

# HAND OUT

Pertemuan 1 – Pertemuan 7

## **MATA KULIAH** **HUBUNGAN SEKOLAH DENGAN MASYARAKAT** **(ADM 511)**

Dosen :

1. Dra. Tatty Rosmiati, M. Pd.
2. Dedy Achmad kurniady M. Pd.

**JURUSAN ADMINISTRASI PENDIDIKAN**  
**FAKULTAS PENDIDIKAN**  
**UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**  
**2007**

## **Pertemuan ke: 1**

### **D. Pokok / Sub Pokok Bahasan:**

1. Konsep dasar Public Relations / HUMAS.
2. Pengertian, fungsi, dan tujuan Public Relations.

### **E. Tujuan Instruksional Umum:**

Selesai mengikuti perkuliahan diharapkan mahasiswa dapat memahami konsep HUMAS dengan baik

### **F. Materi:**

**1. Pengertian PR/HUMAS** adalah, rangkaian kegiatan usaha yang sungguh-sungguh, terencana, berkesinambungan, untuk menumbuhkan, memupuk dan mendorong sikap, perilaku yang dapat membantu tercapainya saling pengertian antar organisasi dan organisasi, antar organisasi dan masyarakat.

#### **2. Fungsi PR/HUMAS:**

1. Menumbuhkan dan mengembangkan hubungan, baik antar lembaga atau organisasi dengan publik intern dan publik ekstern.
2. Menanamkan pengertian opini kepada publik yang menguntungkan lembaga.
3. Menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat publik yang menguntungkan lembaga.

#### **3. Tujuan PR/HUMAS:**

1. Untuk memberikan pengertian tentang pentingnya PR/HUMAS.
2. Untuk membantu saling pengertian antar organisasi.

3. Untuk melaksanakan kerjasama antar organisasi dengan masyarakat, untuk kepentingan bersama.

**B. Sumber Rujukan:**

- Edwin Emery, (1980). *Introductions Mass Communications. Edisi ke 9*. New York: Harper – Rew Publisher. Hal. 262.
- Janner Sinaga, (1988). *Peranan Public Relations dalam Pembangunan Nasional*. Ceramah pada Pendidikan Non-Gelar Pejabat Senior Public Relations pada Universitas Indonesia.

**Pertemuan ke: 2**

**A. Pokok / Sub Pokok Bahsan:**

Prinsip-Prinsip Dasar PR/HUMAS:

1. Kegiatan PR adalah komunikasi.
2. Persyaratan dasar yang harus dipenuhi Petugas PR/HUMAS.
3. Fungsi, Tugas, dan pelaksanaan kegiatan PR/HUMAS.
4. Publik dan Public Relations.

**B. Tujuan Instruksional Umum:**

Selesai mengikuti perkuliahan Public Relations mahasiswa diharapkan dapat memahami prinsip-prinsip dasar PR/HUMAS

**C. Materi:**

1. **PR/HUMAS** adalah, salah satu **kegiatan komunikasi** yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Karena memiliki fungsi.
2. Sifat-sifat organisasi dari lembaga/kantor dimana PR/HUMAS berada/berlangsung.
3. Sifat manusia yang terlibat/publik yang menjadi sasaran.
4. Faktor eksternal yang mempengaruhi tempat khusus.

## **2. Persyaratan dasar yang harus dipenuhi petugas PR/ HUMAS:**

1. Kemampuan mengamati dan menganalisa persoalan.
2. Kemampuan menarik perhatian.
3. Kemampuan mempengaruhi pendapat.
4. Kemampuan menjalin hubungan dan suasana saling percaya.

## **3. Fungsi utama PR/HUMAS:**

1. Mengembangkan hubungan-hubungan baik antara lembaga/organisasi dengan publik intern dan publik ekstern dalam rangka menanamkan pengertian.
2. Motivasi dan partisipasi publik dalam rangka meningkatkan iklim pendapat/opini publik yang menguntungkan lembaga/organisasi.
3. Fungsi timbal balik ke luar dan ke dalam. *Ke luar*, mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran (image) masyarakat yang positif terhadap segala tindakan dan kebijakan organisasi/lembaga. *Ke dalam* berusaha mengenali, mengidentifikasi hal-hal yang bisa menimbulkan sikap dan gambaran (image) yang negatif/kurang menguntungkan dalam masyarakat sebelum sesuatu tindakan/kebijakan dilaksanakan.
4. Fungsi pokok PR/HUMAS: mengatur lalu lintas sirkulasi informasi internal dan eksternal dengan memberikan informasi dan penjelasan seluas-luasnya kepada publik/masyarakat mengenai kebijakan, program, tindakan dari lembaga/organisasi, agar bisa dipahami serta memperoleh *public support*

dan *public asseptance*. Idealnya, PR/HUMAS itu bisa menjadi juru bicara organisasinya

#### **4. Tugas PR/ HUMAS sehari-hari:**

1. Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi/pesan secara lisan, tertulis atau melalui gambar (visual) kepada publik, sehingga publik memahami mengenai asal-mula perusahaan/ lembaga, tujuan serta kegiatannya.
2. Memonitor mereka dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum/masyarakat.
3. Mempelajari dan melakukan analisis reaksi publik terhadap kebijakan perusahaan/ lembaga atau segala macam pendapat publik (*public asseptance dan Non-asseptance*).
4. Menyelenggarakan hubungan baik dengan masyarakat, media masa, untuk memperoleh *public favour, public opinion*, dan perubahan-perubahan sikap.

#### **5. Pelaksanaan kegiatan PR/ HUMAS:**

1. Pengumpulan, pengolahan, penyusunan/perumusan pesan-pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat.
2. Pesan disampaikan melalui media komunikasi, baik media tatap muka maupun media elektronik.
3. Melalui media komunikasi itu, berbagai pesan atau informasi disampaikan kepada khalayak/masyarakat yang menjadi sasaran kegiatan PR/HUMAS.
4. Agar komunikasi efektif, perlu adanya evaluasi sehingga diketahui berhasil-tidaknya komunikasi.

**C. Sumber Rujukan:**

- Oemi Abdurachman, (1975). *Public Relations*. Bandung:
- Rifai, Moch. Dan Mamusung J., *Hubungan Sekolah dengan Masyarakat*. Bandung: FKIP IKIP Bandung.

<b>Pertemuan ke: 3</b>
------------------------

**A. Pokok / Sub Pokok Bahasan:**

Konsep dasar Public Relations dan Manajemen

1. Public Relation sebagai Alat Manajemen
2. Filsafat Public Relation
3. Peranan Public Relation dalam proses pengambilan keputusan

**B. Tujuan Instruksional Umum:**

Selesai mengikuti perkuliahan diharapkan mahasiswa dapat memahami hubungan Public Relation dan Manajemen

**C. Materi:**

**1. Public Relation sebagai alat manajemen:**

1. Public Relation merupakan salah satu fungsi manajemen modern.
2. Public Relation menyelenggarakan komunikasi timbal balik antara organisasi/lembaga dengan publiknya.
3. Komunikasi timbal balik itu ditujukan, diciptakan untuk saling pengertian(public understanding) dan dukungan (public support) bagi tercapainya tujuan kebijakan dan langkah serta tindakan lembaga organisasi.
4. Dimana ada manajemen disitu ada Public Relations.

5. Secara mendasar Public Relations menjadi tanggung jawab dari top Manajer.
6. Fungsi Public Relations sebagai “ mata”, “telinga” dan “tangan kanan” pimpinan utama perusahaan/top manager.

**2. Filsafat Manajemen:** Empat macam filsafat Public Relations Yang berpengaruh dibidang teori dan praktik :

1. The Manipulative Approach yakni Public Relations sebagai upaya mempengaruhi kemauan individu, golongan atau masyarakat yang menjadi sasaran. Public Relations akan merombak pikiran atau mengubah pendapat komunikasinya, biasanya dilakukan oleh Public Relation pemerintah, badan politik pada umumnya.
2. The Promotional Approach, Public Relations Ditujukan untuk mendorong atau memajukan usaha-usaha dibidang ekonomi. Filsafat ini
3. dipergunakan badan-badan usaha ekonomi pencari untung atau laba.
4. Educational Approach artinya pengetahuan yang luas dan segera bisa dipergunakan.
5. The missionary Approach, misi Public Relations yang ditujukan pada suatu negara, misalnya masyarakat adil dan makmur oleh Public Relations Selalu didengung-dengungkan, agar rakyat selalu memperjuangkan tujuan ideal tersebut.

**3. Peranan Public relations dalam proses pengambilan keputusan:**

1. Proses pengambilan keputusan diambil secara rasional.
2. Dengan mempertimbangkan berbagai segi dan aspek.
3. Mengetahui dengan jelas hakekat dari masalah yang dihadapi.
4. Membuat alternatif-alternatif yang telah dianalisis secara matang dan menjadi dasar pengambilan keputusan.
5. Informasi merupakan bahan dasar kebijakan

6. Keterlibatan Public relations dalam proses pengambilan keputusan: Public relations ikut sumbang saran dalam proses pengambilan keputusan.
7. Data, informasi bagi pengambil keputusan: Data operasional harus dilengkapi dengan data teori-teori ilmiah.
8. Data dan informasi: Data harus diproses menjadi informasi dan Informasi adalah proses hasil pengolahan inputnya.
9. Persyaratan Data: 1) Data Relevan; 2) Benar; dan 3) Lengkap.
10. Persyaratan Informasi: 1) Benar; 2) Lengkap; 3) Tersedia; dan 4) Terarah dalam penyajian.

**D. Sumber Rujukan:**

- Edwin Emery, (1980). *Introductions Mass Communications. Edisi ke 9*. New York: Harper – Rew Publisher. Hal. 262.
- Janner Sinaga, (1988). *Peranan Public Relations dalam Pembangunan Nasional*. Ceramah pada Pendidikan Non-Gelar Pejabat Senior Public Relations pada Universitas Indonesia.

**Pertemuan ke: 4**

**A. Pokok / Sub Pokok Bahsan:**

Hubungan Public Relations dengan publik luar.

1. Hubungan melalui kontak pribadi/Personal Contact.
2. Hubungan dengan media massa.
3. Hubungan Public Relations dengan masyarakat.



**B. Tujuan Instruksional Umum:**

Selesai mengikuti perkuliahan diharapkan mahasiswa dapat memahami hubungan PR dengan publik luar.

**C. Materi:**

**1. Hubungan melalui kontak pribadi:**

1. tetap ramah, sopan, hormat, menaruh penghargaan terhadap orang lain.
2. Bersikap manusiawi secara kodrat manusia homo sapien dan homo sosius, makhluk bermasyarakat mengadakan hubungan dengan orang lain.
3. Sifat-sifat khas masyarakat indonesia yaitu : khas masyarakat Indonesia yaitu:Kekeluargaan, kebersamaan, gotong royong, tenggang ras dan sebagainya.

**2. Hubungan dengan Media massa:**

1. Memperoleh publisitas seluas-luasnya tentang kegiatan dan langkah lembaga/organisasi yang baik untuk diketahui publik
2. Memperoleh tempat dalam pemberitaan pers/liputan laporan, ulasan, tajuk yang objektif wajar dan seimbang(balance/tentang hal-hal yang menguntungkan lembaga/organisasi.
3. Mendapat umpan balik tentang upaya dan kegiatan lembaga/organisasi.
4. Melengkapi data/informasi bagi pimpinan lembaga/organisasi untuk keperluan pembuatan penilaian(assesment) secara tepat tentang situasi atau permasalahan yang mempengaruhi keberhasilan kegiatan lembaga/perusahaan.
5. mewujudkan hubungan yang stabil dan berkelanjutan yang dilandasi oleh rasa saling percaya dan saling menghormati.
6. Untuk melaksanakan hubungan dengan media massa tersedia wahana/ tempat yang perlu dikembangkan, yaitu:

- Pembentukan kontak pribadi
- News service
- Continugency plan
- Press release
- Konprensi pers dan jumpa pers
- Press tour

### **3. Hubungan Public relations dengan masyarakat:**

1. Suatu usaha atau kegiatan yang dapat mempengaruhi kehidupan lingkungan kegiatan itu dilaksanakan
2. Dalam komunikasi dengan masyarakat peranan opinion leader sangat penting
3. Adanya program tatap muka
4. Bisa hubungan ke rumah
5. Alat bantu komunikasi

### **D. Sumber Rujukan:**

- Edwin Emery, (1980). *Introductions Mass Communications. Edisi ke 9*. New York: Harper – Rew Publisher. Hal. 262.
- Janner Sinaga, (1988). *Peranan Public Relations dalam Pembangunan Nasional*. Ceramah pada Pendidikan Non-Gelar Pejabat Senior Public Relations pada Universitas Indonesia.

## Pertemuan ke: 5

### A. Pokok / Sub Pokok Bahasan:

Komunikasi antar Manusia I:

1. Proses komunikasi
2. Bentuk-bentuk organisasi
3. Komunikasi dalam organisasi

### B. Tujuan Instruksional Umum:

Selesai mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat memahami tentang komunikasi antar manusia.

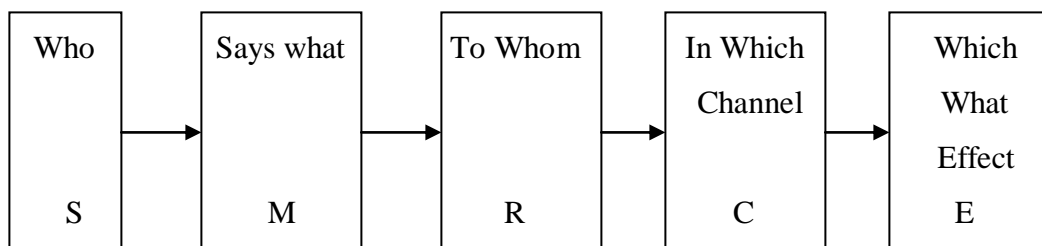
### C. Materi:

#### Komunikasi antar Manusia

1. **Proses komunikasi** merupakan penyampaian atau pengiriman pesan dari sumber kepada satu atau lebih penerima, untuk mengubah perilaku dan sikap penerima pesan. Proses komunikasi itu berlangsung dengan semua unsur yang terlibat didalamnya.

#### Proses komunikasi yang dikembangkan

1.1 Model Lasswell; SMRCE, sebagai berikut:



SMRCE merupakan singkatan dari:

(S-) ource (Sumber)

(M-) essage (Pesan)

(R-) eceiver (Penerima pesan)

(C-) hannel (Saluran yang digunakan)

(E-) Effect (pengaruh yang ditimbulkan)

1.2 Model yang dikemukakan K. Anderson, menggambarkan proses komunikasi yang bersifat timbal balik, menyangkut sumber dan penerima pesan, ada 7 faktor , yaitu :

1. Pengetahuan, gagasan pikiran dan pengalaman
2. Sikap, keyakinan dan nilai-nilai
3. Kebutuhan, keinginan dan tujuan
4. Kepentingan
5. Keanggotaan dan peranan dalam kelompok
6. Kecakapan berkomunikasi
7. Persepsi terhadap unsur-unsur lain

Dalam saluran yang harus diperhatikan yaitu :

- 1) Karakteristik saluran atau media yang digunakan
- 2) Besar jumlah khalayak
  - a) Khalayak sasaran (*target audience*)
  - b) Khalayak ramai (*mass audience*)

Dalam unsur pesan yang perlu diperhatikan , yaitu:

- 1) Gagasan dan isi pesan
- 2) Organisasi atau susunan pesan
- 3) Bahasa dan gaya
- 4) Cara penyampaian: a) Lisan; b) Tulisan; c) Dan lain-lain

## **2. Bentuk-bentuk komunikasi, meliputi :**

1. Komunikasi antar pribadi (*intrapersonal Communication*) /dengan diri kita sendiri dampaknya dirasakan sendiri.
2. Komunikasi dengan orang lain (*interpersonal Communication*) . dampaknya dirasakan pada waktu itu oleh orang lain.
3. Komunikasi Melalui Media Massa.

## **3. Komunikasi dalam Organisasi**

Pengertian organisasi dalam arti dinamis merupakan kegiatan pembagian tugas dan tanggung jawab secara terperinci. Contoh :

- Kegiatan memilah-milah pekerjaan menjadi bidang atau kotak-kotak tertentu dan membagikannya kepada beberapa pejabat.
- Memperinci hubungan antar bagian
- Menentukan cara-cara menempati jabatan-jabatan tersebut.

Pengertian organisasi dalam arti statis merupakan wadah rangka dasar (framework) dari manajemen. Menurut D. Money “ *Organization is the form of every human association for the attainment of common purpose*” (organisasi adalah bentuk dari tiap kumpulan manusia untuk memperoleh/memcapai tujuan bersama). Pengorganisasian sangat :

- a. Menentukan kelancaran tugas
- b. Merupakan wadah atau pengaturan lebih lanjut atas kekuasaan, pekerjaan, tanggung jawab
- c. Menata dan menghubungkan orang satu sama lain.
- d. Orang-orang tahu tentang kedudukannya , tugasnya, bawahannya dan cara menghubungkan satu sama lain.

Pola organisasi memungkinkan berlangsungnya sistem komunikasi dalam arah, yaitu :

1. **Komunikasi ke bawah** (*downwards communications*). Komunikasi ini mengalir dari seorang pemimpin (manager) kepada rangka hierarki, dari jenjang yang lebih tinggi ke jenjang yang lebih rendah. Bentuk komunikasi tersebut berupa:
  - instruksi
  - memo resmi
  - pengumuman
  - surat edaran
  - pernyataan, dan lain-lain.
2. **Komunikasi ke atas** (*Upwards communications*). Bisa dilaksanakan komunikasi tatap muka atau tertulis. Hasil komunikasi tersebut akan tercipta suatu umpan balik (*feedback*) dari bawahan terhadap apa yang diterima dari atasan.
3. **Komunikasi horizontal**, yaitu komunikasi secara mendatar; komunikasi ini dilakukan pada waktu istirahat, rekreasi, pulang kerja. Contoh : Seorang supervisor dengan supervisor lainnya.
4. **Komunikasi Diagonal** atau komunikasi silang (*Cross Communications*), yaitu: komunikasi antar pimpinan bagian dengan staf dari bagian lain atau antar pimpinan seksi dengan karyawan dari seksi lain yang ada hubungan fungsional. Kegiatan komunikasi dalam public relations ditujukan kepada masyarakat yang ada dalam organisasi (internal) dan masyarakat luar organisasi (eksternal).

### **G. Sumber Rujukan:**

- Oemi Abdurachman, (1975). *Public Relations*. Bandung:
- Rifai, Moch. Dan Mamusung J., *Hubungan Sekolah dengan Masyarakat*. Bandung: FKIP IKIP Bandung.

## **Pertemuan ke: 6**

### **A. Pokok / Sub Pokok Bahasan:**

Komunikasi antar Manusia II:

1. Komunikasi Internal
2. Komunikasi Eksternal

### **B. Tujuan Instruksional Umum:**

Selesai mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat memahami tentang komunikasi antar manusia.

### **C. Materi:**

#### **1. Komunikasi Internal**, meliputi berbagai klasifikasi yaitu:

1. Komunikasi personal /pribadi (*personal Communication*) ialah: Komunikasi antara dua orang yang berlangsung melalui dua cara yaitu :
  - 1.1. Komunikasi tatap muka (*face to face communication*) langsung secara dialogis sehingga terjadi kontak pribadi. Disebut juga komunikasi antar pribadi (*inter personal communication*) dengan kontak pribadi memungkinkan komunikator mengetahui, memahami dan menguasai :
    - Kerangka referensi(*frame of referance*) selengkapnya
    - Kondisi fisik dan mental komunikasi sepenuhnya
    - Suasana lingkungan pada waktu terjadinya komunikasi

- Tanggapan komunikasi secara langsung

1.2. Komunikasi personal lewat media (*Mediated communication*) adalah komunikasi dengan menggunakan alat misalnya telepon, memorandum, dan lain-lain. Tidak terdapat kontak pribadi. Setelah mengetahui, memahami dan menguasai hal-hal tersebut diatas, maka komunikator melakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut:

- mengontrol setiap kata dan kalimat yang diucapkan
- Mengulangi kata-kata yang penting disertai penjelasan
- Menetapkan pengucapan dengan bantuan mimik dan gerak tangan.
- Mengatur intonasi dengan sebaik-baiknya.
- Mengatur rasio dan perasaan

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam tatap muka :

- a) Bersikaplah empatik dan simpatik
- b) Tunjukkan sebagai komunikator terpercaya
- c) Bertindak sebagai pembimbing bukan pendorong
- d) Kemukakan fakta dan kebenaran
- e) Bercakaplah dengan gaya mengajak bukan menyuruh
- f) Jangan bersikap super
- g) Jangan menyetengahkan hal-hal yang mengkhawatirkan
- h) Jangan mengkritik
- i) Bicaralah secara menyakinkan

2. Komunikasi kelompok (*Group communication*) Adalah: Komunikasi antara seseorang dengan kelompok orang dalam situasi tatap muka.

2.1. Komunikasi kelompok kecil (*small group communication*), yaitu komunikasi antara seorang kepala dengan sekelompok karyawannya/



melakukan komunikasi antar personal dengan salah seorang peserta anggota kelompok. Individu-individu dalam kelompok kecil bersifat rasional, setiap pesan yang sampai padanya akan ditanggapi secara kritis.

Keuntungan komunikasi kelompok kecil:

- Adanya kontak pribadi
- Umpan balik bersifat langsung
- Suasana lingkungan komunikasi dapat diketahui

Kerugian komunikasi kelompok kecil:

- kerangka referensi komunikasi tidak diketahui secara individual
- Kondisi fisik serta mental komunikan tidak dipahami secara individual

Hal-hal yang perlu diperhatikan yaitu:

- Persiapan dengan seksama
- Bangkitkan perhatian dalam memulai komunikasi
- Pelihara kontak pribadi
- Tunjukkan sebagai komunikator terpercaya
- Mengemukakan fakta dan opini dalam uraian logis dan sistematis
- Hormatilah kritik komunikan
- Jangan bersikap super
- Tidak mengkritik
- Tidak ngotot
- Tidak emosional

2.2. Komunikasi kelompok besar (large Group communication) yaitu komunikasi yang jumlahnya banyak. Komunikasi di dalamnya hampir tidak ada. Komunikator hampir tidak bisa berdialog dengan para komunikan, kecuali dalam upacara bendera dan sebagainya.

Hal-hal yang perlu diperhatikan yaitu:

- Persiapan yang seksama
- Bangkitkan perhatian sebelum ber komunikasi
- Pelihara kontak pribadi selama komunikasi
- Tunjukan sebagai komunikator terpercaya
- Bicaralah secara menyakinkan
- Mengatur intonasi agar bergairah
- Pesan komunikasi untuk kepentingan komunikasi

**2. Komunikasi Eksternal (External Communication)** adalah: Komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak diluar organisasi. Ruang lingkup yang luas antar instansi pemerintah atau instansi swasta dan pihak luar, maka komunikasi dengan pihak luar dilaksanakan oleh bagian Public relations. Komunikasi eksternal dilakukan menurut kelompok sasaran berdasarkan hubungan yang dibina, yaitu :

- a. Hubungan dalam lingkungan (*community relations*)
- b. Hubungan dengan instansi pemerintah
- c. Hubungan dengan pers (*press relations*)

Komunikasi eksternal terdiri dari dua jalur, yaitu:

- a) Komunikasi dari organisasi ke khalayak. Dilaksanakan bersifat Informatif, sehingga khalayak merasa ada hubungan batin. Cara pelaksanaannya melalui :
  - Majalah organisasi
  - *Press release*
  - Artikel dalam surat kabar dan majalah
  - Pidato/uraian radio dan televisi
  - Film dokumenter
  - Brosur, poster
  - Konfrensi pers, dan lain-lain.

- b) Komunikasi dari khalayak ke organisasi:
- Pada umumnya bersifat informatif
  - Khalayak merasa keterlibatan, adanya hubungan batin.

**D. Sumber Rujukan:**

- Oemi Abdurachman, (1975). *Public Relations*. Bandung:
- Rifai, Moch. Dan Mamusung J., *Hubungan Sekolah dengan Masyarakat*. Bandung: FKIP IKIP Bandung.

**Pertemuan ke: 7**

**A. Pokok / Sub Pokok Bahasan:**

Kedudukan Peranan dan Fungsi Hubungan Humas dalam lembaga Pemerintahan

1. Kedudukan, peranan, dan fungsi Humas
2. Tugas Humas sehari-hari
3. Permasalahan Humas
4. Bako Humas

**B. Tujuan Instruksional Umum:**

Selesai mengikuti perkuliahan Public Relations mahasiswa diharapkan dapat memahami kedudukan, peranan dan fungsi PR/HUMAS dalam lembaga pemerintah.

**C. Materi:**

**1. Kedudukan, peranan, dan fungsi Humas:**

1. Idealnya kedudukan humas dalam pemerintahan langsung dibawah pimpinan dalam staf inti.

2. Peranan Humas dalam Lembaga pemerintahan bertugas menyelenggarakan mengkoordinasikan lalu lintas arus informasi kedalam dan keluar. Sedangkan Humas dilembaga swasta memiliki struktur organisasi yang lebih ketat, sehingga perannya sangat spesifik.
3. Fungsi dan tugas Humas dalam setiap lembaga pemerintahan tidak sama, diatur oleh pengaturan kantor masing-masing.
4. Kedudukan, peranan dan fungsi Humas dilembaga pemerintah disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing.

## **2. Tugas Humas Sehari-hari:**

1. Membina pengertian khalayak atas kebijakan instansinya
2. Menyusun dokumentasi tentang kegiatan instansinya
3. Memonitor dan mengevaluasi tanggapan dan pendapat umum masyarakat
4. Mengumpulkan data dan informasi. Data dapat diperoleh secara aktif dan pasif.

## **3. Permasalahan dalam Humas:**

1. Ketegasan, kedudukan status dalam struktur organisasi departemen.
2. Prosedur kerja Humas belum jelas.
3. Koordinasi dalam pelaksanaan tugas internal dan eksternal masih lemah.

4. **Bako Humas** adalah: Badan koordinasi Humas Pemerintah (BakoHumas) dibentuk atas dasar S.K Menteri Penerangan No. 37 tahun 1971 sebagai Wadah kerjasama yang bersifat teknis operasional antara berbagai dinas ke-Humas-an antara departemen dan kelembagaan non departemen.

## **D. Sumber Rujukan:**

- Steinberg, Charles S. (1958). *The Mass Communicators*, New York : Harper Brother Published.

