

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Internal Public Relations*

2.1.1 Pengertian *Internal Public Relations*

Menurut Danandjaja (2011:22), *internal public* humas adalah salah satu bentuk dari humas yang menitik beratkan ke dalam perusahaan itu. Istilah ke “dalam” maksudnya, publik tersebut berlaku kepada hubungan publik yang ada didalam instansi atau perusahaan. Publik internal mempunyai tugas menjalin hubungan baik dan harmonis antara manajemen perusahaan dengan karyawannya. “mencapai karyawan yang mempunyai kegairahan kerja adalah tujuan *internal public*”. Seperti :

1. Hubungan dengan karyawan (*Employee Relations*).
2. Hubungan manusiawi (*Human Relations*).
3. Hubungan dengan buruh (*Labour Relations*).
4. Hubungan dengan pemegang saham (*Stockholder*)

2.1.2 Prinsip Hubungan Harmonis

Menurut Sharpe dalam Kasali (2002:9), ada lima prinsip dalam menjalankan hubungan yang harmonis:

1. Komunikasi yang jujur untuk memperoleh kredibilitas
2. Keterbukaan dan konsistensi terhadap langkah-langkah yang diambil untuk memperoleh keyakinan orang lain.
3. Langkah-langkah yang *fair* untuk mendapatkan hubungan timbal balik dan *goodwill*.
4. Komunikasi dua arah yang terus menerus untuk mencegah keterasingan dan untuk membangun hubungan.
5. Evaluasi dan riset terhadap lingkungan untuk menentukan langkah atau penyesuaian yang dibutuhkan bagi social harmony.

2.1.3 Fungsi *Internal Public Relations*

Beberapa ahli juga berpendapat tentang adanya fungsi – fungsi *internal public relations*, salah satunya adalah menurut (Wasesa, 2010:128) :

1. Mengkomunikasikan kebijakan direksi dan manajemen kepada karyawan.
2. Menjelaskan perubahan kebijakan direksi dan manajemen agar karyawan memahami dasar pengambilan keputusan yang di ambil.
3. Membangun jaringan komunikasi interaktif antara karyawan, manajemen, dan direksi.
4. Membangun proses restrukturasi mulai dari sosialisasi kebijakan hingga pelatihan untuk mengurangi dampak buruk restrukturisasi.
5. Membantu peningkatan rasa memiliki karyawan terhadap perusahaan.

6. Membantu terciptanya budaya perusahaan yang sesuai dengan visi organisasi.

2.1.4 Tujuan Kegiatan *Internal Public Relations*

Menurut Danandjaja (2011:22) menjabarkan tujuan humas berdasarkan kegiatan *internal relations* mencakup beberapa hal yaitu :

1. Mengadakan suatu penilaian terhadap sikap tingkah laku dan opini publik terhadap perusahaan, terutama pada kebijakan perusahaan yang sedang dijalankan.
2. Mengadakan suatu analisa dan perbaikan terhadap kebijakan yang sedang di laksanakan, guna mencapai tujuan yang ditetapkan perusahaan dengan tidak melupakan kepentingan publik.
3. Memberikan penerangan kepada publik karyawan mengenai suatu kebijakan perusahaan yang bersifat objektif serta menyangkut kepada berbagai aktifitas rutin perusahaan, juga menjelaskan mengenai perkembangan perusahaan tersebut. Dimana pada tahap selanjutnya diharapkan publik karyawan tetap *well inform*.
4. Merencanakan bagi penyusunan suatu staff yang efektif bagi penugasan yang bersifat *internal relations* dalam perusahaan tersebut.

2.2 Komunikasi

2.2.1 Pengertian Komunikasi

Menurut suprpto (2011;7), Definisi komunikasi dapat di golongan tiga pengertian yaitu :

1. Secara etimologis, komunikasi dipelajari menurut asal-usul kata, yaitu komunikasi berasal dari bahasa latin “communication” dan perkataan ini bersumber pada kata “comminis” yang berarti sama makna mengenai sesuatu hal yang dikomunikasikan.
2. Secara terminologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain.
3. Secara pradisematis, komunikasi berarti pola yang meliputi sejumlah komponen berkorelasi satu sama lain secara fungsional untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

2.2.2 Fungsi Komunikasi

Menurut scott dan Mitchell dalam Sukoco (2007;50), komunikasi mempunyai empat fungsi penting yaitu:

1. Fungsi Kontrol, setiap organisasi mempunyai hierarki dengan wewenang yang menyertainya. Komunikasi formal dapat dilakukan untuk mengontrol karyawan dengan menanyakan ulang deskripsi pekerjaannya, kepada siapa melaporkan hasil pekerjaannya, dan hal-hal lain yang membutuhkan komunikasi dengan atasan mereka.

2. Fungsi Motivasi, fungsi ini biasanya dilakukan melalui pemberian feedback kepada bawahan mengenai apa yang mereka lakukan, apa yang sebaiknya mereka kerjakan, dan apa yang sebaiknya dilakukan untuk meningkatkan kinerjanya di masa depan.
3. Fungsi Emosi, pada dasarnya salah satu tujuan bekerja adalah melakukan interaksi sosial. Salah satu bentuk interaksi sosial adalah komunikasi (formal ataupun informal) dimana masing-masing anggota organisasi dapat mengekspresikan emosi yang positif ataupun negatif.
4. Fungsi Informasi, fungsi ini berhubungan dengan memperlancar pengambilan keputusan yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen, dengan mentransfer data alternatif pilihan yang ada maka individu atau organisasi akan dengan mudah mengambil keputusan.

2.2.3 Komponen Dasar Komunikasi

Menurut Komala (2009:86), ada lima komponen dasar komunikasi yaitu:

1. Pengiriman pesan (Komunikator)
Pengiriman adalah individu atau orang yang mengirim pesan. Pesan atau informasi yang akan dikirim berasal dari otak si pengirim pesan, oleh sebab itu sebelum pengirim mengirimkan pesan, si pengirim harus menciptakan dulu pesan yang akan dikirimkannya.
2. Pesan
Pesan adalah informasi yang akan dikirimkan dari si pengirim (komunikator) kepada si penerima (komunikan). Pesan dapat berupa verbal maupun nonverbal. Pesan verbal yaitu pesan secara tertulis seperti buku, surat, laporan, majalah, memo, sedangkan pesan nonverbal dapat berupa isyarat, nada suara, ekspresi muka dan gerakan badan.
3. Saluran
Saluran atau channel yaitu jalan yang dilalui pesan dari si pengirim kepada si penerima. Saluran yang biasa dalam komunikasi adalah suara yang dapat kita dengar dan gelombang cahaya sebagai saluran kertas dan tulisan yang merupakan alat untuk menyampaikan pesan.
4. Penerima Pesan (Komunikan)
Penerima pesan adalah yang menganalisa dan menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya. Kunci dari penerima pesan adalah pemahaman karena si penerima pesan yang akan menentukan bagaimana memahami suatu pesan dan bagaimana pula memberikan respon terhadap pesan tersebut.
5. Umpan Balik (*Feedback*)
Feedback adalah respon terhadap pesan yang diterima yang dikirimkan kepada si pengirim pesan. Respon yang disampaikan dapat berupa kata-kata ataupun tindakan. Dengan adanya respons maka pengirim akan mengetahui apakah pesan yang disampaikan tersebut diinterpretasikan sama dengan apa yang dimaksud oleh si pengirim.

2.2.4 Faktor Penghambat Komunikasi

Dalam berkomunikasi di suatu perusahaan, ada kecenderungan beberapa pesan tidak dapat dimengerti oleh penerima pesan dengan baik. Hal ini disebabkan oleh adanya faktor penghambat komunikasi antara pengirim dan penerima pesan. Adapun hambatan-hambatan yang terjadi dalam komunikasi menurut Suranto (2005;113) yaitu:

1. Hambatan Sosiologis
Secara sosiologis dalam perusahaan berasal dari berbagai golongan dan lapisan yang menimbulkan perbedaan status, agama, tingkat pendidikan, status ekonomi yang semuanya dapat menjadi hambatan bagi kelancaran komunikasi. Hal yang paling nampak yaitu karena adanya perbedaan kedudukan dan jabatan.
1. Hambatan Psikologis
Yaitu hambatan komunikasi yang disebabkan oleh situasi psikologis yang tidak mendukung, misalnya berkomunikasi dengan orang yang sedang marah, bingung, cemas, kecewa, atau sedang menaruh prasangka terhadap komunikator yang akan menghambat tercapainya tujuan komunikasi.
2. Hambatan Semantis
Yaitu hambatan komunikasi yang disebabkan oleh latar belakang bahasa yang berbeda, contohnya bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris ataupun dengan bahasa daerah.
3. Hambatan Mekanis
Hal ini sering terjadi pada proses komunikasi di dalam suatu perusahaan yang menggunakan media, seperti bunyi gangguan pada pesawat telepon, tulisan yang tidak terbaca, sinyal yang hilang pada telepon seluler.
4. Hambatan Ekologis
Hal ini disebabkan karena ada gangguan yang terjadi di lingkungan ketika proses komunikasi sedang berlangsung, misalnya saat hujan deras lalu lintas yang bising, semuanya bisa menjadi penghambat kelancaran berkomunikasi.

2.2.5 Cara Mengatasi Penghambatan Komunikasi

Komunikasi yang terjadi sering tidak efektif, sehingga tidak mencapai sasaran yang baik. Padahal komunikasi yang efektif dapat mengatasi berbagai hambatan yang dihadapi dengan memperhatikan tiga hal (Purwanto, 2003;18-19) sebagai berikut:

1. Membuat suatu pesan secara lebih berhati-hati
Langkah pertama yang harus dilakukan adalah memperhatikan maksud dan tujuan komunikasi, dan audience yang dituju. Katakanlah pada yang dikehendaki audience, jelaskan poin-poin yang akan dibahas, gunakan bahasa yang jelas, sederhana, mudah dipahami.
2. Meminimalkan gangguan dalam proses komunikasi

Melalui pemilihan saluran komunikasi yang hati-hati komunikator membuat audiencenya lebih mudah memusatkan perhatian pada pesan yang disampaikan. Penyampaian pesan memiliki kondisi yang nyaman.

3. Mempermudah upaya umpan balik si pengirim dan penerima pesan
Agar pemberian umpan balik (*feedback*) dapat memberikan suatu manfaat yang berarti, cara dan waktu penyampaiannya harus direncanakan dengan baik. Kalau komunikator menghendaki umpan balik yang cepat, dapat dipilih sarana komunikasi yang cepat.

2.2.6 Saluran Media Komunikasi Internal

Media internal adalah semua sarana penyampaian dan penerimaan informasi di kalangan public internal perkantoran (Suranto,2005;124). Untuk melancarkan proses komunikasi yang terjadi didalam suatu organisasi hendaknya harus didukung oleh media komunikasi yang efektif. Adapun menurut Wursanto dalam Sari (2010:14) media komunikasi internal yaitu terdiri:

a. Saluran Media Komunikasi Internal Tertulis ke Atas

Media Komunikasi internal tertulis ke atas yaitu sarana penyampaian atau penerimaan informasi yang bersifat tertulis yang dilakukan dari bawahan kepada atasan. Saluran media komunikasi ke atas tertulis dapat dilakukan melalui berbagai macam cara, yaitu.

1. Kotak Saran, yaitu cara atau media bagi karyawan untuk menyalurkan kebutuhan atau ingin memberikan sesuatu yang bertunuan agar para karyawan dapat menyampaikan idenya ke pihak perusahaan berupa kritik, saran atau keluhan.
2. *Suggestions Plan*, yaitu program yang memberikan kesempatan kepada para pegawai untuk mengajukan saran-saran kepada pimpinan.
3. *Grievance Procedure*, yaitu bertujuan untuk mengetahui keluhan, keinginan, tuntutan para pegawai, serta masalah lain yang berhubungan dengan pelaksanaan tugas pekerjaan, dengan cara menyediakan formulir yang harus diisi oleh para pegawai, baik dengan menyebutkan identitas pegawai maupun tidak menyebutkan identitas pegawai yang bersangkutan.
4. Mekanisme Penyusunan Anggaran, yaitu suatu proses yang dimulai dengan mengusulkan anggaran samapai dengan anggaran itu disetujui dari manajemen tingkat bawah samapai tingkat atas.

b. Saluran Media Komunikasi Internal Tertulis Ke Bawah

Media Komunikasi internal tertulis ke bawah yaitu sarana penyampaian atau penerimaan informasi yang bersifat tertulis dari atasan kepada bawahan, yang terdiri dari.

1. Surat
Surat yaitu suatu bentuk penyampaian berita ide-ide atau pendapat yang disampaikan secara tertulis.
2. Uraian Tugas (*Job Description*)

Uraian Tugas merupakan uraian atau rincian tugas seorang pegawai sesuai dengan bidang dan fungsi masing-masing.

3. Buku Pedoman

Buku pedoman adalah sarana yang dipergunakan untuk menyalurkan segala macam informasi dari pimpinan kepada bawahan.

4. Majalah atau Buletin

Majalah atau Buletin berisi tentang berbagai macam informasi, baik informasi yang berhubungan dengan organisasi maupun dengan kepentingan pegawai.

5. Memo

Memo merupakan surat singkat yang dipergunakan sebagai media komunikasi internal yang berisi berbagai macam hal, seperti: instruksi dari atasan, pesan singkat dari telepon yang diterima oleh karyawan lain, penegasan tentang sesuatu masalah yang berhubungan dengan kegiatan atau pekerjaan organisasi.

6. Papan Pengumuman

Pada umumnya informasi yang disalurkan melalui papan pengumuman yaitu yang berhubungan dengan kepentingan dari sebagian besar pegawai.

7. Laporan Tahunan

Laporan Tahunan berisi berbagai macam hasil kegiatan yang telah dicapai dalam kurun waktu satu tahun.

c. Saluran Media Komunikasi Internal Lisan

Media komunikasi internal lisan yaitu media yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau memberikan informasi secara lisan, yang terdiri dari:

1. Laporan

Laporan yaitu segenap kegiatan menyusun dan menyampaikan keterangan tertulis mengenai segala sesuatu dalam organisasi kepada pimpinan.

2. Telepon

Merupakan media komunikasi lisan secara tidak langsung yang dipisahkan oleh jarak.

3. Pertemuan

Pertemuan adalah media komunikasi secara langsung yang tidak dipisahkan oleh jarak atau waktu.

4. Wawancara

Wawancara merupakan media komunikasi lisan yang dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung.

5. Kunjungan

Sebagai salah satu bentuk komunikasi secara langsung yang dapat dilakukan secara dinas dan dapat dilakukan di luar dinas. Kunjungan dapat dilakukan secara mendadak (tanpa pemberitahuan terlebih dahulu) dan dapat dilakukan dengan pemberitahuan terlebih dahulu.

6. Konferensi

7. Merupakan media komunikasi tatap muka yang memberikan suatu kemungkinan bahwa dengan konferensi dapat dicapai suatu pemahaman bersama yang tidak mungkin dicapai melalui komunikasi secara tertulis.