

**PERAN MANAJEMEN HUMAS TERHADAP
KONFLIK INTERNAL DI PT. AEROFOOD
CATERING SERVICES**

SKRIPSI

Oleh :

MHD WIBI PRASATYA

NPM 1403110076

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Public Relations**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

MEDAN

2018

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Bismillahirrohmanirrohim

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

Nama : **MHD WIBI PRASATYA**
NPM : 1403110076
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **PERAN MANAJEMEN HUMAS TERHADAP
KONFLIK INTERNAL DI PT. AEROFOOD CATERING
SERVICES**

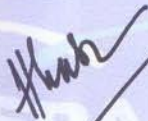
Medan, Oktober 2018

Pembimbing



Drs. BAHRUM JAMIL, MAP

Disetujui Oleh
KETUA PROGRAM STUDI



NURHASANAH NASUTION, M.I.Kom

Dekan,



Dr. ARIEN SALEH, M.SP

BERITA ACARA PENGESAHAN

Bismillahirrohmanirrohim

Skripsi ini telah dipertahankan didepan Tim Pengujii Ujian Skripsi Fakultas

Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama : **MHD WIBI PRASATYA**

NPM : 1403110076

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Padahari, tanggal : Rabu, 17 Oktober 2018

Waktu : Pukul 08.00 WIB s.d selesai

TIM PENGUJI

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

PENGUJI II : **TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom** ()

PENGUJI III : **Drs. BAHRUM JAMIL, MAP** ()

PANTIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,


Dr. ARIFIN SALEH, M.SP




Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

PERNYATAAN



Dengan ini saya, M. WIBI PRASATYA, NPM 1403110076, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dengan segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau mengambil karya ilmiah orang lain, adalah tindakan kejahatan yang dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain atau plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam 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 secara tertulis di dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

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

1. Skripsi ini saya beserta nilai-nilai 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, Oktober 2018
Yang Menyatakan



M. WIBI PRASATYA
NPM. 1403110076

ABSTRAKSI

PERAN MANAGEMEN HUMAS TERHADAP KONFLIK INTERNAL DI PT. AEROFOOD CHATERING SERVICES

PT. Aerofood Cathering Services adalah Brand Aerofood ACS sudah identik dengan layanan katering premium bagi industri tambang dan migas, *town catering*, dan juga industri Rumah Sakit. Saat ini, PT. Aerofood Cathering Services melayani lebih dari satu juta staf dan *customer* dari dua jenis industri di atas, dengan layanan terintegrasi yang mencakup lingkup yang luas, dari mengelola kantin di lokasi dan pelayanan *housekeeping*, hingga pemeliharaan dan *laundry* untuk kamp pertambangan maupun asrama *offshore*. Selain mempersiapkan hidangan bernutrisi yang memenuhi standar kesehatan tertinggi, divisi *katering* industrial kami juga memberikan layanan konsultasi untuk membantu pengerjaan konstruksi dapur rumah sakit agar memenuhi semua persyaratan keamanan dan kesehatan.

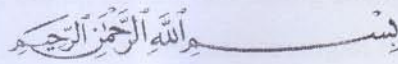
Melalui hasil pengamatan yang dilakukan oleh penulis, tidak jarang ada beberapa pegawai PT. Aerofood Cathering Services yang mengalami perselisihan. Perselisihan terjadi diakibatkan masalah-masalah atau konflik internal kantor. Seperti ada sebagian pegawai yang tidak melaksanakan tugas dengan baik yang mengakibatkan terjadinya teguran yang sifatnya global untuk semua pegawai, melimpahkan pekerjaan kepada pegawai lain, kelalaian dalam bekerja dan lain sebagainya. Hal-hal seperti ini dapat menimbulkan rasa tidak nyaman bekerja serta rasa tidak terima dalam diri pegawai. Disinilah peran Humas PT. Aerofood Cathering Services agar konflik-konflik internal pribadi karyawan tidak berlarut yang mengakibatkan efektivitas kerja menurun dan mengurangi kualitas PT. Aerofood Cathering Services.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang masalah, maka penulis merumuskan permasalahan yang ada sebagai berikut, "*Bagaimana Peranan manajemen Humas terhadap konflik internal di PT. Aerofood Catering Services?*" Metode yang dipakai pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, sedangkan jenis penelitian yang dipakai adalah jenis penelitian deskriptif adalah mengembangkan konsep dan menghimpun fakta-fakta bukan menguji hipotesis. Penelitian deskriptif berusaha menemukan pola sederhana yang didasarkan pada konsep tertentu.

Hasil penelitian dari sesi wawancara dapat diketahui bahwa sampai sejauh ini peran Staff Humas sudah bekerja dengan baik dan maksimal dalam menyelesaikan konflik internal pegawai yang terjadi di PT. Aerofood Chatering Services. Salah satunya dengan selalu mengadakan evaluasi, memecahkan solusi permasalahan, memberikan informasi penting kepada pegawai, mengutamakan kinerja pegawai serta meminimalisir masalah dan konflik agar tidak sampai pada atasan atau pimpinan PT. Aerofood Cathering Services.

KATA KUNCI : PERAN HUMAS & KONFLIK INTERNAL

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 **Peran Manajemen Humas Terhadap Konflik Internal di PT. Aerofood Catering Services** ” 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 **Zainal** dan Ibunda **Aisyah** 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 Bahrum Jamil, 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. Seluruh keluarga besar penulis yang sudah member dukungan moral dalam penyelesaian skripsi ini.

7. 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, 15 Oktober 2018

Penulis

Mhd. Wibi Prasatya

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian & Manfaat Penelitian.....	4
1. Tujuan Penelitian.....	4
2. Manfaat Penelitian.....	5
D. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II URAIAN TEORITIS	7
A. Komunikasi.....	7
1. Pengertian Komunikasi.....	7
2. Unsur Komunikasi.....	11
3. Fungsi Komunikasi.....	12
4. Proses Komunikasi.....	16
5. Sifat Komunikasi.....	19
6. Faktor-Faktor Komunikasi Yang Efektif.....	23
7. Hambatan Komunikasi.....	23
B. Humas (Public Relation).....	26
1. Pengertian Humas (PR).....	26
2. Peranan Humas (PR).....	29
3. Manfaat Humas (PR).....	32
4. Tujuan Humas (Public Relation).....	33
5. Managemen Humas (Public Relation).....	34
C. Teori Manajemen Public Relations.....	35
D. Komunikasi Organisasi.....	37
1. Defenisi Komunikasi Organisasi.....	37

E. Konflik.....	39
1. Pengertian Konflik	39
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Metode Penelitian.....	43
1. Jenis Penelitian.....	43
2. Kerangka Konsep.....	44
3. Definisi Konsep.....	45
4. Narasumber Penelitian	46
5. Kategorisasi Penelitian.....	47
6. Teknik Pengumpulan Data.....	47
7. Teknik Analisis Data.....	49
8. Lokasi Dan Waktu Penelitian... ..	50
1. Lokasi Penelitian.....	50
2. Waktu Penelitian.....	50
3. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	50
a. Sejarah PT. Aerofood Cathering Services (ACS).....	50
b. Visi Dan Misi PT. Aerofood Cahtering Services (ACS).....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Analisis Data.....	54
1. Informan I	54
2. Informan II	57
3. Informan III.....	59
4. Informan IV.....	60
5. Informan V	61
B. Pembahasan Data	62
BAB V PENUTUP	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Organisasi adalah perkumpulan atau wadah bagi sekelompok orang untuk bekerjasama, terkendali dan dipimpin untuk tujuan tertentu. Organisasi biasanya memanfaatkan suatu sumber daya tertentu misalnya lingkungan, cara atau metode, material, mesin, uang, dan beberapa sumberdaya lain dalam rangka mencapai tujuan organisasi tersebut. Orang-orang yang terkumpul dalam sebuah organisasi sepakat untuk mencapai tujuan tertentu melalui sumber daya secara sistematis dan rasional yang terkendali dan adanya pemimpin organisasi yang akan memimpin operasional organisasi dengan terencana.

Pemimpin berhak atau wajib memberi peraturan tentang bekerja dan prosedur kegiatan organisasi dan apapun peraturan yang diterapkan pemimpin harus dilaksanakan semua anggota. Demi mencapai tujuan dari organisasi tersebut, organisasi sering mendapat gangguan untuk mencapai tujuan tersebut salah satunya adalah konflik yang terjadi sesama pegawai di lingkungan internal organisasi. Manusia adalah makhluk yang kreatif mempunyai perasaan dan pemikiran yang berbeda-beda dan setiap kegiatan yang dilakukan atas dasar pemikiran dan perasaan manusia tersebut.

Dalam sebuah organisasi ataupun sebuah perusahaan, terdapat divisi hubungan masyarakat (Humas). Humas adalah fungsi manajemen dari ciri yang terencana dan berkelanjutan melalui organisasi dan lembaga swasta atau publik (public) untuk memperoleh pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang

terkait atau mungkin ada hubungannya dengan penelitian opini public di antara mereka. Tanggung Jawab Humas Sebagai sebuah profesi seorang Humas bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi.

Humas internal harus mengetahui segala kebijakan pimpinan, latar belakang kebijakan yang diambil dan tujuan yang diharapkan. Setiap kebijakan yang diambil itu dapat diimplementasikan dengan baik, sangat membutuhkan dukungan publik. Tapi bagaimana publik mau mendukung, kalau tidak mengetahui maksud kebijakan tersebut. ketika kebijakan tersebut merugikan sub bidang tertentu maka yang timbul adalah konflik, ketika konflik menjadi alasan suatu organisasi tidak dapat mencapai tujuannya, maka peran humas harus lebih ekstra dan memecahkan masalah konflik tersebut. Maka penulis ingin memberikan persepsi dan teori teori yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah konflik internal yang terjadi. Sehingga organisasi dapat mencapai tujuannya.

Tujuan dari hubungan masyarakat oleh perusahaan sering untuk membujuk masyarakat, investor, mitra, karyawan, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mempertahankan sudut pandang tertentu tentang hal itu, kepemimpinannya, produk, atau keputusan politik. Kegiatan umum termasuk berbicara di konferensi, memenangkan penghargaan industri, bekerja sama dengan pers, dan komunikasi karyawan. Humas juga berfungsi untuk mengetahui dan mengevaluasi opini-opini publik yang berkaitan dengan organisasi, serta memanfaatkan komunikasi sebagai media untuk memberikan informasi yang sesuai dengan fakta, disampaikan

dengan cara-cara yang baik dan benar untuk mengarahkan opini publik ke arah yang diharapkan.

Tidak jarang didalam sebuah perusahaan terdapat perselisihan paham antara sesama pegawai. Permasalahan dan kesalah pahaman yang terjadi biasanya diakibatkan oleh masalah eksternal dan internal. Masalah eksternal biasanya terdiri dari masalah yang berhubungan dengan luar perusahaan, sedangkan masalah integ rnal adalah masalah yang terjadi di dalam intern kantor tersebut. bisa merupakan masalah seputar dalam perusahaan maupun masalah antar pribadi sesama pegawai kantor.

PT. Aerofood Cathering Services adalah Brand Aerofood ACS sudah identik dengan layanan katering premium bagi industri tambang dan migas, *town catering*, dan juga industri Rumah Sakit. Saat ini, PT. Aerofood Cathering Services melayani lebih dari satu juta staf dan *customer* dari dua jenis industri di atas, dengan layanan terintegrasi yang mencakup lingkup yang luas, dari mengelola kantin di lokasi dan pelayanan *housekeeping*, hingga pemeliharaan dan *laundry* untuk kamp pertambangan maupun asrama *offshore*. Selain memersiapkan hidangan bernutrisi yang memenuhi standar kesehatan tertinggi, divisi *katering* industrial kami juga memberikan layanan konsultasi untuk membantu pengerjaan konstruksi dapur rumah sakit agar memenuhi semua persyaratan keamanan dan kesehatan.

Melalui hasil pengamatan yang dilakukan oleh penulis, tidak jarang ada beberapa pegawai PT.Aerofood Cathering Services yang mengalami perselisihan. Perselisihan terjadi diakibatkan masalah-masalah atau konflik internal kantor.

Seperti ada sebagian pegawai yang tidak melaksanakan tugas dengan baik yang mengakibatkan terjadinya teguran yang sifatnya global untuk semua pegawai, melimpahkan pekerjaan kepada pegawai lain, kelalaian dalam bekerja dan lain sebagainya. Hal-hal seperti ini dapat menimbulkan rasa tidak nyaman bekerja serta rasa tidak terima dalam diri pegawai. Disinilah peran Humas PT. Aerofood Cathering Services agar konflik-konflik internal pribadi karyawan tidak berlarut yang mengakibatkan efektivitas kerja menurun dan mengurangi kualitas PT. Aerofood Cathering Services.

Dengan demikian melihat latar belakang permasalahan di atas penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **”Peranan manajemen Humas terhadap konflik internal di PT. Aerofood Catering Services”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang masalah, maka penulis merumuskan permasalahan yang ada sebagai berikut, *“Bagaimana Peranan manajemen Humas terhadap konflik internal di PT. Aerofood Catering Services?”*

C. Tujuan Penelitian & Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan di atas maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana peran kehumasan dalam menangani konflik internal pegawai yang terjadi di PT. Aerofood Catering Services (ACS) tersebut.

2. Manfaat Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan tentang ilmu kehumasan terutama tugas humas yaitu menjaga komunikasi di sebuah perusahaan/ organisasi.

b. Kegunaan Praktis

Bagi PT. Aerofood Catering Services dapat memberikan masukan dalam upaya mengatasi konflik yang ada ataupun menghindarkan konflik yang terjadi, sehingga menjadikan hubungan yang harmonis internal maupun external di dalam perusahaan.

c. Bagi Pembaca

Bagi pembaca dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan menghadapi konflik yang terjadi ataupun menghindar dari konflik.

d. Bagi peneliti

Bagi peneliti sebagai calon praktisi humas, diharapkan dapat menerapkan penelitian ini kelak jika nanti bekerja sebagai kehumasan.

D. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II URAIAN TEORITIS

Pada bab ini dimuat teori-teori dan konsep-konsep yang berhubungan dengan masalah penulisan dalam uraian teoritis

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, definisi kategorisasi dan narasumber.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan secara garis besar kerangka skripsi yang merupakan jawaban atau solusi dari permasalahan di dalam obyek penulisan.

BAB V KESIMPULAN & SARAN

Pada bab ini berisi garis besar kesimpulan yang di ambil dari inti penulisan dan hasil penulisan serta berisi saran yang diharapkan dijadikan masukan yang berguna bagi perusahaan.

BAB II

URAIAN TEORITIS

A. Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antarmanusia. Yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya. Dalam “bahasa” komunikasi pernyataan dinamakan pesan (*messege*), orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*) sedangkan orang yang menerima pernyataan dinamakan komunikan (*communicate*). Untuk tegasnya komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan (*messege*), kedua lambang (*symbol*). kongkretnya isi pesan itu adalah fikiran atau perasaan. Lambang adalah bahasa (Effendy, 2003:38).

Komunikasi pada umumnya dapat diartikan sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan, atau diartikan pula sebagai saling tukar-menukar pendapat. Komunikasi dapat juga diartikan hubungan kontak antar dan antar manusia baik individu maupun kelompok. Sedangkan menurut Edward Depari, komunikasi adalah proses penyampaian gagasan, harapan dan pesan yang disampaikan melalui lambang tertentu, mengandung arti dan dilakukan oleh penyampaian pesan ditunjukkan kepada penerima pesan (Widjaja, 2000:13).

Garis besar komunikasi dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dari seseorang kepada orang lain. Komunikasi akan dapat berhasil apabila sekiranya timbul saling pengertian, yaitu jika kedua belah pihak, sipengirim dan sipenerima informasi dapat memahaminya. Hal ini tidak berarti bahwa kedua belah pihak harus menyetujui sesuatu gagasan tersebut, tetapi yang penting adalah kedua belah pihak sama-sama memahami gagasan tersebut. Dalam keadaan seperti inilah baru dapat dikatakan komunikasi telah berhasil baik (komunikatif). Jadi, komunikasi adalah pernyataan manusia, sedangkan pernyataan tersebut dapat dilakukan dengan kata-kata tertulis ataupun lisan disamping itu dapat dilakukan juga dengan isyarat-isyarat atau simbol-simbol (Widjaja, 2000:15).

Menurut Carl. I Hovland (Widjaja, 2000:26), komunikasi adalah suatu proses dimana seseorang memindahkan perangsang yang biasanya berupa lambang kata-kata untuk mengubah tingkah laku orang lain. Jadi dengan demikian komunikasi itu adalah persamaan pendapat dan untuk kepentingan itu maka orang harus mempengaruhi orang lain dahulu, sebelum orang lain berpendapat, bersikap dan bertingkah laku yang sama dengan kita.

Definisi Hovland diatas menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*public Opinion*) dan sikap publik (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Bahkan dalam definisinya secara khusus mengenai pengertian komunikasinya sendiri, Hovland mengatakan bahwa "komunikasi adalah proses mengubah

prilaku orang lain (*Communication is the process to modify the behavior of the other individuals*). Akan tetapi, seseorang akan dapat mengubah sikap, pendapat atau prilaku orang lain apabila komunikasinya itu memang komunikasi seperti yang uraikan diatas.

Beberapa definisi komunikasi menurut para pakar menurut bidang ilmunya (Cangara, 2012:21-22):

- Definisi singkat menurut Harold D. Lasswell.

Bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya”.

- Menurut Steven

Bahwa komunikasi terjadi kapan saja suatu organisme memberi reaksi terhadap suatu objek atau stimuli.

- Everett M. Rogers pakar sosiologi

Komunikasi adalah sebuah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

- Rogers mengembangkan definisi tersebut bersama D. Lawrence Kincaid (1981).

Melahirkan suatu definisi baru yang menyatakan bahwa, komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk dan melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian mendalam.

- Menurut Weaver (1949)

Bahwa komunikasi adalah manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja.

Sebagaimana yang dikutip oleh Wiryanto (2004:7), Menurut Harold D.Laswell cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah “Dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who, Say What, In Which Channel, ToWhom, With What Effect*”.Pertanyaan ini mengandung lima unsur dalam komunikasi yang menunjukkan studi ilmiah mengenai komunikasi.

- *Who* : (siapa), komunikator yakni orang yang menyampaikan, mengatakan, atau menyiarkan pesan-pesan baik secara lisan maupun tulisan. Dalam hal ini komunikator melihat dan menganalisa factor yang memprakarsai dan membimbing kegiatan komunikasi.
- *Say What* : (mengatakan apa), pesan yaitu ide, opini, informasi, opini yang dinyatakan sebagai isi pesan dengan menggunakan simbol atau lambang yang berarti.
- *In Which Channel* :(melalui saluran apa) media ialah alat yang dipergunakan komunikator untuk menyampaikan pesan agar pesan lebih mudah untuk diterima dan dipahami, biasanya komunikator menggunakan pers, radio, televisi, dan lain -lain.
- *To Whom* : (kepada siapa) komunikan ialah orang yang menjadi sasaran komunikator dalam menyampaikan pesan. Untuk itu seorang komunikator harus mengetahui betul sifat dan kondisi komunikan dimanapun berada.

- *With What Effect* :(dampak/efek). Dampak/efek yang terjadi pada komunikan (penerima) setelah menerima pesan dari sumber, seperti perubahan sikap, bertambahnya pengetahuan, dll.

2. Unsur Komunikasi

Menurut Effendy (2003:12), unsur-unsur komunikasi adalah komunikator, pesan, komunikan, media dan respon atau umpan balik.

- a) Komunikator yakni orang yang menyampaikan pesan harus berusaha merumuskan isi pesan yang akan disampaikan. Sikap dari komunikator harus empati, jelas. Kejelasan kalimat dan kemudahan bahasa akan sangat mempengaruhi penerimaan pesan oleh komunikan.
- b) Pesan, yakni pernyataan yang didukung oleh lambang. Lambang bahasa dinyatakan baik lisan maupun tulisan. Lambang suara berkaitan dengan intonasi suara. Lambang gerak adalah ekspresi wajah dan gerakan tubuh, sedangkan lambang warna tertentu yang mempunyai makna, yang sudah diketahui secara umum, misalnya merah, kuning dan hijau pada lampu lalu lintas.
- c) Komunikan, adalah penerima pesan. Seorang penerima pesan harus tanggap atau peka dengan pesan yang diterimanya dan harus dapat menafsirkan pesan yang diterimanya. Satu hal penting yang harus diperhatikan adalah persepsi komunikan terhadap pesan harus sama dengan persepsi komunikator yang menyampaikan pesan.

- d) Media, adalah sarana atau saluran dari komunikasi. Bisa berupa media cetak, audio, visual dan audiovisual. Gangguan atau kerusakan pada media akan mempengaruhi penerimaan pesan dari komunikan.
- e) Respon/umpan balik adalah reaksi komunikan sebagai dampak atau pengaruh dari pesan yang disampaikan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Umpan balik langsung disampaikan komunikan secara verbal, yaitu dengan kalimat yang diucapkan langsung dan nonverbal melalui ekspresi wajah atau gerakan tubuh. Umpan balik secara tidak langsung dapat berupa perubahan perilaku setelah proses komunikasi berlangsung, bisa dalam waktu yang relatif singkat atau bahkan memerlukan waktu cukup lama.

3. Fungsi Komunikasi

Scan macBrige, ketua komisi masalah-masalah komunikasi UNESCO:1980 (Cangara, 2007:62) mengemukakan bahwa komunikasi tidak bisa diartikan sebagai petukaran berita dan pesan, tetapi juga sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai pertukaran data, fakta dan ide. Oleh karena itu, komunikasi dapat berfungsi sebagai berikut :

- a) Informasi yakni kegiatan untuk mengumpulkan, menyimpan data, fakta dan pesan, opini dan komentar sehingga orang bisa mengetahui keadaan yang terjadi diluar dirinya apakah itu dalam lingkungan daerah, nasional atau internasional.
- b) Sosialisasi yakni menyediakan dan mengerjakan Ilmu pengetahuan bagaimana orang bersikap sesuai nilai-nilai yang ada, serta bertindak sebagai anggota masyarakat secara efektif

- c) Bahan diskusi yakni membuka kesempatan untuk memperoleh pendidikan secara luas, baik untuk pendidikan formal disekolah maupun untuk diluar sekolah, juga meningkatkan kualitas penyajian materi yang baik dan mengesankan
- d) Motivasi yakni mendorong orang untuk mengikuti kemajuan orang lain melalui apa yang mereka baca dan dengar lewat media massa
- e) Memajukan kebudayaan yakni media massa menyebarkan hasil kebudayaan melalui pertukaran program siaran radio dan televisi atau bahan bercetak seperti buku dan penerbitan-penerbitan lainnya. Pertukaran ini akan memungkinkan peningkatan daya kreativitas guna memajukan kebudayaan nasional masing-masing negara serta mempertinggi kerja sama hubungan antar negara
- f) Hiburan yakni media masa telah menyita banyak waktu luang untuk semua golongan usia dengan difungsikannya sebagai alat hiburan dalam rumah tangga. Sifat estetika yang tuangkan dalam bentuk lagu, lirik dan bunyi maupun gambar-gambar dan bahasa membawa orang pada situasi menikmati hiburan seperti halnya kebutuhan pokok
- g) Integrasi yakni banyak bangsa didunia dewasa ini diguncang oleh kepentingan-kepentingan tertentu karena perbedaan etnis dan ras. Komunikasi seperti satelit dapat dimanfaatkan untuk menjembatani perbedaan-perbedaan itu dalam memupuk dan memperkokoh persatuan bangsa.

William I. Loren Anderson (Mulyana,2005:5-30), mengkategorikan fungsi komunikasi menjadi 4, yaitu:

a) Sebagai komunikasi sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tegangan dan tekanan, antara lain lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur danb memupuk hubungan dengan orang lain. Pembentukan konsep diri. Konsep diri adalah pandangan mengenai diri kita, dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan oleh orang lain kepada kita. Melalui komunikasi dengan orang lain kita belajar bukan saja mengenai siapa kita, namun bagaimana kita merasakan siapa kita. George Herbert Mead mngistilahkan *significant others* (orang lain yang sangat penting) untuk orang-orang di sekitar kita yang mempunyai peranan penting dalam membentuk konsep diri kita. Richard Dewey dan W.J Humber (19969) menamai *affective others*, untuk orang lain yang dengan mereka kita punya ikatan emosional. Dari merekalah perlahan-lahan kita membentuk konsep diri kita. Selain itu, terdapat juga yang disebut *reference group* yaitu kelompok yang secara emosioanal mengikat kiota, dan berpengaruh terhadap pembentukan konsep diri kita. Dengan ini, orang akan mengarahkan perilakunya dan menyesuaikan diri dengan ciri-ciri kelompok. Pernyataan eksistensi diri. Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Fungsi komunikasi sebagai eksistensi diri

terlihat jelas pada seorang penanya pada sebuah seminar, walaupun sudah diperingati oleh moderator untuk berbicara singkat dan langsung ke pokok masalah, penanya atau komentator itu sering berbicara panjang lebar dengan argument-argumen yang kebanyakan tidak relevan. Untuk kelangsungan hidup, memupuk hubungan, dan memperoleh kebahagiaan. Para psikolog berpendapat, kebutuhan utama kita sebagai manusia, dan untuk menjadi manusia yang sehat secara rohani, adalah kebutuhan akan hubungan sosial yang ramah, yang hanya bisa dipenuhi dengan membina hubungan yang baik dengan orang lain. Komunikasi sangat dibutuhkan untuk memperoleh dan memberi informasi yang dibutuhkan, untuk meyakinkan, dan mempengaruhi orang lain, mempertimbangkan solusi alternatif atas masalah kemudian mengambil keputusan, dan tujuan-tujuan sosial serta hiburan.

b) Sebagai komunikasi ekspresif

Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal. Perasaan sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut dapat disampaikan lewat kata-kata, namun bisa disampaikan lebih ekspresif lewat perilaku nonverbal. Misalnya ibu menunjukkan rasa kasih sayangnya dengan membelai kepala anaknya.

c) Sebagai komunikasi ritual

Komunikasi ritual biasanya dapat terlihat pada suatu komunitas yang melakukan upacara-upacara yang disebut oleh para antropolog sebagai

rites of passage, seperti upacara kelahiran, upacara pernikahan, siraman, dan lain-lain. dalam acara tersebut orang-orang biasanya mengucapkan kata-kata atau perilaku-perilaku simbolik.

d) Sebagai komunikasi instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. Sebagai instrument, komunikasi tidak saja digunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, namun juga untuk menghancurkan hubungan tersebut. Komunikasi berfungsi sebagai instrument untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Berkenaan dengan fungsi komunikasi ini, seorang ahli bernama Harold D. Laswell memaparkan fungsi komunikasi sebagai berikut:

- Pengawasan lingkungan yaitu penyingkapan ancaman dan kesempatan yang mempengaruhi nilai masyarakat.
- Menghubungkan bagian-bagian penting yang tak terpisahkan bagi masyarakat untuk menanggapi lingkungan
- Menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi

4. Proses Komunikasi

Effendy (2003: 33) mengemukakan proses komunikasi dalam perspektif mekanistik dapat diklasifikasikan menjadi:

1. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang sebagai media atau saluran.

a. Lambang Verbal

Effendy (2003 : 33) mengemukakan bahwa proses komunikasi bahasa sebagai lambang verbal paling banyak dan paling sering digunakan. Hal ini disebabkan bahasa dianggap mampu mengungkapkan pikiran komunikator mengenai hal, peristiwa, baik yang konkret maupun yang abstrak yang terjadi masa kini, lalu dan masa yang akan datang.

b. Lambang Nonverbal

Lambang nonverbal adalah lambang yang dipergunakan dalam komunikasi yang bukan bahasa, misalnya kial, isyarat dengan anggota tubuh, antara lain kepala, mata, bibir, tangan dan jari. Penggunaan gambar adalah lambang lain yang dipergunakan dalam berkomunikasi nonverbal.

Mark Knap (Cangara, 2007:100) menyebutkan bahwa penggunaan kode verbal dalam berkomunikasi memiliki fungsi untuk:

- 1) Meyakinkan apa yang diucapkan (*Repetition*)
- 2) Menunjukkan perasaan dan emosi yang tidak bisa diutarakan dengan kata-kata (*Subtation*).
- 3) Menunjukkan jati diri sehingga orang lain bisa mengenalnya (*Identity*)
- 4) Menambah atau melengkapi ucapan yang dirasa belum sempurna

2. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama (Effendy, 2003:17).

Komunikator menggunakan media kedua ini karena komunikan yang dijadikan sasaran komunikasinya jauh tempatnya atau jumlahnya banyak. Kalau komunikan jauh, dipergunakanlah surat atau telepon. Jika komunikan banyak, dipakailah perangkat penguat suara.

3. Proses Komunikasi Secara Linear

Proses komunikasi secara linear, sebagaimana dikemukakan oleh Effendy (2003: 39) yaitu mengandung makna lurus. Jadi proses linear berarti perjalanan dan satu titik ke titik lain secara lurus. Dalam konteks komunikasi, proses linear adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Biasanya berlangsung pada komunikasi bermedia.

4. Proses Komunikasi Secara Sirkular

Istilah sirkular sebagai terjemahan dan perkataan circular yang secara harfiah artinya bulat, bundar. Effendy (2003: 39) penggunaan dalam komunikasi yang dimaksudkan yaitu proses sirkular itu adalah terjadinya *Feedback* yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator. Oleh karena itu, ada kalanya *Feedback* mengalir dan komunikan ke komunikator itu adalah *Response* atau tanggapan komunikan terhadap pesan yang ia terima dan komunikator.

5. Sifat Komunikasi

Adapun sifat-sifat komunikasi adalah sebagai berikut :

- a. Tatap muka (*face to face*), Dalam berkomunikasi, biasanya kesadaran kita akan lebih pada saat-saat yang khusus, seperti kita diuji dengan ujian lisan oleh dosen kita atau ketika anda berdialog dengan orang asing dengan bahasa asing dibandingkan dengan ketika anda bercanda dengan teman atau kerabat kita di rumah. Pada saat seseorang tersenyum maka itu dapat ditafsirkan sebagai suatu kebahagiaan, ketika orang itu cemberut maka dapat ditafsirkan bahwa ia sedang ngambek. Ketika seseorang diam dalam sebuah dialog itu bisa diartikan setuju, malu, segan, marah, atau bahkan malas atau bodoh. Diam bisa diartikan setuju seperti perlakuan Rasulullah saw. yaitu ketika ada seorang sahabat yang menggosaok giginya ketika berwudhu, ini menunjukkan bahwa beliau setuju dengan perlakuan sahabat tadi namun tidak dengan penegasan. Secara implisit semua perlakuan manusia dapat memiliki makna yang akhirnya bernilai komunikasi. Komunikasi yang dilakukan di mana komunikator berhadapan langsung dengan komunikannya memungkinkan respon yang langsung dari keduanya. Seorang komunikator harus mampu menguasai situasi dan mampu menyandi pesan yang disampaikan sehingga komunikan mampu menangkap dan memahami pesan yang disampaikan.

Diantara konteks komunikasi tatap muka (*face to face*) ini adalah :Komunikasi interpersonal (*interpersonal Communication*). Komunikasi interpersonal menunjuk kepada komunikasi dengan orang lain. Komunikasi

jenis ini dibagi lagi menjadi komunikasi diadik, komunikasi publik, dan komunikasi kelompok-kecil. Komunikasi interpersonal termasuk:

- Pidato
- Komunikasi nonverbal
- Komunikasi bawah sadar
- penyimpulan
- parafrase

Memiliki komunikasi interpersonal yang baik mendukung proses-proses seperti:

- perdagangan
- konseling
- pelatihan
- bimbingan
- pemecahan konflik

Komunikasi interpersonal merupakan subyek dari beberapa disiplin dalam bidang psikologi, terutama analisis transaksional. Komunikasi ini dapat dihalangi oleh gangguan komunikasi atau oleh kesombongan, sifat malu, dll.

- b. Bermedia (*mediated*), Dalam komunikasi, sekali anda mengirimkan pesan, anda tidak dapat mengendalikan pengaruh pesan tersebut bagi khalayak, apalagi menghilangkan efek pesan itu sama sekali. Sifat irreversible ini adalah implikasi dari komunikasi sebagai suatu proses yang selalu berubah, sehingga kita harus berhati-hati pada saat menyampaikan

pesan kepada orang lain. Terutama pada saat kita berkomunikasi yang pertama kali, kita harus berhati-hati karena kesan pertama begitu berkesan bagi pendengar.

Terlebih saat seorang komunikator melakukan komunikasi melalui media cetak ataupun elektronik, maka pesan yang disampaikan haruslah betul-betul diyakini kebenarannya oleh dirinya dan masyarakat luas sebagai komunikan. Komunikasi yang dilakukan dengan media menuntut seorang komunikator untuk mampu menguasai teknologi komunikasi, juga keterampilan untuk berkomunikasi dalam bentuk tulisan. Konteks komunikasi bermedia ini adalah :

Komunikasi Massa (Mass Communication), Yaitu komunikasi yang dilakukan seorang komunikator melalui media massa, baik cetak maupun elektronik yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang heterogen, anonim, dan di banyak tempat. Bisa melalui :

- Pers
- Radio
- Televisi
- Film
- Surat Kabar/Majalah

c. Verbal (verbal) Lisan (oral), Komunikasi verbal adalah komunikasi dengan menggunakan simbol-simbol verbal. Simbol verbal bahasa merupakan pencapaian manusia yang paling impresif. Ada aturan-aturan yang ada untuk setiap bahasa yaitu fonologi, sintaksis, semantik dan

pragmatis.

Komunikasi ini dapat berupa ucapan langsung dari komunikator (oral) juga berupa pesan yang dikomunikasikan lewat tulisan oleh komunikator.

Komunikator dapat mendengar langsung pesan yang disampaikan dan juga dapat membaca pesan yang disampaikan oleh seorang komunikator dalam komunikasi verbal ini.

- d. Nonverbal (non-verbal), Komunikasi nonverbal adalah proses komunikasi dimana pesan disampaikan tidak menggunakan kata-kata. Contoh komunikasi nonverbal ialah menggunakan gerak isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah dan kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan sebagainya, simbol-simbol, serta cara berbicara seperti intonasi, penekanan, kualitas suara, gaya emosi, dan gaya berbicara.

Para ahli di bidang komunikasi nonverbal biasanya menggunakan definisi “tidak menggunakan kata” dengan ketat, dan tidak menyamakan komunikasi non-verbal dengan komunikasi nonlisan. Contohnya, bahasa isyarat dan tulisan tidak dianggap sebagai komunikasi nonverbal karena menggunakan kata, sedangkan intonasi dan gaya berbicara tergolong sebagai komunikasi nonverbal. Komunikasi nonverbal juga berbeda dengan komunikasi bawah sadar, yang dapat berupa komunikasi verbal ataupun nonverbal.

a. Tulisan/cetak (*written/printed*)

b. Nonverbal

(<https://nandaerlika.wordpress.com/2012/03/16/pengertian-dan-sifat-komunikasi/dikutip/16-07-2018>)

6. Faktor-Faktor Komunikasi Yang Efektif

Untuk meminimalkan tingkat kegagalan komunikasi, maka sebelum melakukan kegiatan penyampaian pesan, sebaiknya dibuatlah sebuah perencanaan komunikasi. Perencanaan komunikasi dalam rangka merancang dan melaksanakan program komunikasi amat diperlukan karena pada dasarnya yang menjadi kepentingan dari kegiatan ini adalah sesuatu yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Wilbur Scrham (Effendy, 2003:41) ada beberapa syarat kondisi agar suatu pesan dapat membangkitkan tanggapan yang kita inginkan, ialah sebagai berikut :

- a. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian komunikan.
- b. Pesan harus menggunakan lambang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama mengerti.
- c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.
- d. Pesan harus menyampaikan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

7. Hambatan Komunikasi

Menurut Shannon dan Weaver 1949 (Effendy, 2011) hambatan komunikasi terjadi jika terdapat intervensi yang mengganggu salah satu elemen

komunikasi, sehingga proses komunikasi tidak dapat berlangsung secara efektif serta adanya hambatan yang membuat proses komunikasi tidak dapat berlangsung sebagaimana harapan komunikator dan penerima. Maka pada dasarnya hambatan komunikasi dapat dibedakan atas tujuh macam, yakni sebagai berikut.

a. Gangguan Teknis

Gangguan teknis terjadi jika salah satu alat yang digunakan dalam berkomunikasi mengalami gangguan, sehingga informasi yang ditransmisikan melalui saluran mengalami kerusakan (channel noise). Misalnya gangguan pada stasiun radio dan tv, gangguan jaringan telepon, rusaknya pesawat radio sehingga terjadi suara bising dan semacamnya.

1. Gangguan Semantik dan Psikologis

Gangguan semantik ialah gangguan komunikasi yang disebabkan karena kesalahan pada bahasa yang digunakan (Blake 1979).gangguan semantik sering terjadi karena:

- a) Kata-kata yang digunakan terlalu banyak memakai jargon bahasa asing sehingga sulit dimengerti oleh khalayak tertentu.
- b) Bahasa yang digunakan pembicara berbeda dengan bahasa yang digunakan oleh penerima.
- c) Struktur bahasa yang digunakan tidak sebagaimana mestinya, sehingga membingungkan penerima.
- d) Latar belakang budaya yang menyebabkan salah persepsi terhadap simbol-simbol bahasa yang digunakan.

2. Rintangan Fisik

Rintangan fisik ialah rintangan yang disebabkan karena kondisi geografis misalnya jarak yang jauh sehingga sulit dicapai, tidak adanya sarana kantor pos, kantor telepon, jalur transportasi dan sebagainya.

3. Rintangan Status

Rintangan status ialah rintangan yang disebabkan karena jarak sosial diantara peserta komunikasi, misalnya perbedaan status senior dan junior atau atasan dengan bawahan.

4. Rintangan Hambatan Berfikir

Rintangan hambatan berfikir ialah rintangan yang disebabkan adanya perbedaan persepsi antara komunikator dan khalayak terhadap pesan yang digunakan dalam berkomunikasi. ini bisa disebabkan latar belakang pendidikan yang berbeda.

5. Rintangan Budaya

Rintangan budaya adalah rintangan yang terjadi disebabkan karena adanya perbedaan norma, kebiasaan dan nilai-nilai yang dianut oleh pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi

Tidak mudah untuk melakukan komunikasi secara efektif. Bahkan beberapa ahli komunikasi menyatakan bahwa tidak mungkinlah seseorang melakukan komunikasi yang benar-benarnya efektif. Ada banyak hambatan yang bisa merusak komunikasi. Ada beberapa hal yang merupakan hambatan komunikasi yang harus menjadi perhatian bagi komunikator kalau ingin komunikasinya sukses. Ketika anda sedang bercakap-cakap dengan orang lain di beranda rumah

anda tiba-tiba lewat kendaraan motor dengan suara knalpot yang bising, seketika pula anda menghentikan pembicaraan karena merasa terganggu.

Hal ini dalam dunia komunikasi disebut noise (gangguan komunikasi). Proses komunikasi tidak akan berjalan lancar jika terjadi gangguan dalam komunikasi. Gangguan atau hambatan itu secara umum dapat dikelompokkan menjadi hambatan internal dan hambatan eksternal, yaitu :

- a. Hambatan internal, adalah hambatan yang berasal dari dalam diri individu yang terkait kondisi fisik dan psikologis. Contohnya, jika seorang mengalami gangguan pendengaran maka ia akan mengalami hambatan komunikasi. Demikian pula seseorang yang sedang tertekan (depresi) tidak akan dapat melakukan komunikasi dengan baik.
- b. Hambatan eksternal, adalah hambatan yang berasal dari luar individu yang terkait dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosial budaya. Contohnya, suara gaduh dari lingkungan sekitar dapat menyebabkan komunikasi tidak berjalan lancar. Contoh lainnya, perbedaan latar belakang sosial budaya dapat menyebabkan salah pengertian.

(<http://itha911.wordpress.com/kumpulanmakalah2/hambatankomunikasi/dikutip26/02/20148>)

B. Humas (Public Relation)

1. Pengertian Humas (PR)

Menurut Rosady (2007:10) banyak pakar telah mengemukakan pendapat tentang definisi dan pengertian Humas. Sebagai acuan, salah satu definisi Humas yang diambil dari The British Institute of Public Relations, yaitu:

- 1) *“Public Relations activity is a management of communications between an organization and its publics.”* (Aktivitas Humas adalah mengelola komunikasi antara organisasi dan publiknya).
- 2) *“Public Relations practice is deliberate, planned and sustain effort to establish and maintain mutual understanding between an organization and its public.”* (Praktik Humas adalah memikirkan, merencanakan, dan mencurahkan daya untuk membangun dan menjaga saling pengertian antara organisasi dan publiknya). Dr. Rex Harlow dalam bukunya yang berjudul: *A Model for Public Relations Education for Professional Practices* yang diterbitkan oleh International Public Relations Association (IPRA) 1978, menyatakan bahwa definisi Public Relations adalah: *“Public Relations adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerjasama; melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan/permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik, mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama”*. Menurut Edward L. Bernay, dalam Rosady Ruslan. terdapat 3 fungsi utama Humas, yaitu:

- Memberikan penerangan kepada masyarakat.

- Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung.
- Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan/lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.

Hubungan Masyarakat (Humas) adalah komunikasi eksternal dengan menggunakan simbol dan tindakan simbolis untuk menginformasikan atau mempengaruhi publik dengan menggunakan tulisan, pemasaran, periklanan, publisitas, promosi dan event-event penting. Humas adalah fungsi komunikasi manajemen dimana organisasi beradaptasi dengan atau mengelola lingkungan mereka untuk mencapai tujuan tertentu dari organisasi, Liliweri (2011:654).

Rex F. Harlow sebagaimana dikutip Effendy (2003:21) mengungkapkan, Hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen yang khas yang mendukung dan memelihara jalur bersama bagi komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama antara organisasi dan khalayaknya : melibatkan manajemen dalam permasalahan atau persoalan : membantu manajemen memperoleh penerangan mengenai dan tanggapan terhadap opini publik : menetapkan dan menegaskan tanggung jawab manajemen dalam melayani kepentingan umum :menopang manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif dalam penerapannya sebaga sistem peringatan secara dini guna membantu mengantisipasi kecendrungan dan menggunakan penelitian serta teknik-teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai kegiatan utama.

Selain itu, Hugo A.De Roode dalam Rumantin (2002:27) mengatakan bahwa Hubungan Masyarakat (*public relation*) itu adalah sebagai berikut :

- a) Humas (*Public Relation*) merupakan upaya yang disengaja, direncanakan dan dilakukan terus menerus untuk membangun dan menjaga adanya saling pengertian antar organisasi dengan publiknya.
- b) Humas (*Public Relation*) merupakan fungsi manajemen yang mengevaluasi perilaku publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan prosedur organisasi dengan interest publik dan melaksanakan program tindakan (komunikasi) untuk mendapatkan pemahaman dan pengertian publik.
- c) Humas (*Public Relation*) merupakan upaya dengan menggunakan informasi, persuasi dan penyesuaian untuk menghidupkan dukungan publik atas suatu kegiatan dan atas suatu sebab.
- d) Humas (*Public Relation*) merupakan seni dari pengetahuan untuk mengembangkan saling pengertian dan niat baik di antara seseorang, perusahaan, atau institusi dan publiknya.

2. Peranan Humas (PR)

Menurut Liliweri (2011:657), Peranan public relation adalah sebagai berikut :

- a) Melakukan publisitas dan mempromosikan berbagai aspek bagi penjualan produk atau jasa organisasi agar pihak lain menempatkan jatah penjualan mereka terhadap organisasi kita.
- b) Memberikan informasi internal kepada organisasi agar dapat meningkatkan semangat kerja demi meningkatkan produktifitas,

mendorong kerja sama berkelompok serta meningkatkan kualitas kerja dari organisasi.

- c) Humas menyediakan suatu sistem peringatan dini agar organisasi dapat menghindari diri dari gangguan yang dapat saja terjadi ketika ada isu yang mendadak dan tidak direncanakan melanda organisasi.
- d) Humas menyediakan bagi organisasi informasi tentang peluang baru mengenai apa yang dapat diperoleh dari orang atau badan-badan lain diluar organisasi yang semuanya bermanfaat bagi pengembangan organisasi.

Fungsi dasar Humas (PR) bukan untuk menampilkan pandangan organisasi atau seni sikap publik, tetapi untuk melakukan rekonsiliasi atau penyesuaian terhadap kepentingan publik setiap aspek pribadi organisasi maupun perilaku perusahaan yang punya signifikan sosial. Jadi di sini PR berfungsi membantu organisasi melakukan penyesuaian terhadap lingkungan tempat organisasi tersebut beroperasi. Adapun fungsi Humas (PR) adalah sebagai berikut :

- 1) Hubungan Internal, adalah bagian khusus PR yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan saling bermanfaat antara manajer dan karyawan tempat organisasi mengantungkan kesuksesannya.
- 2) Publisitas, adalah sumber-sumber informasi yang disediakan oleh PR dan digunakan oleh media karena informasi itu memiliki nilai berita. Metode penempatan pesan di media ini adalah pesan di media ini adalah metode yang tak bisa dikontrol (uncontrolled) sebab sumber informasi tidak memberi bayaran kepada media untuk pemuatan informasi tersebut.

- 3) Advertising, informasi yang digunakan oleh PR untuk menjangkau audien yang lebih luas, bukan untuk konsumen yang menjadi sasaran marketing, dimana informasi yang ditempatkan di media oleh sponsor tertentu yang jelas identitasnya yang membayar ruang dan waktu penempatan informasi tersebut. Ini adalah metode terkontrol dalam menempatkan pesan di media.
- 4) Press Agency, adalah penciptaan berita dan peristiwa yang bernilai berita untuk menarik media massa dan mendapatkan perhatian publik. Banyak praktisi PR kadang-kadang menggunakan taktik press agency untuk menarik perhatian media kepada kliennya, organisasinya, atau tujuannya. Tetapi PR lebih dari sekedar press agency.
- 5) Public Affairs adalah bagian khusus dari PR yang membangun dan mempertahankan hubungan pemerintah dan komunitas lokal dalam rangka memengaruhi kebijakan publik.
- 6) Lobbying adalah bagian khusus dari PR yang berfungsi untuk menjalin dan memelihara hubungan dengan pemerintah terutama dengan tujuan memengaruhi penyusunan undang-undang dan regulasi.
- 7) Manajemen Isu adalah proses proaktif dalam mengantisipasi, mengidentifikasi, mengevaluasi, dan merespon isu-isu kebijakan publik yang memengaruhi hubungan organisasi dengan publik mereka. Secara administratif atau secara konseptual, manajemen isu adalah bagian fungsi PR, akan tetapi, jika dilihat sebagai komunikasi persuasif, ia menjadi taktik untuk memengaruhi kebijakan publik, bukan sebagai bagian dari perencanaan strategi organisasi.

- 8) Hubungan Investor adalah bagian dari PR dalam perusahaan korporat yang membangun dan menjaga hubungan yang bermanfaat dan saling menguntungkan dengan shareholder dan pihak lain di dalam komunikasi keuangan dalam rangka memaksimalkan nilai pasar
- 9) Pengembangan adalah bagian khusus dari PR dalam organisasi nirlaba yang bertugas membangun dan memelihara hubungan dengan donor dan anggota dengan tujuan mendapatkan dana dan dukungan sukarela

https://www.kompasiana.com/mediatrust/peran-public-relation-dalam-sebuah-organisasi-tauperusahaan_55d5785aa2afbded18b539b6/dikutip/26-05-2018)

3. Manfaat Humas (PR)

Dalam bukunya yang berjudul “*Public Relation*” Frank Jeffkins menyebutkan manfaat khusus PR yang meliputi kegunaan PR dan pengelolaan dan pelaksanaan, antara lain :

1. Manajemen krisis

Tidak ada satupun perusahaan yang bebas krisis. Minimal mempunyai resiko mengalami krisis. Maka tim PR yang ada didalam struktur perusahaan bertugas untuk menyelesaikan krisis yang terjadi dengan serangkaian persiapan dan kesiapan sendiri.

2. Penerbitan desk-top

PR bertanggung jawab atas jurnal internal perusahaan. Oleh karena itu bisanya perusahaan memiliki bagian internal relations untuk mengurus masalah tersebut.

3. Identitas perusahaan

Merupakan sebuah wahana komunikasi bagi segenap karyawan perusahaan dan lembaga-lembaga keuangan dan berbagai pihak lainnya yang mempunyai kepentingan dan kaitan dengan organisasi. Tim PR adalah bagian yang bertanggung jawab untuk menciptakan dan memelihara identitas sebuah perusahaan.

4. Hubungan parlementer

PR wajib menjalin hubungan parlementer yang baik. Hubungan parlementer dalam konteks ini adalah hubungan-hubungan antara berbagai organisasi dengan pihak pemerintah, para anggota parlementar serta anggota birokrat dari berbagai departemen dan instansi pemerintah. Legislator atau regulator adalah publik yang sangat penting dalam keberlangsungan keberhasilan suatu perusahaan.

5. Public Relations financial

Sebagai sebuah perusahaan yang *go public*, maka perusahaan memerlukan PR yang melakukan kegiatan-kegiatan PR di seputar peristiwa keuangan atau bisnis dalam rangka mendukung rencana perusahaan kliennya untuk memasuki bursa saham atau dalam rangka mendukung peluncuran keuangan tahunan.

JurusanKomunikasi.blogspot.com/2010/12/manfaatpulicrelation/html/dikutip26/02/2018).

4. Tujuan Humas (Public Relation)

Ruang lingkup tujuan dari kegiatan public relations tersebut ternyata sedemikian luas. Namun sehubungan dengan keterbatasan sumber daya, maka kita harus selalu membuat skala prioritas. Dari sekian banyak hal yang bisa

dijadikan tujuan public relations tersebut beberapa diantaranya adalah sebagai berikut (Jefkins -Yadien 2002 ; 63).

- a) Untuk mengubah citra umum di mata khalayak sehubungan dengan adanya kegiatan-kegiatan baru yang dilakukan oleh perusahaan, sebagai contoh, suatu perusahaan yang semula hanya menangani transportasi truk tapi kemudian mulai menjual mesin pemanas ruangan.
- b) Untuk meningkatkan bobot kualitas para calon pegawai. Untuk menyebarluaskan cerita sukses yang telah dicapai oleh perusahaan kepada masyarakat dalam rangka mendapatkan pengakuan.
- c) Untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas, serta membuka pasar-pasar ekspor baru.

5. Managemen Humas (Public Relation)

Manajemen berasal dari bahasa latin, yaitu dari asal kata manus yang berarti tangan dan agree yang berarti melakukan. Kata-kata itu digabung menjadi kata kerja manager yang artinya menangani. Managere diterjemahkan ke dalam bahasa inggris dalam bentuk kata kerja to manage, dengan kata benda manajemen dan manager untuk orang yang melakukan kegiatan manajemen. Akhirnya, manajemen diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia menjadi manajemen atau pengelolaan, (Husaini 2006:03).

Adapun pengertian manajemen menurut Miller, sebagaimana yang dikutip oleh Sufyarma. M, mengemukakan tentang manajemen sebagai berikut: *“Managementis the prosess of directing and facilitating the work of people organized in formal group to achieve adesired goal”*. Berdasarkan definisi

tersebut di atas, dapat dirumuskan bahwa manajemen pendidikan sebagai seluruh proses kegiatan bersama dan dalam Bidang pendidikan dengan memanfaatkan semua fasilitas yang ada, baik personal, material, maupun spiritual untuk mencapai tujuan pendidikan, (Sufyarma, 2003:189).

Humas (Hubungan Masyarakat) yang merupakan terjemahan bebas dari istilah Public relation atau bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja yang berkepentingan dengannya. Sedangkan menurut definisi kamus terbitan Institute Of Public Relation (IPR) yakni sebuah lembaga Humas terkemuka di Inggris dan Eropa, Humas adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya. Jadi, humas adalah suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasi sedemikian rupa sebagai suatu rangkaian kampanye atau program terpadu, dan semuanya itu berlangsung secara berkesinambungan dan teratur. Kegiatan humas sama sekali tidak bisa dilakukan secara sembarangan atau dadakan. Tujuan humas itu sendiri adalah untuk memastikan bahwa niat baik dan kiprah organisasi yang bersangkutan senantiasa dimengerti oleh pihak-pihak lain yang berkepentingan (atau) lazim disebut sebagai seluruh "khalayak" atau publiknya, (Anggoro, 2001:01).

C. Teori Manajemen Public Relations

Teori – teori yang menjadi landasan manajemen public relations, diantaranya sebagai berikut :

a. The Excellence Theory

Teori ini merupakan hasil kajian yang dilakukan oleh James E. Grunig, Larissa A. Grunig, dan David M. Dozier yang meneliti praktek-praktek organisasi yang dikenal dengan manajemen public relations dan manajemen komunikasi khususnya praktek-praktek yang berhubungan dengan empat macam model atau filosofi public relations yaitu publisitas atau agen pers, informasi publik, dua arah asimetris, dan dua arah simetris.

Hasil studi menunjukkan bahwa model public relations yang paling efektif adalah model simetris dua arah karena adanya nilai-nilai pengertian bersama dan advokasi dua arah. Secara umum, teori ini menyatakan bahwa nilai komunikasi dapat dilihat melalui empat tingkatan, yaitu :

- 1.) Tingkatan program – organisasi yang efektif harus menguatkan public relations sebagai fungsi manajemen yang kritis.
 - 2.) Tingkatan fungsional – public relations harus terintegrasi dengan fungsi-fungsi komunikasi dan terpisah dari fungsi manajemen lainnya termasuk marketing
 - 3.) Tingkatan organisasi – organisasi yang efektif harus mendasarkan komunikasi internal dan eksternal serta membangun hubungan pada model simetris dua arah.
 - 4.) Tingkatan sosial – organisasi harus menyadari dampak organisasi terhadap organisasi lain dan publik. Suatu organisasi dapat dikatakan tidak akan efektif kecuali jika organisasi tersebut bertanggung jawab secara sosial.
- a. Contingency Theory

Teori ini merupakan reaksi dari the excellence theory. Teori ini menawarkan nilai-nilai inti dari model simetris dua arah dengan model yang lebih situasional. (Eadie, 2009 : 717-718).

D. Komunikasi Organisasi

1. Defenisi Komunikasi Organisasi

Organisasi pada hakikatnya mendasarkan pada ilmu perilaku itu sendiri yang dikembangkan dengan pusat perhatiannya pada tingkah laku manusia dalam organisasi. Kerangka dasar bidang pengetahuan ini didukung paling sedikit dua komponen, yakni individu-individu yang berperilaku dan organisasi formal sebagai wadah dari perilaku tersebut. Ciri peradaban manusia yang bermasyarakat senantiasa ditandai dengan keterlibatannya dalam suatu organisasi tertentu. Itu berarti bahwa manusia tidak bisa melepaskan dirinya untuk tidak terlibat pada kegiatan-kegiatan berorganisasi Thoha, (2011:02).

Menurut Warren Bennis (Thoha, 2011:03) organisasi ialah semua kalangan masyarakat yang ikut berpartisipasi menyaksikan akhir hayat dari birokrasi, dan mengetahui terbitnya suatu sistem sosial yang lebih baik dari abad yang sekarang.

Menurut Duncan (Thoha, 2011:05) komunikasi organisasi adalah sebagai berikut :

- a) Bagian-bagian yang relevan dari semua tingkah laku yang berusaha menjelaskan tindakan-tindakan manusia didalam organisasi.
- b) Sesuatu yang mengajarkan kedisiplinan dan mengenal bahwa individu-individu dipengaruhi oleh bagaimana pekerjaan diatur dan siapa yang bertanggung jawab untuk pelaksanaannya.

- c) Memusatkan pada kebutuhan manager untuk menjamin bahwa keseluruhan tugas pekerjaan agar bisa dijalankan.

Larry L. Cummings (Thoha, 2011:08) mengemukakan bahwa komunikasi adalah suatu cara berfikir, suatu cara untuk memahami persoalan-persoalan dan menjelaskan secara nyata hasil-hasil penemuan berikut tindakan-tindakan pemecahan.

Menurut Thoha (2011:04) perilaku komunikasi organisasi adalah suatu studi yang menyangkut aspek-aspek tingkah laku manusia dalam suatu organisasi atau suatu kelompok tertentu. Ia meliputi aspek yang ditimbulkan dari pengaruh organisasi terhadap manusia demikian pula aspek yang ditimbulkan dari pengaruh manusia terhadap organisasi. Tujuan praktis dari pemecahan studi ini adalah untuk mendeterminasi bagaimanakah perilaku itu mempengaruhi usaha pencapaian tujuan-tujuan organisasi.

Selain itu, adanya unsur-unsur komunikasi organisasi menurut Weber (Thoha, 2011:14) adalah sebagai berikut :

- 1) Otoritas yang rasional dan sah, hal ini diciptakan oleh tingkat dan posisi yang dipegang oleh seorang pejabat didalam suatu hirarki.
- 2) Otoritas yang tradisional, ini diciptakan oleh kelas-kelas dalam masyarakat dan juga oleh adat kebiasaan.
- 3) Otoritas yang kharismatik, ini ditimbulkan oleh potensi kepribadian dari pejabat.

E. Konflik

1. Pengertian Konflik

Konflik merupakan gejala sosial yang serba hadir dalam kehidupan sosial, sehingga konflik bersifat inheren artinya konflik akan senantiasa ada dalam setiap ruang dan waktu, dimana saja dan kapan saja. Dalam pandangan ini, masyarakat merupakan arena konflik atau arena pertentangan dan integrasi yang senantiasa berlangsung. Oleh sebab itu, konflik dan integrasi sosial merupakan gejala yang selalu mengisi setiap kehidupan sosial. Hal-hal yang mendorong timbulnya konflik dan integrasi adalah adanya persamaan dan perbedaan kepentingan sosial.

Di dalam setiap kehidupan sosial tidak ada satu pun manusia yang Memiliki kesamaan yang persis, baik dari unsur etnis, kepentingan, kemauan, kehendak, tujuan dan sebagainya. Dari setiap konflik ada beberapa diantaranya yang dapat diselesaikan, akan tetapi ada juga yang tidak dapat diselesaikan sehingga menimbulkan beberapa aksi kekerasan. Kekerasan merupakan gejala tidak dapat diatasinya akar konflik sehingga menimbulkan kekerasan dari model kekerasan yang terkecil hingga peperangan. Konflik adalah suatu masalah sosial yang timbul karena adanya perbedaan pandangan yang terjadi di dalam masyarakat maupun Negara, (Elly, 2011:345).

Pengertian Konflik menurut Robbins, Konflik adalah suatu proses yang dimulai bila satu pihak merasakan bahwa pihak lain telah memengaruhi secara negatif atau akan segera memengaruhi secara negatif pihak lain. Menurut Alabanness, Pengertian Konflik adalah kondisi yang dipersepsikan ada di antara

pihak-pihak atau lebih merasakan adanya ketidaksesuaian antara tujuan dan peluang untuk mencampuri usaha pencapaian tujuan pihak lain.

Dari kedua pengertian konflik yang disampaikan pakar di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa Konflik adalah proses yang dinamis dan keberadaannya lebih banyak menyangkut persepsi dari orang atau pihak yang mengalami dan merasakannya. Dengan demikian jika suatu keadaan tidak dirasakan sebagai konflik, maka pada dasarnya konflik tersebut tidak ada dan begitu juga sebaliknya. Faktor penyebab konflik ada bermacam-macam. Beberapa faktor penyebab konflik, yaitu :

- 1) Salah satu faktor penyebab konflik adalah Saling bergantungan. Saling bergantungan dalam pekerjaan terjadi jika dua kelompok organisasi atau lebih saling membutuhkan satu sama lain guna menyelesaikan tugas.
- 2) Salah satu faktor penyebab konflik ialah perbedaan tujuan. Perbedaan tujuan yang terdapat diantara satu bagian dengan bagian yang lain yang tidak sepaham bisa menjadi faktor penyebab munculnya konflik.
- 3) Salah satu faktor penyebab konflik yaitu perbedaan persepsi ataupun pendapat. Dalam hal menghadapi suatu masalah, perbedaan persepsi yang ditimbulkan inilah yang menyebabkan munculnya konflik.

<http://www.pengertianpakar.com/2015/03/pengertian-konflik-faktor-penyebabnya-dan-macam-macamnya/dikutip/26-05-2018>

Konflik organisasi dapat diklasifikasikan berdasarkan beberapa segi, diantaranya : Ditinjau dari segi situasi pertentangan, konflik dapat di bedakan atas, sebagai berikut : (Rohim, 2009:76).

- a) Konflik dalam diri individu (*intrapersonal conflict*)

Bila ketegangan meliputi seseorang karena tak dapat mengambil keputusan sehingga tak dapat memenuhi apa yang diharapkan oleh organisasi darinya (*role expectation*) maka ia sedang mengalami "*intrapersonal conflict*"

b) Konflik antar individu (*interpersonal conflict*)

Bila dua orang tidak mencapai kesepakatan tentang suatu persoalan, tindakan, atau tujuan maka muncullah konflik antar individu. Konflik jenis ini sering muncul karena perbedaan pendapat, orientasi atau status.

c) Konflik antar individu dengan kelompok (*intragroup conflict*)

Konflik ini berkaitan dengan cara seseorang menghadapi tekanan keseragaman yang dipaksakan kelompok kerja kepadanya. Seseorang dapat diberi hukuman oleh kelompok kerjanya karena ia tidak memenuhi kriteria produktifitas kelompok tersebut.

d) Konflik antar kelompok pada organisasi yang sama (*intergroup conflict*)

Konflik ini terjadi karena pertentangan kepentingan darisetiap kelompok dalam organisasi misalnya konflik antar pegawai lini dan staf, kelompok karyawan manajemen, atau antar sub-unit.

e) Konflik antar organisasi (*interorganizational conflict*)

Konflik ini dipicu dari persaingan antar perusahaan yang melaksanakan usaha bebas. Konflik ini disebut konflik persaingan karena akibat bentuk persaingan baik dalam bentuk hasil produksi, persaingan ekonomi antar daerah ataupun negara.

f) Konflik antar individu dalam organisasi yang berbeda (*interpersonal conflict in different organization*)

Sebagai contoh :seorang wartawan dalam sebuah surat kabar selalu memaparkan kekurangan yang dilakukan oleh seorang manajer dalam suatu perusahaan. Cepat atau lambat akan terjadi konflik dari kedua orang tersebut yang berasal dari organisasi yang berbeda.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode yang dipakai pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif permasalahan yang dibawa oleh peneliti masih bersifat sementara, maka teori yang digunakan dalam penyusunan proposal penelitian kualitatif juga masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti memasuki lapangan atau konteks sosial, (Sugiyono, 2010:213).

Metode penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang disebut sebagai metode baru karena popularitasnya belum lama. Disebut juga metode *postpositivisik* karena berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*. Metode ini disebut juga metode artistik, karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang terpola) dan disebut sebagai metode *interpretive* karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan, Sugiyono (2010:7-8).

1. Jenis Penelitian

Menurut Kultar Singh (Bajari, 2014:36), penelitian deskriptif adalah bagian dari penelitian konklusif atau eksplanatif. Pengertian konklusif itu sendiri sebenarnya adalah analisis fenomena yang berupaya menjawab persoalan dengan panduan konsep sebelumnya (*Previous Consept*). Penelitian ini dibagi menjadi dua bagian yakni penelitian deskriptif dan penelitian eksplanatoris atau penelitian eksperimen.

Pada umumnya, para penulis mengelompokkan jenis-jenis penelitian berdasarkan tiga kategori :

- 1) Tujuan yang akan dicapai oleh penelitian
- 2) Pemanfaatan hasil penelitian
- 3) Lokasi dan tempat pengumpulan data.

Menurut Bajari, (2014:45) tujuan dari penelitian deskriptif adalah mengembangkan konsep dan menghimpun fakta-fakta bukan menguji hipotesis. Penelitian deskriptif berusaha menemukan pola sederhana yang didasarkan pada konsep tertentu. Dengan demikian, seorang peneliti yang menggunakan survey deskriptif mengedepankan pentingnya konsep rujukan dalam mengukur suatu fenomena. Seperti penelitian preferensi politik remaja atau pemilih pemula.

2. Kerangka Konsep

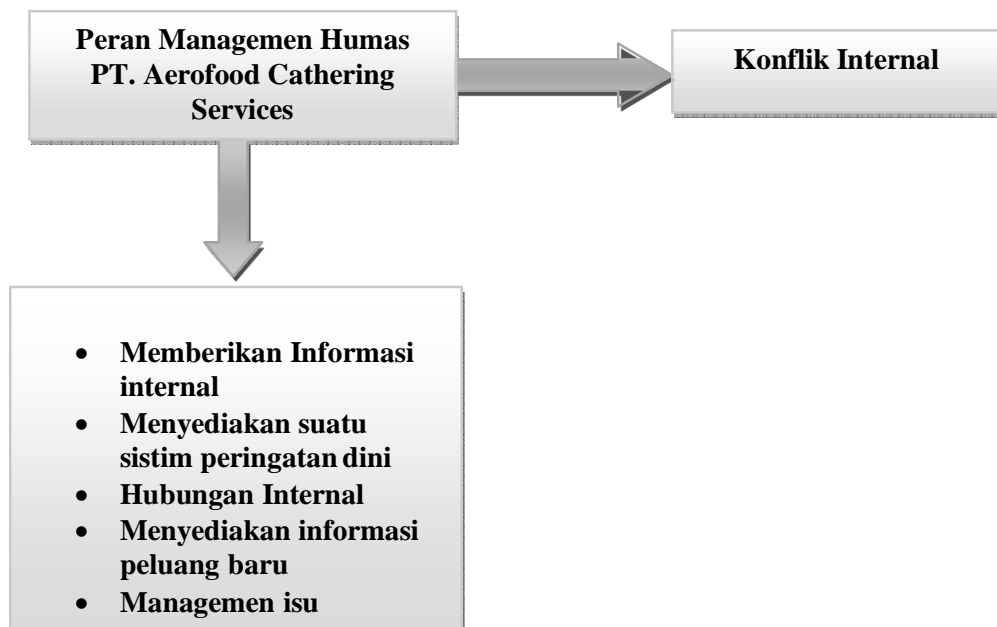
Seorang peneliti harus menguasai teori-teori ilmiah sebagai dasar dari argumentasi dalam menyusun kerangka konsep atau kerangka pemikiran yang membuahkan hipotesis. Kerangka konsep atau kerangka pemikiran ini merupakan penjelasan sementara terhadap kriteria utama agar suatu kerangka konsep bisa meyakinkan sesama alur-alur pemikiran yang logis dalam membangun suatu kerangka berfikir yang membuahkan kesimpulan atau hipotesis, Sugiyono (2010:60).

Kerangka konsep adalah sebuah kerangka berfikir yang dijadikan sebagai landasan dalam momentum perspektif penelitian. Kerangka konsep merupakan hasil pemikiran yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang akan dicapai. Kerangka konsep disusun sebagai perkiraan teoritis

dan yang akan dicapai setelah analisa secara kritis berdasarkan persepsi yang dimiliki, (Nawawi 2005: 43). Adapun kerangka konsep dalam penelitian ini yaitu menggambarkan melalui bagan sebagai berikut:

Gambar 3.1.

Kerangka Konsep



Sumber Data: Bab II Uraian Teoritis 2018.

3. Definisi Konsep

Adapun definisi konsep adalah penjelasan atau keterangan dari poin-poin di dalam bagan kerangka konsep antara lain sebagai berikut :

- a) Memberikan informasi internal kepada organisasi agar dapat meningkatkan semangat kerja demi meningkatkan produktifitas, mendorong kerja sama berkelompok serta meningkatkan kualitas kerja dari organisasi.

- b) Humas menyediakan suatu sistem peringatan dini agar organisasi dapat menghindari diri dari gangguan yang dapat saja terjadi ketika ada isu yang mendadak dan tidak direncanakan melanda organisasi.
- c) Humas menyediakan bagi organisasi informasi tentang peluang baru mengenai apa yang dapat diperoleh dari orang atau badan-badan lain diluar organisasi yang semuanya bermanfaat bagi pengembangan organisasi.
- d) Hubungan Internal, adalah bagian khusus PR yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan saling bermanfaat antara manajer dan karyawan tempat organisasi mengantungkan kesuksesannya.
- e) Manajemen Isu adalah proses proaktif dalam mengantisipasi, mengidentifikasi, mengevaluasi, dan merespon isu-isu kebijakan publik yang memengaruhi hubungan organisasi dengan publik mereka. Secara administratif atau secara konseptual, manajemen isu adalah bagian fungsi PR, akan tetapi, jika dilihat sebagai komunikasi persuasif, ia menjadi taktik untuk memengaruhi kebijakan publik, bukan sebagai bagian dari perencanaan strategi organisasi.

4. Narasumber Penelitian

Narasumber adalah orang yang memberi informasi dan pengetahuan. Untuk mendapatkan informasi yang diinginkan maka peneliti menentukan tujuh orang sebagai narasumbernya.

1.) Narasumber satu : Pegawai Humas

2.) Narasumber dua : Pegawai Humas

- 3.) Narasumber tiga : Pegawai yang terlibat konflik
- 4.) Narasumber empat : Pegawai yang terlibat konflik
- 5.) Narasumber lima : Pegawai yang terlibat konflik

Tentunya peneliti harus meminta izin personal terlebih dahulu untuk mewawancarai narasumber, agar mendapatkan tulisan yang baik dan fakta sesuai dengan konflik yang ada.

5. Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi penelitian dibuat agar wawancara riset penelitian tidak lari dari latar belakang masalah dan rumusan masalah. Adapun kategorisasi penelitian penulis adalah sebagai berikut :

- 1) Bagaimana Humas dalam memberikan informasi internal kepada antar sesama pegawai dan pimpinan.
- 2) Bagaimana Humas dalam menyediakan suatu sistem peringatan dini kepada antar sesama pegawai.
- 3) Bagaimana Humas dalam meningkatkan efektivitas kerja internal pegawai.
- 4) Bagaimana Humas dalam menyediakan informasi berupa mediasi dan solusi kepada para pegawai.
- 5) Bagaimana cara Humas dalam meminimalisir manajemen isu konflik internal antar pegawai ke kepegawai lainnya.

6. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang dapat dijadikan bahan penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan data melalui:

- a) Wawancara

Wawancara Adalah percakapan tatap muka antara pewawancara dengan sumber informasi, dimana pewawancara bertanya langsung tentang sesuatu objek yang diteliti. Menurut Moloeng wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewee) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewer) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. (Moloeng 2014:186).

Wawancara disini terbagi menjadi dua macam yakni wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Wawancara terstruktur adalah teknik pengumpulan data yang mana bila peneliti data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Sedangkan wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Wawancara adalah pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu, Sugiyono (2010:225).

Wawancara merupakan alat mengecek ulang atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya dan juga merupakan teknik komunikasi langsung antara peneliti dan sampel. Dalam penelitian dikenal teknik wawancara-mendalam. Teknik ini biasanya melekat erat dengan penelitian kualitatif. Wawancara mendalam (*in-depth interview*) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara

tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara di mana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. Keunggulannya ialah memungkinkan peneliti mendapatkan jumlah data yang banyak, sebaliknya kelemahan ialah karena wawancara melibatkan aspek emosi, maka kerjasama yang baik antara pewawancara dan yang diwawancarai sangat diperlukan, (Hariwijaya 2007: 73-74).

b) Penelitian perpustakaan

Penelitian ke perpustakaan adalah penelitian yang mempelajari dan mengumpulkan data-data literatur serta sumber bacaan yang relevan dan mendukung penelitian ini.

c) Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang telah berlalu yang berbentuk gambar, tulisan ataupun karya-karya monumental dari seseorang yang dapat menambah pengetahuan dan wawasan terhadap penelitian, Sugiyono (2010:225-241).

7. Teknik Analisis Data

Penganalisaan data kualitatif diawali dengan analisis berbagai data yang berhasil dihimpun dari lapangan penelitian. Data tersebut dikumpulkan baik melalui observasi, wawancara mendalam (*indept interview*) maupun berupa dokumen-dokumen penting yang mendukung penelitian. Keseluruhan data diklasifikasikan kedalam beberapa kategori-kategori tertentu. Pengklasifikasian

data ini dengan mempertimbangkan kemurnian/kebenaran data (kevalidtan), dengan senantiasa memperhatikan kompetensi subjek penelitian dan tingkat autentitasnya (Kriyantono, 2009:194).

Dalam penelitian analisis data dan pengolahan data sebagai berikut :

- a. Penyeleksian data, pemeriksaan kelengkapan dan kesempurnaan data serta kejelasan data.
- b. Reduksi data/pembentukan abstraksi dengan data yang ada seperti observasi, wawancara dan inti sari dokumen.
- c. Klasifikasi data yaitu mengelompokkan data dan dipilah-pilah sesuai dengan jenisnya.

8. Lokasi Dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Riset penelitian penulis akan dilakukan di sebuah kantor PT. Aerofood Catering Services (ACS) Kualanamu di area bandar udara internasional kualanamu yang beralokasi di Jalan Bandara Kuala Namu Ps. Enam Kuala Namu, Beringin, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20553.

2. Waktu Penelitian

Waktu riset penelitian akan dilakukan kisaran bulan Juni 2018 pada pukul 10.00 WIB sampai dengan selesai.

3. Deskripsi Lokasi Penelitian

a. Sejarah PT. Aerofood Cathering Services (ACS)

Dengan pengalamannya selama 40 tahun sebagai penyedia *airline catering* bertaraf internasional, Aerofood ACS sebagai bagian dari maskapai

penerbangan Garuda Indonesia telah berhasil dan selalu menjaga reputasi perusahaan untuk menghadirkan layanan kelas premium untuk produk makanan dan minuman terbaik di kelasnya.

Kesuksesan perusahaan dapat dirunut sejak berdirinya di tahun 1974, di mana saat itu perusahaan memulai operasinya di bawah nama PT Aero Garuda Dairy Farm bekerjasama dengan Dairy Farm, sebuah perusahaan catering yang berbasis di Hong Kong. Setelah sempat berubah nama menjadi PT Angkasa Citra Sarana Catering Serving, di tahun 1991 perusahaan ini beroperasi dengan bendera ACS (Aerowisata Catering Services).

ACS kemudian melakukan diversifikasi dengan menyediakan layanan *industrial catering* di tahun 2002, dan perusahaan mulai merintis bisnis retail F&B di tahun 2008. Dengan beragam kesuksesan yang terus di raih, perusahaan semakin mengembangkan divisi-divisi baru yang juga memberikan sumbangan bagi perkembangan perusahaan. Di tahun 2009, layanan manajemen *laundry* dan *in-flight logistic* memulai operasinya di bawah divisi yang diberi nama Garuda Support.

Bersamaan dengan terus majunya bisnis perusahaan, di tahun 2010 Aerowisata Group sebagai perusahaan induk meluncurkan logo perusahaan baru. Logo baru dimaksudkan untuk semakin memperkuat imej perusahaan berikut anak-anak perusahaannya. Di tahun yang sama, ACS juga mengubah namanya menjadi Aerofood ACS.

Logo perusahaan sungguh menunjukkan komitmen perusahaan yang lebih kuat dan logo baru ini juga menghembuskan semangat baru ke seluruh sendi

perusahaan yang berbasis di Jakarta ini serta semakin membulatkan tekad Aerofood ACS untuk semakin mengembangkan sayapnya.

Masih di tahun 2010, Aerofood ACS membuka kantornya di Denpasar, Surabaya, Medan, Balikpapan, Bandung, Yogyakarta dan Lombok. Di tahun 2014, cabang Pekanbaru direncanakan juga akan mulai beroperasi. Saat ini, Aerofood ACS memiliki lebih dari 5.500 staf profesional dan dikenal sebagai pemimpin dalam bisnis ini, dengan produk layanan premium *in-flight logistic* yang disajikan ke 40 perusahaan penerbangan komersil internasional dan domestic.

Aerofood ACS juga menyediakan layanan catering untuk lebih dari 20 perusahaan *blue ribbon* di seluruh negeri. Berbekal kekuatan pendekatan terhadap *customer* yang luar biasa, di tahun 2013 Aerofood ACS mendapat pengakuan *2013 Indonesian Airline Support Service Provider* dari Frost & Sullivan.

Pada tahun-tahun ke depan, Aerofood ACS telah menyiapkan rencana untuk terus meningkatkan layanan berkualitas dengan secara proaktif menggali lebih banyak peluang bisnis dan mengembangkan pendekatan inovatif sebagai cara untuk selalu menjadi yang terdepan dalam memenuhi tuntutan dan ekspektasi pasar.

b. Visi Dan Misi PT. Aerofood Cahtering Services (ACS)

Visi

Menjadi penyedia jasa makanan dan layanan berkualitas premium di Asia Tenggara

Misi

- Operasional yang prima kepada Garuda Indonesia dan *customer* lainnya.
- Membangun kedekatan hubungan untuk kemitraan jangka panjang
- Memaksimalkan nilai-nilai perusahaan untuk kepentingan para *stakeholder* melalui implementasi IFRESH sebagai *corporate culture*

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Data

1. Informan I

Informan pertama bernama lengkap Ibu Sri Wahyuni, berusia 37 tahun. Beliau bekerja sebagai Staff Humas (PR) di PT. Aerofood Cathering Services. Sesi wawancara dilakukan pada hari Senin, tanggal 25 Juni 2018, pada pukul 11.00 WIB sampai dengan selesai.

Memberikan Informasi Internal

Menurut Ibu Sri Wahyuni, komunikasi yang biasanya dilakukan antara staff Humas dengan pegawai lainnya adalah komunikasi langsung yang terjadi secara tatap muka dengan menggunakan bahasa yang informal, terkecuali ketika ada urusan dengan klien dari eksternal perusahaan. Untuk komunikasi yang sifatnya komunikasi yang memberikan informasi dan pemberitahuan kepada pegawai, staff Humas menggunakan media seperti android, smartphone, microphone dan speaker yang terhubung ke bagian-bagian divisi lain. Tetapi staff Humas lebih mengutamakan komunikasi langsung seperti ketika *briefing* pagi, evaluasi dan lain sebagainya.

Menyediakan suatu sistim peringatan dini

Ibu Sri Wahyuni menjelaskan bahwa ketika ada pegawai yang terlibat perselisihan dengan pegawai lainnya, maka hal pertama yang dilakukan staff Humas adalah mencoba meleraikan dan melakukan mediasi dengan bertanya ke

kedua belah pihak apa permasalahan yang terjadi serta mencoba mencari solusinya. Tetapi ketika masalah ini tidak dapat diredam setelah dilakukan mediasi dan mengganggu aktivitas kerja pegawai lainnya, maka akan diberikan surat peringatan. Pada akhirnya ketika masalah sudah terbawa kedalam urusan pribadi dan tidak dapat di tolerir maka hal kemungkinan yang terjadi adalah pemecatan.

Meningkatkan efektivitas kerja internal pegawai

Seperti yang sudah dijelaskan oleh Ibu Sri Wahyuni, upaya staff Humas dalam menetralsisir perselisihan antar pegawai yang sama-sama bekerja adalah dengan melakukan mediasi dan memberikan solusi serta arahan agar masalah tersebut tidak menjadi besar dan berdampak pada kinerja pegawai. Upaya-upaya yang dilaksanakan oleh staff Humas adalah dengan selalu memantau perkembangan kinerja dan efektivitas pegawai. Ketika ada pegawai yang mulai tidak bersemangat dalam bekerja dan tidak ada interaksi dengan salah seorang pegawai lainnya, maka sebagai staff Humas, Ibu Sri Wahyuni dan staff lainnya akan melakukan mediasi berupa *sharing* dan melayangkan pertanyaan, mengapa tidak bersemangat dan tidak bertegur sapa. Intinya lebih memperhatikan pribadi dan kinerja pegawai.

Menyediakan informasi berupa mediasi dan solusi kepada para pegawai

Untuk tempat diadakannya mediasi, Ibu Sri Wahyuni menjelaskan bahwa Staff Humas tidak menyediakan ruangan khusus. Biasanya mediasi dilakukan di ruangan staff Humas, Pantry bahkan diluar jam kerja seperti jam makan siang, agar suasana tidak terlalu tegang dan bisa lebih leluasa dan berbicara secara *face to face*. Tetapi ada kalanya solusi dan *sharing* dengan para pegawai dilakukan

pada *meeting* atau *briefing* kerja. Ibu Sri Wahyuni juga menjelaskan bahwa ketika pegawai yang mempunyai permasalahan tidak dapat menahan dirinya dan berdampak pada efektivitas kerja serta mengganggu kenyamanan kerja pegawai lainnya, maka pertama akan diberikan teguran berupa surat peringatan (SP) saja. Tidak sampai pada tahap pemecatan. Pemecatan terjadi jika pegawai sudah tidak bisa lagi menjaga *attitude* dengan baik dan merugikan serta memalukan nama Perusahaan.

Meminimalisir manajemen isu konflik internal antar pegawai

Ketika ditanya bagaimana Staff Humas meminimalisir agar permasalahan internal kantor tidak sampai terpublish ke eksternal kantor, Ibu Sri Wahyuni menjelaskan bahwa setiap setelah selesai kerja, pegawai selalu di beri penjelasan dan evaluasi agar tidak ada pembocoran kepada eksternal kantor seputar internal kantor. Baik dari data perusahaan, internal pegawai, pimpinan dan lain sebagainya. Jika itu terjadi, dengan upaya cepat staff Humas selalu menetralsisir dan memberi klarifikasi jika berita tersebut sudah sampai ke media. Jika tidak, para staff Humas tidak terlalu memeperdulikannya. Hanya memberi penjelasan sekedar bahwa itu hanya rumor belaka. Kemudian, cara staff Humas memberikan penyelesaian dan menetralsisir ketika ada perselisihan antar sesama pegawai adalah dengan cara selalu memberikan informasi dan mengawasi pegawai lain dalam hal bekerja. Tidak membiarkan pegawai mengobrol pada saat bekerja yang nantinya mengakibatkan menurunnya kinerja, serta berupaya menghindarkan para pegawai dari genk-genk dan satu perkumpulan, agar tidak terjadi perselisihan.

Setiap pegawai yang bekerja diupayakan agar selalu bekerja bersama dan berkomunikasi yang baik antar sesama pegawai.

2. Informan II

Informan kedua bernama lengkap Bapak Ahmad Affandy, berusia 30 tahun. Beliau bekerja sebagai Staff Humas (PR) di PT. Aerofood Cathering Services. Sesi wawancara dilakukan pada hari Senin, tanggal 25 Juni 2018, pada pukul 11.00 WIB sampai dengan selesai.

Memberikan Informasi Internal

Menurut Bapak Ahmad Affandy ketika ditanya bagaimana cara beliau berkomunikasi dengan para pegawai adalah dengan komunikasi yang bersifat langsung, santai dan tidak formal. Hal ini dilakukannya agar tidak ada jarak dan perbedaan di segala bidang/divisi pegawai. Kemudian, menurut Bapak Ahmad Affandy, banyak juga divisi di bagian lain yang jenjang umurnya masih diatas beliau. Jadi, ada kalanya juga harus berkomunikasi dengan baik dan formal kepada pegawai yang umurnya diatas Beliau. Kalau ditanya media apa saja yang dipakai ketika berkomunikasi, tentu saja Beliau menjawab komunikasi secara langsung, walaupun ada media yang digunakan ialah aplikasi android berbasis *chatt* seperti grup *chatt whatapp* saja untuk informasi-informasi dadakan dan bersifat penting.

Menyediakan suatu sistim peringatan dini

Ketika melihat ada gerak gerak lain dari para pegawai yang menunjukkan ketidaksenangan atau rasa ketidakpuasan dari salah seorang pegawai, maka yang dilakukan Bapak Ahmad Affandy adalah bertanya dengan salah seorang pegawai

tersebut, apa yang membuatnya bersikap seperti itu. Beliau lebih mengutamakan komunikasi interpersonal terlebih dahulu secara *face to face* agar pegawai yang mempunyai permasalahan dapat mengutarakan keluh kesahnya dengan baik dan tidak ragu-ragu. Kemudian coba memberikan solusi yang baik yang membuatnya kekesalah pegawai tersebut berkurang. Untuk skala peringatan, Beliau menegaskan Beliau bukan orang yang berwenang melakukan hal tersebut. Tetapi hanya sebatas memberikan peringatan saja.

Meningkatkan efektivitas kerja internal pegawai

Sampai sejauh ini, upaya Staff Humas dalam menetralsisir ketika ada perselisihan adalah dengan selalu mengevaluasi setiap hasil kerja para pegawai. Bertanya apakah ada pegawai yang tidak puas atau kurang puas dengan hasil kerja pegawai lainnya. Kemudian ketika ada, staff Humas selalu mencoba memberikan teguran dan solusi agar tidak ada lagi terjadi perselisihan. Untuk upaya yang dilakukan agar permasalahan tidak terjadi lagi biasanya Staff Humas akan memantau kinerja dari masing-masing divisi.

Menyediakan informasi berupa mediasi dan solusi kepada para pegawai.

Untuk masalah ruangan khusus untuk mediasi dan penyelesaian permasalahan internal pegawai tidak ada. Menurut Bapak Ahmad Affandy ruangan yang biasa dipakai adalah ruangan untuk *meeting* kerja. Beliau juga menegaskan, ketika ada pegawai yang tidak mengindahkan peraturan dan *attitude* didalam bekerja, sudah pasti teguran dan surat peringatan akan di keluarkan.

Meminimalisir manajemen isu konflik internal antar pegawai

Kemudian upaya Staff Humas agar permasalahan tidak sampai keluar eksternal kantor atau terpublish adalah dengan selalu memberi peringatan kepada para pegawai agar tidak membocorkan dan membeberkan internal perusahaan kepada luar Perusahaan. Selalu memberikan teguran serta akan memberikan sanksi berat kepada pegawai ketika hal tersebut sudah sampai keluar publik. Kemudian, ketika sudah sampai ke pihak media, maka dengan cepat staff Humas akan memberikan klarifikasi secara jelas bagaimana sebenarnya yang terjadi serta solusi yang diberikan.

3. Informan III

Informan ketiga bernama lengkap Bapak rahmad Andika, berusia 33 tahun. Beliau bekerja sebagai Staff/pegawai di PT. Aerofood Cathering Services. Sesi wawancara dilakukan pada hari Senin, tanggal 25 Juni 2018, pada pukul 11.00 WIB sampai dengan selesai.

Menurut Bapak Rahmad Andika, ketika mereka mengalami perselisihan paham mengenai jadwal dan kegiatan kerja dengan pegawai lainnya, maka biasanya Humas lebih mengajak mereka berbicara *face to face* menanyakan, ada permasalahan apa yang menyebabkan kurangnya kinerja. Kemudian, agar kinerja para pegawai selalu stabil dan tidak berkurang, dengan uapaya yang sangat lebih dikatakan kekeluargaan humas, menyelesaikannya dengan baik dan bijak.

Ketika ditanya apakah Bapak Rahmad Andika pernah terlibat perselisihan dengan teman pegawai, ia menjawab pernah. Biasanya yang seperti itu ketika ada yang mengambil libur cuti sesukanya tanpa berkompromi dengan pegawai yang lain. Tapi masalah tersebut tidak sampai menjerumus terlalu dalam. Bapak

Rahmad Andika menegaskan bahwa itu terjadi dikarenakan adanya rasa kesal saja. Upaya yang dilakukan oleh Bapak Rahmad Andika adalah dengan mencoba meredam emosi dan lebih kepada *sharing* kepada Humas, agar Staff Humas yang memberi teguran.

Bapak Rahmad Andika mengatakan bahwa sampai saat ini, peran Humas dalam menyikapi dan menyelesaikan permasalahan *intern* pegawai juga sangat kekeluargaan tanpa melibatkan peran atasan untuk memberikan sanksi atau sejenisnya.

4. Informan IV

Informan keempat bernama lengkap Ibu Lusiana, berusia 37 tahun. Beliau bekerja sebagai Staff/pegawai di PT. Aerofood Cathering Services. Sesi wawancara dilakukan pada hari Senin, tanggal 25 Juni 2018, pada pukul 11.00 WIB sampai dengan selesai.

Menurut Ibu Lusiana, selama ia bekerja di PT. Aerofood Cathering Services, ia tidak pernah mendapat masalah atau terlibat perselisihan dengan pegawai lainnya. Semua selalu disikapi dengan baik dan bijaksana olehnya. Namun, tidak Beliau pungkiri bahwa kerap sering terjadi perselisihan antar pegawai. Biasanya masalah pekerjaan dan ketepatan waktu. Ibu Lusiana juga menegaskan bahwa ia tidak sampai mempengaruhi efektifitas kerjanya. Tetapi terkadang hal ini membuat Beliau merasa tidak nyaman.

Menurut Beliau, sampai sejauh ini, Humas selalu menyikapi permasalahan para pegawai dengan bijak. Tidak sampai melibatkan atasan. Para pegawai pun masih mau mendengar dan masukan dari staff Humas. Beliau juga menegaskan,

jika Beliau menghadapi permasalahan dengan pegawai lainnya maka sedapat mungkin Beliau akan menahan ego dan menyelesaikannya sendiri. Tidak terbawa suasana dan bersikap professional dalam bekerja serta tidak sampai merugikan kinerja kerjanya di PT. Aerofood Chatering Services.

Untuk bagaimana kinerja Humas sampai saat ini, Ibu Lusiana mengatakan bahwa mereka Staff Humas sudah berusaha maksimal dan bekerja dengan baik agar permasalahan *intern* pribadi para pegawai tidak sampai mengganggu kinerja dan diketahui oleh publik. Cara Staff Humas menyelesaikan permasalahan pegawai atau yang lainnya juga tidak dengan amarah dan sanksi. Tapi lebih seperti pemberitahuan saja.

5. Informan V

Informan kelima bernama lengkap Bapak Andreas Irawan, berusia 40 tahun. Beliau bekerja sebagai Staff/pegawai di PT. Aerofood Cathering Services. Sesi wawancara dilakukan pada hari Senin, tanggal 25 Juni 2018, pada pukul 11.00 WIB sampai dengan selesai.

Menurut Bapak Andreas Irawan, ia pernah sekali bermasalah dengan pegawai lainnya. Hal ini didasari oleh sikap pegawai, terutama pegawai baru yang belum bekerja maksimal bekerja dengan baik, serta tidak mau bertanya. Akibatnya efektivitas kerja tidak maksimal dan baik. Ketika permasalahan tersebut sudah di *sharingkan* kepada pihak Staff Humas, Bapak Andreas Irawan mengatakan Humas dengan cepat memproses dan memberikan teguran biasa terhadap pegawai baru dan menjelaskan bagaimana sistem kerja yang sebenarnya.

Kepada pribadi Bapak Andreas Irawan, ia mengatakan bagaimana ia menyikapinya adalah berupaya tidak marah dan menjaga sikap agar tidak sampai terjadi perseteruan sembari tetap memberitahu bagaimana bagian kerja karyawan tersebut. Kemudian, Bapak Andreas Irawan mengatakan sampai saat ini kinerja Staff Humas sudah sangat baik dalam mengatasi permasalahan internal pegawai. Selalu mengedepankan kualitas kinerja pegawai. Memperhatikan apa saja yang menjadi kekurangan kinerja kerja dan mencari solusi yang tidak merugikan para pegawai. Sedapat mungkin Staff Humas tidak melibatkan atasan atau pimpinan dalam hal tersebut.

B. Pembahasan Data

Dari hasil wawancara dengan lima orang narasumber yakni Staff/pegawai PT. Aerofood Chatering Services yang dilakukan pada hari Senin, tanggal 25 Juni 2018, pada pukul 11.00 WIB sampai dengan selesai, dan beberapa pertanyaan tambahan dari penulis sendiri secara langsung guna menambah informasi terkait penelitian penulis, maka dapat dirangkum hasil keseluruhan jawaban dari para narasumber adalah sebagai berikut :

Hasil wawancara dengan dua orang Staff bagian Humas, bagaimana cara Staff Humas memberkan informasi internal kepada para pegawai lain adalah dengan menggunakan komunikasi langsung yang bersifat tatap muka dengan menggunakan bahasa yang informal, terkecuali ketika ada urusan dengan klien dari eksternal perusahaan. Untuk komunikasi yang sifatnya komunikasi yang memberikan informasi dan pemberitahuan kepada pegawai, staff Humas menggunakan media seperti android, smartpone, microphone dan speaker yang

terhubung ke bagian-bagian divisi lain. Tetapi staff Humas lebih mengutamakan komunikasi langsung seperti ketika *briefing* pagi, evaluasi dan lain sebagainya. Hal ini dilakukannya agar tidak ada jarak dan perbedaan di segala bidang/divisi pegawai.

Bagaimana cara Staff Humas menyediakan suatu sistem peringatan dini, maka hal pertama yang dilakukan staff Humas adalah mencoba meleraikan dan melakukan mediasi dengan bertanya ke kedua belah pihak apa permasalahan yang terjadi serta mencoba mencari solusinya. Tetapi ketika masalah ini tidak dapat diredam setelah dilakukan mediasi dan mengganggu aktivitas kerja pegawai lainnya, maka akan diberikan surat peringatan. Pada akhirnya ketika masalah sudah terbawa ke dalam urusan pribadi dan tidak dapat ditolerir maka hal kemungkinan yang terjadi adalah pemecatan.

Bagaimana cara Staff humas dalam meningkatkan efektivitas kerja internal pegawai upaya staff Humas dalam menetralkan perselisihan antar pegawai yang sama-sama bekerja adalah dengan melakukan mediasi dan memberikan solusi serta arahan agar masalah tersebut tidak menjadi besar dan berdampak pada kinerja pegawai. Upaya-upaya yang dilaksanakan oleh staff Humas adalah dengan selalu memantau perkembangan kinerja dan efektivitas pegawai. Dan dengan selalu mengevaluasi setiap hasil kerja para pegawai. Bertanya apakah ada pegawai yang tidak puas atau kurang puas dengan hasil kerja pegawai lainnya. Kemudian ketika ada, staff Humas selalu mencoba memberikan teguran dan solusi agar tidak ada lagi terjadi perselisihan. Untuk upaya yang dilakukan agar permasalahan tidak

terjadi lagi biasanya Staff Humas akan memantau kinerja dari masing-masing divisi.

Bagaimana cara Staff Humas menyediakan informasi berupa mediasi dan solusi kepada para pegawai adalah dengan memberikan solusi dan *sharing* dengan para pegawai dilakukan pada *meeting* atau *briefing* kerja ketika pegawai yang mempunyai permasalahan tidak dapat menahan dirinya dan berdampak pada efektivitas kerja serta mengganggu kenyamanan kerja pegawai lainnya, maka pertama akan diberikan teguran berupa surat peringatan (SP) saja. Tidak sampai pada tahap pemecatan. Pemecatan terjadi jika pegawai sudah tidak bisa lagi menjaga *attitude* dengan baik dan merugikan serta memalukan nama Perusahaan. Kemudian, ketika ada pegawai yang tidak mengindahkan peraturan dan *attitude* didalam bekerja, sudah pasti teguran dan surat peringatan akan di keluarkan.

Bagaimana Staff Humas dalam Meminimalisir manajemen isu konflik internal antar pegawai adalah dengan setiap setelah selesai kerja, pegawai selalu di beri penjelasan dan evaluasi agar tidak ada pembocoran kepada eksternal kantor seputar internal kantor. Baik dari data perusahaan, internal pegawai, pimpinan dan lain sebagainya. Jika itu terjadi, dengan uapaya cepat staff Humas selalu menetralsisir dan membei klarifikasi jika berita tersebut sudah sampai ke media. Jika tidak, para staff Humas tidak terlalu memeperdulikannya. Hanya memberi penjelasan sekedar bahwa itu hanya rumor belaka. Kemudian, cara staff Humas memberikan penyelesaian dan menetralsisir ketika ada perselisihan antar sesama pegawai adalah dengan cara selalu memberikan informasi dan mengawasi pegawai lain dalam hal bekerja. Tidak membiarkan pegawai mengobrol pada saat

bekerja yang nantinya mengakibatkan menurunnya kinerja, serta berupaya menghindarkan para pegawai dari genk-genk dan satu perkumpulan, agar tidak terjadi perselisihan.

Kemudian hasil wawancara dari tiga pegawai yang pernah terlibat konflik internal di PT. Aeorofood Chatering Services yakni, perselisihan yang kerap kali terjadi adalah perselihan paham mengenai jadwal dan kegiatan kerja dengan pegawai lainnya, pekerjaan dan ketepatan waktu. terutama pegawai baru yang belum bekerja maksimal bekerja dengan baik, serta tidak mau bertanya. Akibatnya efektivitas kerja tidak maksimal dan baik. Tetapi sampai sejauh ini, permasalahan *intern* pegawai tidak pernah sampai berpengaruh kepada efektivitas kinerja pegawai. Dikarenakan para pegawai, selalu berusaha bekerja dengan maksimal dan selalu didampingi Staff Humas dalam proses evaluasi kerja.

Menurut tiga pegawai yang menjadi narasumber, peran Humas dalam menyikapi permasalahan *intern* pegawai sudah sangat baik. Staff Humas selalu berusaha tampil maksimal serta tidak sampai pada pimpinan atau atasan. Semua dapat diminimalisir dengan baik tanpa harus diketahui oleh publik bagaimana proses kerja dan kinerja pegawai di PT. Aerofood Chatering Services. Kemudian, ada rasa tanggung jawab yang kuat dari para pegawai. Ketika ada rasa tidak puas terhadap kinerja pegawai lain atau bahkan sampe terlibat perselisihan, para pegawai selalu dapat menahan diri agar tidak mengganggu kinerja kerja mereka. Selalu berusaha menjaga sikap dan lebih melakukan komunikasi antar pribadi kepada Staff Humas agar dapat memberikan teguran dan hal terkait. Sampai saat ini, menurut para pegawai, Staff Humas sudah berupaya maksimal dan bekerja

dengan baik dalam mengatasi permasalahan internal pegawai agar tidak sampai terpublish bagaimana kinerja pegawai serta permasalahannya. Serta Staff Humas juga sudah cukup bijak dalam menangani permasalahan kerja dan memberikan solusi yang baik dalam masalah tersebut.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan adalah suatu proposisi (kalimat yang disampaikan) yang diambil dari beberapa premis (ide pemikiran) dengan aturan-aturan yang berlaku. Kesimpulan merupakan sebuah gagasan yang tercapai pada akhir pembicaraan atau tulisan. Adapun kesimpulan dari judul skripsi "**Peranan manajemen Humas terhadap konflik internal di PT. Aerofood Catering Services**", adalah sebagai berikut :

- I. Peran manajemen Humas adalah melakukan publisitas kepada pegawai maupun khalayak publik, memberikan informasi internal, Humas menyediakan suatu sistem peringatan dini, Humas menyediakan informasi tentang peluang baru serta meminimalisir isu konflik internal pegawai serta meningkatkan efektivitas kerja internal pegawai.
- II. Konflik internal pegawai yang kerap terjadi di PT. Aerofood Chatering Services berupa permasalahan antara ketepatan waktu dalam bekerja, masih adanya sebagian pegawai yang kinerja kerjanya kurang maksimal, suka mengobrol pada jam kerja serta untuk pegawai baru, kinerjanya masih kurang maksimal dalam bekerja serta kurang bertanya ketika ada hal yang kurang di mengerti. Hal ini mengakibatkan sebagian pegawai lain merasa terganggu dan menurunnya tingkat efektivitas kinerja pegawai.

- III. Cara Staff Humas dalam mengatasi konflik dan meningkatkan kinerja pegawai adalah dengan selalu mengevaluasi kinerja pegawai, kemudian ketika ada pengaduan dari pegawai lain tentang adanya perselisihan antara salah satu pegawai, maka Staff Humas akan melakukan teguran, berupa komunikasi langsung dan memecahkan masalah serta memberikan solusi yang baik agar tidak sampai berlanjut konflik yang terjadi tanpa harus sampai pada pimpinan Perusahaan.
- IV. Menurut narasumber penelitian, sampai sejauh ini Staff Humas sudah bekerja dengan baik dan maksimal dalam menyelesaikan konflik internal pegawai yang terjadi di PT. Aerofood Chatering Services. Salah satunya dengan selalu mengadakan evaluasi, memecahkan solusi permasalahan, memberikan informasi penting kepada pegawai, mengutamakan kinerja pegawai serta meminimalisir masalah dan konflik agar tidak sampai pada atasan atau pimpinan PT. Aerofood Cathering Services.

B. Saran

Adapun saran yang akan ditulis oleh penulis adalah sebagai masukan daripada tempat penelitian dan narasumber serta sebagai kelengkapan penulisan skripsi penulis, yakni sebagai berikut :

- I. Agar kiranya PT. Aerofood Chatering Services lebih memerhatikan kinerja pegawainya agar tidak terjadi penurunan efektivitas kerja.
- II. Melakukan kontrol langsung ke divisi-divisi kerja agar tidak ada lagi kelalaian kerja seperti mengobrol di waktu bekerja dan duduk santai.

III. Agar kiranya PT. Aerofood Chatering Services lebih memberikan sanksi khusus kepada para pegawai yang lalai dalam bekerja agar tidak ada lagi penurunan kinerja serta tidak mengganggu para pegawai lain yang sedang bekerja dengan sungguh-sungguh.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, M. Linggar. 2001. *Teori Dan Profesi Kehumasan*, Jakarta. Bumi Aksara.
- Bajari, Atwar. 2014. *Metode Penelitian Komunikasi Prosedur Trend Dan Etika*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media.
- Cangara, Havied, 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta. Raja Grafindo Persada
- Effendy, Onong Uchjana, 2003 : *Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi*, Bandung :PT. Citra Aditya Bakti
- Eadie, William F, 2009, *21 st. Century Communications A Reference Handbook*. Myers, D.G. 1993. *Social Psychology*. Mc Graw-Hill, INC. New York.
- Elly, M & Usman Kolip. 2011. *Pengantar Sosiologi*, Jakarta. Penerbit Kencana.
- Hariwijaya, M dan Triton P.B. 2007. *Pedoman Penulisan Ilmiah Proposal Dan Skripsi*. Yogyakarta : Elmatara Publishing
- Husaini, Usman. 2006. *Managemen, Teori, Praktik Dan Riset Pendidikan*, Jakarta. Bumi aksara.
- Kriyantono, Rakhmad. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group Putra Utama
- Liliweri, Alo, 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Jakarta. Kharisma Putra Utama
- Moleong, J. Lexy. 2014. *Metodelogi Penelitian Kualiatitif*, Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, Hadari, 2005. *Metode Penelitian Survei, Edisi Revisi*, Jogjakarta. Liberty
- Ruslan, Rosady. 2007. *Manajemen Public Relations & Media komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Rohim, Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi*, Jakarta. PT. Rineka Cipta
- Rumantin, S.R. Maria. 2002. *Dasar-Dasar Public Relation*, Jakarta. PT. Grasindo.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* Bandung. Alfabeta

Sufyarma, H.M. 2003. *Kapita Selekta Managemen Pendidikan*, Bandung. Penerbit Alfabeta.

Thoha, Miftah 2011. *Perilaku Orgnisasi : Konsep Dasar dan Aplikasinya*, Jakarta. Rajawali Press

Widjaja, HAW, 2000: *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, Jakarta : PT. Rineka Cipta

Sumber lain/Internet :

(<http://itha911.wordpress.com/kumpulanmakalah2/hambatankomunikasi/dikutip26/02/20148>)

https://www.kompasiana.com/mediatrust/peran-public-relation-dalam-sebuahorganisasiatauperusahaan_55d5785aa2afbded18b539b6/dikutip/26-05-2018)

<JurusanKomunikasi.blogspot.com/2010/12/manfaatpulicrelation/html/dikutip26/02/2018>).

<http://www.pengertianpakar.com/2015/03/pengertian-konflik-faktor-penyebabnya-dan-macam-macamnya/dikutip/26-05-2018>)

DAFTAR WAWANCARA

PERANAN MANAGEMEN HUMAS TERHADAP KONFLIK INTERNAL DI PT AEROFOOD CATHERING SERVICES

Nama :

Umur :

Pekerjaan :

Ditujukan untuk pegawai Humas PT. Aerofood Cathering Services

Memberikan Informasi Internal

1. Bagaimana cara Anda berkomunikasi dengan para pegawai?

Jawab :

2. Media apa yang Anda gunakan ketika berkomunikasi dan memberikan informasi internal kepada pegawai?

Jawab :

Menyediakan suatu sistim peringatan dini

3. Bagaimana cara Anda mengetahui dan menyikapi ketika ada pegawai yang mengalami perselisihan paham terkait masalah sistematis kerja?

Jawab :

4. Adakah peringatan khusus atau skorsing ketika ada perselisihan antar pegawai yang mengakibatkan tingkat efektivitas kerja menurun?

Jawab :

Meningkatkan efektivitas kerja internal pegawai

5. Bagaimana cara Anda sebagai Humas perusahaan dalam menetralsir permasalahan dan perselisihan antar sesama pegawai?

Jawab :

6. Upaya-upaya apa saja yang dilakukan agar perselisihan antar pegawai dapat di minimalisir?

Jawab :

Menyediakan informasi berupa mediasi dan solusi kepada para pegawai.

7. Adakah ruangan khusus untuk memanggil dan memberikan arahan dan peringatan kepada pegawai yang mempunyai permasalahan dan perselisihan?

Jawab :

8. Adakah peringatan khusus atau sanksi kepada setiap para pegawai yang di infomasikan? Bagaimana cara menyampaikan informasi tersebut.

Jawab :

Meminimalisir manajemen isu konflik internal antar pegawai

9. Bagaimana cara Humas agar perselisihan antar pegawai tidak sampai terpublish keluar kantor?

Jawab :

10. Bagaimana cara dan upaya Humas agar perselisihan antar pegawai tidak memperngaruhi pegawai lain yang nantinya bisa berdampak menurunnya efektivitas kerja pegawai?

Jawab :

Ditujukan Untuk Pegawai PT. Aerofood Cathering Services

11. Apakah Anda pernah terlibat perselisihan dengan sesama pegawai Perusahaan? Jelaskan.

Jawab :

12. Apakah permasalahan tersebut akhirnya berdampak pada tingkat efektivitas kerja Anda?

Jawab :

13. Menurut Anda, bagaimana Humas menyikapi hal tersebut?

Jawab :

14. Apakah upaya yang Anda lakukan agar permasalahan atau perselisihan tersebut dapat diminimalisir?

Jawab :

15. Menurut Anda, bagaimana cara kerja Humas dalam hal tersebut?

Jawab :

Lampiran**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****Data Pribadi**

Nama : Mhd. Wibi Prasatya
Tempat/Tanggal lahir : Medan, 24 Juli 1996
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Warga Negara : Indonesia
Alamat : Jl.Tuba 4 Gg.Pembangunan 6 No.2b
Anak Ke : 2 dari 4 beraudara

Nama Orang Tua

Ayah : Zainal
Ibu : Aisyah
Alamat : Jl.Tuba 4 Gg.Pembangunan 6 No.2b

Pendidikan Formal

1. SD Negeri 064959 Tahun 2002 - 2008
2. SMP Negeri 3 Medan Tahun 2008 - 2011
3. SMKN BINAAN PROVSU Tahun 2011 – 2014
4. S-1 FISIP Program Studi Ilmu Komunikasi Univeritas Muhammadiyah Sumatera Utara Tahun 2014 – 2018

Medan, 15 Oktober 2018

Mhd. Wibi Prasatya

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth.

Medan, Oktober 2017.

Bapak/Ibu Ketua Jurusan

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 : M. Wibi Prasatya
 N P M : 1403110076
 Jurusan : Ilmu Komunikasi
 Tabungan sks : 123 sks, IP Kumulatif 3.07

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Peran manajemen Humas terhadap konflik internal di PT. Aeropood Catering Services	<i>[Signature]</i> 18/10-17
2	Efektivitas masyarakat dalam menjalankan media relations dan Etika Humas Perusahaan di BPPAD	
3	Peran Humas Internal pada Sitap bullying di PT. Aeropood Catering Services	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

- Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
- Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
- 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.

Pemohon,

Medan, tgl. Oktober 2017.

[Signature]
 (..... M. Wibi Prasatya)

Ketua,

[Signature]

PB: BAHUM JAMIL



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**

Nomor : 016 /SK/IL.3-AU/UMSU-03/F/2017

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 **18 Oktober 2017** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **M. WIBI PRASATYA**
N P M : 1403110076
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2017 / 2018
Judul Skripsi : **PERAN MANAJEMEN HUMAS TERHADAP KONFLIK INTERNAL DI PT. AEROFOOD CATERING SERVICES .**

Pembimbing : Drs. Bahrum Jamil., M.AP.

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 18 Oktober 2018

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal ~~28~~ **18** Muharram 1439 H
18 Oktober 2017 M



Drs. Tasrif Syam., M.Si.

Tembusan :

1. Ketua P.s. Ilmu Komunikasi
2. Pembimbing I dan II ybs. Di Medan;
3. Pertinggal.



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

Nomor : 468 / KET/II.3-AU/UMSU-03/F/2018
Lampiran : -.-
Hal : *Mohon Diberikan izin Penelitian Mahasiswa*

Medan, 25 Sya'ban 1439 H
11 Mei 2018M

Kepada Yth ,
PT . Aerofood Catering
Services
di -
Tempat

Assalamu 'alaikum wr. wb.

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 : M. WIBI PRASATYA
N P M : 1403110076
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2017 / 2018
Judul Skripsi : PERAN MANAJEMEN HUMAS TERHADAP KONFLIK INTERNAL DI PT. AEROFOOD CATERING SERVICES.

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



Dekan,
Dekan I

[Signature]
Drs. ZULWAHMI, M.I.Kom.



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

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
 Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id
 Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

Sk-3

PERMOHONAN
 SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

da Yth.

Medan, 23 Desember 2017.

Rektor Dekan FISIP UMSU

n.

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : MHD. WIBI PRASATYA
 N P M : 1403110076
 Jurusan : Ilmu Komunikasi

sejukkan permohonan mengikuti seminar proposal skripsi yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 016./SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2017 tanggal 20 Oktober 2017 dengan judul sebagai berikut :

PERAN MANAJEMEN HUMAS TERHADAP KONFLIK INTERNAL DI PT. FOOD CATERING SERVICES

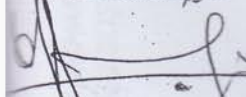
Sebagai permohonan ini turut saya lampirkan foto copy :

- 1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK-1);
- 2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
- 3. Ijazah yang telah disahkan;
- 4. Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
- 5. Bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
- 6. Bukti lunas biaya seminar proposal skripsi;
- 7. Proposal skripsi yang telah disahkan oleh kedua pembimbing (rangkap 5).

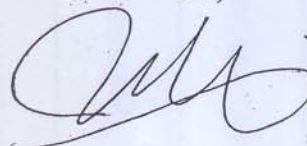
Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menyetujui :

Pembimbing


M. H. Jamil, M.AP.

Pemohon,



(MHD. WIBI PRASATYA)

UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 347/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2017

Program studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 28 Desember 2017
W a k t u : 14.00 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
21	JERRY MARETI	1403110019	1 BHRUM JAMIL, Drs, M.AP	1 RAHMANITA GINTING, M.A, Ph.D	EFEKTIVITAS PROMOSI KFC MELALUI <i>COMPACT DISC</i> TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK KFC SP. MATARAM MEDAN
22	RAHMATIKA PILIANTY	1403110143	1 PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	1 ZULFAHMI, Drs, M.I.Kom.	IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "JANGAN BURU-BURU" DI TELEVISI DALAM MEMPENGARUHI SIKAP KHALAYAK (Studi Pada Mahasiswa FISIP Universitas Sumatera Utara Terkait Iklan BKKBN "Jangan Buru-Buru")
23	MHD. WIBI PRASATYA	1403110076	1 PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	1 BHRUM JAMIL, Drs, M.AP	PERANAN MANAJEMEN HUMAS TERHADAP KONFLIK INTERNAL DI PT. AEROFOOD CATERING SERVICE
24	RIZKA TRI UTAMI PURBA	1403110194	1 LEYLIA KHAIRANI, Dr, M.Si	1 RAHMANITA GINTING, M.A, Ph.D	<i>BRAND IMAGE</i> DAN KUALITAS PRODUK TUPPERWARE DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI DI KOTA TEBING TINGGI
25	FITRI YOLANDA FEBRIANI	1403110064	1 MUHAMMAD THARIQ, M.I.Kom	1 ARIFIN SALEH, Dr, M.SP.	DAMPAK PROGRAM CSR PT. COCA COLA AMATIL INDONESIA TERHADAP PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT SEKITAR PERUSAHAAN

Medan, 9 Rabiul Akhir 1439 H
28 Desember 2017 M

Ar. Dekan
Wakil Dekan I

Drs. Zulfahmi, M.I.Kom.



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : M. WIBI PRASATYA
N P M : 1403110076
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI
Judul Skripsi : PERAN MANAJEMEN HUMAS TERHADAP KONFLIK INTERNAL DI PT. AEROFood CATERING SERVICES

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1)	6 Feb 2018	Penetapan Judul Skripsi	bf bf
2)	24 Feb 2018	Bimbingan proposal skripsi	bf bf
3)	3 Mar 2018	Bimbingan revisi proposal skripsi	bf bf
4)	12 Mar 2018	Bimbingan revisi proposal skripsi	bf bf
5)	6 Juni 2018	Bimbingan pertanyaan wawancara untuk mengisi Bab IV & V di skripsi	bf bf
6)	20 Sept 2018	Bimbingan skripsi Bab IV & V	bf bf
7)	1 Okt 2018	Bimbingan skripsi	bf bf
8)	9 Okt 2018	Bimbingan skripsi	bf bf

Medan, 9 Oktober 2018

Dekan,

Dr. Arifin Saleh MSP

Ketua Program Studi,

Nurhasannah Nst Ssof Mikom

Pembimbing ke :

Drs. Bahrem Jamil, M. AP.