organisasi menggantungkan kesuksesannya.

- d. Oprasionalisasi Humas adalah membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik dan mencegah terjadinya rintangan psikologi, baik yang timbul dari pihak organisasi maupun dari pihak publik.

Kendati demikian, mengenai upaya pencegahan terjadinya rintangan psikologis, kegiatan humas adalah memantau atau mendeteksi gejala-gejala yang timbul baik pada publik intern maupun pada publik ekstern.

Dari uraian diatas membuktikan bahwasannya, humas sebagai mediator dalam oprasional organisasi membutuhkan perencanaan yang matang terkait konsep dan sistem pelaksanaan lapangan dengan keontentikan ragam kebutuhan dan pandangan publik. Sehingga kebijaksanaan yang telah ditetapkan humas dapat selaras dengan kebutuhan publik dan mampu memberikan harmonisasi antar organisasi dan publik.

Ruang lingkup humas berdasarkan tugas, ciri, dan fungsinya telah dijabarkan sebelumnya, dimana pada umumnya diklasifikasikan berdasarkan jenis organisasi, yang terbagi menjadi humas pemerintah, humas perusahaan, dan humas internasional. Sebagian dijabarkan oleh Onong Uchjana Effendy sebagai berikut:⁹

- a) Hubungan masyarakat pemerintahan

Kegiatan humas dalam pemerintahan sudah menjadi salah satu bagian yang sentral dalam struktural pemerintahan. Bagaimana tidak, dengan falsafah negeri dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat seperti yang dianut oleh berbagai negeri

⁹ Effendy, *Hubungan Masyarakat*, p. 37-44.

demokrasi pada umumnya. Mengahruskan adanya keterbukaan informasi terkait pelayanan masyarakat, dan menjadi kewajiban pemerintah untuk mempublikasikan kebijaksanaan yang dibuat seluas-luasnya. Sehingga rakyat turut serta dalam mengawasi tindak-tanduk pemerintah, yang apabila tidak sesuai dengan aspirasi rakyat, rakyat secara cepat mengkritiknya. Dan dalam hal ini opini publikpun dikaji dan diteliti secara efektif dalam pengambilan keputusan dan penentuan kebijaksanaan berikutnya. Sehingga hubungan antara pemerintah dan rakyat dapat terjalin dengan baik dan rakyat sebagai penerima kebijakan mampu bekerjasama dalam pengembangan kebijakan.

b) Hubungan masyarakat perusahaan

Perusahaan sebagai tempat pengembangan usaha mengandung makna yang luas, yang berarti *business, company, firm, agency*, dan lain-lain organisasi dimana sistem manajemen yang dikembangkan memiliki tujuan guna memperoleh keuntungan finansial yang mutlak. Dimana secara jelas bahwa perusahaan adalah organisasi yang memiliki kekhasan dalam sifat, fungsi dan tujuannya. Salah satu kekhasan humas perusahaan adalah berfungsi sebagai *upaya mempengaruhi opini publik dengan komunikasi dua arah timbal balik*. Yang dioprasikanya adalah konsep atau falsafah bisnis dari manajemen.

c) Hubungan masyarakat internasional

Cutlip dan Center dalam bukunya, *Effective Public Relations*. Bahwa kegiatan-kegiatan internasional akan semakin cepat dalam memenuhi kebutuhan sebagai akibat pasaran dunia, perkembangan ekonomi dan juga perjuangan politik yang bersaing

keras di dunia yang dihubungkan dengan telekomunikasi dan transportasi internasional.

Pemerintah menyentuh segala aspek masyarakat, dan benar-benar segala segi pemerintahan yang secara erat memiliki ikatan dan mengandalkan *public relations*. Dalam pengertian yang sangat nyata, tujuan demokrasi itu sendiri secara erat sesuai dengan tujuan *public relations*. Pemerintahan demokratis yang sukses mempertahankan hubungan yang responsif dengan warga, berdasarkan pemahaman dan komunikasi dua arah yang saling menguntungkan. Politik dengan kepentingan khusus mungkin mendominasi pembuatan keputusan. Kegiatan *public relations* pemerintah yang banyak dicakup adalah urusan publik, informasi publik dan komunikasi publik telah berkembang sebagai tanggapan politis dan *administrative* untuk mencapai berbagai tujuan keorganisasian. Kegiatan itu adalah komponen utama *system administrative*, yang secara khusus dirancang untuk menjembatani jurang antara pemerintah yang merakyat dan yang birokratis.¹⁰

C. Informasi dan Komunikasi Humas

Landasan bagi humas yang efektif adalah kebijaksanaan dan kegiatan yang terpercaya demi kepentingan publik. hanya melalui suatu pemahaman mengenai kebutuhan, nilai, dan aspirasi publiklah manajemen dapat merumuskan suatu kebijaksanaan yang terpercaya. Hanya melalui informasi kepada publik mengenai kebijaksanaan dan kegiatan organisasilah manajemen dapat berharap memperoleh

¹⁰ Deddy Mulyana, *Komunikasi Kontekstual, Teori dan Praktik Komunikasi Kontemporer*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2011), p. 431.

pengertian dan goodwill. Komunikasi yang efektif dengan para karyawan, pelanggan, pemegang saham, masyarakat di sekitar perusahaan dan publik lainnya adalah esensial bagi humas. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa inti dari kegiatan humas adalah komunikasi.¹¹

Dalam mengelola informasi tentu peran manajemen menjadi penting dalam sistem layanan informasi publik sehingga mampu menyebarkan informasi sesuai dengan cita-cita hubungan masyarakat yakni citra positif. faktor utama yang dapat menentukan kelancaran proses manajemen dalam fungsi kehumasan dari lembaga yang diwakilinya, pada umumnya manajemen humas melalui fungsi atau beberapa tahapan-tahapan sebagai berikut:¹²

1. Perencanaan (planing)
2. Pengorganisasian (organizing)
3. Pengkomunikasian (communicating)
4. Pengawasan (controling)
5. Dan penilaian (evaluating)

Dapat diambil garis besarnya adalah manajemen humas dapat dilihat secara konseptual, fungsional, dan unsur-unsurnya dalam aktivitas atau kegiatan serta faktor-faktor yang mempengaruhi pengertian manajemen humas dalam suatu organisasi. Baik untuk tujuan komunikasi dua arah timbal balik (*reciprocal communication*), membangun hubungan baik (*relationship*) maupun komunikasi persuasif untuk

¹¹ Sari, *Humas Pemerintah*, p. 43.

¹² Ruslan, *Manajemen Public Relations*, p.24

membangun saling pengertian, menghargai, dukungan yang baik, hingga menciptakan citra positif.¹³

Pada dasarnya dalam mengelola informasi komunikasi layanan publik yang terstruktur tidak luput dari pengendalian serta pengawasan dalam menjalankan kegiatan sistem pengelolaan tersebut. Dimana dalam mengoprasikannya perlu adanya sumber daya manusia yang berkopeten dalam bidangnya serta dapat diimbangi dengan pengawasan yang baik. Dalam hal ini perencanaan yang dibuat dalam sistem manajemen dapat dijalankan dengan stabil dan efisien sehingga berdampak pada peningkatan taraf mutu/kredibilitas sebuah organisasi atau instansi terkait.

Informasi yang merupakan dasar penyampaian pesan merupakan kumpulan dari data-data, namun data belum tentu menjadi informasi jika data tersebut tidak diperlukan dalam proses pengolahan data menjadi suatu informasi. Jadi suatu informasi itu menjadi berguna dan memiliki kualitas apabila informasi tersebut memiliki makna berupa data-data yang telah di olah, sehingga layak untuk dikomunikasikan kepada publik.

Sistem sumber daya manusia adalah sistem integrasi yang dirancang untuk menyediakan informasi yang diperlukan untuk pengambilan keputusan sumber daya manusia.¹⁴ Dalam tahapan ini, bermakna bagaimana sebuah informasi dapat dikelola dengan baik tentunya sangat diperlukan kualitas dari sumber daya manusia yang

¹³ Sari, *Humas Pemerintah*, p. 22.

¹⁴ Robert, Jakson, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT Salemba Emban Patria), p. 61

menunjang dalam penyebarluasan informasi kepada khalayak dalam proses pembentukan opini publik.

Dalam kegiatan ilmu komunikasi bukan lagi *commonness* atau kesamaan arti antara komunikator dan komunikan; kegiatannya bukan lagi agar orang mengerti, tetapi lebih daripada itu, yakni agar orang berubah sikap dan diperilakunya. Dan ini bukan menyangkut seseorang-dua orang saja, melainkan jutaan, puluhan juta, bahkan ratusan juta manusia. Dan disini media massa memegang peranan yang sangat penting.¹⁵ Humas merupakan segala sesuatu yang terdiri dari semua bentuk komunikasi berencana, baik ke dalam maupun ke luar, untuk mencapai tujuan khusus, yaitu pengertian bersama.

Praktisi humas senantiasa dihadapkan pada tantangan dan harus menangani berbagai macam fakta yang sebenarnya, terlepas dari apakah fakta itu hitam, putih, atau abu-abu. Perkembangan komunikasi tidak memungkinkan lagi bagi suatu organisasi untuk menutup-nutupi suatu fakta. Oleh karena itu, orang-orang yang bergerak dalam bidang humas dituntut untuk mampu menjadikan khalayak memahami suatu pesan yang disampaikan, demi menjaga reputasi atau citra lembaga, perusahaan atau organisasi yang menjadi tanggung jawabnya.

Untuk membangun sistem komunikasi yang andal pada lembaga-lembaga publik/pemerintah, maka perlu dilakukan mekanisme audit terhadap sistem yang ada, terutama sistem komunikasi. Hal ini akan bermanfaat dalam menemukan aspek-aspek

¹⁵ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2015), p. 49

kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada dalam sistem komunikasi tersebut.¹⁶

Informasi bermakna sebagai hasil pengolahan data yang memberikan makna dan arti, yang berguna atau bermanfaat dalam meningkatkan kepastian. Dari uraian informasi dan komunikasi humas adalah sebuah upaya atau proses yang mencakup suatu pertukaran fakta, pandangan, dan gagasan di antara suatu bisnis atau organisasi tanpa laba dengan publiknya untuk mencapai saling pengertian.

Sehingga tatanan sosial humas berfungsi dalam menangani permasalahan atau isu yang timbul mengenai kebodohan, koersi, dan kekolotan dengan pengetahuan, kompromi, dan penyesuaian. Dengan kata lain, humas membantu penyesuaian dan pemeliharaan dalam sistem sosial yang memberi kita kebutuhan sosial dan fisik.¹⁷

Dari kedua uraian antara informasi, dan komunikasi humas maka dapat diambil kesimpulan bahwa sebuah informasi yang memiliki nilai tinggi dengan eksistensi pemberitaan yang baik terbentuk dari hasil olahan data yang matang dan bermutu, serta di dukung dengan sistem pengolahan data yang korporatif.

D. Pelayanan Publik

Berkaitan dengan pelayanan publik, pada pembahasan kali ini pelayanan yang dimaksud dalam kajian kehumasan adalah pelayanan yang berkaitan dengan jasa pelayanan informasi masyarakat. Dimana praktisi humas sebagai badan yang

¹⁶ Deddy Mulyana, *Komunikasi Kontekstual*, p. 455.

¹⁷ Cutlip, *Efective Public Relations*, p. 31.

berkecimpung dalam bidang informasi antar publik memberikan ruang untuk melayani khalayak dengan pelayanan yang baik sesuai dengan kebutuhan informasi yang diharapkan oleh publik.

Didalam pemerintahan, bagian kehumasan diwajibkan melayani publik dengan pelayanan yang baik yang diatur dalam Undang-undang. Sehingga antara kebijakan pemerintah dan khalayak dapat saling berkesinambungan dalam merealisasikan kebijakan tersebut.

Dalam Undang-Undang terkait Keterbukaan Informasi Publik terdapat mekanisme memperoleh Informasi, pasal 21 yakni: Mekanisme untuk memperoleh Informasi Publik didasarkan pada prinsip cepat, tepat, dan biaya ringan. Dan pada pasal 22 mengenai mekanisme memperoleh Informasi dengan penguraian sebagai berikut:

- (1) Setiap pemohon informasi publik dapat mengajukan permintaan untuk memperoleh Informasi Publik kepada Badan Publik terkait secara tertulis atau tidak tertulis.
- (2) Badan publik wajib mencatat nama dan alamat pemohon Informasi Publik, subjek dan format informasi serta cara penyampaian informasi yang diminta oleh pemohon Informasi Publik.
- (3) Badan Publik yang bersangkutan wajib mencatat permintaan informasi Publik yang diajukan secara tidak tertulis.

- (4) Badan Publik terkait wajib memberikan tanda bukti penerimaan permintaan Informasi Publik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (3) berupa nomor pendaftaran pada saat permintaan diterima.
- (5) Dalam hal permintaan disampaikan secara langsung atau melalui surat elektronik, nomor pendaftaran diberikan saat penerimaan permintaan.
- (6) Dalam hal permintaan disampaikan melalui surat, pengiriman nomor pendaftaran dapat diberikan bersamaan dengan pengiriman informasi.
- (7) Paling lambat 10 (sepuluh) hari kerja saat diterimanya permintaan, Badan Publik yang bersangkutan wajib menyampaikan pemberitahuan tertulis yang berisikan:
 - a. Informasi yang diminta berada dibawah penguasaannya ataupun tidak;
 - b. Badan Publik wajib memberitahukan Badan Publik yang menguasai informasi yang diminta apabila informasi yang diminta tidak berada di bawah penguasaannya dan Badan Publik yang menerima permintaan mengetahui keberadaan informasi yang diminta;
 - c. Penerimaan atau penolakan permintaan dengan dengan alasan yang tercantum sebagaimana dimaksud dalam pasal 17;
 - d. Dalam hal permintaan diterima seluruhnya atau sebagian dicantumkan materi informasi yang akan diberikan;
 - e. Dalam hal suatu dokumen mengandung materi yang dikecualikan sebagaimana dimaksud dalam pasal 17, maka informasi yang dikecualikan tersebut dapat dihitamkan dengan disertai alasan dan materinya;

- f. Alat penyampai dan format informasi yang akan diberikan; dan/atau
 - g. Biaya serta cara pembayaran untuk memperoleh informasi yang diminta.
- (8) Badan Publik yang bersangkutan dapat memperpanjang waktu untuk mengirimkan pemberitahuan sebagaimana dimaksud pada ayat (7), paling lambat 7 (tujuh) hari kerja berikutnya dengan memberikan alasan secara tertulis.
- (9) Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara permintaan informasi kepada Badan Publik diatur oleh komisi informasi.¹⁸

Dari pasal perundang-undangan mengenai pelayanan publik ini, maka instansi terkait harus memberikan pelayanan publik sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Yakni adanya kepastian hukum, adanya kesamaan hak, adanya keseimbangan hak dan kewajiban, keprofesionalan, partisipatif, persamaan dalam perlakuan atau tidak diskriminatif, keterbukaan, akuntabilitas, fasilitas dan perlakuan khusus bagi kelompok rentan, ketepatan waktu dan kecepatan, kemudahan dan keterjangkauan.

Setiap pelayanan yang diberikan pemerintah kepada masyarakat maka akan timbul opini publik atau pendapat umum masyarakat tentang pelayanan tersebut. Dimana opini publik merupakan tolak ukur tingkat keberhasilan pemerintah dalam penyediaan layanan yang nantinya menjadi acuan dalam pembuatan kebijakan selanjutnya.

¹⁸ Sari, *Humas Pemerintah*, p. 129.

PR sangat erat hubungannya dengan perkembangan sosial, ekonomi, maupun politik yang muncul di negara tempat organisasi/perusahaan berada. PR dalam organisasi/perusahaan muncul karena hal-hal sebagai berikut:

1. Adanya kebutuhan memperbaiki hubungan baik dengan publik sehingga terdapat saling pengertian, publik bisa mengerti bagaimana organisasi tersebut, publik bisa lebih mengenal dan mengerti lebih jelas, muncul saling mempercayai demi keuntunga kedua belah pihak, membawa kemajuan, kontinuitas, dan kebutuhan publik.
2. Adanya keinginan untuk saling bersikap terbuka terhadap publik dengan menggunakan komunikasi dua arah. Juga dengan menciptakan opini publik yang sangat diperlukan untuk pengembangan dan kelangsungan organisasi/perusahaan.
3. Adanya kebutuhan untuk semakin memasyarakat yang merupakan proses mencapai kemenangan dalam mempengaruhi hal-hal penting bagi kepentingan umum sehingga membuat publik semakin mengenal organisasi/perusahaan dengan lebih baik, dan publik semakin terbuka mengenai kebutuhan, keinginan dan keluhan.
4. Adanya kebutuhan untuk berkomunikasi dua arah dalam menghadapi permasalahan sosial yang kompleks, dan semakin berkembang. Untuk itu dibutuhkan hubungan sosial yang sehat dan etis.¹⁹

¹⁹ Rumanti, *Dasar Dasar Public Relations*, p. 203-204

kalangan humas yang membantu organisasi untuk membangun dan menjaga hubungan yang saling menguntungkan berarti telah melakukan fungsi manajemen esensial yang berdampak bagi masyarakat yang lebih luas. Memberikan tanggungjawab yang efisien dalam membentuk konsep humas yang mengandung komitmen moral guna melakukan penyesuaian hubungan antar elemen-elemen terkait.

Lalu, PR dapat berkembang dalam organisasi karena hal-hal berikut.

1. Perkembangan media massa pesat, sedangkan komunikasi berbentuk apa pun dalam organisasi tetap sentral dalam kegiatan PR.
2. Adanya sikap dan prilaku yang jujur menuju adanya saling pengertian, saling menghormati, dan saling mempercayai.
3. Adanya citra organisasi yang jelas, baik, dan benar yang perlu dikomunikasikan dengan tepat akan sangat menguntungkan kedua belah pihak.
4. Diperlukan pengetahuan jurnalistik, promosi, dan reklame yang profesional, tidak bisa dihindari karena justru dari situlah banyak input masuk.²⁰

Sebagai seorang profesional humas harus mampu bekerja atau bertindak melalui pertimbangan yang matang dan benar, yaitu dapat membedakan secara etis mana yang dapat dilakukan dan mana yang tidak, sesuai dengan pedoman kode etik profesi yang disandang.²¹

²⁰ Rumanti, *Dasar Dasar Public Relations*, p. 204

²¹ Ardianto, *Dasar-Darar Public Relations*, p. 177.

Setiap persoalan yang dihadapi oleh lembaga birokrasi atau organisasi, humas harus memiliki imajinasi kuat dalam mengerai suatu konflik, bertanggung jawab dalam mengkampanyekan sisi positif dari persoalan tersebut, serta mampu meredam persoalan yang dihadapi dengan mengolah strategi kebijakan dengan cara yang jujur.

E. Humas dalam Lembaga Pemerintah

Perbedaan pokok antara fungsi dan tugas Hubungan Masyarakat (Humas) yang terdapat di instansi Pemerintah dengan non Pemerintah (lembaga komersil) adalah tidak adanya unsur komersil walaupun Humas Pemerintah juga melakukan hal yang sama dalam kegiatan publikasi, promosi, dan periklanan. Humas Pemerintah lebih menekankan pada *public service* atau demi meningkatkan pelayanan umum.²²

Melalui unit atau program kerja Humas tersebut, Pemerintah dapat menyampaikan informasinya atau menjelaskan mengenai kebijaksanaan dan tindakan-tindakan tertentu serta aktivitas dalam melaksanakan tugas-tugas atau kewajiban-kewajiban ke pemerintahannya.

Dalam sebuah organisasi pemerintah (daerah), humas sering diposisikan sebagai corong atau suara dari pimpinan Pemerintah Daerah dalam hubungannya dengan publik, sehingga menjadi posisi yang terhormat, tinggi, strategis, dan sekali melekat kemampuan dan tanggung jawab.²³

Sam Black dalam bukunya, *Partical Public Relations*, membagi humas menjadi humas pemerintah pusat dan humas pemerintah daerah. Tugas Hubungan Masyarakat

²² Ruslan, *Manajemen Public Relations ...*, p. 341.

²³ Assumpta, *Dasar-Dasar Public Relations ...*, p. 152.

Pemerintah; Hubungan Masyarakat Pemerintah pusat dapat dijelaskan bahwa humas pada departemen-departemen mempunyai dua tugas:

- a. Menyebarkan informasi secara teratur mengenai kebijaksanaan, perencanaan, dan hasil yang telah dicapai
- b. Menerangkan dan mendidik publik mengenai perundang-undangan, peraturan-peraturan, dan hal-hal yang bersangkutan dengan kehidupan rakyat sehari-hari.²⁴

Pada hakikatnya humas pemerintah harus memberikan pelayanan terbaik untuk publik. Sehingga masyarakat mendapatkan haknya dalam pelayanan publik dan mampu memberikan kontribusi bagi wilayah pemerintahan, sehingga dunia pemerintahan memperoleh citra positif dari rakyat atau publik.

Tugas dan fungsi Humas yang berpedoman pada *Two ways traffic of communication*, adalah sebagai berikut.

- a. Berorientasi demi kepentingan tujuan politis dan birokratis pemerintahan.
- b. Memberikan penerangan dan pendidikan kepada masyarakat umum tentang kegiatan pemerintah dan pelaksanaan program kerja pembangunan nasional.
- c. Meyakinkan masyarakat atau memasyarakatkan tentang maksud dan tujuan peraturan, langkah-langkah serta kebijaksanaan pemerintah yang ada.
- d. Menyampaikan atau memonitor tentang pendapat umum agar peraturan dan perundang-undangan itu senantiasa berdasarkan kenyataan dan dapat diterima oleh masyarakat.

²⁴ Effendy, *Hubungan Masyarakat*, p. 37.

- e. Menyampaikan informasi atau pesan tentang keinginan, aspirasi, pendapat, dan persepsi, masyarakat kepada pemerintah. Memonitor tanggapan (*feedback*) masyarakat sebagai input atau masukan berguna yang kemudian disampaikan kepada instansi bersangkutan.
- f. Mengajak atau membujuk masyarakat umum agar lebih aktif dalam peran sertanya menunjang program pembangunan, perekonomian, masalah bidang-bidang Sospolbud, Hankamnas, kepedulian pada lingkungan hidup dan alam, serta pariwisata.
- g. Turut mensukseskan lebih spesifik mengenai program KB (Keluarga Berencana), Pajak, Kadarkum (Kesadaran Hukum), Kampanye Pemilu, Pekan Imunisasi Nasional (PIN), Cinta Rupiah serta produksi dalam negeri, dan hingga disiplin Nasional lain sebagainya.²⁵

Humas merupakan suatu fungsi manajemen yang menilai sikap publik, menunjukkan kebijaksanaan dan prosedur dari seorang individu atau sebuah lembaga atas dasar kepentingan publik, merencanakan dan menjalankan rencana kerja untuk memperoleh pengertian bersama dan dapat diterima dengan baik oleh publik.

Dengan kata lain humas pemerintah harus reaktif dalam menyaring dan memberikan informasi atau pesan-pesan terkait kelembagaan baik perputaran fungsi keluar maupun fungsi ke dalam. Allah SWT berfirman dalam Al-Quran surat Al-Isra' ayat 28 yang berbunyi:

وَأِمَّا تُعْرِضَنَّ عَنْهُمُ ابْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَّهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا

²⁵ Ruslan, *Manajemen Public Relations ...*, p. 348.

Artinya : dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari tuhanmu yang engkau harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang lemah lembut. (QS. Al-Isra':28)²⁶

Dalam ayat ini bermaksud apabila kamu tidak dapat melaksanakan perintah Allah untuk memberikan hak orang-orang disekitar kamu, maka katakanlah kepada mereka perkataan yang baik agar mereka tidak kecewa karena mereka belum mendapat bantuan dari kamu. Dalam pada itu kamu berusaha untuk mendapat rezeki (rahmat) dari Tuhanmu. Sehingga kamu dapat memberikan kepada mereka hak-hak mereka.

Secara garis besar dapat disimpulkan bahwa ketika kita belum bisa memberi atau mengabdikan permintaan karena memang tidak ada, maka harus disertai dengan perkataan yang baik dan alasan-alasan yang rasional. Dan pada prinsipnya badan humas pemerintahan dapat menjawab aduan masyarakat dengan cara yang sangat baik, perkataan yang lembut, dan tidak mengada-ada.

²⁶ Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Quran Terjemah*, (Jakarta: Al-Huda Kelompok Gema Insani, 2002), p. 286.