

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 *Public Relations*

1) *Pengertian Public Relations*

Menurut PRSA (*Public Relations Society of America*) yang dikutip dari (Arief, 2019:8) *Public Relations* membantu organisasi dan publiknya untuk saling beradaptasi satu sama lain. *Public Relations* secara luar bermanfaat untuk organisasi sebagai kelompok secara kolektif, bukan hanya sebuah urusan bisnis, publik dalam hal ini mencakup beragam pemangku kepentingan.

Sedangkan menurut CIPR (*The Chartered Institute of Public Relations*) yang dikutip dari (Arief, 2019:9) *Public Relations* adalah disiplin untuk menjaga reputasi, dengan tujuan mendapatkan pemahaman dan dukungan serta dapat mempengaruhi pendapat dan juga perilaku.

Menurut Cutlip, Center, dan Broom dalam (Kriyantono, 2016:5) *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.

2) *Tugas dan Fungsi Public Relations*

Public Relations sebelum menjalankan tugas-tugasnya di dalam perusahaan harus mengetahui apa fungsi dari *Public Relations* itu terlebih dahulu. Di dalam perusahaan, seorang *Public Relations* secara fungsional dapat menjalankan fungsi-fungsi manajemen, dengan cara menciptakan komunikasi yang harmonis antara pimpinan dengan karyawan, pimpinan dengan publik, ataupun karyawan dengan publik untuk mencapai suatu citra perusahaan yang

menguntungkan, seperti apa yang dikatakan oleh Rex F. Harlow dalam (Andipate, 2020:31), yaitu:

1. Membantu pembentukan dan pemeliharaan garis komunikasi dua arah, saling pengertian, penerimaan, dan kerja sama antara organisasi dengan masyarakatnya, yang melibatkan manajemen masalah untuk selalu mendapatkan informasi.
2. Merespons pendapat umum, mendefinisikan, dan menekankan tanggung jawab manajemen dalam melayani kepentingan masyarakat.
3. Membantu manajemen mengikuti dan memanfaatkan perubahan dengan efektif, berfungsi sebagai sistem peringatan awal untuk membantu mengantisipasi kecenderungan, dan menggunakan riset serta komunikasi yang masuk akal dan etis sebagai sarana utamanya.

Tugas dan fungsi *Public Relations* yang disajikan oleh Cultip, Center, dan Broom dalam (Andipate, 2020:31-32), antara lain:

1. Melaksanakan program terencana dan berkelanjutan sebagai bagian dan manajemen.
2. Menangani hubungan antara organisasi dan publiknya.
3. Memantau kesadaran, pendapat, sikap, dan perilaku di dalam dan di luar organisasi.
4. Menganalisis dampak kebijaksanaan, prosuder, dan tindakan terhadap publik.
5. Menyesuaikan kebijaksanaan, prosedur, dan tindakan yang diketahui bertentangan dengan kepentingan publik dan kelangsungan hidup organisasi.
6. Memberi anjuran kepada manajemen perihal pembentukan kebijaksanaan, prosedur, dan tindakan baru yang saling menyenangkan terhadap organisasi dan publiknya.

7. Membentuk dan mengolah komunikasi dua arah antara organisasi dan publiknya.
8. Menghasilkan perubahan khusus dalam hal kesadaran, pendapat, sikap, dan perilaku di dalam dan di luar organisasi.
9. Menghasilkan hubungan yang baru dan/atau terpelihara antara organisasi dan publiknya.

Ada empat tugas *Public Relations* dalam suatu organisasi menurut Dozier&Broom (1995) dalam Ruslan (2016:20) sebagai berikut:

1. Penasehat Ahli (*Expert Prescriber*)

Seorang praktisi pakar *Public Relations* yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya.

2. Fasilitator Komunikasi (*Communication Fasilitator*)

Dalam hal ini, *Public Relations* bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Dipihak lain, *Public Relations* juga dituntut mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan organisasi kepada pihak publiknya. Sehingga dengan komunikasi timbal balik tersebut dapat tercipta saling pengertian, mempercayai, menghargai, mendukung, dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak.

3. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem Solving Process Fasilitator*)

Peranan praktisi *Public Relations* dalam proses pemecahan persoalan, *Public Relations* merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasehat hingga mengambil tindakan

eksekusi dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan profesional.

1. Teknisi Komunikasi (*Communication Technician*)

Sistem komunikasi dalam organisasi tergantung dari masing-masing bagian atau tingkatan, yaitu secara teknis komunikasi, baik arus maupun media komunikasi yang dipergunakan dari tingkat pimpinan dengan bawahan akan berbeda dari bawahan ke tingkat atasan. Hal yang sama juga berlaku pada arus dan media komunikasi antara satu level.

Berdasarkan uraian diatas, aktivitas seorang *Public Relations* tidak terlepas dari komunikasi dalam menjalankan tugas dan fungsinya, terutama dalam pencitraan, menciptakan komunikasi dua arah dan menjaga hubungan harmonis baik di internal maupun eksternal perusahaan.

2.1.2 Komunikasi Internal

Komunikasi internal merupakan kegiatan yang sering dilakukan oleh seorang karyawan di dalam perusahaan. Komunikasi internal merupakan hal yang paling penting dalam sebuah perusahaan. Komunikasi internal berbeda dengan proses komunikasi sehari-hari biasanya, karena komunikasi internal merupakan komunikasi untuk memberitahukan sesuatu yang terdapat dalam perusahaan melalui banyak cara. Seperti melalui memo, buletin perusahaan, email, atau group perusahaan yang terdapat di sosial media.

Secara khusus, komunikasi internal berfungsi sebagai media membina dan membangun hubungan dengan publik internal yang dirancang oleh perusahaan sehingga terciptanya kedekatan emosional yang diwujudkan melalui komitmen dan keterlibatan bersama untuk mencapai tujuan perusahaan (Wijaya, 2015).

2.1.3 *Human Relations*

1) Pengertian *Human Relations*

Effendy (2020:49-50), membagi dua pengertian *human relations*, yakni *human relations* dalam arti luas dan *human relations* dalam arti sempit.

- a. *Human Relations* dalam arti luas adalah komunikasi persuasif yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain secara tatap muka dalam segala situasi dalam semua bidang kehidupan sehingga menimbulkan kebahagiaan dan kepuasan hati kepada kedua belah pihak.
- b. *Human Relations* dalam arti sempit adalah komunikasi persuasif yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain secara tatap muka dalam situasi kerja (*work situation*) dan dalam organisasi kekerjaan (*work organization*) dengan tujuan untuk menggugah kegairahan dan kegiatan bekerja dengan semangat kerjasama yang produktif dengan perasaan bahagia dan puas hati.

Secara singkat *human relations* adalah suatu proses interaksi yang terjadi antara seseorang dengan orang lain untuk mendapatkan adanya saling pengertian, kesadaran, dan kepuasan psikologis.

2) Kunci Aktivitas *Human Relations*

Menurut Effendy (2020:52), kunci aktivitas *human relations* adalah motivasi. Memotivasikan karyawan untuk bekerja giat berdasarkan kebutuhan mereka yang dapat memuaskan. Seperti kebutuhan akan upah yang cukup bagi keperluan hidup keluarganya sehari-hari, kebahagiaan keluarganya, kemajuan dirinya sendiri, dan lain sebagainya.

Karena untuk memuaskan hati karyawan tidak mudah, hal ini memang tidak dapat disangkal. Kebahagiaan seorang karyawan

mendapatkan fasilitas yang cukup memuaskan dapat berdampak baik bagi suatu organisasi.

3) Dimensi *Human Relations*

Indikator *Human Relations* Menurut Davis (2015);

1. Komunikasi

Untuk dapat membangun kerjasama yang baik, sehingga dapat menjadi satu pemikiran dan dapat mencapai tujuan bersama dengan baik.

2. Pengarahan

Untuk memberi tahu tugas yang harus dikerjakan oleh karyawan, sehingga karyawan akan mengetahui apa instruksi dari pimpinan, dan karyawan dapat mengerjakannya secara penuh, dengan efektif dan efisien.

3. Keterbukaan

Untuk membangun harmonisasi antara pimpinan dan karyawan dalam perusahaan, diperlukan keterbukaan. Seperti keterbukaan informasi, seorang pimpinan harus memberikan informasi secara terbuka supaya tidak adanya kecemburuan sosial. Karyawan harus terbuka pula kepada pimpinan jikalau terdapat suatu permasalahan atau hambatan dalam melakukan pekerjaan.

4. Sikap Saling Menghargai

Untuk dapat terjalin hubungan yang baik, maka sikap saling menghargai perlu. Karyawan menghargai apa yang diinginkan oleh pimpinan perusahaan. Lalu pimpinan akan menghargai kinerja baik karyawan dengan cara memberikan bonus, atau kenaikan jabatan kepada karyawan.

5. Loyalitas

Untuk menjadi perusahaan yang berkembang dengan pesat, dapat bertahan dalam kondisi apapun, harus memiliki karyawan yang loyalitas dalam hal apapun. Karyawan akan memberikan kemampuannya secara penuh untuk perusahaan.

2.1.4 Etos Kerja

1) Pengertian Etos Kerja

Menurut Ginting (2016) yang dikutip dalam jurnal Pengaruh Etos Kerja terhadap Prestasi Kerja Karyawan, etos kerja adalah semangat kerja yang menjadi ciri khas seseorang atau kelompok yang bekerja, yang berlandaskan etika dan perspektif kerja yang diyakini dan diwujudkan melalui tekad dan perilaku konkret di dunia kerja.

Etos kerja adalah seperangkat perilaku positif dan fondasi yang mencakup motivasi yang menggerakkan mereka, karakteristik utama, spirit dasar, pikiran dasar, kode etik, kode moral, kode perilaku, sikap-sikap, aspirasi, keyakinan-keyakinan, prinsip-prinsip, dan standar-standar, (Darodjat 2015).

2) Karakteristik Etos Kerja

Terdapat 3 (tiga) karakteristik untuk menciptakan etos kerja yang bersinergi menurut (Priansa, 2018) dalam jurnal Pengaruh Kompetensi dan Etos Kerja terhadap Kinerja Karyawan, sebagai berikut:

1. Keahlian Interpersonal

Terdapat 18 (delapan belas) sifat yang dapat menggambarkan keahlian interpersonal pegawai: sopan, bersahabat, gembira, perhatian, menyenangkan, kerjasama, menolong, disenangi, tekun, loyal, rapi, sabar, apresiatif, kerja keras, rendah hati, emosi yang stabil, dan keras dalam kemauan.

2. Inisiatif

Terdapat 16 (enam belas) sifat yang dapat menggambarkan inisiatif yang berkenaan dengan pegawai: cerdas, produktif, banyak ide, berinisiatif, ambisius, efisien, efektif, antusias, dedikasi, daya tahan kerja, akurat, teliti, mandiri, mampu beradaptasi, gigih, dan teratur.

3. Dapat Diandalkan

Terdapat 7 (tujuh) sifat yang dapat menggambarkan seorang pegawai yang dapat diandalkan: mengikuti petunjuk, mematuhi peraturan, dapat diandalkan, dapat dipercaya, berhati-hati, jujur, dan tepat waktu.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 1.
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbandingan
1.	Nabila Indira Pasha, Maman Suherman (2021) Judul: Implementasi <i>Human Relations</i> dalam Meningkatkan Kinerja Profesional Barista Tunanetra Vol. 7, No 1	Mengetahui bagaimana implementasi <i>human relations</i> yang dilakukan manajer Cafe More dalam membentuk, meningkatkan, dan mempertahankan kinerja profesional barista tunanetra	Metode penelitian yang digunakan metode penelitian kualitatif	Kegiatan <i>human relations</i> seperti memotivasi, mendukung, dan memberikan sikap positif kepada barista sangat penting. Secara keseluruhan para barista merasa senang dan puas bekerja walaupun ada beberapa persoalan seperti kurangnya keterbukaan.	Sangat terlihat perbedaannya, sebab keterbukaan pada perusahaan peneliti menjadi budaya yang dijalankan dengan baik.

No	Nama dan Judul	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbandingan
2.	Lydia Hazanah, Dyah Rahmi Astuti, Wiry Setiana (2018) Judul: Implementasi <i>Human Relations</i> melalui Kegiatan Informal Vol. 2, No. 1	Untuk mengetahui bagaimana gambaran impelementasi <i>Human Relations</i> melalui kegiatan informal di Perum Perhutani.	Metode penelitian yang digunakan metode penelitian kualitatif.	Implementasi <i>Human Relations</i> melalui kegiatan informal menggunakan konsep POAC perencanaan (Planning), pengorganisasian (Organizing), pelaksanaan (Actuating), dan pengawasan (Controlling). Implementasi yang tercipta di Perum Perhutani dapat menciptakan kenyamanan, merasa dihargai dalam melaksanakan setiap pekerjaan, sehingga dapat dipahami pula bahwa implementasi <i>human relations</i> melalui kegiatan informal di Perum Perhutani telah dilaksanakan dengan baik sehingga dapat meningkatkan produktivitas dalam bekerja.	Perbedaannya adalah peneliti terdahulu menggunakan konsep kegiatan informal yang teratur untuk membangun <i>human relations</i> , namun pada penelitian ini perusahaan membangun <i>human relations</i> melalui kumpul dengan bahasa <i>meeting</i> namun didalamnya yang dibahas ialah terkait dengan memotivasi karyawan.

No	Nama dan Judul	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbandingan
3.	<p>Burhan Nurdin (2018)</p> <p>Judul: Pelaksanaan Human Relation oleh Camat dalam Mencapai Semangat Kerja Pegawai di Kantor Kecamatan Sindang Barang Kabupaten Cianjur No.1 Tahun XII</p>	<p>Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan human relation, dan juga faktor-faktor yang menghambat terhadap pelaksanaan human relation, serta untuk mengetahui upaya-upaya yang dilakukan dalam mencapai semangat kerja pegawai di Kantor Kecamatan Sindang Barang Kabupaten Cianjur.</p>	<p>Metode penelitian yang digunakan metode penelitian analisis kualitatif.</p>	<p>Melalui angket secara keseluruhan dengan demikian dapat diperoleh prosentase tanggapan responden yaitu 392/735 adalah 53,20% berada pada kriteria cukup baik, dengan demikian semangat kerja pegawai di Kantor Kecamatan Sindang Barang Kabupaten Cianjur, menurut persepsi 21 orang responden termasuk pada kriteria cukup baik.</p>	<p>Peneliti terdahulu menggunakan metode analisis kualitatif untuk mengetahui baik atau belumnya <i>human relations</i> pada suatu instansi, sedangkan pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara pada pimpinan dan juga karyawan pada Perusahaan untuk mengetahui bagaimana <i>human relations</i> dapat membangun etos kerja pada karyawan dalam perusahaan tersebut.</p>

No	Nama dan Judul	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbandingan
4.	<p>Indri Sari, Rizky Fauzi (2022)</p> <p>Judul: Penerapan Human Relations dalam Memotivasi Kerja Pegawai pada PT. Batik Danar Hadi Vol. 8, No. 1</p>	<p>Untuk mengetahui penerapan <i>Human Relations</i> dalam motivasi kerja pegawai di PT. Batik Danar Hadi</p>	<p>Metode penelitian yang digunakan ialah deskriptif kualitatif, dengan dasar penelitian menggunakan metode studi kasus</p>	<p><i>Human relations</i> dalam memotivasi dapat meningkatkan kinerja pegawai, seperti bekerja sesuai prosedur, disiplin datang tepat waktu, mencapai tujuan perusahaan, termotivasi untuk menyelesaikan pekerjaan tepat waktu dan adanya reward yang membuat kinerja pegawai akan meningkat.</p>	<p>Peneliti terdahulu meingkatkan motivasi kerja karyawan dengan pemberian <i>reward</i>. Namun, pada penelitian ini, membangun etos kerja karyawan selain mengadakan <i>reward</i> juga terdapat insentif dalam pencapaian setiap karyawan.</p>
5.	<p>Andini Rahmania Nurhakim, Ani Yuningsih (2021)</p> <p>Judul: Implementasi <i>Human Relations</i> Pattaya Steamboat Yakiniku melalui Program Achievement Motivation Vol. 1, No 1</p>	<p>Untuk mengetahui dan mengkaji peningkatan motivasi prestasi karyawan yang difokuskan pada kegiatan <i>human relations</i> antar pegawai dalam ruang lingkup perusahaan yang diberikan perhatian lebih untuk menumbuhkan motivasi kerja.</p>	<p>Metode penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif</p>	<p>Pelaksanaan <i>reward</i> koin untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan Pattaya steamboat yakiniku (PSY) berhasil menjadi salah satu program unik yang dibuat dari dua program unik.</p>	<p>Perbedaan dapat dilihat penelitian sebelumnya memberikan <i>reward</i> dengan koin, sedang pada perusahaan yang sedang diteliti memberikan <i>reward</i> berupa uang yang akan dianggap sebagai bonus bulanan.</p>

2.3 Kerangka Konsep

Gambar 2.
Kerangka Konsep

