

**ETIKA HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN ACEH
BARAT DAYA DALAM MENJALIN HUBUNGAN
DENGAN MEDIA CETAK**

SKRIPSI

Oleh:

ACHMAD RIANDA

NPM : 1403110067

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Public Relation



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA
UTARA MEDAN**

2018

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh :

Nama : Achmad Rianda

NPM : 1403110067

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Etika Humas Pemerintah Kabupaten Aceh Barat Daya Dalam Menjalinkan Hubungan Dengan Media Cetak

Medan, 17 Oktober 2018

Pembimbing


Dr. YAN HENDRA, M.Si

Disetujui Oleh
KETUA PROGRAM STUDI


NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.Ikom

Dekan


Dr. ARIFIN SALEH, M.SP

PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammdiyah Sumatera Utara oleh:

Nama : ACHMAD RIANDA

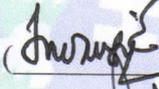
NPM : 1403110067

Program Studi : Ilmu Komunikasi

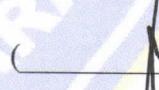
Pada hari : Rabu, 17 Oktober 2018

Waktu : 08.00 s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP ()

PENGUJI II : M SAID HARAHAHAP, S.Sos, M.I.Kom ()

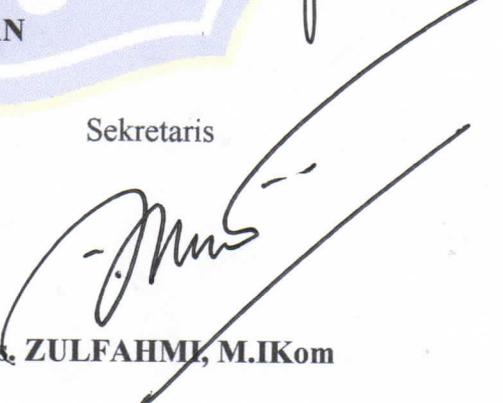
PENGUJI III : Dr. YAN HENDRA, M.Si. ()

PANITIA UJIAN

Ketua


Dr. ARIFIN SALEH, M,SP

Sekretaris


Drs. ZULFAHMI, M.IKom

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, Achmad Rianda, NPM 1403110067, menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa didalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 21 November 2018



Yang menyatakan

Achmad Rianda

ABSTRAK

ETIKA HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN ACEH BARAT DAYA DALAM MENJALIN HUBUNGAN DENGAN MEDIA CETAK

OLEH :

ACHMAD RIANDA

1403110067

Memiliki peran sebagai sumber informasi mengenai kebijakan pemerintah daerah humas memerlukan media yang berguna untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Dalam menyampaikan sebuah pesan kepada masyarakat juga dibutuhkan kontak kerja sama dan saling berkoordinasi baik itu dari Pemerintahan ataupun dari media. Hubungan seorang humas dan media perlu melakukan pendekatan agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam menyebarluaskan sebuah berita dan informasi. Humas juga harus menginformasikan kebijakan pemerintah dan memberikan layanan informasi baik itu dari media dan instansi media lainnya dalam upaya memberikan pemahaman kepada masyarakat. Sebuah etika seorang humas dalam menjalin hubungan kepada media merupakan langkah yang harus dijaga untuk itu dalam menjaga dibutuhkan perhatian dan saling melakukan sebuah komunikasi agar tali silaturahmi tetap ada diantara Humas Pemerintah dan wartawan.

Tujuan penelitian ini adalah bertujuan untuk untuk mengetahui etika Humas Pemerintah Aceh Barat Daya dalam menjalin hubungan dengan media. Setiap orang pasti memiliki cara yang berbeda dalam menjalin suatu kontak kerja dengan orang lain. Seorang humas memiliki peran besar dalam menjaga sebuah keharmonisan baik itu dari media yang bekerja sama dan karyawan di dalam Pemerintah Aceh Barat Daya.

Adapun narasumber dalam penelitian ini adalah Humas Pemerintah Aceh Barat Daya dan Wartawan. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif (pendekatan) dengan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara dan penelitian kepustakaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasannya etika Humas Pemerintah Aceh Barat Daya dalam menjalin hubungan dengan media cetak sudahlah sangat baik dan tidak pernah ada kesalah pahaman diantara humas dan media. Saling komunikasi diantaranya membentuk suatu kerja sama dan menjalin silaturahmi.

Kata Kunci: Etika, Humas, Media Cetak

KATA PENGANTAR



Puji dan Syukur saya ucapkan atas Allah SWT dan juga junjungan besar Nabi Muhammad SAW atas berkat dan rahmatNya yang sangat besar peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.

Adapun judul dari pada skripsi ini adalah “ **Etika Humas Pemerintah Kabupaten Aceh Barat Daya Dalam Menjaln Hubungan Dengan Media Cetak** ” penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan. Penulis sangat bersyukur atas penyelesaian skripsi ini dan banyak berterima kasih terutama kepada keluarga tercinta Ayahanda **Ermida, SP** dan Ibunda **Sarina** yang telah begitu banyak member dukungan dan masukan.

Pada kesempatan ini izinkan penulis ucapkan terima kasih kepada masing-masing yang telah membantu dan mendukung penulis hingga menyelesaikan penelitian ini.

1. Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos, M.SP selaku Dekan FISIP UMSU
3. Ibu Nurhasannah Nasution, S.Sos, M.I.Kom, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Yan Hendra M.Si, selaku dosen pembimbing yang sudah banyak membimbing penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu para dosen FISIP UMSU khususnya dosen Ilmu Komunikasi yang sudah begitu banyak memberikan ilmu pengetahuan selama kuliah.
6. Adinda saya Arief Rinaldi, M Ragil Aswad, Okky Nahda Maryam yang sudah memberi dukungan penuh dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Sahabat-sahabat saya Wawan, Muji, Yanti Ismarida, Petra, Restu, Rahmat, Raisul, Una, Fera, Dessy, Novi, yang sudah mendukung si penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh keluarga besar penulis yang sudah member dukungan moral dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Teman-teman sejawat dan seperjuangan di angkatan 2014 Ilmu Komunikasi FISIP UMSU yang cukup ramah dan saling mengisi, persahabatan yang kita jalin selama perkuliahan akan menjadi kenangan manis bagi penulisi.

Saya menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan masukan berupa saran dan kritik yang sifatnya membangun, mudah-mudahan skripsi ini bisa memberi manfaat bagi siapapun yang membacanya.

Medan, Oktober 2018

Penulis



ACHMAD RIANDA

DAFTAR ISI

	Halaman
Lembar Pengesahan	
Abstrak	
Kata Pengantar	i
Daftar Isi.....	iii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Sistematika Penulisan	5
BAB II. URAIAN TEORITIS	6
2.1. Etika	6
2.1.1. Pengertian Etika	6
2.1.2. Jenis-Jenis Etika	7
2.1.3. Manfaat Etika	13
2.1.4. Fungsi Etika	13
2.2. Humas	14
2.2.1. Definisi Humas	14
2.2.2. Fungsi Humas	16
2.2.3. Ruang Lingkup Humas	16
2.2.4. Strategi Humas	17

2.2.5. Model Hubungan Komunikasi Humas	19
2.3. Etika Kehumasan	20
2.3.1. Definisi Etika Humas	20
2.3.2. Prinsip-Prinsip Etika Humas	22
2.4. Humas Pemerintah	24
2.4.1. Tinjauan Humas Pemerintah	24
2.4.2. Keberadaan Humas Pemerintah	26
2.4.3. Fungsi Pokok Humas Pemerintah	27
2.4.4. Peran Taktis dan Strategi Kehumasan Pemerintah	27
2.4.5. Etika Humas Pemerintah	29
2.5. Media Cetak	29
2.5.1. Pengertian Media Cetak	29
2.5.2. Jenis-Jenis Media Cetak	32
2.5.3. Kelebihan dan Kelemahan Media Cetak	35
2.5.4. Fasilitas Media Cetak	37
2.6. Komunikasi Organisasi	38
2.6.1. Pengertian Komunikasi Organisasi	38
2.6.2. Aspek-Aspek Komunikasi Organisasi	39
2.6.3. Tujuan Komunikasi Organisasi	41
2.6.4. Jaringan Komunikasi	42
2.6.5. Konsep Komunikasi Organisasi	43
BAB III. METODE PENELITIAN	46
3.1. Jenis Penelitian.....	46

3.2. Kerangka Konsep	46
3.3. Definisi Konsep.....	47
3.4. Kategorisasi	48
3.5. Narasumber	49
3.6. Teknik Pengumpulan Data	49
3.7. Teknik Analisis Data	50
3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian	51
BAB IV. ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN	52
4.1. Hasil Penelitian	52
4.2. Pembahasan.....	61
BAB V. PENUTUP.....	63
5.1. Kesimpulan	63
5.2. Saran.....	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Humas pemerintah memiliki fungsi mengedukasi masyarakat untuk meningkatkan citra dan reputasi perusahaan, membangun jembatan sosialisasi yang baik, membangun hubungan yang menguntungkan antar stakeholder serta membangun kepercayaan. Selain itu humas juga harus berupaya bagaimana untuk menjalin hubungan baik dengan media. Media merupakan publik eksternal yang menjadi sarana komunikasi antara Humas dengan publik, melalui kerjasama dengan media massa humas dapat menginformasikan kepada publik mengenai kebijakan-kebijakan yang ada.

Sesuai dengan fungsi humas pada instansi pemerintah atau kedaerahan yakni bertanggung jawab menjaga citra positif instansi dan mencitrakan daerah atau tempat dimana instansi tersebut berada, serta berperan menginformasikan semua tindakan-tindakan dan kebijaksanaan yang telah dilaksanakan oleh pemerintah.

Tugas humas pemerintah di bagi menjadi dua macam yaitu kedalam dan keluar. Hubungan kedalam berupa koordinator dengan badan pemerintah yang lain sedangkan hubungan keluar yaitu berhadapan dengan rakyat. Humas pemerintah di katakan sebagai mulut, mata dan telinga dari pemerintah. Humas pemerintah memberikan informasi kepada pemerintah mengenai pendapat-pendapat umum dalam masyarakat dan sebaliknya humas pemerintah meneruskan informasi-informasi dari pemerintah kepada masyarakat.

Eksistensi humas pada setiap lembaga/instansi merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka memperkenalkan kegiatan dan aktivitas kepada masyarakat (khalayak). Humas merupakan suatu alat untuk memperlancar jalannya interaksi serta penyebaran informasi kepada khalayak melalui media seperti pers, radio, televisi dan lain-lain. Kalau dirasakan terbatasnya wewenang Humas, mungkin hal ini disebabkan kedudukan unit tersebut pada organisasi. Suatu organisasi melaksanakan proses administrasi dan organisasi begitu kaku akan menghambat termasuk pula apabila kurang kemampuan Humas itu sendiri, baik kualitas, ketrampilan dan lain-lain (Widjaja, 2010 : 3).

Badan Koordinasi Humas (Bakohumas) di Jakarta tanggal 13-14 Desember 2006, menyatakan bahwa dalam berhubungan dengan media petugas humas harus menguasai masalah, mempunyai kredibilitas, dan memiliki kecepatan dalam bekerja khususnya dalam menyampaikan informasi ke media. Selain itu, petugas Humas juga harus mempunyai kemampuan analisa. Humas harus menjalankan fungsinya sebagai communication facilitator, yang mampu menjembatani kesenjangan informasi antara pemerintah dengan masyarakat, serta dengan seluruh stakeholdernya. Humas juga harus menginformasikan kebijakan pemerintah dan memberikan layanan informasi dalam upaya memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang program-program pemerintah yang telah, sedang dan yang akan dilakukan. Informasi akan semakin mudah dipublikasikan kepada masyarakat apabila seorang humas telah menjalin hubungan baik dengan media.

Etika merupakan cabang dari filsafat dimana mempelajari pandangan-pandangan dan persoalan-persoalan yang berhubungan dengan masalah kesusilaan yang kadang-kadang orang memakai dengan istilah filsafat etika, filsafat moral, filsafat susila. etika ilmu yang mempelajari apa yang benar dan apa yang salah, fungsi praktis dari etika adalah memberikan pertimbangan dalam berperilaku. Tujuan mempelajari etika, untuk mendapatkan konsep yang sama mengenai penilaian baik dan buruk bagi semua manusia dalam ruang dan waktu tertentu pengertian baik sesuatu hal dikatakan baik bila ia mendatangkan rahmat, dan memberikan perasaan senang, atau bahagia (Sesuatu dikatakan baik bila ia dihargai secara positif) pengertian buruk segala yang tercela. Perbuatan buruk berarti perbuatan yang bertentangan dengan norma-norma masyarakat yang berlaku (Ruslan, Rosady 2001 : 23).

Dalam menjalin hubungan dengan media, salah satu yang harus dilakukan adalah menjalin hubungan baik dengan wartawan, namun mengingat media tak bisa disederhanakan hanya menjadi soal wartawan belaka, menjalin hubungan baik dengan media, asosiasi profesi wartawan atau asosiasi media juga tidak kalah penting. Wartawan merupakan bagian penting dari organisasi media, karena media sendiri dimana bertugas untuk menyampaikan sebuah informasi kepada khalayak. Untuk itu media salah satu sarana prasana alat penyampain berita yang sesuai fakta dan tidak berita hoax. Tapi media sendiri, sebagai organisasi, merupakan satu entitas yang tidak dapat diabaikan keberadaannya yang harus diperhitungkan ketika organisasi menyusun atau menjalin hubungan dengan media (Yosal, 2005 : 3-5).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana etika humas pemerintah aceh barat daya dalam menjalin hubungan dengan media cetak ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini merupakan arah pelaksanaan penelitian yang akan menguraikan apa yang akan dicapai, disesuaikan dengan kebutuhan penulis dan pihak lain yang berhubungan dengan penelitian.

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui etika humas pemerintah aceh barat daya dalam menjalin hubungan dengan media cetak.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas maka manfaat penelitian yang bisa diambil adalah

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah uraian-urain yang bersifat teoritis tentang etika komunikasi khususnya etika humas dalam menjalin hubungan dengan media massa.

2. Manfaat praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada berbagai pihak khususnya humas pemerintah dalam membuat kebijakan tentang etika kehumasan.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Merupakan pendahuluan yang memaparkan latar belakang masalah, perumusan masalah, serta tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II: URAIAN TEORITIS

Merupakan uraian teoritis yang menguraikan Etika Humas Pemerintah Kabupaten Aceh Barat Daya dalam menjalin Hubungan dengan Media Cetak.

BAB III: METODE PENELITIAN

Merupakan persiapan dari pelaksanaan penelitian yang menguraikan tentang metodologi penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi, informan atau narasumber, teknik pengumpulan data, teknik analisa data serta lokasi dan waktu penelitian.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Merupakan pembahasan yang menguraikan tentang ilustrasi penelitian, hasil dan pembahasan .

BAB V: PENUTUP

Merupakan penutup yang menguraikan tentang kesimpulan dan saran

BAB II

URAIAN TEORITIS

Berdasarkan masalah yang akan dikaji, dalam suatu penelitian diperlukan suatu keterangan penjelasan untuk menegaskan bahwasanya masalah ini benar adanya, maka dikemukakan teori. Teori ini dikemukakan sebagai landasan berfikir untuk memberikan solusi dari masalah yang ada dari suatu penelitian.

2.1. Etika

2.1.1. Pengertian Etika

Kata etik (atau etika) berasal dari kata *ethos* (bahasa Yunani) yang berarti karakter, watak kesusilaan atau adat. Sebagai suatu subyek, etika akan berkaitan dengan konsep yang dimiliki oleh individu ataupun kelompok untuk menilai apakah tindakan-tindakan yang telah dikerjakannya itu salah atau benar, buruk atau baik. Menurut Martin (1993) etika didefinisikan sebagai “*the discipline which can act as the performance index or reference for our control system*”.

Etika adalah refleksi dari apa yang disebut dengan “*self control*”, karena segala sesuatunya dibuat dan diterapkan dari dan untuk kepentingan kelompok social (profesi) itu sendiri. Kehadiran organisasi profesi dengan perangkat “*built-in mechanism*” berupa kode etik profesi dalam hal ini jelas akan diperlukan untuk menjaga martabat serta kehormatan profesi, dan di sisi lain melindungi masyarakat dari segala bentuk penyimpangan maupun penyalah-gunaan keahlian (Wignjosubroto, 1999).

Sebuah profesi hanya dapat memperoleh kepercayaan dari masyarakat, bilamana dalam diri para elit profesional tersebut ada kesadaran kuat untuk mengindahkan etika profesi pada saat mereka ingin memberikan jasa keahlian profesi kepada masyarakat yang memerlukannya. Etika disebut juga filsafat moral adalah cabang filsafat yang berbicara tentang praxis (tindakan) manusia. Etika tidak mempersoalkan keadaan manusia, melainkan mempersoalkan bagaimana manusia harus bertindak. Tindakan manusia ini ditentukan oleh bermacam-macam norma. Norma ini masih dibagi lagi menjadi norma hukum, norma moral, norma agama dan norma sopan santun. Norma hukum berasal dari hukum dan perundangundangan, norma agama berasal dari agama sedangkan norma moral berasal dari suara batin. Norma sopan santun berasal dari kehidupan sehari-hari sedangkan norma moral berasal dari etika. Etika (*ethics*) berarti moral sedangkan etiket (*etiquette*) berarti sopan santun.

2.1.2. Jenis-Jenis Etika

Etika dapat ditinjau dari beberapa pandangan. Dalam sejarah lazimnya pandangan ini dilihat dari segi filosofis yang melahirkan etika filosofis, ditinjau dari segi teologis yang melahirkan etika teologis, dan ditinjau dari pandangan sosiologis yang melahirkan etika sosiologis. Beberapa pandangan terhadap etika :

a) Etika filosofis

Etika filosofis adalah etika yang dipandang dari sudut filsafat. Kata filosofis sendiri berasal dari kata “philosophis” yang asalnya dari bahasa Yunani yakni: “philos” yang berarti cinta, dan “sophia” yang berarti kebenaran atau

kebijaksanaan. Etika filosofis adalah etika yang menguraikan pokok-pokok etika atau moral menurut pandangan filsafat.

Dalam filsafat yang diuraikan terbatas pada baik-buruk, masalah hak-kewajiban, masalah nilai-nilai moral secara mendasar. Disini ditinjau hubungan antara moral dan kemanusiaan secara mendalam dengan menggunakan rasio sebagai dasar untuk menganalisa.

b) Etika teologis

Etika teologis adalah etika yang mengajarkan hal-hal yang baik dan buruk berdasarkan ajaran-ajaran agama. Etika ini memandang semua perbuatan moral sebagai:

- 1) Perbuatan-perbuatan yang mewujudkan kehendak Tuhan atau sesuai dengan kehendak Tuhan.
- 2) Perbuatan-perbuatan sebagai perwujudan cinta kasih kepada Tuhan
- 3) Perbuatan-perbuatan sebagai penyerahan diri kepada Tuhan.

Orang beragama mempunyai keyakinan bahwa tidak mungkin moral itu dibangun tanpa agama atau tanpa menjalankan ajaran-ajaran Tuhan dalam kehidupan sehari-hari. Sumber pengetahuan dan kebenaran etika ini adalah kitab suci.

c) Etika sosiologis

Etika sosiologis berbeda dengan dua etika sebelumnya. Etika ini menitikberatkan pada keselamatan ataupun kesejahteraan hidup bermasyarakat. Etika sosiologis memandang etika sebagai alat mencapai keamanan, keselamatan, dan kesejahteraan hidup bermasyarakat.

Jadi etika sosiologis lebih menyibukkan diri dengan pembicaraan tentang bagaimana seharusnya seseorang menjalankan hidupnya dalam hubungannya dengan masyarakat.

d) Etika Deskriptif dan Etika Normatif

Ada dua macam etika yang harus kita pahami bersama dalam menentukan baik atau buruknya perilaku manusia, menurut Keraf (2009:20-21), adalah sebagai berikut:

1. Etika Deskriptif

Etika ini berusaha meneropong secara kritis dan rasional sikap dan perilaku manusia dan apa yang dikejar oleh manusia dalam kehidupan sebagai sesuatu yang bernilai. Etika ini berbicara tentang kenyataan sebagaimana adanya tentang nilai dan pola perilaku manusia sebagai suatu fakta yang terkait dengan situasi dan realitas konkret. Dengan demikian etika ini berbicara tentang realitas penghayatan nilai, namun tidak menilai. Etika ini hanya memaparkan, karenanya dikatakan bersifat deskriptif.

2. Etika Normatif

Etika ini berusaha untuk menetapkan sikap dan pola perilaku yang ideal yang seharusnya dimiliki oleh manusia dalam bertindak. Jadi etika ini berbicara tentang norma-norma yang menuntun perilaku manusia serta memberi penilaian dan himbauan kepada manusia untuk bertindak sebagaimana seharusnya. Dengan demikian etika normatif memberikan petunjuk secara jelas bagaimana manusia harus hidup secara baik dan menghindari diri dari yang jelek.

Dalam pergaulan sehari-hari kita menemukan berbagai etika normative yang menjadi pedoman bagi manusia untuk bertindak. Norma-norma tersebut sekaligus menjadi dasar penilaian bagi manusia baik atau buruk, salah atau benar. Secara umum norma-norma tersebut dikelompokkan menjadi dua yaitu:

a) Norma Khusus

Norma khusus adalah norma yang mengatur tingkah laku dan tindakan manusia dalam kelompok/bidang tertentu. Seperti etika medis, etika kedokteran, etika lingkungan, etika wahyu, aturan main catur, aturan main bola, dll. Di mana aturan tersebut hanya berlaku untuk bidang khusus dan tidak bisa mengatur semua bidang. Misal: aturan main catur hanya bisa dipakai untuk permainan catur dan tidak bisa dipakai untuk mengatur permainan bola.

b) Norma Umum

Norma umum justru sebaliknya karena norma umum bersifat universal, yang artinya berlaku luas tanpa membedakan kondisi atau situasi, kelompok orang tertentu. Secara umum norma umum dibagi menjadi tiga (3) bagian, yaitu :

- 1) Norma sopan santun, norma ini menyangkut aturan pola tingkah laku dan sikap lahiriah seperti tata cara berpakaian, cara bertamu, cara duduk, dll. Norma ini lebih berkaitan dengan tata cara lahiriah dalam pergaulan sehari-hari, amak penilaiannya kurang mendalam karena hanya dilihat sekedar yang lahiriah.
- 2) Norma hukum, norma ini sangat tegas dituntut oleh masyarakat. Alasan ketegasan tuntutan ini karena demi kepentingan bersama. Dengan adanya berbagai macam peraturan, masyarakat mengharapkan mendapatkan

keselamatan dan kesejahteraan bersama. Keberlakuan norma hukum dibandingkan dengan norma sopan santun lebih tegas dan lebih pasti karena disertai dengan jaminan, yakni hukuman terhadap orang yang melanggar norma ini. Norma hukum ini juga kurang berbobot karena hanya memberikan penilaian secara lahiriah saja, sehingga tidak mutlak menentukan moralitas seseorang.

- 3) Norma moral, norma ini mengenai sikap dan perilaku manusia sebagai manusia. Norma moral menjadi tolok ukur untuk menilai tindakan seseorang itu baik atau buruk, oleh karena ini bobot norma moral lebih tinggi dari norma sebelumnya. Norma ini tidak menilai manusia dari satu segi saja, melainkan dari segi manusia sebagai manusia. Dengan kata lain norma moral melihat manusia secara menyeluruh, dari seluruh kepribadiannya. Di sini terlihat secara jelas, penilainya lebih mendasar karena menekankan sikap manusia dalam menghadapi tugasnya, menghargai kehidupan manusia, dan menampilkan dirinya sebagai manusia dalam profesi yang diembannya.

Norma moral ini memiliki kekhususan yaitu :

- 1) Norma moral merupakan norma yang paling dasariah, karena langsung mengenai inti pribadi kita sebagai manusia.
- 2) Norma moral menegaskan kewajiban dasariah manusia dalam bentuk perintah atau larangan.
- 3) Norma moral merupakan norma yang berlaku umum

- 4) Norma moral mengarahkan perilaku manusia pada kesuburan dan kepenuhan hidupnya sebagai manusia.

e) Etika Deontologis

Istilah deontologis berasal dari kata Yunani yang berarti kewajiban, etika ini menetapkan kewajiban manusia untuk bertindak secara baik. Argumentasi dasar yang dipakai adalah bahwa suatu tindakan itu baik bukan dinilai dan dibenarkan berdasarkan akibat atau tujuan baik dari suatu tindakan, melainkan berdasarkan tindakan itu sendiri baik pada dirinya sendiri.

Dari argumen di atas jelas bahwa etika ini menekankan motivasi, kemauan baik, dan watak yang kuat dari pelaku, lepas dari akibat yang ditimbulkan dari pelaku. Menanggapi hal ini Immanuel Kant menegaskan dua hal:

Tidak ada hal di dunia yang bisa dianggap baik tanpa kualifikasi kecuali kemauan baik. Kepintaran, kearifan dan bakat lainnya bisa merugikan kalau tanpa didasari oleh kemauan baik. Oleh karena itu Kant mengakui bahwa kemauan ini merupakan syarat mutlak untuk memperoleh kebahagiaan.

Dengan menekankan kemauan yang baik tindakan yang baik adalah tindakan yang tidak saja sesuai dengan kewajiban, melainkan tindakan yang dijalankannya demi kewajiban. Sejalan dengan itu semua tindakan yang bertentangan dengan kewajiban sebagai tindakan yang baik bahkan walaupun tindakan itu dalam arti tertentu berguna, harus ditolak.

Namun, selain ada dua hal yang menegaskan etika tersebut, namun kita juga tidak bisa menutup mata pada dua keberatan yang ada yaitu:

- 1) Bagaimana bila seseorang dihadapkan pada dua perintah atau kewajiban moral dalam situasi yang sama, akan tetapi keduanya tidak bisa dilaksanakan sekaligus, bahkan keduanya saling meniadakan.
- 2) Sesungguhnya etika seontologist tidak bisa mengelakkan pentingnya akibat dari suatu tindakan untuk menentukan apakah tindakan itu baik atau buruk.

f) Etika Teleologis

Teleologis berasal dari bahasa Yunani, yakni “telos” yang berarti tujuan. Etika teleologis menjadikan tujuan menjadi ukuran untuk baik buruknya suatu tindakan. Dengan kata lain, suatu tindakan dinilai baik kalau bertujuan untuk mencapai sesuatu yang baik atau kalau akibat yang ditimbulkan baik.

2.1.3. Manfaat Etika

Beberapa manfaat etika menurut Qohar (2012), adalah sebagai berikut:

1. Dapat membantu suatu pendirian dalam beragam pandangan dan moral.
2. Dapat membantu membedakan mana yang tidak boleh dirubah dan mana yang boleh dirubah.
3. Dapat membantu seseorang mampu menentukan pendapat.
4. Dapat menjembatani semua dimensi atau nilai-nilai.

2.1.4. Fungsi Etika

Beberapa fungsi etika adalah sebagai berikut :

1. Tempat untuk mendapatkan orientasi kritis yang berhadapan dengan berbagai suatu moralitas yang membingungkan.

2. Untuk menunjukkan suatu keterampilan intelektual yakni suatu keterampilan untuk berargumentasi secara rasional dan kritis.
3. Untuk Orientasi etis ini diperlukan dalam mengambil suatu sikap yang wajar dalam suasana pluralisme. (<http://www.seputarilmu.com>. diakses pada tanggal 8/8/2018).

2.2. Humas

2.2.1. Definisi Humas

Public Relations (PR) yang di dalam bahasa Indonesia diartikan menjadi Hubungan Masyarakat (Humas) menurut Frank Jefkins (2004:10), adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik yang sifatnya internal (ke dalam) maupun yang sifatnya eksternal (ke luar), antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. Cutlip, Center & Brown menyebutkan “*public relations is the distinctive management function which help establish and mutual lines communications, understanding, acceptance, and cooperation between an organization and its public.*” (PR adalah fungsi manajemen secara khusus yang mendukung terbentuknya saling pengertian dalam komunikasi, pemahaman, penerimaan, dan kerja sama antara organisasi dengan berbagai publiknya). (Soemirat & Ardianto, 2010:14).

Fraser Seitel mengungkapkan definisi yang lebih singkat mengenai humas, yaitu: “*Public relations is a planned process to influence public opinion, through sound character and proper performance, based on mutually satisfactory two-way communication*” (Seitel, 2004:4). Fraser F. Seitel mencoba menguraikan bahwa

pekerjaan humas merupakan sebuah proses terencana untuk mempengaruhi opini publik melalui karakter dan performa yang layak, berdasarkan komunikasi dua arah yang saling menguntungkan.

L. Bernays dalam bukunya *Public Relations* menyebutkan bahwa PR mempunyai tiga arti: (1) penerangan kepada publik; (2) persuasi ditujukan kepada publik untuk mengubah sikap dan tingkah laku publik; (3) upaya untuk menyatukan sikap dan perilaku suatu lembaga (Soemirat & Ardianto, 2010:13). Lawrence & Hazelton mendefinisikan Public Relations sebagai “*a communication function of management through which organizations adapt to, alter, or maintain their environment for the purpose of achieving organizational goals.*” (Wilcox, Ault, Cameron, & Agee, 2003:4). Definisi yang dikutip dari Sukatendel dalam (Soemirat & Ardianto, 2010:112) Humas adalah salah satu metode komunikasi untuk menciptakan citra positif dari mitra organisasi atas dasar menghormati kepentingan bersama. Humas juga merupakan suatu bentuk komunikasi yang berlaku terhadap semua jenis organisasi, baik yang bersifat komersial atau bertujuan mencari keuntungan (profit) maupun perusahaan non komersial yang tidak mencari keuntungan. Tidak peduli apakah organisasi tersebut berada di sektor pemerintahan maupun sektor swasta. (Morissan, 2006:5) Berdasarkan penjabaran di atas, dapat dipahami bahwa Public Relations adalah salah satu usaha untuk menciptakan hubungan yang harmonis dan menguntungkan antara organisasi dengan publik dengan menumbuhkan saling pengertian antara organisasi dengan publiknya.

2.2.2. Fungsi Humas

Menurut Effendy, dalam bukunya Hubungan Masyarakat suatu Komunikologis (2006:100) fungsi Humas adalah sebagai berikut:

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi
2. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik internal dan eksternal.
3. Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya dan menyalurkan opini publiknya kepada organisasi.
4. Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.
5. Operasionalisasi dan organisasi Humas adalah bagaimana membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya, untuk mencegah terjadinya rintangan psikologis, baik yang ditimbulkan dari pihak organisasi maupun dari pihak publiknya.

2.2.3. Ruang Lingkup Humas

Ruang lingkup tugas Humas terbagi dua yaitu publik internal dan publik eksternal. Kedua publik tersebut merupakan sasaran dari tugas Humas untuk dapat menciptakan keselarasan dan membina hubungan yang harmonis dengan melakukan komunikasi dua arah, sehingga apa yang diinginkan oleh lembaga atau organisasi dapat diterima atau dimengerti oleh kedua publik tersebut, begitu juga sebaliknya. Dalam upaya menciptakan hubungan yang harmonis antara

perusahaan dengan publik maka ruang lingkup kegiatan atau tugas Public Relations pada dasarnya terbagi dua yaitu:

1. Membina hubungan kedalam (publik internal)

Yang dimaksud dengan publik internal adalah publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri dan mampu mengidentifikasi atau mengenali hal - hal yang menimbulkan gambaran negatif didalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi.

2. Membina hubungan keluar (publik eksternal)

Yang dimaksud dengan publik eksternal adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran yang positif publik terhadap lembaga yang diwakilinya (Jefkins, 2004:20-21).

2.2.4. Strategi Humas

Mengutip Ruslan (2002), Firsan Nova, dalam bukunya Crisis Public Relations mengemukakan Strategi Public Relations atau yang lebih dikenal dengan Bauran PR adalah sebagai berikut:

1. *Publications*

Setiap fungsi dan tugas Public Relations atau Humas adalah menyelenggarakan publikasi atau menyebarluaskan informasi melalui berbagai media tentang aktivitas atau kegiatan perusahaan atau organisasi yang pantas untuk diketahui oleh publik. Dalam hal ini tugas Humas adalah menciptakan berita untuk mencari publisitas melalui kerjasama dengan pers/wartawan dengan tujuan menguntungkan citra lembaga/organisasi yang diwakilinya.

2. *Event*

Merancang sebuah event atau program acara yang bertujuan untuk memperkenalkan produk dan layanan perusahaan, mendekati diri ke publik, dan lebih jauh lagi dapat mempengaruhi opini publik.

3. *News* (Menciptakan Berita)

Berupaya menciptakan berita melalui press release, news letter, bulletin, dan lain lain. Untuk itulah seorang PR harus mempunyai kemampuan menulis untuk menciptakan publisitas.

4. *Community involvement* (kepedulian pada komunitas)

Keterlibatan tugas sehari-hari seorang PR adalah mengadakan kontak sosial dengan kelompok masyarakat tertentu guna menjaga hubungan baik (*community relations / human relations*) dengan pihak organisasi atau lembaga yang diwakilinya.

5. *Inform or image* (memberitahukan atau meraih citra)

Ada dua fungsi utama dari public relations, yaitu memberikan informasi kepada publik, atau menarik perhatian, sehingga diharapkan dapat memperoleh tanggapan berupa citra positif.

6. *Lobbying and negotiation*

Keterampilan untuk melobi melalui pendekatan pribadi dan kemampuan bernegosiasi sangat diperlukan bagi seorang PR. Tujuan lobi adalah untuk mencapai kesepakatan (*deal*) atau memperoleh dukungan dari individu dan lembaga yang berpengaruh terhadap kelangsungan bisnis perusahaan.

7. *Social Responsibility* (tanggung jawab sosial)

Memiliki tanggung jawab sosial dalam aktivitas Public Relations menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap masyarakat.

Hal ini akan meningkatkan citra perusahaan di mata publik.

2.2.5. Model Hubungan Komunikasi Humas

Menurut Darmastuti (2012) terdapat model hubungan komunikasi yang dijalankan oleh Humas, pertama model hubungan Humas dengan Institusi Media Massa dan Hubungan antara Humas dengan pekerja media massa atau Wartawan, penjelasan lebih lanjut sebagai berikut:

1. Model hubungan humas dengan institusi media massa

Model hubungan antara humas dengan media massa merupakan model hubungan bisnis. Model hubungan ini lebih dikenal sebagai hubungan antara dua makhluk hidup yang hidup bersama, tanpa merugikan satu sama lain, namun tidak seimbang. Sebagai gambaran mengenai hubungan ini adalah, humas memasang iklan di media massa, dan media massa memuat berita yang humas kirimkan, ketidak seimbangan dalam hubungan ini adalah media massa cenderung mengharapkan keaktifan humas dalam mensuplai berita dan memasang iklan dimedianya disisilain media massa tidak memiliki timbal balik dari hubungan ini.

2. Model hubungan humas dengan pekerja media massa atau wartawan

Model hubungan humas dengan wartawan merupakan sebuah hubungan informal pertemanan atau sebuah hubungan persahabatan yang saling menguntungkan dan tidak ada jarak antara wartawan dengan humas, sebuah

hubungan mutualisme dimana antara kedua belah pihak saling mempercayai saling membantu.

2.3. Etika Kehumasan

2.3.1. Definisi Etika Humas

Public Relation adalah merupakan salah satu profesi yang memiliki kode etik. Dalam Public Relation kode etik disebut sebagai kode etik Publik Relation atau kode etik kehumasan atau etika profesi humas. Dalam buku Etika Kehumasan karangan Rosady Ruslan (2002) disebutkan bahwa etika profesi humas merupakan bagian dari bidang etika khusus atau etika terapan yang menyangkut dimensi sosial, khususnya bidang profesi. Kegiatan Humas atau profesi Humas (*Public Relation Professional*), baik secara kelembagaan atau dalam struktur organisasi (*Public Relation by Function*) maupun individual sebagai penyandang profesional Humas (*Public relation Officer by Professional*) berfungsi untuk menghadapi dan mengantisipasi tantangan kedepan, yaitu pergeseran sistem pemerintahan otokratik menuju sistem reformasi yang lebih demokratik dalam era globalisasi yang ditandai dengan unculnya kebebasan pers, mengeluarkan pendapat, opini dan berekspresi yang terbuka, serta kemampuan untuk berkompetitif dalam persaingan pasar bebas, khususnya di bidang jasa teknologi informasi dan bisnis lainnya yang mampu menerobos batas- batas wilayah suatu negara, sehingga dampaknya sulit dibendung oleh negara lain sebagai target sasarannya.

Perlunya penyesuan, perubahan (revisi) dan modifikasi mengenai seperangkat pengaturan dan peundang-undangan yang ada, baik di bidang hukum

komunikasi, etika, maupun kode etik profesi (*code of proffesion*) khususnya profesi kehumasan (public relation ethics, jurnalistik / pers media cetak dan elektronik, periklanan, promosi pemasaran, dan bidang profesi komunikasi lainnya. Pada akhirnya munculah titik tolak dari kode etik tersebut adalah untuk menciptakan rasa tanggung jawab (*sense of responsibility*) yang hendak dicapai atau dikembangkan oleh pihak profesi bidang komunikasi pada umumnya, dan pada profesi kehumasan khususnya, melalui kode etik dan etika profesi sebagai refleksi bentuk tanggung jawab, perilaku, dan moral yang baik. Dalam buku Etika Kehumasan, Roslan Rosady mengungkapkan aspek aspek yang kode perilaku seorang praktisi humas, antara lain:

1. *code of conduct*, merupakan kode perilaku sehari-hari terhadap integritas pribadi, klien dan majkan, media dan umum, serta perilaku terhadap rekan seprofesinya.
2. *code of profession*, merupakan standar moral, bertindak etis dan memiliki kualifikasi serta kemampuan tertentu secara profesional.
3. *code of publication*, merupakan standar moral dan yuridis etis melakukan kegiatan komunikasi, proses dan teknis publikasi untuk menciptakan publisitas yang positif demi kepentingan publik.
4. *code of enterprise*, menyangkut aspek hukum perizinan dan usaha, UU PT, UU Hak Cipta, Merek dan Paten, serta peraturan lainnya.

2.3.2. Prinsip-Prinsip Etika Humas

Dalam buku *Ethics in Public Relations A Guide to Best Practice*, Patricia J. Parsons (2008 : 20 – 21) menyatakan bahwa terdapat 5 (lima) prinsip atau pilar etika public relations, yaitu :

1. *Veracity (to tell the truth)*

Prinsip atau pilar pertama etika public relations sebagai industri komunikasi adalah menyampaikan kebenaran. Sebagai sebuah prinsip etika, konsep *veracity (to tell the truth)* atau mengatakan atau menyampaikan kebenaran merupakan tahap awal bagi dasar-dasar asumsi tentang berperilaku etis.

2. *Non-maleficence (to do no harm)*

Konsep *non-maleficence (to do no harm)* merupakan prinsip dasar perilaku moral. Sebagai salah satu pilar atau prinsip etika dalam bidang public relations, prinsip ini menyediakan satu analisis pertanyaan dari berbagai keputusan yang telah dipilih oleh organisasi sebelum organisasi tersebut memutuskannya. Pertanyaan itu adalah “apakah tindakan saya menyakiti orang lain?”. Hal ini bukanlah akhir dari analisis melainkan suatu langkah awal. Kita cenderung untuk menghindari melakukan hal-hal yang dapat menyakiti orang lain sebisa mungkin. Namun terkadang, apa yang kita lakukan dapat menyakiti orang lain walaupun tanpa kita sadari. Terkait dengan hal ini, apa yang kita lakukan tersebut bukan berarti kita berperilaku tidak etis kepada orang lain.

3. ***Beneficence (to do good)***

Konsep beneficence (to do good) merupakan bentuk lain dari prinsip menghindari menyakiti orang lain namun lebih proaktif. Dengan mencari kesempatan untuk melakukan hal-hal baik dapat membantu dalam proses pembuatan keputusan tentang moralitas relatif dari berbagai kegiatan public relations. Misalnya, ketika mengembangkan program hubungan komunitas dengan cara mencari sponsor untuk kegiatan amal yang merupakan kegiatan yang dapat memberikan kebaikan bagi publik.

4. ***Confidentiality (to respect privacy)***

Prinsip atau pilar berikutnya adalah confidentiality (to respect privacy) atau menghormati wilayah pribadi orang lain dengan tetap menjaga kerahasiaan informasi. Hal ini merupakan salah satu sifat pengambilan keputusan etis terkait dengan fungsi komunikasi publik. Dalam komunikasi publik, seringkali terjadi konflik antara kebutuhan untuk menyampaikan kebenaran dan prinsip kesetaraan dalam menjaga wilayah pribadi. Pengambilan keputusan yang etis tidak akan dapat dilakukan jika tidak diimbangi dengan tindakan nyata.

5. ***Fairness (to be fair and socially responsible)***

Prinsip atau pilar yang terakhir dalam etika public relations adalah konsep fairness (to be fair and socially responsible) keadilan dan tanggung jawab sosial. Kita selayaknya mencoba untuk saling menghormati setiap individu dan masyarakat agar keputusan yang kita ambil adalah keputusan yang adil bagi semua pihak.

Kelima prinsip atau pilar tersebut merupakan pedoman bagi pengambilan keputusan etis dalam berbagai praktik public relations. Kelima prinsip atau pilar tersebut juga merupakan jembatan penghubung antara aspek teoritis dari etika sebagai bidang studi filsafat dan cara bagaimana teori-teori tersebut diwujudkan dalam tataran praktis.

2.4. Humas Pemerintah

2.4.1. Tinjauan Humas Pemerintah

Humas pemerintahan bergerak di lembaga-lembaga pemerintahan. Ia mengatur masuk keluarnya arus informasi, ia juga menampung aspirasi, pandangan, kritik, keluhan masyarakat terhadap lembaga atau perusahaan, yang kemudian ditinjau ulang dan dijadikan bahan untuk ditelaah lebih mendalam, kemudian dibicarakan melalui kegiatan-kegiatan humas pemerintahan seperti rapat internal dengan jajaran direksi, menteri atau perwakilan pemerintah atau kegiatan *media visit* dan *media gathering* untuk mengetahui apa keluhan masyarakat yang diketahui oleh media massa sehingga menjadi bahan acuan untuk kegiatan atau kebijakan selanjutnya.

Perbedaan antara fungsi dan tugas hubungan masyarakat (humas) yang terdapat di instansi dinas pemerintah dan lembaga non pemerintah (perusahaan komersial swasta) adalah tidak ada transaksi terjadi, baik berbentuk produk barang maupun jasa pelayanan. Humas pemerintahan lebih menekankan pada bentuk *public service* (pelayanan umum) atau *public utilities* (penggunaan umum) demi kepentingan pelayanan umum.

Menurut Millet dalam bukunya *Management in Public Service The Quest For Effective Performance*, yang dikutip oleh Ruslan dari bukunya yang berjudul *Etika Kehumasan, Konsepsi dan Aplikasi* peran Humas/PR dinas instansi atau lembaga pemerintahan terdapat beberapa hal dalam melaksanakan tugas atau kewajiban utamanya, yaitu sebagai berikut :

1. Mengamati dan mempelajari keinginan-keinginan, dan aspirasi yang terdapat dalam masyarakat (*learning about public desires and aspiration*).
2. Kegiatan untuk memberikan nasihat atau sumbangan saran dalam menanggapi apa yang sebaiknya dapat dilakukan instansi/lembaga pemerintah seperti yang dikehendaki oleh pihak publiknya (*advising the public about what is should desire*).
3. Kemampuan untuk mengusahakan terciptanya hubungan memuaskan antara publik dengan para pejabat pemerintahan (*ensuring satisfactory contact between public and government official*).
4. Memberikan penerangan dan informasi tentang apa yang telah diupayakan oleh suatu lembaga/instansi pemerintahan yang bersangkutan (*informing and about what agency is doing*). (Ruslan, 2014:108).

Dari uraian diatas, praktikan menyimpulkan Humas Pemerintahan memiliki peranan sebagai orang yang menerima aspirasi, menampung aspirasi dan mengelolanya untuk dijadikan bahan pertimbangan pemerintah, mencari solusi serta pemecahan masalah dan memberikan layanan informasi kepada masyarakat tentang kebijakan pemerintah.

2.4.2. Keberadaan Humas pemerintah

Keberadaan humas di suatu lembaga atau instansi pemerintah merupakan keharusan. Karena saat ini masyarakat telah menjadi masyarakat yang informatif. Mereka membutuhkan informasi yang sejelas-jelasnya dan sejujur-jujurnya dari suatu lembaga. Departemen kehumasan harus mampu bertindak sebagai *public information* (informasi publik), *public affair* (urusan publik), dan *public communication* (komunikasi publik) dalam upaya penyebarluasan atau mempublikasikan kegiatan dan program kerja pembangunan pada instansi bersangkutan, baik ditunjukkan kepada publik internal maupun publik eksternal. Peranan Humas Pemerintahan dapat merupakan bagian dari saluran instansi pemerintah yaitu untuk memperlancar proses komunikasi positif dan menyebarkan informasi mengenai publikasi pembangunan nasional atau daerah dan provinsi melalui kerjasama dengan pihak media massa/ *pers.* Media yang digunakan dapat berupa media elektronik media cetak dan media online.

Tugas pokok dan kewajiban Humas/*PR* untuk membantu dalam melaksanakan program pembangunan pemerintah, memiliki kemampuan membangun hubungan yang baik dengan lembaga lain, konsep kerja yang terencana baik bagi lembaga yang bersangkutan, serta membangun citra positif.

Secara garis besar, Humas/*PR* pemerintah memiliki peranan keluar dan kedalam. Fungsi keluar yakni upaya memberikan informasi sesuai dengan kebijaksanaan dan tujuan dari lembaga yang bersangkutan terhadap kepentingan masyarakat. Fungsi ke dalam adalah pihak humas menyerap aspirasi atau

keinginan publik yang disesuaikan dengan kepentingan bagi instansinya demi tercapainya tujuan bersama.

Jadi jelaslah bahwa humas pemerintahan memiliki peranan penting bagi kemajuan sebuah lembaga pemerintah, ia berupaya agar informasi yang masuk mengenai lembaga dijadikan bahan acuan untuk menjadi lebih baik kedepannya. Selain itu berbagai masalah dan isu pun segera teratasi. Humas pemerintah pun harus bisa mengolah informasi yang masuk untuk dijadikan informasi yang baru setelah melalui beberapa tahap analisis, pengolahan dan evaluasi.

2.4.3. Fungsi Pokok Humas Pemerintah

Menurut Ruslan (2014:110) dalam bukunya Etika Kehumasan, Konsepsi dan Aplikasi. Fungsi pokok humas pemerintah pada dasarnya sebagai berikut :

1. Mengamankan kebijaksanaan dan program kerja pemerintah yang diwakilinya.
2. Memberikan pelayanan, menyebarluaskan pesan-pesan dan informasi mengenai kebijaksanaan, hingga mampu mensosialisasikan program-program pembangunan, baik secara nasional maupun daerah kepada masyarakat.
3. Menjadi komunikator sekaligus mediator yang proaktif dalam upaya menjembatani kepentingan instansi pemerintah di satu pihak dan menampung aspirasi atau opini public (masyarakat), serta memperhatikan keinginan-keinginan masyarakat di lain pihak.
4. Berperan serta secara aktif dalam menciptakan iklim yang kondusif dan dinamis demi mengamankan stabilitas dan program pembangunan, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

2.4.4. Peran Taktis dan Strategi Kehumasan Pemerintah

Menurut Ruslan (2014:110) dalam bukunya Etika Kehumasan, Konsep dan Aplikasi, peran taktis dan strategi kehumasan pemerintah menyangkut beberapa hal sebagai berikut :

1. Secara taktis dalam jangka pendek, Humas/*PR* instansi pemerintah berupaya memberikan pesan-pesan atau informasi yang efektif kepada masyarakat sebagai khalayak sasaran nya. Kemampuan untuk melaksanakan komunikasi yang efektif, memotivasi dan memiliki pengaruh terhadap opini publik sebagai upaya “menyamakan persepsi” dengan tujuan dan maksud dari instansi/lembaga yang bersangkutan.
2. Secara strategi (jangka panjang) Humas/*PR* instansi pemerintah berperan aktif dalam proses pengambilan keputusan (*decision making process*), dalam memberikan sumbang saran, gagasan dan ide kreatif serta cemerlang untuk menyukseskan program kerja lembaga bersangkutan, hingga mampu menunjang keberhasilan pembangunan nasional jangka panjang serta mendorong melalui kerjasama dan mendapat dukungan masyarakat.
(2014:110)

Jadi kesimpulannya, peran ganda dan kemampuan yang dimiliki humas pemerintah tersebut dapat berguna sekali bagi lembaga. Intinya peran humas pemerintah adalah menyamakan persepsi dengan tujuan dan maksud dari instansi/lembaga yang bersangkutan, baik itu tujuan menciptakan, meningkatkan, mempertahankan sampai dengan mempengaruhi pendapat publik (opini publik), dan koordinasi yang baik dengan pihak internal maupun eksternal lembaga.

2.4.5. Etika Humas Pemerintah

Sebagaimana telah digariskan oleh SK Menpen No. 31/1971 melalui Bakohumas (Badan Koordinasi Kehumasan Pemerintah) yang dikoordinasikan oleh Menteri Negara Komunikasi dan Informasi, yang dikutip oleh Ruslan dalam buku Etika Kehumasan, Konsepsi dan Aplikasi, tugas dan fungsi Bakohumas adalah sebagai berikut :

1. Membantu Menteri Penerangan RI (sekarang Menteri Negara Komunikasi dan Informasi) dalam menetapkan kebijaksanaan pembinaan hubungan yang lancer dan harmonis antara masyarakat dan pemerintah.
2. Mengadakan koordinasi, integrasi, sinkronisasi dan kerjasama antar Humas Departemen dan Lembaga Pemerintah/Negara.
3. Merencanakan dan melaksanakan kegiatan-kegiatan kehumasan sesuai dengan kebijaksanaan pemerintah. (Ruslan, 2014:112)

Profesi humas pun memiliki etika yang harus ditaati oleh seorang humas. Seorang humas tidak boleh memberikan informasi yang salah dan tidak jelas, humas harus bersikap jujur meski hal itu dapat menurunkan citra lembaga atau perusahaan. Kepribadian humas sebagai juru penerang harus memberi informasi secara gamblang atau apa adanya, tidak boleh dibuat-buat.

2.5. Media Cetak

2.5.1. Pengertian Media Cetak

Media cetak merupakan media tertua yang ada dimuka bumi. Media cetak berawal dari media yang disebut dengan Acta Diuna dan Acta Senatus dikerajaan romawi, kemudian berkembang pesat setelah Johanes Guttenberg menemukan

mesin cetak hingga kini sudah beragam bentuknya, seperti surat kabar, tabloid, dan majalah. Media cetak adalah segala barang cetak yang dipergunakan sebagai sarana penyampaian pesan seperti yang sudah disebutkan sebelumnya macam-macam media cetak pada umumnya. (Suranto, 2010:228).

Sejarah media modern berawal dari buku cetak. Meskipun pada awalnya upaya pencetakan buku hanyalah merupakan upaya penggunaan alat teknik untuk memproduksi teks yang sama atau hampir sama, yang telah disalin dalam jumlah yang besar, namun upaya itu tentu saja masih dapat disebut semacam revolusi. Lambat laun perkembangan buku cetak mengalami perubahan dalam segi isi – semakin bersifat sekular dan praktis. Kemudian semakin banyak pula karya populer, khususnya dalam wujud brosur dan pamflet politik dan agama yang ditulis dalam bahasa daerah, yang ikut berperan dalam proses transformasi abad pertengahan. Jadi, pada masa terjadinya revolusi dalam masyarakat buku pun ikut memainkan peran yang tidak dapat dipisahkan dari proses revolusi itu sendiri. (Suranto, 2010:229).

Hampir dua ratus tahun setelah ditemukannya percetakan barulah apa yang sekarang ini kita kenal sebagai surat kabar prototif dapat dibedakan dengan surat edaran, pamflet, dan buku berita akhir abad keenam belas dan abad ketujuh belas. Dalam kenyataannya terbukti bahwa suratlah yang merupakan bentuk awal dari surat kabar, bukannya lembaran yang berbentuk buku. Surat edaran diedarkan melalui pelayanan pos yang belum sempurna dan berperan terutama untuk menyebarluaskan berita menyangkut peristiwa yang ada hubungannya dengan perdagangan internasional. Jadi, munculnya surat kabar merupakan

pengembangan suatu kegiatan yang sudah lama berlangsung dalam dunia diplomasi dan dilingkungan dunia usaha. Surat kabar pada masa awal ditandai oleh: wujud yang tetap; bersifat komersial (dijual secara bebas); bertujuan banyak (memberi informasi, mencatat, menyajikan adpertensi, hiburan, dan desas-desus); bersifat umum dan terbuka. (Suranto, 2010:230).

Dalam konsep pengertian diatas, media cetak (surat kabar dan majalah) memiliki kadar inovasi yang lebih tinggi daripada buku cetak – penemuan (invensi) bentuk karya tulis, sosial dan budaya yang baru – meskipun pada masa itu pandangan yang muncul tidak demikian adanya. Kekhususan surat kabar, jika dibandingkan dengan sarana komunikasi budaya lainnya, terletak pada individualisme, orientasi pada kenyataan, kegunaan, sekularitas (nilai-nilai), dan kecocokannya dengan tuntutan kebutuhan kelas sosial baru, yakni kebutuhan para usahawan kota dan orang profesional. Kualitas kebaruannya bukan terletak pada unsur teknologi atau cara distribusinya, melainkan pada fungsinya yang tepat bagi kelas sosial tertentu yang berada dalam iklim kehidupan yang berubah dan suasana yang secara sosial dan politis lebih bersifat permisif (terbuka).

Sejarah perkembangan surat kabar serta majalah selanjutnya dapat dipaparkan sebagai serangkaian perjuangan, kemajuan dan pengulangan, yang mengarah ke iklim kebebasan, atau bisa juga dilihat sebagai kelanjutan dari sejarah kemajuan ekonomi dan teknologi. Unsur-unsur penting dalam sejarah pers yang mempengaruhi batasan surat kabar dan majalah modern akan disajikan pada paragraf - paragraf selanjutnya. Memang sejarah perkembangan pers setiap bangsa tidak mungkin dipaparkan dalam satu pemaparan ringkas. Terlepas dari

hal tersebut, patut dicatat bahwa unsur – unsur penting tersebut, yang sering kali berbaur dan berinteraksi satu sama lain, merupakan faktor penentu dalam perkembangan institusi pers. Tentu saja dengan kadar pengaruh yang berbeda – beda.

2.5.2. Jenis-Jenis Media Cetak

Kemajuan IPTEK dan membawah manusia pada erah yang instant dengan berbagai media yang dapat digunakan sebagai alat bantu (media komunikasi), secara umum masyarakat mengenal beberapa media, yaitu cetak dan elektronik, maka dalam hal ini media cetak yang bisa dibagi menjadi beberapa bagian antara lain:

- 1) Surat kabar atau Koran, yaitu kumpulan berita, artikel, cerita, iklan dan sebagainya yang tercetak dalam lembaran kertas ukuran plano, terbit secara teratur, setiap hari atau seminggu sekali.
- 2) Majalah adalah kumpulan majalah berita, artikel, cerita, iklan dan sebagainya yang tercetak dalam lembaran kertas ukuran folio atau kuarto, dijilid dalam bentuk buku. Majalah biasanya terbit terbit teratur, seminggu sekali, sebulan sekali atau setahun sekali.
- 3) Tabloid adalah kumpulan berita, artikel, cerita, iklan dan sebagainya yang tercetak dalam lembaran kertas ukuran broadsheet (lebih kecil dari plano) dan dilipat seperti surat kabar. Tabloid biasanya terbit teratur, seminggu sekali, dua minggu atau sebulan sekali.

- 4) Bulletin adalah kumpulan berita, artikel, cerita, iklan dan sebagainya yang tercetak dalam lembarang kertas ukuran broadsheet (lebih kecil dari plano) dan dilipat seperti surat kabar. Bulletin biasanya terbit tidak teratur atau sering disebut penerbitan berkalah.
- 5) Buku adalah tulisan tentang ilmu pengetahuan, essai, cerita-cerita, panjang, sejarah dan sebagainya yang tercetak dalam lembaran kertas ukuran setengah kuarto atau setengah folio yang dijilid rapi. (Toto Djuroto, 2004:10).

Jenis media cetak yang menjadi pilihan terbentuk majalah karena visualisasinya lebih menarik dengan menampilkan ilustrasi, gambar maupun foto yang umumnya dicetak dikertas berkualitas untuk mendapatkan kualitas visual yang terbaik. Selain jenis di atas, maka media cetak dengan berbagai fungsi dan bentuknya, dapat dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu:

- a. Surat Kabar Harian

Ini adalah jenis media cetak yang terbit setiap hari, kecuali pada hari-hari tertentu seperti hari libur Nasional. Jenis media cetak ini masih dibagilagi menjadi Surat Kabar Harian Nasional, Surat Kabar Harian Daerah dan Surat Kabar Harian Lokal. Berita yang disampaikan adalah jenis berita news atau informasi terkini dan disampaikan dengan system straight news atau apa adanya.

- b. Surat Kabar Mingguan

Surat kabar jenis lebih banyak dikenal dengan sebutan tabloid. Biasanya berita yang diangkat adalah berita hiburan atau *in depth news* atau liputan

mendalam. Tulisan dalam media ini lebih banyak bergaya *feature* atau deskriptif.

c. Majalah Mingguan

Jenis majalah ini terbit setiap minggu sekali. Berita yang diangkat adalah berita *in depth news* dengan jenis berita adalah berita news atau tentang sebuah peristiwa.

d. Majalah Tengah Bulanan

Majalah ini terbit sebulan dua kali. Berita yang ditampilkan lebih bersifat informative dan biasanya memuat tentang berita life style atau gaya hidup.

e. Majalah Bulanan

Majalah bulanan terbit sekali dalam sebulan. Jenis pemberitaan yang disampaikan biasanya termaksud investigative atau berita yang didapat dari hasil penelitian.

f. Majalah Dwibulanan

Majalah ini terbit sekali dalam dua bulan. Informasi yang disampaikan dalam majalah ini biasanya terkait dengan laporan dari hasil aktifitas sesuatu. Misalnya laporan neraca perusahaan atau juga majalah yang berisi laporan pendapatan sebuah lembaga zakat.

g. Majalah Tribulanan

Majalah ini berkonsep hamper mirip dengan majalah Dwibulanan. Yang membedakan hanya masalah waktu terbit, yang dilakukan setiap tiga bulan sekali.

Media cetak ini biasanya dibuat untuk kalangan tertentu atau intern saja. Dan media ini biasanya hanya terdiri dari beberapa halaman, serta dibuat dengan konsep sederhana dan bulletin juga tidak dibuat untuk kepentingan komersial.

2.5.3. Kelebihan dan Kelemahan Media Cetak

1. Kelebihan Media Cetak

Setiap media memiliki kelebihan masing-masing, media cetak juga memiliki kelebihan dibanding media elektronik. Kelebihan media cetak secara umum dibanding media elektronik terletak dari “daya tahan” informasi. Dari berbagai jenis media massa, media cetak memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh media lain. Hasil cetakan tersebut permanen dan bisa disimpan sehingga pembaca bisa mengulanginya sampai mengerti isi pesan yang disampaikan, tanpa biaya tambahan. Selain itu, halaman media cetak, menurut Mondry, bisa terus ditambah seandainya diperlukan. (Mondry, 2008:21).

Surat kabar harian memiliki kelebihan lebih khusus lagi bila dibandingkan dengan media cetak lain. Sesuai periodisasi terbitnya, informasi surat kabar harian diterima pembaca setiap hari sehingga informasi diperoleh terus secara berkesinambungan. Informasi yang disampaikan surat kabar lebih lengkap dibanding radio dan televisi. Dengan halaman yang cukup banyak, apalagi kini banyak surat kabar yang terbit dengan 32 halaman atau lebih, informasi tentang suatu peristiwa dapat diberitakan secara mendalam, dari berbagai sisi, sedangkan radio dan televisi butuh jam tayang khusus guna melakukan hal itu.

Tabloid dan majalah yang periodisasi terbitnya lebih lama dibanding surat kabar, berusaha menampilkan informasi yang lebih lengkap lagi, juga dengan

gaya penulisan feature yang lebih memikat sehingga tetap disukai pembaca. (Mondry, 2008:22).

2. Kelemahan Media Cetak

a. Lambat dan Tidak Langsung

Kelebihan media elektronik sebenarnya merupakan kelemahan media cetak. Informasi media cetak tidak bisa cepat dan langsung. Berita media cetak baru akan diterima khalayak sesuai periodisasinya. Surat kabar harian terbit setiap hari, informasinya diterima publik sehari hanya sekali, tabloid atau majalah mingguan berarti informasinya diterima masyarakat seminggu sekali. Hal ini membuat para pembaca media cetak mengalami sedikit penghambatan dalam informasi.

b. Jauh

Informasi yang disampaikan media cetak terkesan “jauh” karena pembaca tidak dapat mengetahui secara langsung peristiwa seperti yang disampaikan media elektronik. Guna mengatasi kekurang itu, media cetak menampilkan foto-foto yang menarik guna mengimbangi tayangan televisi, juga memuat tulisan atau informasi yang lengkap, bahkan dengan penulisan feature guna mengimbangi informasi media elektronik.

c. Tidak Akrab

Pada media cetak, tidak ada penyiar yang menyampaikan, tetapi harus disiarkan oleh diri sendiri. Sebagai sumber informasinya, jajaran redaksi tidak ada yang akrab dengan pembaca, bahkan mungkin tidak kenal sama sekali. Berbeda

dengan penyiar atau pembaca berita televisi atau radio, tentu banyak yang kenal (minimal suaranya), bahkan mengidolakan mereka.

d. Tidak Fleksibel

Membaca informasi media cetak tentu tidak bisa dilakukan sambil memasak atau mengendarai kendaraan sehingga bisa dikatakan tidak fleksibel, sedangkan dengan radio bisa mendapatkan informasinya. Perbandingan kelemahan antara surat kabar, tabloid, dan majalah pada umumnya terkait periode terbit dan banyaknya halaman. Hal serupa juga terjadi antara tabloid yang umumnya terbit mingguan dengan majalah yang dua mingguan atau bulanan, isi majalah lengkap dan bahasanya lebih dalam. (Mondry, 2008:23).

2.5.4. Fasilitas Media Cetak

Terdapat beberapa bentuk tulisan dalam media cetak yang dapat digunakan. Pemilihan bentuk tulisan ini didasarkan pada fungsi dan tujuan penulisan itu sendiri. Bentuk tulisan itu, yakni:

Artikel, adalah suatu bentuk tulisan yang bermaksud menyampaikan gagasan dan fakta, masalah yang ada dimasyarakat, ulasan atau kritik terhadap suatu masalah disertai gagasan atau pendirian subjektif dan argumentasi yang didasarkan pada teori keilmuan dan bukti berupa data statistic yang mendukung pendirian tersebut.

Kolom, berasal dari bahasa Inggris *coloumns*, yang berarti segala suatu jenis tulisan yang khas, unik, dan lebih memiliki daya tarik dimana artikel-artikel yang lain di media massa. Lebih bersifat personal yaitu, lebih akomodatif memberikan keleluasan kepada visi otonom penulisnya. Kolom lebih singkat

enam ribu karakter, dan fokusnya ditulis dengan bahasa populer. Penulisan kolom tidak memiliki struktur tertentu, tidak mempunyai lead, langsung berisi tentang bahasan.

Resensi, adalah pertimbangan atau perbincangan mengenai sebuah buku. Sebuah tulisan dimedia tentang penilaian kelebihan atau kekuarangan sebuah buku, menarik atau tidaknya tema yang diangkat, kritik dan dorongan kepada khalayak tentang perlu tidaknya buku tersebut untuk dibaca atau dikaji.

Feature, adalah tulisan yang dirancang untuk member informasi tentang suatu peristiwa, situasi atau aspek kehidupan seseorang. Feature lebih bersifat hiburan, memberikan hal-hal yang ringan kepada pembaca. Dalam proses pemberitaannya tidak dengan keaktualitasan dan teknik penulisan.(Asep Syamsul, 2003:75).

2.6. Komunikasi Organisasi

2.6.1. Pengertian Komunikasi Organisasi

Pada dasarnya komunikasi memiliki pengertian yang begitu luas, baik sebagai suatu ilmu yang tersendiri maupun sebagai suatu proses. Adanya sebuah komunikasi yang efektif didalam organisasi menjadikan suatu proses dalam mencapai sebuah tujuan. Komunikasi organisasi yaitu proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah Sama dengan pemaknaan organisasi, dalam memaknai akan pengertian komunikasi itu sendiri banyak para ahli yang mencoba memberikan pengertiannya dengan persepsi mereka masing-masing. Komunikasi organisasi adalah

pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi (Wiryanto, 2005:38). Komunikasi organisasi merupakan perilaku pengorganisasian yang terjadi dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu bertransaksi dan memberi makna atas apa yang terjadi (Pace & Faules, 2001: 31-33).

Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi adalah suatu perilaku yang dilakukan di dalam organisasi untuk pertukaran informasi seperti pengiriman dan penerimaan pesan di antara orang-orang yang berada di dalam organisasi.

2.6.2. Aspek-Aspek Komunikasi Organisasi

Pace dan Faules (2002:553) mengatakan komunikasi organisasi meliputi aspek-aspek, yaitu:

Pertama, Peristiwa komunikasi, berkaitan dengan seberapa jauh informasi diciptakan, ditampilkan, dan disebarkan ke seluruh bagian dalam organisasi. Dalam konteks komunikasi organisasi mengolah dan memproses informasi tersebut menurut Pace dan Faules (2002:553) ada lima faktor penting yang harus diperhatikan agar organisasi berjalan efektif. Ke lima faktor tersebut, yaitu (1) kualitas media informasi, (2) aksesibilitas informasi, (3) penyebaran informasi, (4) beban informasi, dan (5) ketepatan informasi.

1) Kualitas media informasi

Kualitas media informasi berkaitan dengan penerbitan, petunjuk tertulis, laporan, surat elektronik (e-mail), *video conferencing*, *voice messaging*, faksimil,

papan buletin komputer, dan media lainnya yang dipergunakan dalam organisasi. Jika faktor-faktor tersebut dinilai menarik, tepat, efisien, dan dapat dipercaya, lazimnya para pegawai cenderung menyatakan kebanggaannya dalam bentuk kualitas output organisasi.

2) Aksesibilitas informasi

Aksesibilitas informasi berkaitan dengan seberapa jauh informasi tersedia bagi para anggota organisasi dari berbagai sumber dalam organisasi. Sumber-sumber informasi dalam organisasi yang dimaksud menurut Pace dan Faules (2002:556) seperti rekan sekerja, bawahan, pimpinan langsung atau tidak langsung, selentingan (*grapevine*) penyelia langsung, dan juga dari informasi tertulis.

3) Penyebaran Informasi

Penyebaran informasi berkaitan dengan seberapa jauh informasi disebarkan keseluruh bagian dalam organisasi dan bagaimana pula menerima informasi dari seluruh bagian organisasi. Montana (dalam Purwanto, 2003:26) mengemukakan bagi organisasi yang berskala kecil yang hanya memiliki beberapa pegawai, maka penyampaian informasi dapat dilakukan secara langsung kepada para pegawainya, tetapi bagi organisasi yang berskala besar yang memiliki ratusan bahkan ribuan pegawai, maka penyampaian informasi kepada mereka merupakan suatu pekerjaan yang cukup rumit yang pada pelaksanaannya akan membentuk suatu pola yang disebut pola komunikasi (*patterns of communications*).

4) Beban Informasi

Beban informasi berkaitan dengan seberapa jauh para anggota organisasi merasa bahwa mereka menerima informasi lebih banyak atau kurang daripada yang dapat mereka tangani atau yang mereka perlukan agar dapat berfungsi secara efektif.

5) Ketepatan Informasi

Ketepatan informasi berkaitan dengan seberapa jauh (berapa bit) informasi yang diketahui anggota organisasi tentang suatu informasi tertentu dibandingkan dengan jumlah bit informasi sesungguhnya di dalam suatu informasi. Ketepatan informasi (*information fidelity*) dalam komunikasi organisasi berkaitan dengan kecermatan. Artinya, sejauhmana para anggota organisasi memahami jumlah informasi yang didistribusikan kepada mereka sesuai dengan jumlah informasi yang sesungguhnya ada dalam pesan tertentu menurut Pace dan Faules (2002:498).

2.6.3. Tujuan Komunikasi Organisasi

Tujuan komunikasi organisasi antara lain untuk memberikan informasi baik kepada pihak luar maupun pihak dalam, memanfaatkan umpan balik dalam rangka proses pengendalian manajemen, mendapat pengaruh, alat untuk memecahkan persoalan, untuk pengambilan keputusan, mempermudah perubahan-perubahan yang akan dilakukan, mempermudah pembentukan kelompok-kelompok kerja serta dapat dijadikan untuk menjaga pintu keluar-masuk dengan pihak-pihak luar organisasi (Husein Umar, 1998:27).

Menurut Effendy (2006) ada empat tujuan komunikasi yaitu:

1. Mengubah sikap (*to change the attitude*) yaitu sikap individu atau kelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang mereka terima.
2. Mengubah pendapat atau opini (*to change opinion*) yaitu pendapat individu atau kelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang mereka terima.
3. Mengubah perilaku (*to change the behaviour*) yaitu perilaku individu atau kelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang diterima.
4. Mengubah masyarakat (*to change the society*) yaitu tingkat sosial individu atau kelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang mereka terima.

2.6.4. Jaringan Komunikasi Organisasi

Dalam sebuah komunikasi organisasi terdapat jaringan komunikasi diantaranya: komunikasi formal dan informal (Djoko Purwanto, 2003:26).

1. Komunikasi Formal

Komunikasi formal adalah suatu proses komunikasi yang bersifat resmi dan biasanya dilakukan didalam lembaga formal melalui garis perintah atau sifat intruksi, berdasarkan struktur organisasi oleh pelaku yang berkomunikasi sebagai petugas organisasi dengan status masing-masing. Suatu organisasi dapat dikatakan formal ketika berkomunikasi antara dua orang atau lebih.

2. Komunikasi Informal

Komunikasi informal adalah komunikasi antara orang yang ada dalam suatu organisasi, akan tetapi tidak direncanakan atau tidak ditentukan dalam

struktur organisasi. Fungsi komunikasi informal adalah untuk memelihara hubungan sosial persahabatan kelompok informal, penyebaran informasi yang bersifat pribadi dan privat seperti isu, gossip atau rumor.

2.4.5. Konsep Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah (Goldhaber dalam Muhammad, 2009:67). Definisi ini mengandung tujuh konsep kunci yaitu proses, pesan, jaringan, saling tergantung, hubungan, lingkungan dan ketidakpastian.

1. Proses

Suatu organisasi adalah suatu sistem terbuka yang dinamis yang menciptakan dan saling menukar pesan diantara anggotanya. Karena gejala menciptakan dan menukar informasi ini berjalan terus-menerus dan tidak ada henti-hentinya maka dikatakan sebagai suatu proses.

2. Pesan

Pesan adalah susunan simbol yang penuh arti tentang orang, objek, kejadian yang dihasilkan oleh interaksi dengan orang. Untuk berkomunikasi seseorang harus sanggup menyusun suatu gambaran mental, memberi gambaran itu nama dan mengembangkan suatu perasaan terhadapnya. Simbol-simbol yang digunakan dalam pesan dapat berupa verbal dan nonverbal. Dalam komunikasi organisasi kita mempelajari ciptaan dan pertukaran pesan dalam seluruh

organisasi. Pesan dalam organisasi ini dapat dilihat menurut beberapa klasifikasi, yang berhubungan dengan bahasa, penerima yang dimaksud, metode difusi dan arus tujuan dari pesan.

3. Jaringan

Organisasi terdiri dari satu satu seri orang yang tiap-tiapnya menduduki posisi atau peranan tertentu dalam organisasi. Ciptaan dan pertukaran pesan dari orang-orang ini sesamanya terjadi melewati suatu set jalan kecil yang dinamakan jaringan komunikasi.

4. Keadaan Saling Tergantung

Konsep kunci komunikasi organisasi keempat adalah keadaan yang saling tergantung satu bagian dengan bagian lainnya. Hal ini telah menjadi sifat dari suatu organisasi yang merupakan suatu sistem terbuka. Bila suatu bagian dari organisasi mengalami gangguan maka akan berpengaruh kepada bagian lainnya dan mungkin juga kepada seluruh sistem organisasi.

Begitu juga halnya dengan jaringan komunikasi dalam suatu organisasi saling melengkapi. Implikasinya, bila pimpinan membuat suatu keputusan dia harus memperhitungkan implikasi keputusan itu terhadap organisasinya secara menyeluruh.

5. Hubungan

Konsep kunci yang kelima dari komunikasi organisasi adalah hubungan. Karena organisasi merupakan suatu sistem terbuka, sistem kehidupan sosial maka untuk berfungsinya bagian-bagian itu terletak pada tangan manusia. Dengan kata-

kata lain jaringan melalui mana jalannya pesan dalam suatu organisasi dihubungkan oleh manusia.

6. Lingkungan

Lingkungan adalah semua totalitas secara fisik dan faktor sosial yang diperhitungkan dalam pembuatan keputusan mengenai individu dalam suatu sistem. Lingkungan ini dapat dibedakan atas lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Yang termasuk lingkungan internal adalah personalia (karyawan), staf, golongan fungsional dari organisasi, dan komponen organisasi lainnya seperti tujuan, produk dan sebagainya. Sedangkan lingkungan eksternal dari organisasi adalah langganan, leveransir, saingan dan teknologi (Muhammad, 2009:74).

7. Ketidakpastian

Ketidakpastian adalah perbedaan informasi yang tersedia dengan informasi yang diharapkan. Untuk mengurangi faktor ketidakpastian ini organisasi menciptakan dan menukar pesan di antara anggota, melakukan suatu penelitian, pengembangan organisasi, dan menghadapi tugas-tugas yang kompleks dengan integrasi yang tinggi. Ketidakpastian dapat disebabkan oleh terlalu sedikit informasi yang diperlukan dan juga karena terlalu banyak yang diterima.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan kualitatif sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. (Rakhmat, 2001: 24).

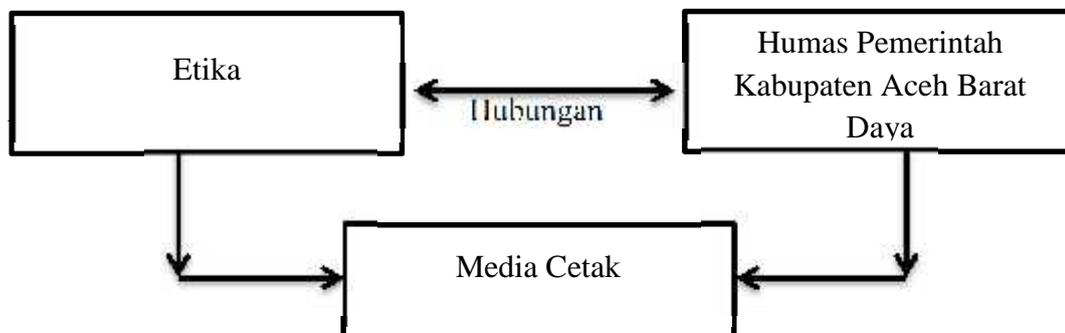
Jenis riset ini bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Riset ini untuk menggambarkan realitas yang sedar terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variabel. Hasil dari metode ini adalah deskripsi detail dari topik yang diteliti. (Kriyantono, 2010:69).

Penelitian kualitatif merupakan sebuah cara yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu permasalahan. Penelitian kualitatif ialah penelitian riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis serta lebih menonjolkan proses dan makna. Tujuan dari metodologi ini ialah pemahaman secara lebih mendalam terhadap suatu permasalahan yang dikaji. Dan data yang dikumpulkan lebih banyak kata ataupun gambar-gambar daripada angka.

3.2. Kerangka Konsep

Konsep utama dalam penelitian ini adalah Etika Humas Pemerintah dalam menjalin hubungan dengan Media Cetak. Untuk memudahkan penjelasan tentang

etika humas pemerintah dalam menjalin hubungan dengan media cetak maka konsep etika humas diturunkan dalam beberapa kategori sebagai berikut.



Tabel 3.1

Kerangka Konseptual Penelitian

3.3. Definisi Konsep

Konsep adalah istilah atau defenisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak kejadian, keadaan atau individu yang menjadi pusat penelitian ilmu sosial. Dari uraian diatas, digunakan konsep pemikiran untuk mempersempit pengertian yang akan diteliti :

- a. Etika adalah aturan mengenai sikap atau perilaku dilingkungan kita sesuai dengan kebiasaan ditempat itu.
- b. Humas adalah salah satu bagian dari organisasi yang berfungsi untuk melakukan interaksi, hubungan, dan kerjasama dengan masyarakat yang terkait dengan organisasi tersebut.
- c. Media Cetak merupakan sebuah perantara atau pengantar pesan dari sumber pesan kepada penerimanya, dalam bentuk tulisan atau gambar yang di cetak dengan tinta diatas kertas.

3.4. Kategorisasi

Kategorisasi menunjukkan bagaimana cara mengukur sesuatu variable penelitian sehingga diketahui dengan benar apa yang menjadi kategorisasi didalam penelitian dan untuk menganalisa dari variable tersebut adalah sebagai berikut :

Konsep Teoritis	Konsep Operasional
Etika Humas Pemerintah Kabupaten Aceh Barat Daya dalam menjalin Hubungan dengan Media Cetak	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Veracity (to tell the truth)</i> 2. <i>Non-maleficence (to do no harm)</i> 3. <i>Beneficence (to do good)</i> 4. <i>Confidentiality (to respect privacy)</i> 5. <i>Fairness (to be fair and socially responsible)</i>

1. *Veracity (to tell the truth)* adalah Prinsip atau pilar pertama etika public relations sebagai industri komunikasi adalah menyampaikan kebenaran.\
2. *Non-maleficence (to do no harm)* adalah Konsep non-maleficence (to do no harm) merupakan prinsip dasar perilaku moral. Sebagai salah satu pilar atau prinsip etika dalam bidang public relations, prinsip ini menyediakan satu analisis pertanyaan dari berbagai keputusan yang telah dipilih oleh organisasi sebelum organisasi tersebut memutuskannya.
3. *Beneficence (to do good)* adalah Konsep beneficence (to do good) merupakan bentuk lain dari prinsip menghindari menyakiti orang lain namun lebih

proaktif. Dengan mencari kesempatan untuk melakukan hal-hal baik dapat membantu dalam proses pembuatan keputusan tentang moralitas relatif dari berbagai kegiatan public relations.

4. *Confidentiality (to respect privacy)* adalah Prinsip atau pilar berikutnya adalah confidentiality (to respect privacy) atau menghormati wilayah pribadi orang lain dengan tetap menjaga kerahasiaan informasi. Hal ini merupakan salah satu sifat pengambilan keputusan etis terkait dengan fungsi komunikasi publik.
5. *Fairness (to be fair and socially responsible)* adalah Prinsip atau pilar yang terakhir dalam etika public relations adalah konsep fairness (to be fair and socially responsible) keadilan dan tanggung jawab sosial.

3.5. Narasumber

Narasumber merupakan sumber rujukan dari tema yang dibahas oleh peneliti. Yang menjadi narasumber ialah : Kepala bagian (Kabag) humas dan protokol kabupaten Aceh Barat Daya dan Wartawan.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang dapat dijadikan bahan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan data dengan cara melalui :

a. Data Primer

Data primer adalah pengumpulan data dimana peneliti turun langsung ke lapangan atau lokasi penelitian guna memperoleh data dan fakta yang berkenaan dengan masalah yang diteliti. Dalam hal ini dapat diperoleh sebagai berikut :

1) Wawancara, adalah teknik dimana penelitian dan informan bertatap muka langsung di dalam wawancara yang merupakan diskusi terarah, dimana dalam diskusi tersebut peneliti tidak memberikan penilaian mengenai benar atau salahnya pendapat atau opini informan (Gunawan,2013:165)

2) Observasi, yaitu melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian. Poerwanda dalam Gunawan (2013:143) berpendapat bahwa observasi merupakan metode yang paling dasar dan paling tua, karena dengan cara-cara tertentu kita selalu terlibat dalam proses mengamati.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti melalui dokumen-dokumen atau sumber yang telah ada. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber yang didapat dari buku dan referensi, serta naskah lainnya (Sugiyono, 2013:225).

3.7. Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan dan Biklen dalam Gunawan (2013:210) menyatakan bahwa analisis data adalah proses pencarian dan pengaturan secara sistematis hasil wawancara, catatan-catatan, dan bahan-bahan yang dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman terhadap semua hal yang dikumpulkan dan memungkinkan menyajikan apa yang ditentukan.

Menurut Miles dan Huberman dalam Gunawan (2013:210-211) mengemukakan tiga tahapan yang harus dikerjakan dalam menganalisis data penelitian kualitatif, yaitu :

a. Reduksi Data (Data Reduction).

- b. Paparan Data (Data Display).
- c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verifying*).

 penggunaan metode tersebut dengan pertimbangan bahwa peneliti berusaha untuk melihat strategi komunikasi.

3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian

 Lokasi penelitian yang akan dilakukan adalah di Kantor Pemerintah Kabupaten Aceh Barat Daya dan waktu penelitian bulan September 2018.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada BAB 4 ini peneliti akan memaparkan fokus dari penelitian ini yaitu mengenai Etika Humas Pemerintah Kabupaten Aceh Barat Daya dalam menjalin Hubungan dengan Media Cetak. Dimana penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*). (Sigiyono, 2009:8).

4.1. Hasil Penelitian

Berikut ini laporan hasil penelitian penulis dari wawancara langsung bersama Kabag Humas Pemerintah Aceh Barat Daya dan Wartawan dapat dilihat pada hasil wawancara berikut ini :

1. Informan I Kabag Humas Pemerintah Aceh Barat Daya

Nama : **MAWARDI, SH**

Umur : 45 Tahun

Penulis mewawancarai informan pada tanggal 17 September 2018 di Kantor Pemerintah Aceh Barat Daya tepatnya pada pukul 13.22 WIB . Penulis menanyakan beberapa pertanyaan, namun hal yang pertama kali ditanyakan adalah mengenai jabatan di organisasi tersebut.

Penulis kemudian bertanya, apakah Bapak ada menjalin hubungan/kerjasama dengan media cetak ?. Informan menjawab “*tentu anda, karena kami disini selalu melakukan sebuah silatuhrami agar tetap menjaga*

kekeluargaan baik kami sebagai humas pemerintah dan media. Tentu bukan menjalin kerja sama aja, kami dan media ikut serta dalam berpartisipasi apabila terjadi suatu permasalahan di daerah Aceh Barat Daya”.

Kemudian penulis bertanya kembali, berapa banyak media cetak yang menjalin kerjasama dengan Bapak/Pemerintah ?. Informan menjawab “*untuk berapa banyak media cetak yang menjalin kerja sama dengan Pemerintah kami itu ada sekitar 18 media, diantaranya yaitu Harian Seram Indonesia, Harian Royal Aceh, Mingguan Citra Aceh, Analisa, Harian Orbit dan untuk lebih lengkapnya bisa dihubungi Kasubag dibagian Humas”.*

Kemudian penulis bertanya kembali, apakah Bapak ada membedakan media tersebut ?. Informan menjawab “*tidak ada sama sekali membedakan antara media yang satu dengan yang lain, karena semua media yang ikut kerja sama disini sudah dianggap seperti mitra kerja dalam Pemerintah Aceh Barat Daya dan ikut berkontribusi dalam kegiatan daerah”.*

Penulis kemudian bertanya kembali, apakah Bapak memberi sesuatu kepada media agar nama baik Pemerintah tetap terjaga ?. Informan menjawab “*oh tidak ada sama sekali dalam pemberian sesuatu terhadap media, mereka itu adalah wartawan profesional dalam bekerja. Kami menganggap mereka (wartawan) adalah sebuah mitra bertugas dalam mencari sebuah berita dan informasi baik itu dalam daerah ataupun diluar daerah”.*

Penulis kemudian bertanya kembali, apakah Bapak jujur dalam menyampaikan informasi kepada wartawan ?. Informan menjawab “*sudah pasti*

kami akan memberikan sebuah informasi yang benar-benar sesuai fakta tanpa ada unsur kepaluan data ataupun informasi bersifat hoax. Sebab itu kami bisa melakukan sebuah pertukaran informasi terbaru kepada seorang wartawan agar terus menjalin sebuah kerjasama yang lebih baik lagi”.

Kemudian penulis bertanya kembali, bagaimana cara Bapak menjalin hubungan dengan sebuah media apabila terjadi suatu konflik ?. Informan menjawab *“kita melakukan pendekatan silaturahmi dalam menyelesaikan suatu masalah terjadi. Untuk sampai saat ini kami dipercaya sebagai kepala bagian di Kominfo dan Humas karena belum terjadi suatu konflik baik itu dari Pemerintahan Daerah dan sekaligus sebagai pimpinan bagian Humas. Dalam menjaga itu semua kami terus menjalin hubungan kerjasama agar tidak timbul saling ketidaksukaan diantara pemerintahan dan media”.*

Penulis kemudian bertanya kembali, apa yang Bapak lakukan dalam menjaga suatu kerahasiaan informasi terhadap media ?. Informan menjawab *“di zaman keterbukaan informasi yang sekarang ini kami tidak melakukan sebuah penyimpanan informasi yang bersifat rahasia karena kami akan terus terbuka terhadap informasi apapun yang akan disampai ke media. Kami juga memiliki ruangan pejabat pengolahan informasi yang bertujuan dalam melayani apabila media ataupun masyarakat yang membutuhkan sebuah informasi dengan memperhatikan ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan dalam Pemerinta”.*

Kemudian penulis bertanya kembali, Dalam menjalin hubungan dengan media, apakah Bapak memperhatikan kepentingan umum dan harga diri seseorang

?. Informan menjawab *“kepentingan seseorang itu harus kami layanin, akan tetapi kami melihat kepentingan apabila masyarakat membutuhkan sebuah informasi dan siap melayani keluhannya. Dalam kepentingan itu kami sendiri tidak pernah membeda-bedakan diantara beberapa media karena mereka juga bekerja sebagai media pasti memiliki tujuan yang sama yaitu mencari informasi”*.

Penulis kemudian bertanya kembali, apakah Bapak pernah menyebarkan secara sengaja informasi yang palsu atau menyesatkan ?. Informan menjawab *“tidak sama sekali kami melakukan itu semua, karena sebuah informasi apabila itu merupakan informasi palsu pasti akan berdampak negatif terhadap pemerintah dan informasi yang diberikan pasti sesuai keadaan dilapangan dan fakta yang terjadi”*.

Penulis kemudian bertanya kembali, apa pendapat Bapak tentang adanya hubungan kerjasama antara Pemerintahan Aceh Barat Daya dengan media ? Apa alasannya ?. Informan menjawab *“menurut saya itu sangat baik, hubungan Pemerintahan Aceh Barat Daya dengan media itu sama-sama menguntungkan dipihak pemerintahan mendapatkan informasi dalam menyebarkan sebuah berita dan mengekspos informasi terhadap keberhasilan yang telah dicapai oleh Pemerintahan dan menyebarkannya ke masyarakat melalui media massa sedangkan untuk dipihak media mereka akan selalu mendapatkan sebuah informasi melalui Pemerintah, seperti peliputan penguatan informasi dibidang masing-masing”*

Penulis kemudian bertanya kembali, bagaimana cara Bapak bersikap ramah kepada wartawan media cetak ?. Informan menjawab *“semua orang pasti berbeda cara melayani seorang tamu, apalagi kita orang Aceh sesama bagian Timur kita saling bertemu sapa antar sesamanya dan apabila tidak saling kenal kita bisa memperkenalkan diri serta mengkomunikasikannya, karena ditempat ini kami tidak membeda-bedakan derajat orang dan selalu memberikan pelayanan yang maksimal”*.

Kemudian penulis bertanya kembali, bagaimana cara penerimaan tamu dari Pemerintahan kepada wartawan ?. Informan menjawab *“memberikan pelayanan serta menjaga etika dan etitut dalam bertamu. Untuk itu apabila wartawan datang ke tempat kami, kami harus siap menjamu mereka seperti dengan tamu-tamu yang lainnya”*.

Penulis kemudian bertanya kembali, apa yang bapak lakukan bila terjadi ancaman kepada wartawan dari pihak Pemerintahan ?. Informan menjawab *“wartawan itu mempunyai etika baik itu menyebarkan informasi ataupun menjaganya dan apabila itu terjadi kami tidak tinggal diam begitu saja. Kami akan melapor apabila melakukan sebuah ancaman kepada Pemerintahan agar tidak terjadi miss communication baik itu dari wartawan dan Pemerintah Aceh Barat Daya”*.

Penulis kemudian bertanya lagi, Apa hasil yang bapak dapat dari menjalin hubungan dengan media cetak ?. Informan menjawab *“karena tugas pokok kami*

di bagian kehumasan juga harus menjalin hubungan yang baik dengan media. Media yang merupakan salah satu alat penyalur kami untuk melihat informasi”.

2. Informan II Wartawan Aceh Barat Daya

Nama : **SUYADI JAMAL**

Umur : 41 Tahun

Penulis mewawancarai informan pada tanggal 28 September 2018 di rumah narasumber tepatnya pada pukul 17.00 WIB .

Penulis kemudian bertanya, apakah Pemerintah Aceh Barat Daya ada menjalin hubungan dengan media ?. Informan menjawab *“jelas pasti ada itu memang menjadi keharusan kami sebagai seorang media untuk menjalin hubungan sebuah kerja sama kepada pihak Pemerintah. Itu sangat diperlukan dalam mengumpulkan sebuah berita sehingga wartawan dapat memiliki akses yang mudah untuk meliput berbagai macam peristiwa yang terjadi di Daerah Aceh Barat Daya”.*

Penulis kemudian bertanya kembali, apakah ada perbedaan dari pihak Pemerintah dalam menjalin hubungan dengan media-media ?. Informan menjawab *“selama ini kami tidak ada membedakan media yang satu dengan media yang lain, karena bertujuan untuk menjalin kerja sama antar media dengan Pemerintahan dan apabila terjadi suatu permasalahan wartawan berhak untuk koordinasi dengan Pemerintahan Aceh Barat Daya khususnya Kabag Humas”.*

Kemudian penulis bertanya kembali, apakah Bapak pernah menerima suatu pemberian dari pihak Pemerintah ?. Informan menjawab *“kalau untuk pertanyaan ini, itu semua tergantung dari pihak Pemerintah. Misalnya saja apabila Pemerintah membuat suatu acara biasanya kami diberikan semacam uang transportasi dan uang kerja dalam membuat sebuah berita. Apabila Pemerintah mencoba untuk memberikan uang (menyogok) dalam khusus pemberitaan yang tidak sesuai fakta kami sama sekali tidak akan menerima uang tersebut”*.

Kemudian penulis bertanya kembali, apakah Bapak jujur dalam menyampaikan informasi kepada publik ?. Informan menjawab *“ya itu harus dilaksanakan sebuah sifat kejujuran dalam menyampaikan sebuah informasi ke publik. Sebagai wartawan yang professional kita harus menyampaikan sebuah informasi kepada masyarakat harus sesuai fakta data dilapangan dan sebagai etitut jurnalistik kami harus memberitakan informasi yang akurat dan tidak membuat berita yang hoax”*.

Penulis kemudian bertanya kembali, bagaimana cara Bapak menjalin hubungan dengan Pemerintahan apabila terjadi suatu konflik ?. Informan menjawab *“kita saling koordinasi baik dari Pemerintahan dan melakukan sebuah musyawarah (mediasi) agar tetap terjalin suatu kerja sama antara wartawan dan Pemerintah”*.

Penulis kemudian bertanya kembali, apa yang Bapak lakukan dalam menjaga suatu kerahasiaan informasi terhadap publik ?. Informan menjawab

“kalau ada informasi yang bersifat tidak harus dipublis, seharusnya menjadi rahasia yang harus dijaga karena wartawan juga memiliki kode etik dalam menyampaikan suatu informasi kepada masyarakat. Misalnya kasus pelecehan seksual dan perlakuan kejahatan yang tidak harus dipublis ataupun bersifat vulgar gambar akan diblur. Kasus lain seperti apabila pelapor melaporkan suatu peristiwa seperti pengedaran sabu dan extasi, pelapor akan dirahasiakan identitas agar tidak terjadi konflik balas dendam antar pelapor dan pelaku yang bersangkutan ”.

Penulis kemudian bertanya kembali, dalam menjalin hubungan dengan media, apakah Bapak memperhatikan kepentingan umum dan harga diri seseorang ?. Informan menjawab *“jelas itu memang menjadi tanggung jawab sebagai wartawan dalam mementingkan perasaan dan menjaga perasan dengan masyarakat”.*

Penulis kemudian bertanya kembali, apakah Bapak pernah menyebarkan secara sengaja informasi yang palsu atau menyesatkan ?. Informan menjawab *“sejauh ini kami tidak pernah melakukan secara sengaja menyampaikan sebuah berita palsu kepada public, karena apabila itu terjadi kami sudah melanggar kode etik kami sebagai wartawan”.*

Kemudian penulis bertanya kembali, apa pendapat Bapak tentang adanya hubungan kerjasama antara Pemerintahan Aceh Barat Daya dengan media ? Apa alasannya ?. Informan menjawab *“dengan adanya hubungan kerja sama yang baik dengan Pemerintahan Daerah dan wartawan setempat itu akan memudahkan*

bagi wartawan dan masyarakat pada umumnya dalam mendapatkan sebuah informasi. Sejauh ini kami sudah melakukan sebuah kerja sama yang baik sehingga penyampain informasi kepada masyarakat harus tepat dan pas sesuai apa yang di informasikan”.

Kemudian penulis bertanya kembali, bagaimana cara bapak bersikap ramah kepada Kabag Humas Pemerintah kab Aceh Barat Daya ?. Informan menjawab *“itu seperti orang pada umumnya, kita harus memiliki sifat ramah kepada semua orang dan siapa pun orang baik itu orang yang kita tidak kenal sama sekali ataupun sudah kenal. Untuk itu kami sebagai wartawan tetap saling menghormati Kabag Humas Pemerintah Kabupaten Aceh Barat Daya”.*

Penulis kemudian bertanya kembali, bagaimana cara penerimaan tamu dari Pemerintahan kepada wartawan ?. Informan menjawab *“sejauh ini sambutan dari Pemerintahan Kabupaten Aceh Barat Daya kepada wartawan sudah cukup baik, mereka selalu menyajikan apa yang semestinya tamu yang akan datang ke Pemerintah”.*

Kemudian penulis bertanya kembali, apa yang bapak lakukan bila terjadi ancaman kepada wartawan dari pihak Pemerintahan ?. Informan menjawab *“kalau sudah menjurus kepada tindak kejahatan berupa ancaman yang tidak bisa diatasi, kita harus melakukan upaya penyelesaian dengan cara musyawarah tanpa harus meninggalkan konflik internal dan eksternal. Apabila ancaman itu dapat merugikan wartawan kami akan melapor kepada pihak berwajib agar ancaman tersebut tidak tersebar luas”.*

Penulis kemudian bertanya kembali, apa hasil yang bapak dapat dari menjalin hubungan dengan Pemerintah ?. Informan menjawab *“hasilnya sangat baik terutama untuk perusahaan media yang bekerja sama, jadi kami sebagai wartawan memiliki akses untuk mendapatkan informasi kepada pihak Pemerintahan”*.

4.2. Pembahasan

Dalam menjalin komunikasi yang baik dengan wartawan, Humas Pemerintah Kabupaten Aceh Barat Daya memiliki fungsi mengedukasi masyarakat untuk meningkatkan citra dan reputasi perusahaan, membangun jembatan sosialisasi yang baik, membangun hubungan yang menguntungkan antar stakeholder serta membangun kepercayaan. Selain itu humas juga harus berupaya bagaimana untuk menjalin hubungan baik dengan media. Media merupakan publik eksternal yang menjadi sarana komunikasi antara humas dengan publik, melalui kerjasama dengan media massa humas dapat menginformasikan kepada publik mengenai kebijakan-kebijakan yang ada.

Sesuai dengan fungsi humas pada instansi pemerintah atau kedaerahan yakni bertanggung jawab menjaga citra positif instansi dan mencitrakan daerah atau tempat dimana instansi tersebut berada, serta berperan menginformasikan melalui media atas semua tindakan-tindakan dan kebijaksanaan yang telah dilaksanakan oleh pemerintah. Dalam hal ini Humas Pemerintah Kabupaten Aceh Barat Daya terus berupaya membangun suatu kerja sama dengan media, baik itu dari media cetak, online, dan media lainnya. Sebuah pelayanan dari pihak

Pemerintah kepada seorang wartawan dalam mendapatkan sebuah informasi membutuhkan sebuah hubungan dimana bertujuan untuk menjalin silaturahmi dan kekeluargaan antara seorang Humas dan Wartawan dari media cetak yang ikut serta dalam memberikan sebuah informasi kepada masyarakat.

Seorang Humas Pemerintah mempunyai peran penting dalam membuka ruang bagi publik untuk mendapatkan akses informasi publik. Untuk menjalin suatu kerja sama dengan media tidak bisa begitu saja langsung dilaksanakan, ada etika yang harus dijalanin agar tidak terjadi suatu permasalahan yang akan merugikan diantara Humas Pemerintah Aceh Barat Daya dan Wartawan media cetak yang bergabung untuk menyebarluaskan sebuah berita dan informasi.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, serta dari hasil penelitian dan wawancara maka kesimpulan dari penelitian yang berjudul “Etika Humas Pemerintah Kabupaten Aceh Barat Daya dalam menjalin Hubungan dengan Media Cetak”, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Humas pemerintah kabupaten Aceh Barat Daya telah menjalin hubungan kerjasama yang baik dengan media massa cetak (surat kabar) baik harian maupun surat kabar mingguan.
2. Humas pemerintah kabupaten Aceh Barat Daya tetap mempertahankan sikap yang baik dalam menjalin hubungan dengan media massa cetak.
3. Humas pemerintah kabupaten Aceh Barat Daya dan wartawan memiliki peran yang berbeda tapi memiliki satu tujuan yang sama yaitu menyampaikan suatu informasi masyarakat baik itu dalam daerah, kota, dan lain-lain secara fakta bukan hoax.
4. Dalam memberikan sebuah pelayanan kepada seorang wartawan dari media, humas pemerintah kabupaten Aceh Barat Daya bisa melakukan kontak kerja sama dalam menjaga kestabilan agar tidak menimbulkan rasa ketidaksukaan antar media dan seorang Humas Pemerintah.

5. Dalam menjalin sebuah kerja sama dengan media, media dapat memberikan keuntungan bagi sebuah instansi Pemerintah apabila publisitas tersebut merupakan sesuatu yang positif, namun karena media pula sebuah reputasi dapat dihancurkan. Untuk itu Humas Pemerintah kabupaten Aceh Barat Daya akan melakukan perkumpulan dengan para wartawan agar terus menjalin silaturahmi.

5.2. Saran

Berdasarkan dengan hasil yang sudah disimpulkan maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Hendaknya Humas pemerintah kabupaten Aceh Barat Daya dapat lebih meningkatkan hubungan baik dengan mitra kerjanya (media massa cetak) untuk membangun kabupaten Aceh Barat Daya.
2. Hendaknya Humas pemerintah kabupaten Aceh Barat Daya tetap mempertahankan sikap yang baik dalam menjalin hubungan dengan media massa cetak.
3. Humas Pemerintah Aceh Barat Daya harus menjaga dan membuka pintu akses bagi wartawan dalam mencari sebuah informasi, untuk itu dibutuhkan suatu komunikasi agar tetap terjalin hubungan kerja sama di antara seorang Humas Pemerintah dan media. Karena yang paling penting dalam menjaga kerja sama yaitu etika dan menghargai perasaan orang lain.
4. Hendaknya Humas pemerintah kabupaten Aceh Barat Daya harus memperhatikan keberadaan seorang wartawan yang bergabung dalam

pemerintah, karena dengan memperhatikan keberadaannya akan menimbulkan penilaian dan keuntungan.

5. Penelitian ini berharap menjadikan bahan referensi lagi, karena dalam membentuk suatu kerja sama dengan orang lain tidaklah mudah untuk dipahami karena kerja sama dibentuk adanya suatu kontak sosial yang benar-benar mengerti perasaan dan menghargai orang lain.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Soemirat Soleh Prof, DR, M.S. 2010. *Dasar – Dasar Public Relation*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Arni, Muhammad. 2009. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Aw, Suranto. 2010. *Komunikasi Sosial Budaya*. Yogyakarta : GRAHA ILMU.
- Darmastuti, Rini. 2012. *Media Relations – Konsep, Strategi, dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Djuroto, Totok. 2004. *Manajemen Penerbitan Pers*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Hubungan Masyarakat*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Gunawan, Iman. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif :Teori dan Pratik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- H.A.W, Widjaja. 2010. *Komunikasi : Komunikasi & Hubungan Masyarakat*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Iriantara, Yosol. 2005. *Media Relations: Konsep, Pendekatan, Dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Jefkins, Frank. 2004. *Public Relations*. Jakarta : Erlangga.
- Keraf, Gorys. 2009. *Diksi Dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Martin. 1993. *Etika Profesi*. Jakarta: Gramedia.

- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik*. Penerbit: Ghalia Indonesia.
- Morissan. 2006. *Pengantar Public Relations – Strategi Menjadi Humas. Profesional*. Tangerang: Penerbit Ramdina Prakasa.
- Parsons, Patricia J. 2008. *Ethnics in Public Relations: A Guide to Best Practice*. London: Kogan Page.
- Purwanto, Djoko. 2003. *Komunikasi Bisnis. Edisi Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Qohar, Adnan, H., Drs. 2012. *Jurnal Pengertian Etika dan Profesi Hukum*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Rakhmat, Djalaludin. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda karya.
- Romli, Asep Syamsul M. 2003. *Jurnalistik Terapan dan Kependulisan*. Bandung : BATIC PRESS.
- Ruslan, Rosady. 2014. *Manajemen Publik Relation dan Media Komunikasi (Konsep dan Aplikasi)*. Jakarta : PT. Raja Grafindo.
- _____. 2001. *Etika Kehumasan Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- _____. 2002. *Manajemen Humas dan Komunikasi, Konsepsi, dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Seitel, Frasier P.2004. International Editions, *The Practice Of Public Relations*. New Jersey: Pretinee Hall.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Umar, Husein. 1998. *Riset Sumberdaya Manusia Dalam Organisasi*. Jakarta: PT.

Gramedia Pustaka Utama.

Wayne, R. Pace dan Don F. Faules. 2001. *Komunikasi Organisasi*. Bandung: PT.

Remaja Rosdakarya.

Wignjosoebroto, Soetandyo. 1999. *Profesi Profesionalisme dan Etika Profesi,*

Media. Jakarta: Raja Grafindo.

Wiryanto. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Grasindo.

(<http://www.seputarilmu.com>. diakses pada tanggal 8/8/2018).

Lampiran

ETIKA HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN ACEH BARAT DAYA DALAM MENJALIN HUBUNGAN DENGAN MEDIA CETAK

Nama Peneliti : Achmaad Rianda

NPM : 1403110067

Nama Narasumber : MAWARDI. SH

Umur : 45 Tahun

Jabatan : Kabag Humas Pemerintah Aceh Barat Daya

1. Apakah Bapak ada menjalin hubungan/kerjasama dengan media cetak ?
2. Berapa banyak media cetak yang menjalin kerjasama dengan Bapak/Pemerintah ?
3. Apakah Bapak ada membedakan media tersebut ?
4. Apakah Bapak memberi sesuatu kepada media agar nama baik Pemerintah tetap terjaga ?
5. Apakah Bapak jujur dalam menyampaikan informasi kepada wartawan ?
6. Bagaimana cara Bapak menjalin hubungan dengan sebuah media apabila terjadi suatu konflik ?
7. Apa yang Bapak dalam menjaga suatu kerahasiaan informasi terhadap media ?
8. Dalam menjalin hubungan dengan media, apakah Bapak memperhatikan kepentingan umum dan harga diri seseorang ?
9. Apakah Bapak pernah menyebarkan secara sengaja informasi yang palsu atau menyesatkan ?
10. Apa pendapat Bapak tentang adanya hubungan kerjasama antara Pemerintahan Aceh Barat Daya dengan media ? Apa alasannya ?
11. Bagaimana cara Bapak bersikap ramah kepada wartawan media cetak ?
12. Bagaimana cara penerimaan tamu dari Pemerintahan kepada wartawan ?
13. Apa yang akan Bapak lakukan bila terjadi ancaman kepada Pemerintah dari pihak wartawan ?
14. Apa hasil yang Bapak dapat dari menjalin hubungan dengan media cetak ?

Nama : SUYADI JAMAL

Umur : 41 Tahun

Jabatan : Wartawan

1. Apakah Pemerintah Aceh Barat Daya ada menjalin hubungan dengan media ?
2. Apakah ada perbedaan dari pihak Pemerintah dalam menjalin hubungan dengan media-media ?
3. Apakah Bapak pernah menerima suatu pemberian dari pihak Pemerintah ?
4. Apakah Bapak jujur dalam menyampaikan informasi kepada publik ?
5. Bagaimana cara Bapak menjalin hubungan dengan Pemerintahan apabila terjadi suatu konflik ?
6. Apa yang Bapak lakukan dalam menjaga suatu kerahasiaan informasi terhadap publik ?
7. Dalam menjalin hubungan dengan media, apakah Bapak memperhatikan kepentingan umum dan harga diri seseorang ?
8. Apakah Bapak pernah menyebarkan secara sengaja informasi yang palsu atau menyesatkan ?
9. Apa pendapat Bapak tentang adanya hubungan kerjasama antara Pemerintahan Aceh Barat Daya dengan media ? Apa alasannya ?
10. Bagaimana cara bapak bersikap ramah kepada Kabag Humas Pemerintah kab Aceh Barat Daya ?
11. Bagaimana cara penerimaan tamu dari Pemerintahan kepada wartawan ?
12. Apa yang bapak lakukan bila terjadi ancaman kepada wartawan dari pihak Pemerintahan ?
13. Apa hasil yang bapak dapat dari menjalin hubungan dengan media cetak ?



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
 Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umst.ac.id

Unggul, Cerdas & Terpercaya
 la menjawab surat ini agar disebutkan
 nomor dan tanggalnya

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
 JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth.
 Bapak/Ibu Ketua Jurusan IKO.....
 FISIP UMSU
 di
 Medan.

Medan, 22 Maret 2018.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : AHMAD RIANDA
 N P M : 1A03110067
 Jurusan : Ilmu Komunikasi (Humas)
 Tabungan sks : 146 sks, IP Kumulatif 3,105.

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Etika Humas pemerintahan Kabupaten Aceh Barat Daya Dalam Menjalin Hubungan dengan Media Cetak	✓ 29/03-2018
2	Peranan Humas Dalam menaikan extra dan minat Masuk Siswa Cekud pada Humas SMK N 1 Blangrithe	
3	Strategi Humas pemerintahan Kabupaten Aceh Barat Daya Dalam menjalin Hubungan Dengan Media Cetak	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekar.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;*)

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Jurusan :
 Diteruskan kepada Dekan untuk
 Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl. 22 Maret 2018

Ketua,

NURHASANAH M.T., S.Sos., M.Ikom

Pemohon,

(AHMAD RIANDA)

PB. MBH HENDILY



Unggul, Cerdas & Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474

Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : **165/SK/IL.3-AU/UMSU-03/F/2018**

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 1 Tahun 2003 dan Rekomendasi Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi tertanggal **29 Maret 2018** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **ACHMAD RIANDA**
NPM : 1403110067
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2017 / 2018
Judul Skripsi : **ETIKA HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN ACEH
BARAT DAYA DALAM MENJALIN HUBUNGAN
DENGAN MEDIA CETAK .**
Pembimbing I : Dr. Yan Hendra., M.Si.

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 1 Tahun 2015 tanggal 13 Muharram 1437 H / 26 Oktober 2015 M.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa kadaluarsa tanggal: 29 Maret 2019.

Ditetapkan di Medan,

Pada tanggal : 01 Sya'ban 1439 H
17 April 2018 M

Dekan,
Dekan I

Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.

Tembusan :

1. Ketua P.s. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. Di Medan;
3. Peringgal.



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474

Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Nomor : ~~789~~ / KET/II.3-AU/UMSU-03/F/2018

Medan, 27 Dzulhijjah 1439 H

Lampiran : -.-

08 September 2018 M

Hal : *Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa*

**Kepada Yth,
Kabag Humas Pemerintah
Kabupaten Aceh Barat Daya
di -
Tempat**

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu 'alaikum wr. wb.

Teriring salam semoga Bapak/ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan.

Untuk memperoleh data penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian program studi jenjang Strata Satu (S1), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami :

Nama mahasiswa : **ACHMAD RIANDA**
N P M : 1403110067
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2017 / 2018
Judul Skripsi : **ETIKA HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN ACEH BARAT DAYA DALAM MENJALIN HUBUNGAN DENGAN MEDIA CETAK.**

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.


Drs. Arifin Saleh, S.Sos., MSP.



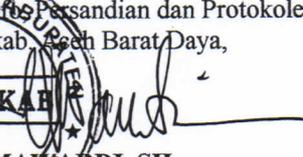
PEMERINTAH KABUPATEN ACEH BARAT DAYA
SEKRETARIAT DAERAH KABUPATEN
JALAN KOMPLEK PERKANTORAN ABDYA – KEUDE PAYA
TELP. (0659) 949400 FAX 91647
BLANGPIDIE

Blangpidie, 21 September 2018

Nomor : 070 / 1004 / 2018
Lampiran : -
Perihal : **Izin Penelitian Mahasiswa**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik Universitas Muhammadiyah
Sumatera Utara
Di –
Medan

1. Sehubungan dengan Surat Saudara Nomor 789/KET/II.3-AU/UMSU-03/F/2018 tanggal 8 September 2018 perihal Mohon Diberikan Izin Penelitian Mahasiswa, kepada :
Nama : ACHMAD RIANDA
NPM : 1403110067
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2017 / 2018
Judul Skripsi : ETIKA HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN ACEH BARAT DAYA DALAM MENJALIN HUBUNGAN DENGAN MEDIA CETAK
2. Telah kami berikan izin penelitian pada Bagian Kominfo, Persandian dan Protokoler Setdakab. Aceh Barat Daya, dan diberikan bahan sesuai dengan data yang diperlukan.
3. Demikian yang dapat kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

An. Sekretaris Daerah Kabupaten
Kabupaten Aceh Barat Daya, Persandian dan Protokoler
Setdakab. Aceh Barat Daya,

MAXARDI, SH
Pembina (NPM) 19730218 200112 1 002



Unggul, Cerdas & Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.

Medan, 21 MEI 2018

Bapak Dekan FISIP UMSU

di

Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : ACHMAD RIANDA
N P M : 1403110067
Jurusan : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 105/SK/II.3/UMSU-03/F/2018.. tanggal dengan judul sebagai berikut :

ETIKA HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN ACEH BARAT DAYA
DALAM MENJALIN HUBUNGAN DENGAN MEDIA CETAK

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

- 1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
- 2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
- 3. DKAM yang telah disahkan;
- 4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
- 5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
- 6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
- 7. Proopsal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 5)
- 8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menyetujui :
Pembimbing

(Dr. YAN HENDRA, M.Si.)

Pemohon,

(ACHMAD RIANDA)

UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 499/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2018

Program studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Kamis, 31 Mei 2018
 Waktu : 10.00 WIB s.d. selesai
 Tempat : LAB. FISIP Gedung C UMSU
 Pemimpin Seminar : NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom

No.	Nama Mahasiswa Penyaji	Nomor Pokok Mahasiswa	Dosen Penanggung	Dosen Pembimbing	Judul Proposal Skripsi
6	ERI FAURIJAL ARJA	1203110218P	1 MUHAMMAD SAID HARAHAP, M.I.K	1 ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PUBLIK PT. PLN (Persero) CABANG SINGKIL
7	ACHMAD RIANDA	1403110067	1 Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si.	1 Dr. YAN HENDRA, M.Si.	ETIKA HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN ACEH BARAT DAYA DALAM MENJALIN HUBUNGAN DENGAN MEDIA CETAK
8	MEISKE UMAYA	1403110148	1 Dr. YAN HENDRA, M.Si.	1 NUR RAHMAH AMINI, S.Ag, MA	MODEL KOMUNIKASI ORANG TUA DALAM MENANAMKAN NILAI-NILAI ISLAMI ANAK DI KELURAHAN GLUGUR DARAT 2 MEDAN TIMUR
9	SARI LONGGOM SIREGAR	1403110210	1 TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	1 NUR RAHMAH AMINI, S.Ag, MA	PENGARUH PESAN IKLAN "HALAL ITU HARUS TOTAL" DI TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TOTAL ALMEERA (Studi Kualitatif di Kelurahan Tegal Sari Mandala II)
10	MURSYID PRATAMA	1403110071	1 NUR RAHMAH AMINI, S.Ag, MA	1 AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom	PERSEPSI MASYARAKAT KECAMATAN MEDAN JOHOR TENTANG ALAT PERAGA KAMPANYE PASANGAN CALON GUBERNUR SUMATERA UTARA TAHUN 2018





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474

Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Achmad Randa
N P M : 1403110067
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Etika Humas Pemerintahan Kabupaten Aceh Barat Daya
Dalam Menjalin Hubungan Dengan Media Cetak

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	15/7-2018	Bimbingan PROPOSAL	
2.	28/8-2018	Bimbingan Daftar wawancara	
3.	07/09-2018	Bimbingan Bab <u>IV</u>	
4.	11/09-2018	Bimbingan Bab <u>V</u>	
5.	16/9-2018	Bimbingan Bab <u>V</u>	
6.	20/9-2018	Bimbingan Daftar isi	
7.	27/9-2018	Bimbingan Abstrak	
8.	10/10-2018	Acc untuk sidang meja hijau	

Medan, 15... OKTOBER.....2018...

Dekan,

Ketua Program Studi,

Pembimbing ke :

Dr. Arifin Saleh, S.Sos, MSP

Nurhasanah Nst, S.Sos, M.kom

Dr. Yan Hendra, M.Si



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Sk-10

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI
Nomor : 908/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2018

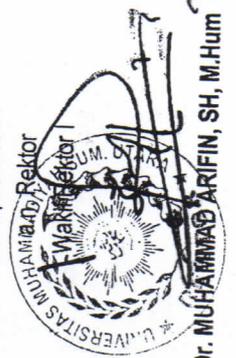
Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Rabu, 17 Oktober 2018
Waktu : 08,00 s.d. Selesai
Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III/ PEMBIMBING	
16	ACHMAD RIANDA	1403110067	IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M. I.Kom	Dr. YAN HENDRA, M.Si.	ETIKA HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN ACEH BARAT DAYA DALAM MENJALIN HUBUNGAN DENGAN MEDIA CETAK
17	FREDY SANTOSO	1403110085	Dr. ARIFIN SALEH, M.SP	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A	RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom	PENGARUH BERITA POLITIK DI HARIAN WASPADA DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI POLITIK KADER PARTAI GERINDRA PADA PEMILIHAN GUBERNUR SUMUT 2018 (Studi Pada PAC Gerindra Patumbak)
18	WAHYU DARMANSYAH	1403110192	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	ELVITA YENNI, s.s, M.Hum	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DALAM PENGUATAN BRAND IMAGE PADA PT. DUA KELINCI
19	MUHAMMAD NURDIN	1403110012	IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	PENGARUH TEKNOLOGI KOMUNIKASI DAN INFORMASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI KANTOR CAMAT MEDAN PERJUANGAN
20	REZA SYAHPUTRA	1303110198	Dr. YAN HENDRA, M.Si.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	Dr. ZULFAHMI, M.I.Kom	OPINI MASYARAKAT KELURAHAN TAMBANGAN HULU TERHADAP CALON TUNGGAL WALIKOTA TEBING TINGGI 2017

Notulis Sidang :

1.

Ditetapkan oleh :



Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum

Ketua

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.

Panitia Ujian



Sekretaris

Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

Medan, 06 Safar 1440 H
15 Oktober 2018 M

Lampiran

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : ACHMAD RIANDA
Tempat/Tanggal lahir : Tanjung Bunga, 07 September 1996
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Warga Negara : Indonesia
Alamat : Jl. Gaperta, gg. Family, Medan Helvetia
Anak Ke : 1 dari 4 bersaudara

Nama Orang Tua

Ayah : Ermida, SP
Ibu : Sarina
Alamat : Desa Gunong Cut, Kec. Tangan2, ABDYA

Pendidikan Formal

1. SD Negeri 1 Padang Bak Jeumpa Tahun 2002 - 2008
2. SMP Negeri 1 Tangan-Tangan Tahun 2008 - 2011
3. SMA Negeri 1 Blangpidie Tahun 2011 – 2014
4. S-1 FISIP Program Studi Ilmu Komunikasi Univeritas Muhammadiyah Sumatera Utara Tahun 2014 – 2018

Medan, Oktober 2018



ACHMAD RIANDA