

**Peranan Internal Humas
Dalam Meningkatkan Gairah Kerja Karyawan**

(Studi pada Poliklinik Bendoel Medical Center Janti, Malang)

SKRIPSI

Diajukan untuk menempuh
Ujian Sarjana pada Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya

Disusun Oleh:
Anak Agung Ayu Ketut Titi Hertina Octavia
(0210323001-32)



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI MSDM
MALANG
2007**

ABSTRAKSI

Suatu studi mengenai Peranan Internal Humas dalam Meningkatkan Gairah Kerja Karyawan pada Bentoel Medical Centre yang terletak di Jalan. Niaga No.25 Janti malang.

Setiap perusahaan berusaha untuk meningkatkan gairah kerja karyawannya dengan memainkan peranan Internal Humasnya yang bertujuan untuk mencapai kegairah kerja karyawan. Walaupun mencapai gairah kerja itu tidak mudah, namun Humas sebagai badan perusahaan yang memperhatikan karyawan harus dapat mencari celah untuk menemukan apa yang bisa membantu karyawan dalam meningkatkan gairah kerjanya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah peranan Internal Humas dalam meningkatkan gairah kerja karyawan dengan memperhatikan kebutuhan dan membangun komunikasi antar karyawan dan antara karyawan dengan atasan. Keberadaan praktisi Humas sangat penting dalam sebuah perusahaan, sebagai fungsi komunikasi Humas berpengertian sebagai *state of being* dan sebagai *method of communication*. Dalam kedua pengertian ini Humas membangun komunikasi dengan publik dan dengan karyawan perusahaan.

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif. Data dianalisis dari informasi dan hasil wawancara, serta dokumen resmi terkait dengan perusahaan.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa dengan program Internal Humas dan peranan Internal Humas berpengaruh terhadap gairah kerja karyawan. Dengan adanya penerbitan buletin dan juga dengan program tahunan yang telah direncanakan menjadi tugas Internal Humas dalam meningkatkan gairah kerja karyawan yang berada di perusahaan. Karyawan merasa terkait dengan kegiatan Bentoel Medical Center ketika diadakannya pertemuan yang berfungsi untuk mendengarkan keluh kesah dan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi dari setiap karyawan, lalu dicari jalan keluar yang tidak mengganggu karyawan dalam melaksanakan tugas-tugasnya.

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan hal yang penting dan harus ada dari praktisi Humas, dan seorang Humas harus dapat menjadi seorang komunikator yang baik untuk semua golongan karyawan dan juga untuk atasannya. Dengan adanya komunikasi, sangat jarang ditemukan permasalahan yang dapat menimbulkan ketidakpuasan dari karyawan terhadap perusahaan.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang memberikan kekuatan sehingga penulisan ini dapat terselesaikan.

Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk mengetahui peranan internal humas dalam meningkatkan gairah kerja karyawan. Kendala yang dihadapi pada saat pembuatan skripsi secara umum tidak ada hanya kendala secara personal penulis saja. Menyelesaikan skripsi tanpa uluran tangan pihak lain adalah mustahil, oleh karena itu saya ucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang di bawah ini :

1. Prof. DR. Suhadak, M.Ec, selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang,
2. Dr. Kusdi, DEA, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi.
3. Drs. Rustam Hidayat, M. Si sebagai Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya
4. Drs. Mochammad Al. Musadieg, MBA, selaku dosen pembimbing yang telah berkenan memberikan bimbingan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

5. Drs. Djanalis Djanaid, selaku dosen pembimbing yang telah berkenan memberikan bimbingan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Yusuf, selaku HRD Representatif dan juga para karyawan Bentoel Medical Center Malang yang telah membantu dalam penelitian guna penyusunan skripsi ini.
7. Ayahanda, Ibunda dan Saudara-saudara tercinta yang memberikan perhatian sangat besar selama saya mengerjakan skripsi ini, dan juga yang telah memberikan saya dukungan baik secara moral dan moril sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
8. Khabib Nurochim atas semangatnya, dan ketulusannya menemani saya sampai penulisan ini terselesaikan.
9. Anak-anak komsen atas kerelaanya dan dukungannya selama pengerjaan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan keilmuan di lingkungan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

Malang, September 2007

Penulis



DAFTAR ISI

	Hal
ABSTRAKSI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Kontribusi Penelitian	4
E. Sistematika Pembahasan	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Peranan	6
B. Humas	7
1. Sejarah dan Perkembangan Humas	7
2. Pengertian Humas	9
3. Ciri-ciri Humas	11
4. Peranan Humas	11
5. Fungsi Humas.....	13
6. Model-model Humas.....	16
7. Ruang Lingkup Humas	18
C. Gairah Kerja.....	23
1. Pengertian Gairah Kerja	23
2. Faktor-faktor yang Meningkatkan Gairah Kerja	24

D. Hubungan Internal Humas dan Gairah Kerja	25
---	----

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	30
B. Fokus Penelitian	31
C. Lokasi Penelitian	31
D. Sumber Data	31
E. Teknik Pengumpulan Data	32
F. Instrumen Penelitian	33
G. Analisis Data	34

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian	36
1. Tinjauan Historis Berdirinya BMC Janti	36
2. Struktur Organisasi BMC Janti	39
B. Analisis Hasil Penelitian	42
1. Keberadaan Humas BMC Janti	42
2. Analisis Program	44
3. Analisis Aktifitas	52

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

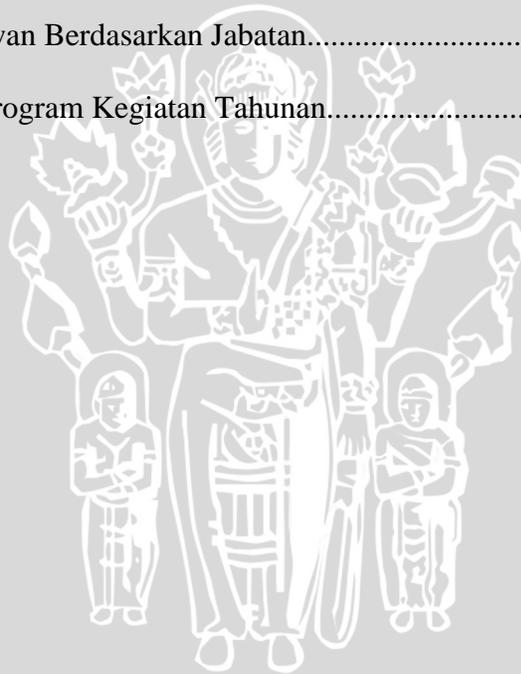
A. Kesimpulan	61
B. Saran	62

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Pengguna Jasa Layanan BMC Janti Periode Agustus 2006-2007 Berdasarkan Wilayah di Kota Malang.....	37
Tabel 2 : Pengguna Jasa Layanan BMC Janti Periode Agustus 2006-2007 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 3 : Jumlah Karyawan Berdasarkan Jabatan.....	41
Tabel 4 : Perencanaan Program Kegiatan Tahunan.....	47



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap perusahaan berusaha untuk meningkatkan hasil kerja karyawannya, salah satunya dengan cara mengurangi gerak yang tidak perlu dan gerak yang melelahkan dimana gerak tersebut dirasa tidak membantu karyawan dalam penyelesaian tugas-tugasnya. Pengurangan gerak tersebut tidak mengartikan bahwa karyawan bekerja dengan sepenuh hati juga tidak mengartikan karyawan bisa terlepas dari masalah, karena masalah biasanya timbul dari dalam diri karyawan itu sendiri.

Perusahaan sebagai tempat bernaung para karyawan harus dapat meningkatkan hasil kerja karyawannya dengan menimbulkan kegairahan kerja. Menurut Nitisemito (1996:160) “Kegairahan kerja adalah kesenangan yang mendalam terhadap pekerjaan yang dilakukan”. Gairah kerja yang tinggi dapat ditandai dengan pekerjaan yang selesai tepat waktu, tingkat absensi yang rendah, suasana pekerjaan yang menyenangkan, juga komunikasi yang baik antar karyawan juga antara karyawan dengan atasan.

Mencapai gairah kerja yang tinggi dari karyawan sangatlah tidak mudah, adanya pemogokan kerja merupakan cerminan menurunnya gairah kerja yang pastinya tidak diinginkan perusahaan manapun. Hal yang biasanya menjadi pemicu

pemogokan kerja adalah karena karyawan merasa tidak didengarkan sebagai pekerja, karyawan merasa diacuhkan oleh pimpinan perusahaan. Dalam aksi mogok ini tidak ada yang bisa disalahkan, baik itu karyawan ataupun pimpinan. Dikatakan demikian karena karyawan berhak menuntut haknya sebagai pekerja dan pimpinan perusahaan juga berhak mencari jalan yang dianggap baik bagi perkembangan perusahaan.

Pemogokan kerja dapat dihindari apabila terjalin komunikasi dan ada saling pengertian dari karyawan kepada pimpinan perusahaan dan sebaliknya. Internal Humas adalah salah satu divisi dalam perusahaan yang mampu membantu perusahaan dalam usahanya untuk menjalin komunikasi dengan para karyawan juga membantu karyawan untuk memiliki gairah kerja. Menurut Griswold yang dikutip oleh Oemi (2001:34) "Internal Humas bertujuan untuk mencapai karyawan yang mempunyai kegairahan kerja". Selama gairah kerja masih terjaga, maka karyawan akan merasa senang terhadap pekerjaan yang dilakukan dan tidak menjadikan tugas dari perusahaan sebagai tekanan yang membuahkan ketidak puasan apabila hasil kerjanya tidak terbayarkan sesuai keinginannya secara pribadi. Internal Humas adalah bagian dari Humas yang bertugas memperhatikan kesejahteraan karyawan yang terkait dengan gaji, fasilitas, memupuk suasana yang menyenangkan di kantor, memberikan perlindungan kepada pegawai yang kesulitan dan lain hal. Internal Humas yang baik tidak berpihak kepada siapapun dan dapat bertindak sebagai komunikator yang baik antar karyawan dan antara karyawan dengan atasan. Setiap anggota yang

ada di perusahaan mulai dari pesuruh sampai dengan atasan merupakan suatu kesatuan yang harus dijaga keutuhannya.

Pentingnya Humas di perusahaan menjadikan Humas salah satu elemen yang harus ada di setiap perusahaan. Pada penelitian ini peranan Internal Humas dirasa sangat membantu Bentoel Medical Center (BMC) dalam pengembangan usahanya, karena mewakili perusahaan untuk berbicara di depan publik, menerangkan seluk beluk, tujuan apa yang ingin dicapai dan target apa saja yang ingin diwujudkan guna mengembangkan perusahaan. Bentoel Medical Center sebagai salah satu sarana perusahaan harus dapat memberikan pelayanan yang terbaik, ditambah lagi karena sudah menjadi sarana publik, maka sudah selayaknyalah pelayanan ditingkatkan oleh BMC baik untuk karyawan Bentoel sendiri dan juga untuk masyarakat umum.

B. Perumusan Masalah

Peranan Humas dalam kegiatan Internalnya adalah untuk mengatasi masalah-masalah yang terjadi di dalam perusahaan, terutama yang berkaitan dengan karyawan yang memiliki gairah kerja yang rendah. Karyawan dalam menyelesaikan tugasnya membutuhkan dorongan untuk meningkatkan gairah kerja yang menimbulkan perasaan senang terhadap pekerjaannya. Rumusan masalah yang dapat disimpulkan adalah, "**Bagaimanakah Peranan Internal Humas Dalam Meningkatkan Gairah Kerja Karyawan**".

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis sehubungan dengan masalah yang telah di rumuskan di atas adalah untuk mengetahui peranan internal humas dalam meningkatkan gairah kerja karyawan.

D. Kontribusi Penelitian

Aktivitas penelitian dapat memberi makna yang berarti apabila hasil-hasil penelitian dapat memberikan sumbangan positif bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Kontribusi yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kontribusi praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dari penulis di bidang sumber daya manusia, khususnya masalah pentingnya peranan Internal Humas dalam meningkatkan gairah kerja karyawan.

2. Kontribusi teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembaca yang berminat dengan masalah ini.

E. Sistematika Pembahasan

Tujuan dari sistematika pembahasan ini adalah agar semua yang dibahas dalam skripsi ini dapat diketahui dan dimengerti secara cepat dan jelas, maka dalam penyajiannya ditulis berdasarkan sistematika yang secara garis besar di bagi menjadi lima bab yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Menjelaskan mengenai teori-teori yang dikemukakan oleh para ahli, yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisikan jenis penelitian, fokus penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis mengemukakan tentang gambaran umum perusahaan, pengolahan data dan penyajian data.

BAB V : PENUTUP

Berisikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Peranan

Arti peranan menurut Poerwadarminto (1986:119) adalah "Sesuatu yang menjadi bagian atau yang memegang, terutama dalam terjadinya sesuatu hal atau peristiwa". Pendapat lain dikemukakan oleh Soekanto (1990:237) yang mengartikan peranan adalah:

"Merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan seseorang, karena kedudukannya melakukan sesuatu tindakan atau gerak perubahan yang dinamis yang mana dari usahanya itu akan tercipta suatu keadaan atau hasil yang diinginkan tindakan tersebut dijalankan dengan memanfaatkan kewenangan, kekuasaan serta fasilitas yang dimiliki karena kedudukannya".

Soekanto (1990:269) juga membagi peranan dalam tiga hal, yaitu:

- a. Peranan meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat. Peranan dalam arti ini merupakan rangkaian peraturan yang dibimbing seseorang dalam kehidupan masyarakat.
- b. Peranan suatu konsep perihal apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi.
- c. Peranan juga dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat.

Dari pendapat di atas, maka dapat diketahui bahwa peranan merupakan aspek-aspek dinamis dari seseorang dari organisasi maupun didalam kehidupannya.

Peranan juga merupakan serangkaian kegiatan atau aktivitas yang dilakukan seseorang atau kelompok berdasarkan ketentuan yang telah digariskan dalam

mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya, dan peranan dapat pula diketahui sebagai kewenangan yang dimiliki oleh seseorang dalam menjalankan tugasnya baik dalam berhubungan dengan pejabat, pimpinan bagian atau seluruh masyarakat. Hal ini sekaligus menunjukkan kewajiban yang harus dilakukan seseorang sesuai dengan status kedudukannya, maka dapat dikatakan peranan lebih bersifat aktif dan dinamis.

B. Humas

1. Sejarah dan Perkembangan Humas

Public Relations atau Hubungan Masyarakat (Humas), masih merupakan bidang baru terutama di Indonesia. Perkembangan Humas mempunyai hubungan yang erat sekali dengan kemajuan-kemajuan dalam masyarakat di berbagai bidang seperti bidang pendidikan, ekonomi, politik, sosial, dan budaya. Lahirnya Humas seperti yang dipraktekkan sekarang, misalnya di Amerika, ialah karena adanya kemajuan-kemajuan dari berbagai bidang itu. Kemajuan-kemajuan dalam bidang tadi ternyata menimbulkan masalah-masalah baru yang dapat menghalangi tercapainya tujuan bersama, sedang dalam usaha pencapaian tujuan bersama dibutuhkan kerjasama antar bidang-bidang tersebut.

Praktek Humas telah dilakukan berabad-abad yang lalu. Glen dan Griswold (1948:21) menyatakan bahwa ketika Cleopatra dengan segala kemegahan seorang ratu menyambut Mark Anthony di tepi sungai Nil, sebenarnya Cleopatra pada waktu itu sedang mempraktekkan Humas, namun tidak ada kepastian kapan Humas timbul

sebagai suatu badan yang terorganisir. Ini disebabkan karena tidak adanya dokumen-dokumen yang bisa menunjukkan dengan pasti kapan Humas muncul sebagai badan yang terorganisir seperti sekarang yang dipraktekkan orang-orang.

Pada awal perkembangannya, Humas memakai bentuk komunikasi satu arah (*one-way communication process*) yang mana lembaga atau institusi berupaya mempersuasikan publik dalam bentuk publisitas mengenai lembaga atau institusi tersebut. Tujuannya agar institusi itu mendapatkan dukungan dari publik. Tidak sekadar sarana yang dipakai untuk membujuk publik agar mendukung segala kebijakan yang diambil oleh lembaga atau institusi. Pada pengambilan suatu kebijakan, peran Humas tidak begitu besar atau tidak mempunyai peran sama sekali. Konsep Humas kemudian berkembang tidak hanya berlangsung satu arah saja tetapi dua arah (*two-way communication process*). Arti penting penciptaan keharmonisan hubungan dengan publiknya dengan lembaga mulai disadari oleh suatu lembaga yang mempersuasikan publiknya, tetapi juga mendengar dan menampung keinginan publiknya. Diharapkan kegiatan Humas dapat menciptakan *mutually understanding* antara lembaga dan publiknya. Hal ini menunjukkan bahwa praktisi Humas telah menjalankan fungsi manajemennya.

2. Pengertian Humas

Istilah Humas, berasal dari istilah bahasa Inggris yaitu "*Public Relation*".

Menurut Djanaid (1993:14) pengertian Humas adalah:

"Suatu usaha dalam menciptakan kehidupan yang harmonis suatu organisasi baik ke dalam lingkungannya maupun keluar pada masyarakat dalam arti luas untuk tercapainya tujuan organisasi dengan menciptakan pengertian umum, kepercayaan umum, kerjasama umum dan bantuan umum, antara lembaga dengan karyawan maupun masyarakat".

Sedangkan pendapat Harlow yang dikutip oleh Ruslan (2002:17-18) mendefinisikan Humas sebagai :

"Fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama; melibatkan manajemen dalam persoalan/ permasalahan, membantu manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan menggunakan penelitian secara teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama".

Definisi tersebut menyatakan bahwa Humas mempunyai fungsi manajemen dan berusaha menciptakan keharmonisan hubungan antar lembaga dengan publiknya. Cultip, Center, dan Broom (1994:4) mengungkapkan hal yang serupa dalam *Public Relations news*: "Humas adalah suatu fungsi manajemen yang menilai sikap publik, menunjukkan kebijaksanaan dan prosedur dari individu atau organisasi atas dasar kepentingan publik dan melaksanakan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan kerja".

Siagian (1988:96) memiliki pengertian lain tentang Humas dan mengartikannya dengan: "Keseluruhan kegiatan yang dijalankan oleh suatu organisasi terhadap pihak-pihak lain dalam rangka pembinaan pengertian dan memperoleh dukungan pihak lain itu demi tercapainya tujuan organisasi dengan sebaik-baiknya".

Meskipun terdapat banyak pendefinisian tentang Humas namun Ruslan menarik beberapa kesamaan dari pendefinisian tersebut. Menurut Ruslan (2002:19) kesamaannya terletak pada unsur-unsur utamanya yaitu :

- a. Fungsi manajemen yang melekat menggunakan penelitian dan perencanaan yang mengikuti standar-standar etis.
- b. Suatu proses yang mencakup hubungan timbal balik antara organisasi dan publiknya.
- c. Analisis dan evaluasi melalui penelitian lapangan terhadap sikap opini dan kecenderungan sosial, serta mengkomunikasikannya kepada pihak manajemen/pimpinan.
- d. Konseling manajemen agar dapat dipastikan bahwa kebijaksanaan, tata cara kegiatan dapat dipertanggung jawabkan secara sosial dalam konteks demi kepentingan bersama bagi kedua belah pihak.
- e. Pelaksanaan atau menindak lanjuti program aktifitas yang terencana mengkomunikasikan dan evaluasi.
- f. Perencanaan dengan itikad baik, saling pengertian dan penerimaan dari pihak publiknya (Internal dan Eksternal), sebagai hasil akhir dari aktifitas Humas / *Public Relation*.

Dari beberapa pengertian Humas yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat diketahui bahwa Humas adalah suatu kegiatan fungsi manajemen yang bertujuan untuk mencapai tujuan organisasi dengan memberikan dan memperoleh dukungan dari internal maupun eksternal publik sehingga tercipta hubungan yang harmonis.

3. Ciri-Ciri Humas

Berfungsi atau tidaknya Humas dalam sebuah organisasi dapat dilihat dari ciri-cirinya. Ciri-ciri Humas menurut Effendi (1999:24) antara lain:

- a. Humas adalah kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi yang berlangsung dua arah secara timbal balik.
- b. Humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang telah ditetapkan oleh manajemen suatu organisasi.
- c. Publik yang menjadi sasaran Humas adalah publik ekstern dan intern.
- d. Operasional Humas adalah membina hubungan yang harmonis dengan publik dan mencegah terjadinya lingkaran psikologis baik yang timbul dari pihak organisasi maupun dari pihak publik.

Kegiatan Humas akan dapat berjalan dengan efektif apabila manajemen mengetahui fungsi-fungsi Humas. Fungsi-fungsi itu dapat diketahui melalui ciri-ciri Humas, dan diharapkan Humas dapat dioperasionalkan secara fungsional untuk menunjang manajemen sebuah organisasi.

4. Peranan Humas

Praktisi Humas berusaha meningkatkan profesionalismenya dalam pengembangan konsep peranan Humas. Konsep ini melihat Humas dari capaian-capaian yang telah diperoleh praktisi Humas dalam setting organisasi. Menurut Dozier, peranan Humas dalam organisasi merupakan salah satu kunci penting pemahaman fungsi Humas dan komunikasi organisasi. Dalam usaha untuk

memahami lebih lanjut mengenai peranan tersebut, Broom dan Dozier seperti yang dikutip oleh Putra (1997:124-125) membaginya menjadi dua peranan, yaitu :

- a. *Communication Manager Rule*, secara sistematis praktisi Humas merencanakan serta mengatur program Humas dari sebuah organisasi, memberi masukan pada manajemen perusahaan, dan membuat kebijaksanaan komunikasi. Mereka terlibat dalam unsur pembuat kebijaksanaan Humas, secara teratur mengadakan penelitian atau mengevaluasi kerja mereka. Praktisi Humas mendapat wewenang dari pihak manajemen untuk mengelola sendiri kegiatannya. Tiga sub peran dari *communication manager rule* adalah:
 1. *Expert Prescriber*, seorang *manager rule* Humas terkadang berfungsi sebagai "ahli" Humas serta mendefinisikan masalah Humas, membuat program, dan bertanggung jawab atas pelaksanaan program.
 2. *Communications Facilitator*, dalam hal ini seorang praktisi Humas bertindak sebagai perantara yang menjaga alur komunikasi dua arah antara organisasi dengan publiknya. Juga berfungsi sebagai mediator.
 3. *Problem-solving Process Facilitator*, seorang *manager* Humas membantu pihak lain dalam organisasi untuk menyelesaikan persoalan Humas mereka, dengan melibatkan anggota dari bidang lain dalam perusahaan atau klien organisasi jika fasilitator bekerja untuk sebuah biro hubungan masyarakat, serta membantu merencanakan dan melaksanakan program Humas mereka secara rasional.
- b. *Communication Technician Rule*, praktisi Humas mempunyai keahlian di bidang komunikasi dan jurnalistik-menulis, pengeditan, produksi audio visual, grafis serta produksi pesan yang digunakan untuk menjalankan program Humas. Dalam pembuatan keputusan *communication technician* tidak terlibat didalamnya, tetapi hanya melaksanakan keputusan serta tidak melakukan penelitian untuk merencanakan atau mengevaluasi kerja mereka.

Adakalanya praktisi Humas menerapkan beberapa peran sekaligus dalam menghadapi suatu masalah. Kedua peran diatas harus ada dalam kegiatan Humas di sebuah organisasi, dan semua kegiatan yang dijalankan harus dapat dipertanggungjawabkan pada pihak manajemen perusahaan. Meskipun demikian,

masih ada sebagian besar perusahaan yang menganggap tidak penting keberadaan Humas. Mereka hanya memberikan wewenang terbatas atas peran *communication technician* saja yaitu hanya melaksanakan keputusan, namun tidak melaksanakan penelitian untuk melaksanakan perencanaan atau mengevaluasi kegiatan mereka. Hanya kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan oleh pihak manajemen perusahaan saja yang bisa dijalankan oleh praktisi Humas.

Adanya keterbatasan yang sedemikian rupa, maka menjadi sulit bagi seorang praktisi Humas untuk mengembangkan keahliannya dan kemampuannya, sehingga sulit pula bagi mereka untuk berada pada tingkat lebih profesional.

5. Fungsi Humas

a. Humas sebagai fungsi manajemen

Fungsi manajemen Humas adalah bentuk kebutuhan pokok manajemen perusahaan untuk memahami perilaku serta keinginan publik perusahaan, yang memberi pengaruh pada pencapaian tujuan perusahaan. Praktisi Humas bertindak sebagai *advisor*, juga berperan sebagai mediator dengan menggunakan konsep komunikasi dua arah.

Humas mempunyai dua fungsi, yaitu fungsi manajemen dan sebagai fungsi komunikasi. Humas sebagai fungsi manajemen merupakan suatu kegiatan untuk menilai sikap publik, menunjukkan kebijaksanaan serta prosedur lembaga berdasar

kepentingan publik, merencanakan dan menjalankan *work plans* guna memperoleh pengertian dan penerimaan yang baik dari publik. Ia juga bertugas menjujung kegiatan, membina serta memelihara jalur bersama antara publik dan lembaganya. Selain itu juga menetapkan dan menekankan tanggung jawab manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, sebagai peringatan awal dalam antisipasi terhadap suatu kecenderungan juga menggunakan penelitian dan teknik komunikasi yang sehat, etis sebagai sarana utama.

b. Humas sebagai fungsi komunikasi

Menurut Effendi (1993:46-48) Humas sebagai fungsi komunikasi mempunyai dua pengertian yaitu:

1. Humas sebagai *state of being*, merupakan wujud kegiatan komunikasi yang melembaga. Humas tidak hanya bersifat sosial yang diungkapkan dalam kebijaksanaan dan tindakan, tetapi juga institusi yang mengkomunikasikan filsafat itu dengan memperhatikan kepentingan publik, sehingga dalam perusahaan terdapat departemen atau bagian yang melaksanakan kegiatan Humas.
2. Humas sebagai *methods of communications*, adalah serangkaian kegiatan komunikasi yang khas dengan ciri-ciri :
 - a Komunikasi dijalankan berlangsung dua arah.
 - b Kegiatan yang dilakukan terdiri atas penyebaran informasi, pelaksanaan persuasi dan pengkajian opini publik.
 - c Tujuan yang dicapai adalah tujuan organisasi itu sendiri.
 - d Sasaran yang dituju adalah publik di luar dan di dalam perusahaan.
 - e Efek yang diharapkan terjadi adalah tercapainya hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik-publik yang ada.

Rachmadi (1992:22) juga mengemukakan fungsi Humas ada dua yaitu :

- a. Ke dalam, Humas harus mengusahakan timbulnya sikap dan gambaran (*image*) masyarakat yang positif terhadap segala tindakan dan kebijakan yang dijalankan oleh organisasi atau lembaganya.
- b. Ke luar, Humas harus berusaha untuk mengenali dan mengidentifikasi hal-hal yang dapat menimbulkan sikap dan gambaran (*image*) yang *negative* dalam masyarakat yang nantinya akan merugikan sebelum tindakan atau kebijakan tersebut dijalankan.

Cultip dan Center seperti dikutip oleh Ruslan (2002:23) memberikan penjelasan mengenai fungsi Humas sebagai berikut:

- a. *To facilitate and insure an inflow of representative opinion from an organizations several public so that it's policies and operation may be kept compatible with the diverse needs and views of these public.* (memudahkan dan menjamin arus opini yang bersifat mewakili dari publik-publik suatu organisasi, sehingga kebijaksanaan beserta operasionalisasi organisasi dapat dipelihara keserasiannya dengan ragam kebutuhan dan pandangan publik-publik tersebut).
- b. *To counsel management on ways and mean on shaping an organization's policies and operations to gain maximum public acceptance* (menasehati manajemen mengenai jalan dan cara menyusun kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi untuk dapat diterima secara maksimal oleh publik).
- c. *To device and implement programs that will gain wide and favorable interpretation of an organization's policies and operations* (merencanakan dan melaksanakan program-program yang dapat menimbulkan penafsiran yang menyenangkan terhadap kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi).

Fungsi komunikasi Ruslan tersebut menerangkan sistem komunikasi dua arah dalam berkomunikasi yang dilaksanakan oleh praktisi Humas. Disatu pihak, praktisi Humas berusaha menyampaikan serta mempengaruhi publik agar mau menerima segala kebijakan perusahaan. Dipihak lain praktisi Humas berusaha agar pihak

manajemen mendengar semua harapan serta keinginan publik, dan menjadikan sebagai dasar pembuatan keputusan kebijakan perusahaan.

Kesimpulan dapat ditarik dengan berpegang pada pendapat Effendi (2002:36) yang merumuskan fungsi Humas sebagai berikut:

- a. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
- b. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik eksternal maupun internal.
- c. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi.
- d. Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.

6. Model-model Humas

Pada setiap organisasi, Humas cenderung dijalankan dengan model-model tertentu, sesuai dengan publik dan tujuan yang akan diraih oleh organisasi. Grunig dan Hunt adalah orang yang pertama kali mengidentifikasi model-model Humas seiring dengan perkembangan praktek Humas di Amerika Serikat. Model-model tersebut dikutip oleh Putra (1999:6-7) yaitu:

- a. Model Keagenan Pers (*Press Agency Model*)
Model ini menunjukkan praktek Humas dengan program-program kehumasan, yang dijalankan dengan tujuan tunggal untuk memperoleh publisitas lewat media massa yang memberikan keuntungan organisasi. Menggunakan proses komunikasi satu arah serta kebenaran informasi yang disampaikan terkadang tidak begitu panjang.
- b. Model Informasi Publik (*Public Information Model*)
Bertujuan menyebarkan informasi kepada publik. Model ini berkembang atas reaksi perusahaan-perusahaan besar serta pemerintah terhadap pemberitaan di media massa tentang diri mereka. Pada model ini peran praktisi Humas lebih diutamakan pada hubungan media, dengan

mengeluarkan *press release* yang menjelaskan tindakan serta kegiatan mereka sesering mungkin. *Journalist in residence* adalah sebutan bagi para praktisi Humas yang menerapkan model ini. Informasi yang diberikan pada model ini sudah dipertimbangkan kebenarannya, meskipun model ini punya kecenderungan menceritakan hal-hal baik tentang organisasinya.

c. Model Asimetris Dua Arah (*Two -Asymmetrical Model*)

Praktek Humas dua arah ini diperkenalkan melalui pendekatan *scientific*. Menggunakan hasil riset untuk mengembangkan pesan-pesannya yang bertujuan mempermudah membujuk publik agar berpikir, bersikap serta bertindak sesuai dengan harapan dan keinginan organisasi. Persuasif ilmiah (*scientific Persuasion*) adalah sebutan lain bagi model yang menggunakan hasil-hasil penelitian tentang sikap, contohnya untuk merangsang pesan. Model ini lebih efektif dibanding kedua model diatas. Model ini mementingkan pembelaan terhadap organisasi daripada mencari solusi yang terbaik bagi penyelesaian masalah Humas yang muncul. Sehingga muncul asumsi bahwa tindakan-tindakan organisasi selalu benar, sementara kepentingan publiknya tidak pernah terakomodasi.

d. Model Simetris Dua Arah (*Two-Way Symetrical Model*)

Model ini menggunakan dasar penelitian dalam melakukan kegiatannya, juga menggunakan komunikasi untuk mengelola publik organisasinya. Pentingnya perubahan perilaku organisasi untuk merespon tuntutan publik adalah suatu hal yang ditekankan dalam model ini. Selain berfungsi membujuk publik, praktisi Humas juga berupaya mempersuasi pengelola organisasi agar mau memperhatikan apa keinginan publik.

Dari keempat model tersebut, dua model yang pertama menggunakan proses komunikasi satu arah dalam praktek Humas, dan dua model yang berikutnya menggunakan proses komunikasi dua arah. Model Humas yang keempat adalah model ideal untuk digunakan dalam organisasi, tetapi pada kenyataannya ada suatu kecenderungan organisasi menggunakan tiga model Humas yang pertama. Hal tersebut juga dipengaruhi oleh lingkungan tempat organisasi itu beroperasi, atau organisasi melakukan interaksi dengan publiknya.

7. Ruang Lingkup Humas

a Internal Humas

Internal Humas adalah kegiatan perusahaan yang berkenaan dengan publik didalam perusahaan. Dalam usaha untuk menciptakan suatu kondisi yang mendukung tercapainya tujuan perusahaan, maka kegiatan Internal Humas menjadi salah satu hal yang sangat penting. Menurut Effendi Internal Humas dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *employee relations* dan *stockholders relations*. *Employee relations* inilah yang merupakan kegiatan Humas dalam menciptakan dan mewujudkan hubungan yang harmonis antara pimpinan perusahaan dan pihak karyawan. Menurut Effendi (1993:116) "Kegiatan *employee relations* bertujuan membina hubungan yang sudah baik agar tetap terjaga dan mencegah terjadinya keretakan hubungan".

Sebagai mediator, Humas juga berusaha agar harapan serta keinginan karyawan dapat didengar dan diperhatikan oleh pihak manajemen perusahaan. Jadi tidak hanya menginformasikan Humas juga memberikan gambaran meyakinkan karyawan untuk menerima kebijakan dari perusahaan. Menurut Oemi (2001:34): "Mencapai karyawan yang mempunyai kegairahan kerja adalah tujuan Internal Humas". Dalam mencapai kegairahan kerja tersebut Humas harus menciptakan komunikasi yang bersifat *two way communication*, yaitu komunikasi antara pimpinan dengan bawahan untuk mencapai *feed back* yang saling menguntungkan berdasarkan pada *good human relations* sesuai dengan prinsip Humas.

Perusahaan harus dapat bersikap terbuka, sebab karyawan adalah aset utama perusahaan. Hidup dan matinya sebuah perusahaan sangat tergantung kepada produktifitas perusahaan, sehingga pihak manajemen perusahaan perlu memperhatikan keinginan dan harapan karyawannya, dan berusaha untuk menciptakan suatu iklim kerja yang kondusif bagi semua pihak dalam perusahaan untuk melakukan kegiatan produksi.

Djanaid (1993:77) menjabarkan tugas, sasaran dan kegiatan Internal Humas sebagai berikut:

1. Sasaran Internal Humas:
 - a. Pegawai.
 - b. Serikat buruh.
 - c. Pemegang saham.
 - d. Keluarga pegawai/buruh.
2. Tugas Internal Humas
 - a. Memupuk suasana menyenangkan di antara pegawai.
 - b. Menciptakan agar setiap pegawai menjadi petugas PR.
 - c. Menciptakan sikap yang baik.
 - d. Menimbulkan gairah kerja.
 - e. Memberikan kesejahteraan keluarga.
 - f. Menciptakan jiwa korps.
 - g. Mengintegrasikan keluarga pegawai dalam kehidupan perusahaan/instansi.
 - h. Memberikan perlindungan pada pegawai yang kesulitan.
 - i. Menggerakkan karyawan untuk memberikan service yang baik.
3. Kegiatan Internal Humas
Untuk melaksanakan tugas tersebut maka dapat diadakan kegiatan sebagai berikut:
 - a. Pengumuman.
 - b. Buku pegangan pegawai.
 - c. *Personal calls*.
 - d. Pertemuan-pertemuan berkala.
 - e. Kotak suara.

- f. Laporan kepada pemegang saham.
- g. Hiburan dan darmawisata.
- h. Olahraga.
- i. *Study tour* dan *training*.
- j. Hadiah-hadiah dan penghargaan.
- k. Klinik dan rumah obat
- l. Tempat-tempat ibadah.
- m. Tempat pendidikan.
- n. Bulletin intern.

Penciptaan suatu iklim yang menyenangkan semua pihak dalam perusahaan untuk beraktifitas adalah tugas dari praktisi Humas, dimana komunikasi yang bersifat dua arah menjadi sangat penting dan harus ada, yaitu adanya komunikasi antara manajemen perusahaan dengan karyawan serta antar karyawan kepada pihak manajemen perusahaan berdasar pada *good human relations*. Dengan demikian jelas bahwa karyawan dan gairah kerjanya adalah suatu kekuatan yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Penerapan strategi Humas yang tepat dan jelas akan menciptakan suatu keharmonisan kondisi bagi karyawan didalam perusahaan untuk beraktivitas, juga mencapai tujuan dari Internal Humas itu sendiri yang ingin mencapai kegairahan kerja karyawan sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai dengan baik.

b. Eksternal Humas

Menurut Oemi (2001:38) tujuan dari Eksternal Humas adalah untuk mempererat hubungan dengan orang-orang diluar badan instansi hingga terbentuknya

opini publik yang *favorable* terhadap badan itu. Tugas Eksternal Humas adalah mengadakan komunikasi yang efektif, yang sifatnya informatif dan persuasif, yang ditujukan kepada publik diluar badan itu, sehingga perusahaan mendapatkan *image* yang positif dari publik.

Djanaid (1993:78-79) menjabarkan sasaran, tugas dan kegiatan Eksternal Humas sebagai berikut:

1. Sasaran Eksternal Humas
 - a. Orang yang tinggal di sekitar perusahaan
 - b. Para langganan dan relasi
 - c. Penyalur
 - d. *Opinion Leader*
 - e. Organisasi masyarakat
 - f. Publik yang berkepentingan dengan perusahaan
 - g. *Pers*
2. Tugas Eksternal Humas
 - a. Memperluas relasi/pasar
 - b. Memperkenalkan kegiatan/produksi
 - c. Menciptakan hubungan dengan pejabat
 - d. Memonitor sikap publik
 - e. Menciptakan penghargaan publik
 - f. Memelihara hubungan baik dengan *pers*
 - g. Hubungan baik dengan para supplier dan publik lainnya yang bersangkutan dengan perusahaan/organisasi.
3. Kegiatan Eksternal Humas :
 - a. Mengadakan analisa sikap publik terhadap kebijaksanaan pimpinan
 - b. Mengadakan koreksi dan memberikan nasehat kepada pimpinan
 - c. Mempersiapkan bahan-bahan penerangan yang jujur dan obyektif agar publik tetap informal terhadap kegiatan perusahaan.
 - d. Mengadakan penyelidikan terhadap kebutuhan, kepentingan dan selera publik.

Kegiatan Eksternal Humas lebih terkait dengan masyarakat luas yang mendukung perkembangan dari perusahaan, dimana publik adalah yang menentukan

keberhasilan dari perusahaan. Humas harus memperhatikan komunikasi dengan para pihak luar dari instansi, karena dengan terjaganya komunikasi dan adanya peranan Eksternal Humas perusahaan kepada masyarakat, maka *feed back* juga akan terjalin dengan baik.

Peranan Internal dan Eksternal Humas bagi perusahaan tentu tidak dapat dipungkiri lagi, harus ada spesifikasi dari Humas untuk memberi pengertian kepada karyawan yang berhubungan langsung dengan perusahaan dan yang memberikan pengertian kepada publik yaitu orang yang tidak secara langsung berinteraksi pada kegiatan perusahaan. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa sasaran, tugas dan kegiatan Humas baik yang Internal maupun Eksternal harus dapat dijalankan dengan penuh kesabaran. Begitu banyak keinginan dan opini dari setiap orang, Humas harus lebih sensitif dalam menilai dan menarik kesimpulan dari apa yang terjadi di lingkungan perusahaan dan juga di lingkungan pasar yang luas dengan begitu perusahaan akan tetap berjalan seperti yang diharapkan. Publik dan karyawan adalah dua unsur yang sangat penting. Menyadari akan hal itu, maka setiap perusahaan mulai memikirkan untuk memfungsikan Internal dan Eksternal Humasnya.

C. Gairah Kerja

1. Pengertian Gairah Kerja

Gairah kerja merupakan bagian dari moral kerja, untuk mengetahui apakah karyawan memiliki gairah kerja yang tinggi kita dapat melihat dari moral kerja yang dimilikinya. Perasaan bahagia dan optimis seseorang digambarkan bahwa orang tersebut memiliki moral kerja yang tinggi. Sebaliknya, jika pada diri orang tersebut terdapat sifat membantah, tidak tenang, maka orang tersebut digambarkan sebagai orang yang memiliki moral rendah. Umumnya moral kerja dipergunakan untuk menggambarkan suasana keseluruhan yang dirasakan samar-samar diantara anggota suatu kelompok atau masyarakat. Karyawan merupakan unsur penting dalam perusahaan maka keberadaannya haruslah menjadi perhatian. Dengan dorongan dan dukungan, karyawan dapat mengembangkan karier sesuai keinginannya maupun keinginan perusahaan. Pencapaian karier tersebut menuntut karyawan untuk mampu melaksanakan tugas-tugasnya, dan dalam tuntutan ini karyawan harus mempunyai gairah kerja. Menurut Nitisemito (1996:96) “Kegairahan kerja adalah kesenangan yang mendalam terhadap pekerjaan yang dilakukan”.

Adanya gairah kerja yang membutuhkan kesenangan terhadap pekerjaan oleh karyawan sudah tersirat didalam timbulnya semangat kerja, dan diharapkan pekerjaan yang dibebankan dapat diselesaikan dengan cepat dan baik. Diantara kedua istilah

semangat dan kegairahan kerja inipun terdapat perbedaan arti. Menurut Nitisemito (1996:96)

“Semangat kerja adalah melakukan pekerjaan secara lebih giat sehingga pekerjaan dapat selesai dengan baik, sedangkan adanya gairah kerja diharapkan dapat membangkitkan rasa senang yang mendalam kepada karyawan terhadap pekerjaan yang dilakukan, sehingga mereka akan dapat melaksanakan atau mengerjakan tugasnya dengan senang guna mencapai tujuan yang ingin dicapai sebelumnya”.

2. Faktor-faktor yang meningkatkan gairah kerja

Sebelum mengetahui hal-hal yang menaikkan gairah kerja, terlebih dahulu kita harus mengetahui apa saja yang kira-kira dapat menurunkan gairah kerja karyawan. Setelah seorang pimpinan mengetahui gejala-gejala yang dapat mengakibatkan turunnya gairah kerja, maka pimpinan harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat meningkatkan gairah kerja. Berkaitan dengan hal tersebut, merujuk pendapat Nitisemito (1996:101-102), ada sebelas faktor dalam upaya meningkatkan semangat dan kegairahan kerja karyawan baik bersifat material maupun non material, yaitu:

- a. Gaji yang cukup
- b. Memperhatikan kebutuhan rohani
- c. Sekali-kali perlu menciptakan suasana santai
- d. Harga diri perlu mendapat perhatian
- e. Berikan kesempatan kepada mereka untuk maju
- f. Perasaan aman menghadapi masa depan perlu diperhatikan
- g. Usahakan untuk mempunyai loyalitas
- h. Tempatkan karyawan pada posisi yang tepat
- i. Sekali-kali para karyawan perlu diajak berunding
- j. Pemberian insentif yang terarah

k. Fasilitas yang menyenangkan.

Di samping faktor-faktor yang telah dikemukakan sebelumnya ada satu faktor lagi yang penting dan berpengaruh besar terhadap kegairahan kerja, yaitu lingkungan kerja. Menurut Nitisemito (1996:110) lingkungan kerja adalah “Sesuatu yang berada disekitar para karyawan yang dapat mempengaruhi dirinya dalam menjalankan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya”. Dalam suatu perusahaan yang termasuk ke dalam lingkungan kerja adalah:

- a. Pewarnaan
- b. Kebersihan
- c. Pertukaran udara
- d. Penerangan
- e. Musik
- f. Keamanan
- g. Kebisingan

Faktor-faktor yang telah diketahui, diharapkan dapat memberikan jalan terbaik agar gairah kerja tidak menurun yang tentunya akan merugikan bagi perusahaan.

D. Hubungan Internal Humas dan Gairah Kerja

Dibutuhkan komunikasi yang baik antara semua pihak yang ada di tiap tingkatan manajemen di setiap perusahaan. Dengan komunikasi yang baik maka akan terjalin kerjasama yang baik juga antara karyawan dengan pimpinan dan sebaliknya. Seorang Humas harus senantiasa berkomunikasi dengan para karyawan, yakni dengan

mendatangi dan bercakap-cakap dengan mereka maka dapat diketahui sikap, pendapat, kesulitan, keinginan, harapan dan perasaan karyawan. Sudah tentu antara karyawan yang satu dengan yang lain memiliki perbedaan keinginan, harapan, dan tingkat kesulitan yang dihadapi disebabkan perbedaan dalam lingkungan hidupnya, pengalaman, pendidikan, serta penempatan posisi kerja di perusahaan. Tetapi diantara mereka terdapat hal-hal yang sama. Menurut Effendi (1987:142-145) hal-hal yang sama yang dikehendaki oleh karyawan adalah :

1. Upah yang cukup

Banyak cara dilakukan oleh karyawan agar gaji yang ia terima dapat mencukupi kebutuhannya dan juga keluarganya. Beberapa karyawan mencoba menambah ilmu pengetahuan dengan mengambil kursus, dan ada juga karyawan yang mengikuti perserikatan buruh agar tujuannya lebih mudah tercapai daripada dilakukan dengan perseorangan seperti kursus. Kegiatan Humas sangat dibutuhkan disini untuk menengahi antara perorangan para pekerja yang menuntut kenaikan upah dengan sikap bertahan dari pihak majikan. Tugas seorang PRO adalah untuk selalu memelihara hubungan yang harmonis, sehingga semua pihak merasa puas, bekerja dengan senang dan organisasi tetap berjalan lancar.

2. Perlakuan yang adil

Perlakuan yang adil adalah hasrat semua karyawan untuk diperlakukan secara adil di kalangan karyawan, tidak saja hubungannya dengan upah, tetapi juga dengan soal-soal lain. Tetapi perasaan tersebut hanyalah perasaan pribadi saja, yang sering kali disebabkan informasi yang kurang jelas mengenai soal kepegawaian. Hanya dengan berkomunikasi dengan mereka, kesalahfahaman akan dapat dihilangkan dan kepercayaan kepada pimpinan kembali dibina.

3. Ketenangan bekerja

Semua karyawan menginginkan bekerja dengan tenang, bukan saja hubungannya dengan pekerjaan, tetapi juga mengingat akan resiko dari pekerjaan mereka. Karyawan akan giat bekerja jikalau mengetahui hubungannya dengan keluarga yang ditinggalkannya di rumah. Banyak hal yang bisa terjadi dalam melaksanakan tugas dari perusahaan,

karyawan tidak akan tenang dalam menjalankan tugasnya bila mereka bahwa dalam mereka terdapat:

- a. Jaminan, jika mereka dengan keluarganya terjadi musibah.
 - b. Jaminan keamanan bekerja.
 - c. Jaminan di hari tua.
4. Perasaan diakui
- Pada setiap karyawan terdapat perasaan ingin diakui sebagai karyawan yang berharga dan anggota kelompok kerjanya yang terhormat. Seorang Humas harus mengusahakan agar setiap karyawan yang merasa tidak diakui merasa diakui sebagai karyawan yang berharga.
5. Penghargaan atas hasil kerja
- Para karyawan menginginkan agar hasil kerjanya dihargai, meskipun sebenarnya adalah kewajiban mereka untuk bekerja segiat-giatnya, untuk itulah mereka diberi upah. Meskipun demikian, akan selalu terpelihara adanya harmoni, bila diadakan cara-cara tertentu sebagai tanda bahwa hasil kerja mereka dapat dihargai. Hal ini bisa dalam bentuk uang, barang atau piagam.
6. Penyalur perasaan
- Perasaan tertentu yang menghinggapi para karyawan bisa menghambat kegairahan bekerja. Mereka ingin menyalurkan perasaannya, maka PRO menerbitkan majalah atau selebaran stensilan, karena majalah dapat merupakan medium hubungan batin antara pimpinan dengan karyawan dan antara karyawan dengan karyawan. Penerbitan seperti itu selain dapat memuat usul-usul, pendapat-pendapat, saran-saran, atau hasrat-hasrat para karyawan, juga dapat menyalurkan bakat mereka, seperti mengarang, menggambar, membuat foto dan lain-lain. Komunikasi dua arah secara timbal balik dalam kegiatan Humas dapat dilaksanakan dengan media tersebut.

Keinginan yang sama dari setiap karyawan merupakan satu patokan yang dapat dipelajari Internal Humas. Bilamana keinginan karyawan tidak dapat dipenuhi, maka Humas sebagai komunikator di perusahaan harus dapat menyampaikan dengan cara yang baik sehingga tidak berdampak pada gairah kerja yang dimiliki oleh karyawan. Seorang Internal Humas yang baik adalah yang memperlakukan tiap karyawan dengan sikap yang sama, tanpa membedakan-bedakan tingkat pendidikan,

bertindak adil, tidak memihak suatu golongan, jujur dan bijaksana, sebab tiap anggota mulai dari pimpinan sampai dengan pesuruh merupakan bagian dari keseluruhan badan itu.



BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam suatu penelitian harus menggunakan suatu metode yang tepat agar mendapatkan data yang akurat sehingga tercapainya hasil yang benar. Metode merupakan cara yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan. Hasan (2002:01) mendefinisikan penelitian adalah:

"Penyaluran rasa ingin tahu manusia terhadap sesuatu atau masalah dengan peraturan tertentu (seperti memeriksa, menyusun, menelaah, mempelajari secara cermat dan sungguh-sungguh) sehingga diperoleh sesuatu seperti mencapai kebenaran, memperoleh jawaban, pengembangan ilmu dan sebagainya".

Sugiyono (2001:01) mendefinisikan metode penelitian adalah: "Cara ilmiah untuk mendapatkan cara dengan tujuan dan kegunaan tertentu". Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri keilmuan yaitu rasional, empiris dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara masuk akal sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara untuk dilakukan itu dapat diamati oleh manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya proses untuk digunakan dalam penelitian ini menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.

Berdasarkan dari penjelasan pengertian penelitian sebelumnya maka dapat diketahui bahwa penelitian merupakan suatu cara untuk memahami sesuatu melalui usaha mencari bukti-bukti yang muncul sehubungan dengan masalah yang

bersangkutan yang dilakukan secara hati-hati sehingga diperoleh pemecahannya, sedangkan metode penelitian diperlukan dalam penelitian ilmiah karena dengan menggunakan metode yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti akan mampu menemukan data yang relevan dan kebenarannya dapat dipercaya. Pemilihan metode yang tepat merupakan langkah yang harus di tempuh untuk mencapai hasil penelitian yang valid. Metode penelitian akan menuntun peneliti tentang urutan-urutan bagaimana penelitian dilakukan serta merupakan pedoman dalam hal pengumpulan data maupun dalam melakukan penelitian tersebut.

Sehubungan dengan masalah yang diangkat oleh peneliti, maka metode yang digunakan disini adalah metode penelitian kualitatif. Metode kualitatif menurut Hasan (2002:98) adalah "Prosedur penelitian yang tidak menggunakan model matematik, model statistik dan ekonomik atau model-model tertentu lainnya". Komponen-komponen metode penelitian kualitatif adalah sebagai berikut:

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian dengan pendekatan kualitatif sedangkan jenis penelitiannya menggunakan jenis penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana peranan Internal Humas dalam meningkatkan gairah kerja karyawan. Penelitian deskriptif menurut Nazir (2003:64) adalah "Suatu metode penelitian untuk membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar belaka".

B. Fokus Penelitian

Fokus dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui peranan internal humas dalam meningkatkan gairah kerja karyawan melalui:

1. Program Internal Humas Bentoel Medical Center.
2. Aktifitas Internal Humas Bentoel Medical Center.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dan keadaan di mana penulis diharapkan dapat menangkap keadaan sebenarnya dari obyek yang penulis teliti dalam rangka memperoleh data. Agar data yang diperoleh lebih akurat maka penulis memilih sekaligus menetapkan waktu dan tempat serta suasana yang memungkinkan dalam upaya menggali keterangan atau data yang dibutuhkan dengan pertimbangan agar dapat memperoleh kemudahan dalam pengambilan data sesuai tema penelitian. Lokasi penelitian ditetapkan pada bagian HRD Bentoel Medical Center Jl. Niaga No. 25 Janti, Malang.

D. Sumber Data

Terdapat dua jenis data dalam penelitian ini yang diharapkan mampu menyediakan informasi yang diperlukan, yaitu:

1. Data primer

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari lokasi penelitian, kemudian diamati, dan dilakukan pencatatan dari hasil wawancara yang akan dilakukan dengan Kepala HRD Bentoel Medical Center Malang.

2. Data sekunder

Merupakan data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti, tetapi diperoleh dari perusahaan yang menjadi obyek penelitian secara resmi dalam bentuk tertulis atau dokumen. Data sekunder ini merupakan data pendukung yang sangat diperlukan, misalnya sejarah perusahaan, struktur organisasi, data kegiatan perusahaan, dan lain-lain.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pada tahap awal penelitian, dilakukan studi penjajakan/pendahuluan untuk mengadakan pengamatan terhadap gejala/fenomena yang ada di perusahaan yang menjadi objek penelitian. Studi ini dilakukan sebagai dasar penentuan kelayakan dan ketepatan pemilihan lokasi dan masalah yang menjadi tema penelitian. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

1. Observasi

Observasi dilakukan secara langsung oleh peneliti pada tempat penelitian bertujuan untuk mengamati secara langsung bagaimana peranan Internal Humas dalam meningkatkan gairah kerja karyawan.

2. Wawancara

Merupakan teknik pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab langsung dengan responden yang mempunyai relevansi dengan masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan dengan Kepala HRD Bentoel Medical Center Malang.

3. Dokumentasi

Mengadakan pencacatan dari dokumen-dokumen tertentu yang ada hubungannya dengan penulisan ini, yang dapat diperoleh dari teknik dokumentasi ini adalah:

- a. Profil Bentoel Medical Center Malang
- b. Struktur organisasi
- c. Data karyawan
- d. Laporan Program
- e. Serta data-data lain yang berhubungan erat dengan masalah yang dianalisis dalam penelitian ini.

F. Instrumen Penelitian

Dalam mendukung atau membantu penulis dalam melakukan pengumpulan data digunakan instrumen penelitian, menurut Arikunto (1983:137), "Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang dipilih dan digunakan dalam penelitian, sehingga kegiatan penelitian dapat berjalan sistematis dan lancar". Instrumen dalam

penelitian ini adalah:

- a. Pedoman wawancara, berupa daftar pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memudahkan tanya jawab pada nara sumber atau informan.
- b. Catatan lapangan (*field note*) yaitu catatan yang berisi pokok-pokok informasi yang diperoleh peneliti selama melakukan wawancara maupun pengamatan.

G. Analisis Data

Moleong (2001:103) menyatakan bahwa analisis data adalah "Proses mengorganisasikan dan mengumpulkan data kedalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data". Penulisan analisis data menggunakan data kualitatif yang oleh Nawawi (1992:9) diartikan dengan "Analisa yang tidak menggunakan perhitungan statistik, akan tetapi menggunakan pemikiran yang logis untuk menggambarkan, menjelaskan dan menguraikan secara mendalam tentang keadaan yang sebenarnya kemudian menarik suatu kesimpulan sehingga diperoleh suatu penyelesaian masalah yang memuaskan".

Langkah-langkah atau proses analisis data ini secara terstruktur adalah sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan data yang relevan

- b. Memeriksa kembali data yang telah dikumpulkan
- c. Menguraikan dan menganalisis data yang telah terkumpul dengan mengacu pada fokus penelitian
- d. Menyimpulkan hasil penelitian.

Dalam penelitian kualitatif ini analisis datanya akan lebih banyak didominasi oleh kata dan kalimat serta jarang sekali menggunakan data yang berupa angka. Meskipun demikian, hal ini tidak menutup kemungkinan ditampilkannya tabel untuk mendukung kelengkapan dan kevalidan data. Perlu ditambahkan disini bahwa analisis terhadap data dan informasi hasil penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan komparasi/membandingkannya dengan uraian yang telah dipaparkan dalam tinjauan pustaka mengenai Humas dan gairah kerja.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Tinjauan Historis Berdirinya BMC

Pada awalnya, Bentoel Medical Center (BMC) adalah klinik kesehatan yang dibangun untuk melayani karyawan Bentoel dan keluarganya. Seiring dengan kebutuhan akan fasilitas kesehatan yang makin meningkat, fasilitas ini akhirnya dibuka untuk umum. Berdiri pertama kali pada tahun 1969, dan pada tahun 1997 mulai dibuka untuk umum. Kini BMC memiliki dua klinik, yaitu di Jalan Niaga Janti, Malang dan di Karanglo, Malang. Pada tahun 2004, BMC Karanglo diperbaharui dan dijadikan fasilitas kesehatan modern dengan sejumlah layanan spesialis seperti dokter gigi, internis, dokter bedah, dokter anak, dokter kulit, dokter syaraf, dokter kandungan dan spesialis Keluarga Berencana. BMC juga dilengkapi dengan Unit Gawat Darurat 24 jam, departemen radiology, apotek dan layanan ambulan. Keberadaan BMC di dua tempat, sangat membantu pemenuhan masyarakat akan layanan kesehatan. Bukan saja masyarakat dalam wilayah kelurahan BMC itu sendiri, namun juga hingga ke beberapa wilayah lain di sekitarnya. Berikut fluktuasi pengguna jasa layanan kesehatan BMC Janti, berdasarkan jumlah dalam wilayah Kota Malang. Data diambil per Agustus 2006 - 2007.

Tabel 1
Pengguna Jasa Layanan BMC Janti Periode Agustus 2006-2007 Berdasarkan Wilayah di Kota Malang

Bulan	Pengguna Jasa Layanan Kesehatan					Jumlah
	Kecamatan					
	Kota	Blimbing	Lowokwaru	Klojen	Kedung Kandang	
2006						
Agustus	-	-	-	-	30	30
September	-	-	-	2	82	84
Oktober	-	-	-	2	66	68
November	5	-	-	-	34	39
Desember	1	-	-	-	61	62
2007						
Januari	1	-	-	1	71	73
Pebruari	-	-	-	1	101	102
Maret	2	-	-	2	36	40
April	2	-	-	-	97	99
Mei	-	-	-	-	92	92
Juni	1	-	-	4	112	117
Juli	-	-	-	1	83	84
Agustus	-	-	-	1	62	63

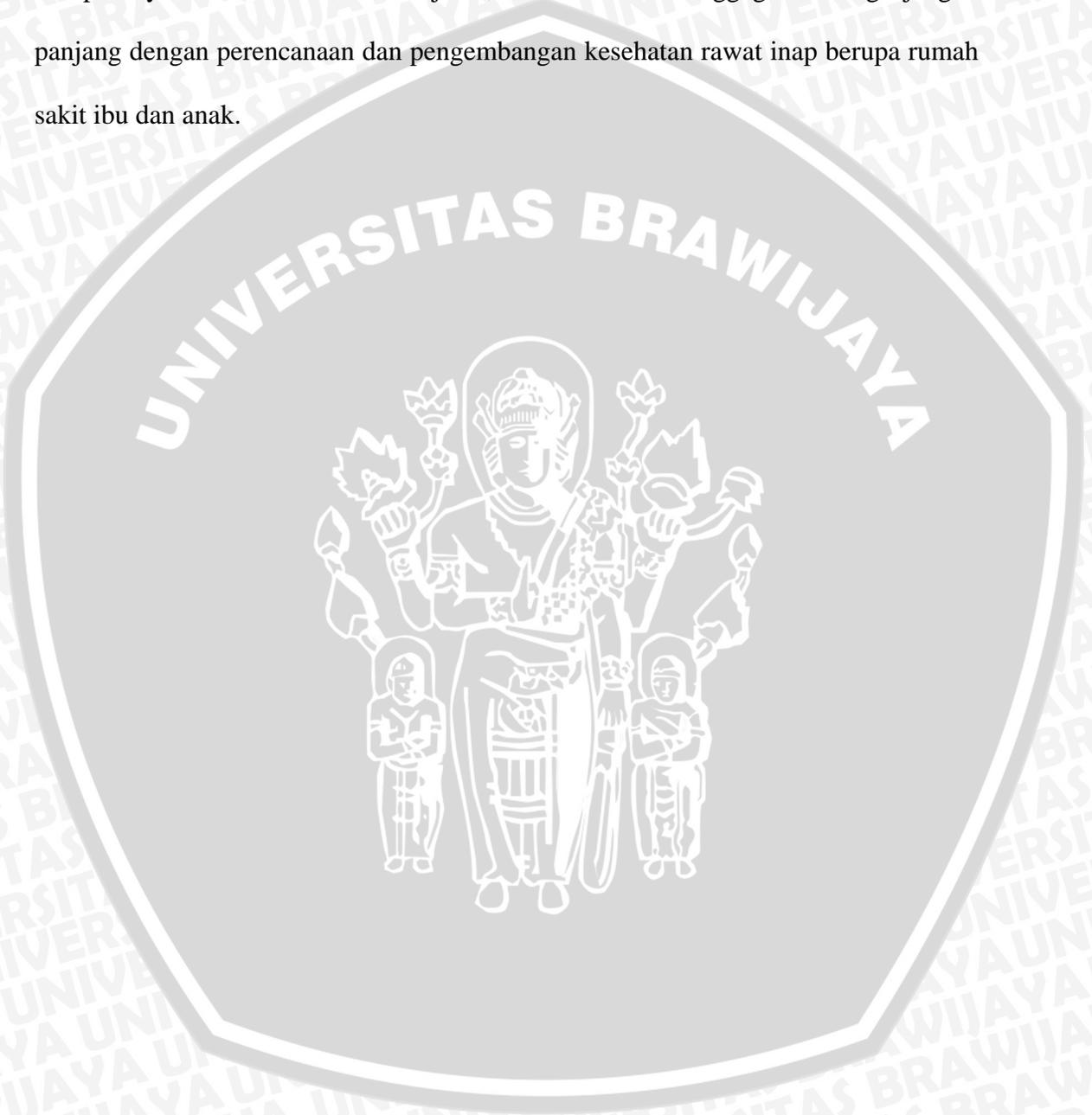
Sumber : Bentoel Medical Center

Tabel 2
Pengguna Jasa Layanan BMC Janti Periode Agustus 2006-2007 Berdasarkan Jenis Kelamin

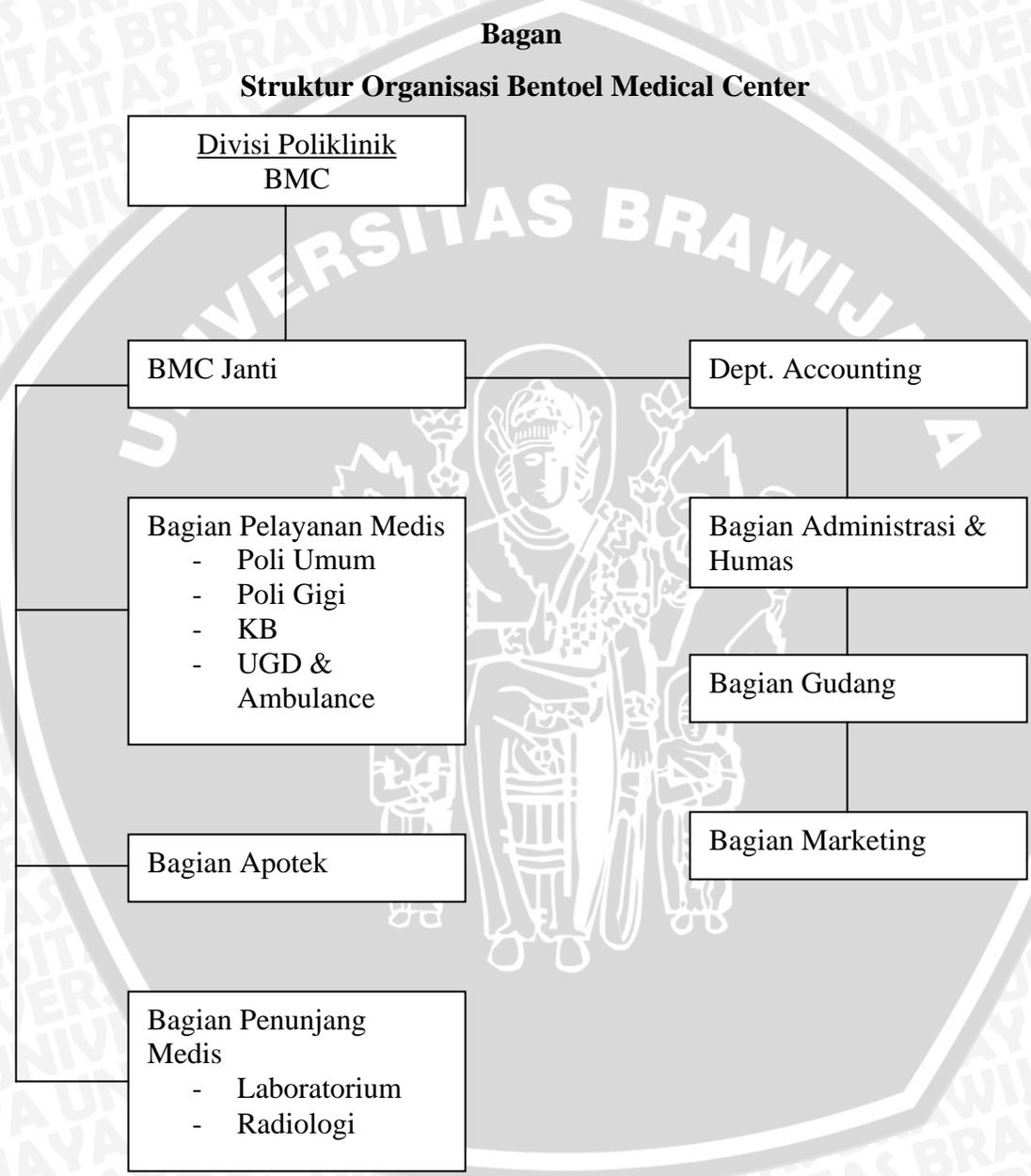
Bulan	Pengguna Jenis Kelamin		Jumlah
	Pria	Wanita	
2006			
Agustus	9	21	30
September	24	60	84
Oktober	31	37	68
November	22	17	39
Desember	22	40	62
2007			
Januari	26	47	73
Pebruari	39	63	102
Maret	31	9	40
April	31	68	99
Mei	18	74	92
Juni	48	69	117
Juli	40	44	84
Agustus	31	32	63

Sumber : Bentoel Medical Center

Untuk meningkatkan pelayanan kesehatan masyarakat yang selama ini hanya berupa layanan kesehatan rawat jalan, maka BMC menggagas strategi jangka panjang dengan perencanaan dan pengembangan kesehatan rawat inap berupa rumah sakit ibu dan anak.



2. Struktur Organisasi



Sumber : Humas BMC Janti 2007 (diolah)

a. Deskripsi Struktur Organisasi

Sebagaimana sejarahnya, BMC merupakan bagian atau bisa disebut juga salah satu anak perusahaan PT. Bendoel Prima. Struktur organisasi sebagaimana digambarkan di atas, dijelaskan sebagai berikut :

1. Divisi Poliklinik, atau Bendoel Medical Center disingkat BMC, merupakan anak perusahaan Bendoel Prima, yang bergerak dalam jasa kesehatan. Divisi poliklinik ini membawahi dua divisi yang lebih kecil berdasarkan wilayah penempatan kerja, yaitu Karanglo dan Janti.
2. BMC Janti, adalah organisasi yang bergerak dalam jasa kesehatan, salah satu anak perusahaan Bendoel Prima, yang berlokasi di Jl. Niaga 25 Malang. Sesuai alamatnya, wilayah kerja BMC Janti ini selain melayani karyawan, juga masyarakat sekitar.
3. Bagian Pelayanan Medis; bertugas memberikan layanan medis primer. Pada bagian ini diisi oleh dokter untuk bidang kedokteran umum dan gigi. Juga tersedia tenaga khusus untuk jaga dan ambulan.
4. Bagian Apotek; memberikan layanan jasa dan penjualan obat.
5. Bagian Penunjang Medis; memberikan layanan dalam bidang laboratorium dan Radiologi. Pada bagian ini juga diisi oleh tenaga-tenaga ahli setingkat dokter spesialis.

6. Departemen *Accounting*; membawahi kegiatan-kegiatan BMC Janti non medis. Secara garis besar aktifitas non medis ini diterjemahkan dengan keuangan dan administrasi.
7. Bagian Administrasi dan Humas; berkewajiban dalam perencanaan dan pengelolaan administrasi barang dan jasa BMC Janti. Pada sisi lain, Kabag. Administrasi juga bertindak sebagai HR representatif BMC Janti.
8. Bagian Gudang; bertanggung jawab terhadap pengawasan dan sirkulasi barang-barang di gudang.
9. Bagian *Marketing*; bertanggung jawab terhadap sosialisasi keberadaan, dan pemasaran usaha layanan jasa kesehatan.

Tabel 3
Jumlah Karyawan Berdasarkan Jabatan

Bagian	Jumlah
Divisi Poliklinik (Kepala)	1
BMC Janti (Kepala)	1
Bagian Medis	
- Kepala	1
- Poli Umum	2
- Poli Gigi	3
- KB	1
- UGD&Ambulan	4
Bagian Apotek	
- Kepala	1
- Staff	3
Bagian Penunjang Medis	
- Kepala	1
- Laboratorium	2
- Radiologi	1
Dept. Accounting (kepala)	1
Bidang administrasi & Humas	
- Kepala	1
- Staf	3
Bagian Gudang	1

Bagian Marketing	1
Total	28

Sumber : Bentoel Medical Center

b. Misi

Sebagai pusat pelayanan kesehatan masyarakat yang berorientasi pada pelayanan kesehatan kerja, BMC Janti mempunyai misi :

- a. Memberikan pelayanan kesehatan dan kesejahteraan karyawan PT Bentoel Prima.
- b. BMC memberikan alternatif utama bagi masyarakat sekitar untuk layanan kesehatan yang terjangkau.
- c. Berperan serta dalam program pemerintah untuk meningkatkan derajat kesehatan masyarakat.

B. Analisis Hasil Penelitian

1. Keberadaan Humas BMC Janti

Idealnya praktek Humas dalam sebuah organisasi atau perusahaan berada pada suatu departemen atau bidang tersendiri dimana dalam struktur tersebut Humas mempunyai wewenang untuk merencanakan, mengelola dan mengevaluasi kegiatannya tersendiri tanpa tersub-ordinasi pada bidang atau departemen lain. Hal tersebut bertujuan untuk kemudahan yang lebih saat koordinasi maupun saat pertanggungjawaban atas kegiatan yang dilaksanakan. Namun hal tersebut bukan

menjadi sebuah permasalahan yang pelik karena hal yang terpenting adalah bagaimana akses Humas di tingkat manajemen dalam proses pembuatan kebijakan.

Humas BMC Janti tidak berada pada departemen atau bidang sendiri, namun terlihat bahwa bagian Humas memiliki akses di tingkat manajemen. Pihak manajemen membutuhkan masukan dan saran dari Humas khususnya yang menyangkut pembuatan kebijakan yang berhubungan dengan publik internal maupun publik eksternal. Hal ini membuktikan bahwa bagian Humas mempunyai wewenang dalam penyusunan dan pengelolaan strategi Humas yang dijalankan.

Dalam menganalisis keberadaan bagian Humas dalam menjalankan kegiatan Humas BMC Janti, bukan menjadi sebuah permasalahan apakah posisi Humas secara struktural berada di bawah bidang lain atau dalam departemennya sendiri. Selama praktisi Humas mendapat akses untuk terlibat di tingkat manajemen perusahaan, maka praktisi Humas dapat menjalankan fungsi Humas yang ideal. Hal ini senada dengan pandangan Putra yang mengatakan bahwa posisi Humas dalam struktur organisasi tidak terlalu penting, yang penting adalah akses praktisi Humas terhadap manajemen perusahaan yang memungkinkan praktisi memberikan saran dan pemikiran kepada pihak manajemen dan terlibat dalam proses pembuatan kebijakan.

Humas di BMC Janti tidak berdiri pada sebuah departemen tersendiri. Melainkan berada menjadi satu pada bagian Administrasi BMC Janti. Namun demikian, fungsi yang dijalankan oleh bagian ini adalah kegiatan Humas, baik secara

internal maupun eksternal. Dalam fungsi kehumasan pula, bagian ini juga mempunyai kewenangan mengelola dan mempertanggungjawabkan secara mandiri.

2. Analisis Program Humas

Menganalisis program yang digunakan Humas BMC Janti dalam menyusun dan melaksanakan strateginya, dilakukan terhadap program-program Humas yang ada dan dijalankan. Antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lainnya mungkin akan menggunakan program yang berbeda, karena masing-masing memiliki karakteristik Humas yang berbeda pula. Perbedaan itu masing-masing memiliki karakteristik publik yang berbeda pula.

Cara yang ditempuh untuk menganalisis program Humas yang digunakan pada suatu perusahaan adalah dengan melihat tujuan dari suatu program. Selain cara tersebut, cara lain yang dapat digunakan untuk menganalisa program Humas adalah dengan melihat model komunikasi yang digunakan. Jika suatu program bertujuan menyampaikan propaganda, maka model Humas yang digunakan adalah *public informations model*. Demikian halnya jika suatu program bertujuan membujuk publik untuk menerima pesan yang disampaikan, maka model yang digunakan adalah *two-way asymmetrical model*. Sedangkan program yang bertujuan untuk tercapainya *mutual understanding* antara pihak organisasi dengan publiknya, maka model yang digunakan adalah *two-way symmetrical model*.

Humas BMC Janti menjalankan program yang berbeda agar mencapai hasil yang diharapkan dan untuk menghindari kebosanan karyawan dalam memberikan tanggapan atau respon terhadap pesan yang disampaikan. Program-program Humas BMC Janti dalam meningkatkan gairah kerja karyawan yang dapat dianalisis adalah:

a. Penerbitan Media Internal

1. Pengumuman Tempel

Pada tiap tempat, baik diperusahaan utama maupun perusahaan cabang, Bentoel membuat papan pengumuman bagi karyawan. Termasuk juga di Bentoel Medical Center. Hanya saja, bentuk dan materi pengumuman di BMC Janti disesuaikan dengan cakupan bidang BMC, yaitu kesehatan. Informasi yang disajikan, selain terkait dengan informasi kesehatan secara umum, juga memuat jadwal-jadwal kegiatan sosial BMC Janti yang berkaitan dengan kesehatan masyarakat.

Karyawan yang ingin mengetahui informasi dan perkembangan terbaru harus aktif untuk melihat papan pengumuman. Papan pengumuman diletakkan di tempat yang strategis, memudahkan Humas untuk mensosialisasikan berita yang ingin disampaikan.

2. Buletin Ekspresi Bentoel

Penerbitan media internal ini dilatar belakangi oleh karena pada saat itu perusahaan merasakan kebutuhan berkomunikasi, sekaligus

mensosialisasikan berbagai kegiatan dan kebijakannya kepada karyawan secara luas.

Berbeda dengan pengumuman tempel, Buletin Ekspresi lebih menekankan pada aktifitas Bentoel secara luas. Hal ini bisa berarti keuntungan sekaligus kekurangan tersendiri. Karyawan Bentoel, dapat mengetahui apa saja yang dilakukan perusahaannya, capaian prestasi dan program-program besar secara nasional. Namun, media ini kekurangan informasi mendetail terhadap bidang-bidang kerja pada lingkup yang lebih kecil.

Kelebihan lain yang dimiliki buletin ini, selain memberikan informasi kepada karyawan juga memberikan nilai *edukasi*. Salah satu rubrik pada tiap terbitannya memuat naskah-naskah pendidikan yang berkaitan dengan perkembangan pengetahuan dibidang etika bisnis dan ketenaga kerjaan. Selain itu juga diselipkan pengetahuan bersifat *sportainment*, dengan materi-materi seputar klub sepakbola Arema. Klub ini juga tercatat sebagai salah satu anak usaha Bentoel Prima.

Seperti layaknya sebuah terbitan, Buletin Ekspresi Bentoel juga mempunyai susunan redaksi. Bagan redaksionalnya sangat ramping, sebab hanya memuat beberapa orang karyawan yang difungsikan sebagai penanggung jawab, staf redaksi, dan tata letak. Bentuk-bentuk

komunikasi langsung yang disajikan buletin ini ada dalam rubrik Xbner (surat Pembaca) dan penyediaan *mail box* redaksi.

b. Program Ritual

Dalam usaha menjaga keseimbangan fisik dan psikis di kalangan karyawan, pihak Humas menjadwalkan program ritual tahunan seperti misalnya bidang kesehatan dan keagamaan secara rutin. Program-program ritual tersebut antara lain adalah kegiatan peringatan hari besar agama, Siraman rohani satu minggu sekali, juga diadakan Khitanan masal. Program ritual kesehatan yang biasa dilakukan adalah senam jum'at pagi. Ada juga ritual-ritual lain seperti mengadakan Kesenian daerah, Donor darah, dan Rekreasi bersama satu tahun sekali serta kegiatan-kegiatan lainnya.

Program-program Ritual BMC Janti untuk periode tahun 2007, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4
Perencanaan Program Kegiatan Tahunan

Bulan	Momen/ Program	Kegiatan
Januari	(1) Libur tahun baru Masehi (20) Libur Tahun baru Hijriah	Libur karyawan -
Pebruari	-	-
Maret	(19) Hari raya nyepi (31) Maulid Nabi Muhammad	- Doa bersama Donor Darah
April	-	-
Mei	(17) Paskah (18) libur bersama (kep.pemerintah)	- Libur karyawan
Juni	(1) Waisak	-

Juli	(21) Vacation ke Sengkaling	Liburan bersama keluarga karyawan ke Taman Hiburan Keluarga Sengkaling
Agustus	(11) Isra Mi`raj (17) HUT Kemerdekaan RI	Doa bersama Pemberian bingkisan pada karyawan Lomba-lomba dengan perusahaan induk Penyematan karyawan teladan Bingkisan dan hadiah bagi karyawan
September	(13) Awal Ramadhan	Doa bersama Sosialisasi jadwal kerja
Oktober	(11 – 17) libur lebaran	Pembagian THR Libur karyawan
November	-	-
Desember	(20) Idul Adha (25) Hari Raya Natal	Penyembelihan hewan kurban Pembagian daging dan bingkisan Pembagian THR dan bingkisan Natal bersama Bentoel Grup

c. Kelompok Diskusi

Humas BMC Janti menyadari benar akan pentingnya komunikasi diantara para karyawan, dan antar karyawan ke perusahaan. Kelompok diskusi, digagas dan dijalankan sebagai sebuah program rutin, yang dijalankan tiap minggu. Tema yang diangkat bisa berupa tema umum kebijakan perusahaan, permasalahan ketenagakerjaan, dan yang lebih spesifik adalah permasalahan-permasalahan kesehatan yang sedang aktual pada masyarakat sekitar.

Secara umum program ini bertujuan untuk menciptakan pengertian bersama antara pihak karyawan dan pihak manajemen, terhadap unsur-unsur pencapaian perusahaan dan target kerja yang harus dikerjakan bagian

tersebut. Tujuan kegiatan tersebut dilaksanakan dengan maksud agar orientasi kerja karyawan tetap mengarah pada penetapan tujuan perusahaan.

Sebagai sebuah program, kelompok diskusi ini menunjukkan sosialisasi kebijakan perusahaan BMC Janti dilakukan dengan dua arah antara atasan dan bawahan, dengan tujuan untuk menciptakan perasaan memiliki dan tanggung jawab pada diri karyawan terhadap kelangsungan perusahaan. Sumbangan pemikiran dari seluruh karyawan juga diharapkan agar dapat meningkatkan kualitas kerja seluruh anggota perusahaan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan.

d. Pendidikan dan Pelatihan

Pendidikan dan pelatihan karyawan BMC Janti mengacu pada Tata Tertib Perusahaan Bentoel Prima yang berbunyi :

“Guna meningkatkan kemampuan dan ketrampilan dalam pekerjaan maka karyawan yang ditunjuk wajib melaksanakan pendidikan dan/ pelatihan yang ditentukan dan/ disetujui oleh perusahaan”

Dan di ayat kedua yang berbunyi :

“Seluruh bahan yang diperoleh dalam pendidikan dan/ pelatihan menjadi milik perusahaan dan karyawan yang telah mengikuti pendidikan dan/ pelatihan wajib memberikan laporan secara tertulis kepada pengusaha serta harus lebih meningkat produktivitas kerjanya”

Menilik dalam peraturan tersebut, maka BMC Janti melakukan beberapa langkah dalam penyusunan program kerja terkait dengan

pendidikan dan pelatihan karyawan, juga mengingat bahwa di BMC Janti terdapat tiga kelompok besar kategori karyawan, yaitu Tenaga Medis, Operasional Administratif, dan Operasional Teknis.

Untuk tenaga medis, BMC Janti menyerahkan sepenuhnya masalah pendidikan dan pelatihan tenaga medis, yang rata-rata berada pada level dokter kepada perusahaan induk. Sedangkan untuk tenaga operasional administratif dan operasional teknis, BMC Janti memiliki dua opsi, yaitu memberikan usulan karyawan bersangkutan dalam kegiatan pendidikan dan pelatihan ke perusahaan induk, atau secara inisiatif, memberikan pendidikan dan pelatihan ringan.

Bentuk kegiatan pendidikan dan pelatihan ringan ini menyesuaikan dengan waktu yang biasanya diselenggarakan secara mendadak, misalnya evaluasi dokter terhadap kebersihan toilet dan cara/fungsi disinfektan. Pelatihan-pelatihan ringan memungkinkan terjadinya komunikasi antar bidang dalam BMC Janti, sekaligus meningkatkan wacana serta wawasan pengetahuan karyawan mengenai peralatan medis ringan.

Kesimpulan dari analisis yang telah diuraikan diatas adalah model Humas yang ditetapkan oleh bagian Humas BMC dalam meningkatkan gairah kerja karyawan cenderung menggunakan perpaduan antara dua model Humas yang ada yaitu *two-way asymmetrical model* dan *two-way symmetrical model*. Pemilihan model-model ini dapat dikatakan tepat karena dalam upaya

meningkatkan gairah kerja karyawan, komunikasi dua arah menjadi penting untuk mengetahui tanggapan dari karyawan terhadap program Humas yang dijalankan.

Kadang-kadang pihak manajemen membuat sebuah solusi, jika dalam menjalankan sebuah program menemui kesulitan atau kendala. Kendala tersebut menyebabkan program tidak efektif solusi tersebut yaitu memodifikasi atau mengubah program. Melalui komunikasi dua arah, peningkatan gairah kerja karyawan akan lebih cepat, sebab terjadi komunikasi timbal balik dimana pihak manajemen memberikan penjelasan sementara karyawan merespon kembali atas apa yang disampaikan manajemen bentuk respon pun bermacam-macam dapat berupa masukan, pertanyaan atau kritik kepada manajemen.

Model komunikasi dua arah digunakan untuk mengajak karyawan agar mampu menghayati dan menjalankan perusahaan, sebagai pedoman dalam menjalankan aktifitas bisnis layanan kesehatan. Terbentuknya suatu lingkungan kerja yang terpadu, iklim budaya yang sehat, serasi, terarah dan efektif adalah terciptanya *mutual understanding* antara pihak manajemen perusahaan dengan karyawan.

Efek yang dihasilkan dapat dilihat dengan meningkatnya gairah kerja serta profesionalitas seluruh anggota perusahaan. Implementasi dari efek yang dihasilkan adalah peningkatan pelayanan terhadap pelanggan,

disamping perasaan bertanggung jawab, jujur, peduli, disiplin merupakan bukti nyata dan kongkret terhadap keberhasilan Humas BMC dalam meningkatkan gairah kerja karyawan.

3. Analisis Aktifitas Humas dalam Meningkatkan Gairah Kerja

Fungsi dan tugas Humas di BMC Janti ini dituangkan dalam keputusan pengusaha PT . Bentoel yang menjelaskan fungsi Humas BMC sebagai berikut :

1. Menyusun kebijakan dan mengelola komunikasi kemasyarakatan secara internal dan eksternal.
2. Bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan pengelolaan kehumasan (*Public Relations*) baik *internal relations* maupun *eksternal relations*.

M. Yusuf, HR Representatif BMC Janti menjabarkan lebih jauh tentang fungsi-fungsi kehumasan yang diembannya sebagai, “Menjembatani komunikasi antara karyawan BMC Janti dan karyawan umum sebagai pengguna jasa BMC Janti, dan masyarakat pengguna jasa dengan BMC Janti secara kelembagaan, serta karyawan BMC Janti dan Bentoel secara lebih luas”.

Secara Internal, fungsi kehumasan BMC Janti ini juga mencakup beberapa fungsi Humas secara umum, yaitu membuat pengumuman, mengelola buku pegangan pegawai, mengagendakan pertemuan-pertemuan berkala, menjadwalkan pelatihan terstruktur, serta memberikan laporan-laporan evaluasi kepada pimpinan.

Humas BMC Janti juga berperan dalam pemberian penilaian (rekomendasi) terhadap naik turunnya grafik produktivitas karyawan.

Mengenai fungsi kerja Internal ini, Yusuf menambahkan, “Selain masukan-masukan, kami juga memberikan pendampingan serta rekomendasi yang berkaitan dengan perkembangan kerja per-individu. Hal ini menjadi penting nantinya apabila masalah yang kami tangani berkaitan langsung dengan kesejahteraan dan hak-hak karyawan”.

Hal tersebut menegaskan, meskipun bukan merupakan bagian tersendiri secara formal struktural dalam organisasi BMC Janti, terdapat satu bagian tersendiri yang ditunjuk sebagai representatif Humas, yang menjalankan fungsi-fungsi Humas secara normal. Untuk menganalisis peranan Humas yang dijalankan dalam hal peningkatan gairah kerja, patutlah dibandingkan antara peranan-peranan yang dijalankan (dalam hal ini disebut program) dengan pembandingan kehendak dasar karyawan dalam bekerja. Dirasa perlu untuk membandingkan karena kita dapat mengetahui hal-hal yang dirasa karyawan ingin diperhatikan oleh perusahaan.

Kehendak dasar karyawan yang dianalisis meliputi :

1. Upah yang cukup

Dalam buku pegangan Kesepakatan Kerja Bersama PT Bentoel Group (termasuk didalamnya BMC Janti), bab pengupahan dibahas paling banyak dibandingkan dengan bab lainnya. Hal ini disebutkan pihak Bentoel, permasalahan pengupahan adalah permasalahan yang paling

sarat dengan pembahasan. Sehingga, masalah pengupahan dipandang sebagai suatu masalah yang harus dijabarkan hingga level cukup detail.

Peraturan pengupahan di BMC Janti, mengacu pada pengupahan Bentoel Group, dibagi dalam enam pasal, antara lain pasal tentang Upah, Peninjauan Upah, Upah Selama Sakit, Upah Selama Karyawan Dirumahkan, Tunjangan Hari Raya Keagamaan dan Jasa Tahunan, dan Kerja Lembur.

Secara prinsip, Humas BMC Janti berperan sebagai penjaga ritme komunikasi antara perusahaan dan karyawan, dalam hal pengupahan ini. Sebab bagaimanapun, kebijakan pengupahan adalah kebijakan yang diambil oleh perusahaan induk, yang selalu merumuskan suatu kebijakan untuk Bentoel Group secara keseluruhan.

Humas, dalam peran komunikasi ini menempatkan diri dalam beberapa posisi antara lain :

- a Sosialisasi dan mediasi; yaitu menjelaskan berbagai kebijakan terkait dengan kebijakan pengupahan yang dikeluarkan oleh Bentoel Group.
- b Advokasi; yaitu menampung semua keluhan maupun ketidakpuasan terkait dengan pengupahan pada karyawan. Karyawan diberikan pendampingan supaya ketidakpuasan dalam hal upah ini tersalur pada jalur yang disediakan

perusahaan, serta tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku.

Dengan peran ini, Humas BMC Janti tidak lagi dipandang sebagai bagian terpisah dari karyawan. Dengan peran ini pula, telah dijalankan model komunikasi dua arah, baik antar karyawan maupun antara karyawan dengan perusahaan.

Fauzi, seorang karyawan bagian *cleaning service*, menyebutkan Humas BMC Janti selalu memberikan penjelasan mengenai upah, mulai dari upah awal hingga kenaikan per tahun yang didapatnya. Selain itu ia juga mengatakan, “Selalu ada waktu untuk menyatakan keluh kesah mengenai besaran gaji. Selain itu saya juga mendapatkan pendampingan apabila saya mempunyai usulan maupun saat keluhan saya diajukan ke pimpinan yang lebih tinggi”.

2. Perlakuan yang adil

Perlakuan yang adil, tidak selalu berkaitan dengan upah dan gaji. Kesepakatan Kerja Bersama antara pengusaha dan karyawan, pada dasarnya disusun untuk sebuah proses kerja yang saling menguntungkan.

Perlakuan adil, dalam kacamata peranan Humas BMC Janti adalah pemberian pengertian akan hak dan kewajiban perusahaan, pengusaha, dan karyawan. Bahkan dalam salah satu program Humas, yaitu penerbitan media Internal, tiap karyawan mempunyai hak yang sama dalam mengisi

materi terbitan. Diberikannya ruang untuk karyawan dalam memberikan aspirasinya membuat karyawan merasa diperlakukan dengan adil, karena perhatian terhadap hak-haknya dapat dirasakan oleh mereka.

Perlakuan adil ini juga dirupakan dalam program-program pendidikan dan latihan yang diselenggarakan Humas BMC Janti maupun *Human Capital* Bentoel Pusat, sebagaimana dijelaskan Yusuf sebagai berikut :

“Dalam banyak kesempatan yang diberikan bentoel Pusat, kami memberikan rekomendasi yang isinya adalah kesempatan merata bagi karyawan BMC Janti, untuk dapat merasakan serta mendapatkan peningkatan kemampuan kerjanya. Tentu saja hal tersebut harus diimbangi dengan laporan sebagaimana aturan yang diterapkan perusahaan ini”

Selain itu, Humas BMC Janti juga memberikan kesempatan pada tiap karyawan untuk bergabung dalam kelompok-kelompok diskusi yang digelar secara rutin tiap minggunya. Meskipun kesempatan tersebut tetap terbatas pada kaidah forum yang berjalan yaitu sebagai peserta, namun saat-saat pertemuan dengan para karyawan lain memberikan hubungan yang lebih besar lagi untuk membangun komunikasi antar karyawan, sehingga komunikasi itu tidak terputus.

3. Ketenangan bekerja

Ketenangan dalam bekerja yang dirasakan oleh karyawan berpengaruh terhadap gairah kerja mereka. Hal tersebut muncul karena

mereka mengetahui bahwa pekerjaan dan diri karyawan dijamin dalam peraturan perusahaan, sehingga tidak ada persaingan yang akan membawa dampak buruk dalam ketenangan bekerja. Yusuf menjelaskan bahwa “Tiap karyawan mendapatkan jaminan sosial dan kesejahteraan, serta mendapatkan jaminan keselamatan dan keamanan kerja untuk dirinya”.

4. Perasaan diakui

Pengakuan atas status karyawan, secara mendasar juga telah diatur dalam kesepakatan kerja bersama Bentoel Prima. Dalam peraturan tersebut disebutkan bahwa karyawan memiliki beberapa jenjang, mulai dari seleksi/ rekrutmen, hingga karyawan eselon. Humas dalam hal ini mengambil peran tak kalah penting. Hal tersebut terkait dengan karakter masyarakat Indonesia yang masih sangat terikat dengan status calon dan karyawan. Fungsi yang dijalankan Humas dalam hal ini adalah memberikan pengertian mengenai tata cara melalui proses seleksi hingga menjadi karyawan eselon, atau juga untuk karyawan jenis kontrak.

5. Penghargaan atas hasil kerja

Para karyawan menginginkan agar hasil kerjanya dihargai, meskipun sebenarnya adalah kewajiban mereka untuk bekerja segiat-giatnya, untuk itulah mereka diberi upah. Meskipun demikian, akan selalu

terpelihara adanya harmoni, bila diadakan cara-cara tertentu sebagai tanda bahwa hasil kerja mereka dapat dihargai.

Dalam hal ini, Humas BMC Janti mengambil peran sebagai pemberi penilaian sekaligus rekomendasi terhadap prestasi karyawan yang patut mendapat penghargaan. Bahkan disamping penghargaan resmi Bentoel Prima, kelompok dokter di BMC Janti, juga memberikan tanda penghargaan berupa bingkisan tiap hari besar keagamaan kepada individu-individu karyawan lain di BMC atas inisiatif pribadi. Selain dari inisiatif pribadi, PT. Bentoel Prima juga memberikan tunjangan hari raya atas prestasi dari karyawan yang memberikan hasil kerja yang baik. Dilihat dari rating yang telah dimiliki oleh setiap cabang BMC maka karyawan tersebut pantas untuk diajukan pada posisi yang mungkin cocok untuknya.

6. Penyalur perasaan

Perasaan tertentu yang menghinggapi para karyawan bisa menghambat kegairahan bekerja. Mereka ingin menyalurkan perasaannya, disediakan media internal berupa buletin. Penerbitan seperti itu selain dapat memuat usul-usul, pendapat-pendapat, saran-saran, atau hasrat-hasrat para karyawan, juga dapat menyalurkan bakat mereka, seperti mengarang, menggambar, membuat foto dan lain-lain. Komunikasi dua

arah secara timbal balik dalam kegiatan Humas dapat dilaksanakan dengan medium tersebut.

Selain itu, dalam kelompok diskusi juga dapat disampaikan usulan-usulan mengenai media atau kegiatan lain yang berfungsi sebagai penyalur perasaan karyawan. Hingga saat ini, menurut keterangan yang didapat dari HR representatif BMC Janti, Yusuf mengatakan: “Banyak kegiatan yang terselenggara atas usulan karyawan. Antara lain liburan bersama dan olahraga yang dilakukan secara bersama-sama guna merekatkan hubungan diantara mereka. Tidak jarang juga diadakan perlombaan yang juga direncanakan oleh masing-masing karyawan, hal ini juga memberikan hiburan yang sangat berarti bagi karyawan”. Dengan jam kerja dari pagi hingga sore hari sangat memungkinkan sekali olahraga menjadi salah satu alternatif yang berguna bagi karyawan untuk menghibur dirinya.

Pada momen-momen tertentu, semisal hari besar, karyawan juga diarahkan untuk tergabung dalam kepanitiaan perayaan hari besar. Hal ini sangat berguna bagi karyawan, sebab dapat menjadi ajang pelepasan kepenatan kerja yang monoton. Humas menjadi mediator bagi pembagian kerja kepanitiaan tersebut, yang tidak terikat pada struktur kerja formal perusahaan. Namun demikian, tetap saja Humas menjadi pemantau kegiatan kepanitiaan dan susunan acara yang telah dirancang. Walaupun

tidak termasuk dalam susunan formal kegiatan kepanitiaan, laporan kegiatan yang diberikan setiap minggunya oleh BMC Janti kepada BMC Karanglo menuntut Humas harus mengetahui sekecil apapun kegiatan yang akan berlangsung.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Sebagai indikator tingkatan gairah kerja disimpulkan bahwa fungsi komunikasi yang diperankan oleh Humas, adalah faktor terpenting dalam peningkatan gairah kerja karyawan. Hal ini sejalan dengan pendapat Broom dan Dozier, yang membagi peranan Humas dalam dua kategori, yang keduanya berbasis pada peran komunikatif.

Humas BMC Janti meskipun tidak berdiri sebagai divisi tersendiri, namun telah menjalankan peran Humas sebagai manajer komunikasi. Hal ini tampak dari peran Humas BMC Janti yang membuat program, dan bertanggung jawab atas pelaksanaan program, bertindak sebagai perantara yang menjaga alur komunikasi dua arah antara organisasi dengan publiknya. Selain itu juga berfungsi sebagai mediator serta membantu pihak lain dalam organisasi untuk menyelesaikan persoalan Humas mereka, dengan melibatkan anggota dari bidang lain dalam perusahaan atau klien organisasi jika fasilitator bekerja untuk sebuah biro hubungan masyarakat, serta membantu merencanakan dan melaksanakan program Humas mereka secara rasional.

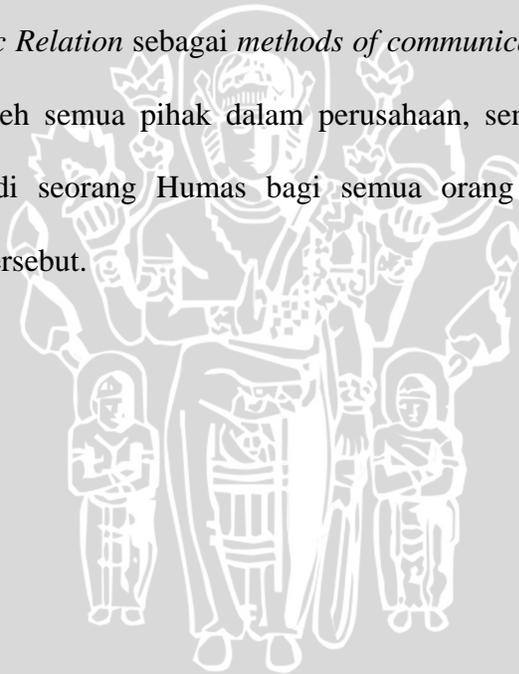
Peranan Internal Humas cukup besar dalam meningkatkan gairah kerja karyawan melalui strategi dan kegiatan-kegiatan dapat merangsang karyawan untuk bekerja dengan lebih kreatif dan yang tentu saja menguntungkan perusahaan.

B. SARAN

Sistem manajemen yang diterapkan BMC Janti merupakan aset yang berharga dalam penentuan keberhasilan tujuan perusahaan. Adapun saran yang dapat diberikan peneliti dalam meningkatkan pemahaman karyawan hingga tercapainya peningkatan gairah kerja karyawan adalah :

1. Perlu dibentuk sebuah kelembagaan Humas yang lebih formal, dengan fungsi dan penugasan yang lebih spesifik dalam hal penelitian dan pengembangan SDM. Program-program yang selama ini dijalankan untuk meningkatkan gairah kerja karyawan telah berjalan dengan baik, dan akan lebih baik lagi apabila terdapat wadah formal sebagai pelaksana program tersebut.
2. Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa kesehatan secara luas, serta berkaitan langsung dengan masyarakat banyak, sangat penting untuk memperhatikan gairah kerja karyawan agar tingkat pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada masyarakat tidak memburuk. Peneliti menyarankan supaya diadakan penelitian berkelanjutan dan berkala mengenai naik turunnya gairah kerja karyawan, dengan metode penelitian yang semakin berkembang.

3. Mengembangkan pola hubungan yang lebih harmonis antar sesama karyawan maupun antar pihak manajemen dengan karyawan agar dapat memajukan perusahaan.
4. Bidang Humas sebagai *state of communication* perlu lebih proaktif dalam menyelenggarakan kegiatan-kegiatan yang dapat meningkatkan kualitas hubungan antar karyawan di lingkungan BMC Janti maupun di lingkungan PT. Bentoel Prima.
5. Fungsi *Public Relation* sebagai *methods of communications* penting untuk dijalankan oleh semua pihak dalam perusahaan, semua pihak harusnya dapat menjadi seorang Humas bagi semua orang yang ada didalam perusahaan tersebut.



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsini. 1983. *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktek*. Jakarta. PT. Rineka Cipta
- Djanaid, Djanalis. 1993. *Public Relation dalam Teori dan Praktek*. Edisi VII (revisi). Malang. Indopurels Training.
- Effendi, Onong Uchjana, 1993. *Hubungan Masyarakat*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Effendi, Uchjana Onong. 1999. *Hubungan Masyarakat dan Pulic Relation*. Bandung. CV. Mandar Maju
- Effendi, Uchjana Onong. 2002. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung. Remaja Rosadaka Karya
- Effendi, Uchjana Onong. 1987. *Humas Relation dan Public Relation dalam Management*. Bandung. Penerbit Alumni
- Glenn Griswold dan Denny Griswold. 1948. *Your Public Relations Furk And Waghalls Company*. New York
- Iqbal, Hasan. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta. Ghalia Indonesia
- Moleong, Lexy, J. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT. Rineka Cipta
- Nawawi, H. Hadari. 1995. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Cetakan ketujuh Yogyakarta. Penerbit Gajah Mada University Press
- Nazir, M. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta. Ghalia Indonesia
- Nitisemito, S, Alex. 1996. *Manajemen Personalialia*. Jakarta. Ghalia Indonesia.
- Oemi, Abdurrachman. 2001. *Dasar-dasar Public Relation*. Bandung. Penerbit Alumni.

Putra, I G.N, *Perkembangan Teori PR dan Implikasi Terhadap Penelitian dan Pendidikan PR di Indonesia*, Jurnal ISKI Vol. I, 1997, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

Poerwadarminto,W.J.S. 1986. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Bandung. Hasta

Rachmadi, F. 1992. *Public Relation dan Praktek Aplikasi dalam Badan Usaha Swasta dan Lembaga Pemerintahan*. Jakarta. PT. Gramedia

Ruslan, Rosady. 2002. *Manajemen Humas dan Komunikasi*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.

Scout M. Cultip, Allen H. Center and Glen M. Broom, *Effective Public Relation (7th ed)*, 1994, New Jersey: Prentice hall

Siagian, Sondang D. 1988. *Administrasi Pembangunan*. Jakarta. Gunung Agung

Soekanto, Soerjono. 1990. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta. Rajawali

Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan ketiga, Penerbit Alfabeta

