

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEPTUAL**

#### **A. Tinjauan Pustaka**

##### **1. Kajian Kinerja**

###### **a. Pengertian Kinerja**

Istilah kinerja berasal dari kata *job performance* atau *actual performance* (prestasi kerja atau prestasi sungguhan yang dicapai oleh seseorang) sedangkan yang dimaksud kinerja menurut Ruliana(2014:143) adalah “hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan yang melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya”.

Menurut Fattah dalam Rahadi (2010:1) bahwa “kinerja atau prestasi kerja diartikan sebagai ungkapan kemampuan yang didasari oleh pengetahuan, sikap, keterampilan dan motivasi dalam menghasilkan sesuatu”. Kemudian, menurut Bernardin dan Russel dalam Madjid(2016:10) menyatakan bahwa kinerja merupakan hasil yang diproduksi oleh fungsi pekerjaan tertentu atau kegiatan kegiatan pada pekerjaan tertentu selama periode waktu tertentu.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kinerja merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam melaksanakan serta menyelesaikan tugas dan tanggung jawab sesuai dengan perencanaan dalam pencapaian tujuan yang ditetapkan.

### **b. Indikator Kinerja**

Menurut Tangkilisan (2007: 175) indikator kinerja organisasi adalah ukuran kuantitatif dan kualitatif yang menggambarkan tingkat pencapaian sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Kamil (2007: 107) indikator kinerja meliputi kedisiplinan, kerjasama, ketaatan, kehadiran, kompetensi profesional pegawai serta kuantitas kerja. Indikator kinerja digunakan untuk menyakinkan bahwa kinerja pegawai menunjukkan kemajuan dalam menuju tercapainya sasaran maupun tujuan organisasi. Menurut Ratminto & Winarsih (2008: 182-183) indikator kinerja meliputi:

- 1) Ketampakan fisik (Tangible)
- 2) Reliabilitas (Reliability)
- 3) Responsivitas (Responsiveness)
- 4) Kompetensi (Competence)
- 5) Kesopanan (Courtesy)
- 6) Kredibilitas (Credibility)
- 7) Keamanan (Security), Akses (Access)
- 8) Komunikasi (Communication)
- 9) Pengertian (Understanding the customer).

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan indikator kinerja merupakan kriteria pengukuran kerja pegawai dalam pencapaian sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan dalam organisasi kerja.

Indikator kinerja adalah hasil suatu kerja pegawai tentunya dipengaruhi oleh berbagai hal seperti kecakapan, pengetahuan, keterampilan berkomunikasi maupun keterampilan lainnya, tindakan dari pegawaidan lain-lain yang berpengaruh terhadap tingkat kinerjanya untuk mewujudkan tugas dan tanggung jawabnya. Kinerja setiap pegawai tentunya berbeda-beda, oleh karena itu penilaian atau melihat kinerja pegawai

sangat diperlukan untuk mengontrol apakah tugas yang diberikan dapat dilaksanakan dengan baik atau tidak.

Berdasarkan indikator kinerja yang telah dijelaskan, maka terkait dengan konteks penelitian ini, peneliti mencoba mengamati beberapa indikator seperti: kedisiplinan, kerjasama, tanggung jawab, kompetensi, kredibilitas, keterampilan dan pengetahuan tentang kehumasan.

### **c. Sasaran Kinerja**

Sasaran kinerja dapat diartikan sebagai hasil yang harus dicapai dan kontribusi yang harus diberikan terhadap pencapaian sasaran kelompok, bagiandan organisasi. Berhubungan dengan organisasi sasaran kinerja dapatberhubungan dengan visi dan misi organisasi. Menurut Dharma (2005:93) sasaran kerja yang baik paling tidak memiliki ciri:

- a. Konsisten: dengan nilai organisasi dan sasaran departemental dan organisasi;
- b. Tepat: jelas dan didefinisikan dengan baik, menggunakan kata yang jelas;
- c. Menantang: untuk merangsang standar kinerja yang tinggi dan mendorong kemajuan;
- d. Dapat diukur: dapat dihubungkan dengan ukuran kinerja yang dapat diukur kuantitatif dan kualitatif;
- e. Dapat dicapai: ada di dalam batas kemampuan dari seseorang, harus pula diperhitungkan semua hambatan yang akan mempengaruhi kemampuan seseorang untuk mencapai sasaran tersebut;
- f. Disepakati: oleh manajer serta orang yang bersangkutan-tujuannya adalah menimbulkan rasa memiliki, bukan dipaksakan, terhadap sasaran tersebut;
- g. Dihubungkan dengan waktu: dapat dicapai pada suatu jangka waktu tertentu (ini tidak berlaku bagi suatu sasaran tetap);
- h. Berorientasi kerja kelompok: menekankan kepada kerja sama kelompokselain pencapaian individu.

Sasaran kerja berdasarkan PP No. 46 Tahun 2011 adalah sebagai berikut:

- a. Kualitas (Quality Target). Harus memberikan mutu kualitas terbaik.
- b. Kuantitas, Dalam menargetkan kuantitas yaitu berupa dokumen yang berkenaan dengan kegiatan utama.
- c. Biaya (Cost), adalah berapa biaya yang diperlukan dalam pencapaian pekerjaan selama setahun dalam hal ini adalah dalam hitungan ratusan, jutaan dll.
- d. Waktu (Time Target), adalah waktu yang dibutuhkan dalam pencapaian pekerjaan, misal mingguan, bulanan.

Penjelasan diatas menunjuk pada sasaran kinerja dimana sasaran yang baik tentunya mempunyai persyaratan, jika dihubungkan dengan sasaran kinerja humas maka ciri sasaran kerjanya harus disesuaikan dengan tugas pokok dan fungsi humas, dimana sasaran kerja humas dapat meliputi warga sekolah (siswa, guru, karyawan), dan masyarakat. Hal tersebut harus diperhatikan oleh humas agar tujuan dari adanya humas di sekolah dapat tercapai dengan baik.

## **2. Konsep Dasar Manajemen**

Manajemen merupakan kegiatan pengelolaan yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, pengawasan, dan evaluasi dalam mencapai tujuan yang telah disepakati. Handoko (2017:8) menyatakan bahwa “manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya-sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Selanjutnya menurut Andrew F.Sikula dalam Hasibuan (2011:2) definisi Manajemen yaitu:

*Managemen is general refers to planning, organizing, controlling, staffing, leading, motivating, communicating, and*

*decesion making activities performed by any organizaton in order to coordinate the varied resources of the enterprise so as to bring an afficient creation of some product of service.* (Manajemen pada umumnya dikaitkan dengan aktivitas-aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, penempatan, pengarahan, pemotivasian, komunikasi, dan pengambilan keputusan yang dilakukan oleh setiap organisasi dengan tujuan untuk mengkoordinasikan berbagai sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan sehingga akan dihasilkan suatu produk atau jasa secara efisien).

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan suatu proses yang dilakukan dengan cara mengatur, mengelola, menjalankan dan mengawasi suatu kegiatan untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditentukan.

Manajemen didalamnya terdapat fungsi-fungsi yang merupakan bagian dari proses yang akan dilaksanakannya. Adapaun fungsi manajemen menurut Fayol dalam Robbins Dkk (2002:9) meliputi: perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizimg*), penugasan (*commanding*), pengkoordinasian (*coordinating*), dan pengendalian (*controlling*) Sedangkan menurut Siagian dalam Hasibuan (2011:2) yaitu “perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), motivasi (*motivating*), pengawasan (*controlling*), dan evaluasi (*evaluating*).”

Berdasarkan penjelasan para ahli tersebut dapat diambil beberapa fungsi manajemen diantaranya, yaitu: fungsi perencanaan, fungsi pengorganisasian, fungsi pelaksanaan, dan fungsi evaluasi. Fungsi-fungsi tersebut merupakan bagian yang terdapat dalam proses manajemen. Sebuah organisasi yang baik harus menjalankan

fungsi atau bagian dalam manajemen, karena fungsi tersebut merupakan pedoman dalam menjalankan aktivitasnya.

Fungsi manajemen pada lembaga pendidikan memiliki kesamaan dengan lembaga lainnya, hanya konteks yang diterapkan terbatas pada lingkup pendidikan. Melihat fungsi manajemen yang telah dijelaskan para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa kegiatan manajemen yang diungkapkan memiliki kesamaan yang meliputi: perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang dilakukan lembaga untuk mencapai tujuan. Istilah-istilah yang digunakan oleh para ahli tersebut berbeda namun pada intinya memiliki maksud yang sama. Adapun penjelasan masing-masing fungsi tersebut, yaitu:

**a. Perencanaan**

Perencanaan menurut G.R. Terry dalam Hasibuan (2011: 92) adalah “memilih dan menghubungkan fakta dan membuat serta menggunakan asumsi-asumsi mengenai masa datang dengan jalan menggambarkan dan merumuskan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan”. Sedangkan menurut Handoko (2017:77) bahwa “perencanaan adalah pemilihan sekumpulan kegiatan dan keputusan selanjutnya apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana, dan oleh siapa”. Dari beberapa definisi perencanaan diatas dapat disimpulkan bahwa Perencanaan adalah sekumpulan kegiatan yang akan dilaksanakan dengan mengacu pada analisis yang telah dilakukan.

Adapun kategori perencanaan menurut Marno dan Supriyatno (2008:15) diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Perencanaan fisik (*physical planning*), adalah perencanaan yang berhubungan dengan sifat-sifat serta peraturan material gedung dan alat-alat.
- 2) Perencanaan fungsional (*functional planning*), adalah sebuah perencanaan yang berhubungan dengan fungsi-fungsi atau tugas-tugas tertentu.
- 3) Perencanaan secara luas (*comprehensive planning*), adalah perencanaan semesta, yaitu suatu perencanaan yang mencakup kegiatan-kegiatan secara keseluruhan dari pada usaha yang mencakup faktor-faktor intern dan ekstern.
- 4) Perencanaan yang dikombinasikan (*general combination planning*), adalah perencanaan yang meliputi berbagai unsur-unsur dari perencanaan tersebut di atas yang digabungkan dan dikombinasikan sedemikian rupa menjadi satu pola yang lengkap dan sempurna.

Dari penjelasan para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa fungsi perencanaan tersebut memiliki manfaat yaitu sebagai dasar untuk melakukan kegiatan agar lebih terencana secara baik sehingga dalam pelaksanaannya dapat berjalan sesuai tujuan yang dikehendaki, selain itu juga terhindar dari penyimpangan atau mengantisipasi masalah yang tidak diharapkan.

#### **b. Pelaksanaan**

Fungsi *actuating* merupakan bagian tindakan mengupayakan seluruh anggota organisasi untuk mencapai tujuan sesuai dengan perencanaan yang sudah ditetapkan. Pengertian penggerakan atau *actuating* menurut Wibowo (2011:13) “berkenaan dengan fungsi manajer untuk menjalankan tindakan dan melaksanakan pekerjaan yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai oleh organisasi. *Actuating* merupakan implementasi dari *planning* dengan memanfaatkan persiapan yang sudah dilakukan”.

Menurut G.R Terry dalam Marno dan Supriyatno (2008: 20-21) yang dimaksud dengan pelaksanaan adalah “tindakan untuk mengusahakan agar semua anggota suka berusaha untuk mencapai sasaran-sasaran agar sesuai dengan perencanaan dan usaha-usaha organisasi”.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan adalah kegiatan bimbingan kepada anggota agar mereka dapat menjalankan tugas yang dimiliki.

### **c. Evaluasi**

Evaluasi menurut Gilbert Sax dalam Arifin (2018:10) “*evaluation is a process through which a value judgement or decision is made from a variety of observations and from the background and training of the evaluator* (proses dan hasil evaluasi sangat dipengaruhi oleh latar belakang dan pengalaman praktisi evaluator itu sendiri.

Kemudian Arifin dalam Asrul Dkk (2014:12) menguraikan tujuan atau fungsi evaluasi

:

1. Keeping track, yaitu untuk menelusuri dan melacak proses belajar peserta didik sesuai dengan rencana pelaksanaan pembelajaran yang telah ditetapkan. Untuk itu, guru harus mengumpulkan data dan informasi dalam kurun waktu tertentu melalui berbagai jenis dan teknik penilaian untuk memperoleh gambaran tentang pencapaian kemajuan belajar peserta didik.
2. Checking-up, yaitu untuk mengecek ketercapaian kemampuan peserta didik dalam proses pembelajaran dan kekurangan-kekurangan peserta didik selama mengikuti proses pembelajaran. Dengan kata lain, guru perlu melakukan penilaian untuk mengetahui bagian mana dari materi yang sudah dikuasai peserta didik dan bagian mana dari materi yang belum dikuasai.
3. Finding-out, yaitu untuk mencari, menemukan dan mendeteksi kekurangan kesalahan atau kelemahan peserta didik dalam proses pembelajaran, sehingga guru dapat dengan cepat mencari alternatif solusinya.



4. Summing-up, yaitu untuk menyimpulkan tingkat penguasaan peserta didik terhadap kompetensi yang telah ditetapkan. Hasil penyimpulan ini dapat digunakan guru untuk menyusun laporan kemajuan belajar ke berbagai pihak yang berkepentingan.

Fungsi evaluasi tersebut identik dengan pengendalian atau pengawasan. Fungsi pengendalian atau pengawasan merupakan suatu unsur manajemen untuk melihat apakah segala kegiatan yang dilaksanakan telah sesuai dengan rencana yang digariskan dan di samping itu merupakan hal yang penting pula untuk menentukan rencana kerja yang akan datang. Oleh karena itu, pengawasan merupakan suatu kegiatan yang perlu dilakukan oleh setiap pelaksana terutama yang memegang jabatan pimpinan. Tanpa pengawasan, pimpinan tidak dapat melihat adanya penyimpangan-penyimpangan dari rencana yang telah digariskan dan juga tidak akan dapat menyusun rencana kerja yang lebih baik sebagai hasil dari pengalaman yang lalu.

Menurut Fattah (2004: 2), fungsi pengawasan meliputi penentuan standar, supervisi, dan mengukur penampilan/pelaksanaan terhadap standar dan memberikan keyakinan bahwa tujuan organisasi tercapai. Pengawasan sangat eratkaitannya dengan perencanaan, karena melalui pengawasan efektivitas manajemen dapat diukur.

Uraian tersebut menggambarkan bahwa pengendalian atau pengawasan merupakan suatu proses yang dilakukan untuk melihat ketercapaian dari pelaksanaan apakah berjalan sesuai dengan perencanaan awal atautkah terdapat penyimpangan-penyimpangan tertentu.

Pengendalian dapat dilakukan melalui tahap-tahap yang telah ditentukan berdasarkan perencanaan yang telah disusun sebelumnya. Pendapat tentang

pengendalian banyak dilakukan oleh para ahli, antara lain menurut pendapat Hasibuan (1990: 225) dalam Marno dan Supriyatno (2008: 27), proses pengendalian atau kontrol dilakukan melalui tahap-tahap sebagai berikut:

1. Menentukan standar-standar atau dasar untuk melakukan kontrol.
2. Mengukur pelaksanaan kerja.
3. Membandingkan pelaksanaan dengan standar dan menentukan deviasideviasi bila terjadi atau ada.
4. Melakukan tindakan-tindakan perbaikan-perbaikan jika terdapat penyimpangan (deviasi) agar pelaksanaan dan tujuan sesuai dengan rencana.

Jadi dapat disimpulkan bahwa evaluasi dalam kegiatan manajemen dapat berupa pengendalian atau pengawasan. Pengawasan untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan dari pelaksanaan kegiatan yang dilakukan untuk dapat dievaluasi untuk mengetahui apakah pelaksanaan kegiatan dilaksanakan sesuai dengan rencana atau tujuan yang ditetapkan.

### **3. Konsep Dasar Hubungan Masyarakat**

#### **a. Definisi Hubungan Masyarakat**

Definisi *Public Relation* atau hubungan masyarakat adalah usaha yang direncanakan secara terus-menerus dengan sengaja, guna membangun dan mempertahankan pengertian timbale balik antara organisasi dan masyarakatnya. Pendapat ini menunjukkan bahwa public relation dianggap sebuah proses atau aktivitas yang bertujuan untuk menjalin komunikasi antara organisasi dan pihak luar organisasi. Menurut *The British Institute of Public Relations* dalam Ruslan (2010:16) berbunyi:

a) *“Public Relations activity is management communication between an organization and its publics”*. (Aktivitas Public Relations adalah mengelolah komunikasi antara organisasi dan publiknya. b) *“Public Relations practice is deliberate, palnned and sustain effort to establish and maintain mutual understanding between an organization and its public”*. (Praktik Publik Relations adalah memikirkan, merencanakan dan mencurahkan daya untuk membangun dan menjaga saling pengertian antara organisasi dan publiknya).

Marston dalam Rahmat (2016:14) mengatakan bahwa *“Public Relation* adalah suatu perencanaan dengan menggunakan komunikasi persuasive untuk mempengaruhi persepsi masyarakat”.

Dari beberapa pendapat mengenai definisi humas, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa definisi humas yaitu sebagai perencanaan dan komunikasi untuk memberikan sebuah pengertian antara lembaga dengan khalayak publik, dimana sebagai bentuk pelayanan bagi lembaga dan masyarakat, sehingga dengan adanya hubungan sekolah dengan masyarakat diharapkan masyarakat dapat ikut berpartisipasi dalam kegiatan sekolah serta terjalinnya hubungan yang baik antar warga sekolah.

#### **b. Peran dan Tujuan Humas**

Peran hubungan mayarakat dapat dibagi empat kategori menurut Dozier & Broom dalam Ruslan (2010:20) yaitu :

1. Penasehat ahli (*Expert prescriber*) seorang praktisi pakar public relations yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya.
2. Fasilitator Komunikasi (*Communication fasilitator*) dalam hal ini, praktisi PR bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengarkan apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya
3. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem Solving Process Fasilitator*) peranan praktisi PR dalam proses pemecahan persoalan

public relations ini merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksud untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat (*adviser*) hingga mengambil tindakan eksekusi (Keputusan) dalam mengatasi persoalan atau kritis yang tengah dihadapi secara rasional dan profesional.

4. Teknisi Komunikasi (*Communication technician*) berbeda dengan tiga peranan PR profesional sebelumnya yang terkait dengan fungsi dan peranan manajemen organisasi. Perananan *Communication technician* ini menjadikan praktisi PR sebagai *journalis in resident* yang hanya menyediakan layanan teknisi komunikasi atau dikenal dengan *methode of communication in organization*.

Tujuan utama dari hubungan masyarakat adalah menciptakan, mempertahankan dan melindungi reputasi organisasi/ perusahaan, memperluas prestis, menampilkan citra-citra yang mendukung. Riset menunjukkan bahwa konsumen/pelanggan lebih sering melakukan *buying decision* atau keputusan pembelian berdasarkan citra perusahaan.

Adapun Ruang lingkup tujuan humas menurut Rahmat (2016:16) adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengubah citra umum di mata khalayak sehubungan dengan adanya kegiatan- kegiatan baru yang dilakukan oleh perusahaan. Sebagai contoh, suatu perusahaan yang semula hanya menangani transportasi truk tapi kemudian mulai menjual mesin pemanas ruangan. Guna menyesuaikan diri atas adanya kegiatan yang baru tersebut, maka perusahaan harus mengubah citranya supaya kegiatan dan produk-produk barunya itu mendapat sambutan positif dari khalayaknya.
2. Untuk meningkatkan bobot kualitas para calon pegawai.
3. Untuk menyebarluaskan suatu cerita sukses yang telah dicapai oleh perusahaan kepada masyarakat dalam rangka mendapatkan pengakuan.
4. Untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas, serta membuka pasar-pasar baru.
5. Untuk mempersiapkan dan mengkondisikan masyarakat bursa saham atas rencana perusahaan untuk menerbitkan saham baru atau saham tambahan.

6. Untuk memperbaiki hubungan antara perusahaan itu dengan khalayaknya, sehubungan dengan telah terjadinya suatu peristiwa yang mengakibatkan kecaman, kesangsian, atau salah paham dikalangan khalayak terhadap niat baik perusahaan.
7. Untuk mendidik para pengguna atau konsumen agar mereka lebih efektif dan mengerti dalam memanfaatkan produk-produk perusahaan.
8. Untuk meyakinkan khalayak bahwasanya perusahaan mampu bertahan atau bangkit kembali setelah terjadinya suatu krisis.
9. Untuk meningkatkan kemampuan dan ketahanan perusahaan dalam menghadapi resiko pengambilalihan (take-over) oleh pihak-pihak lain.
10. Untuk menciptakan identitas perusahaan yang baru
11. Untuk menyebarkan informasi mengenai aktivitas dan partisipasi para pemimpin perusahaan organisasi kehidupan social sehari-hari.
12. Untuk mendukung keterlibatan suatu perusahaan sebagai sponsor dari suatu acara.
13. Untuk memastikan bahwasanya para politisi benar-benar memahami kegiatan-kegiatan atau produk perusahaan yang positif, agar perusahaan yang bersangkutan terhindar dari peraturan, undang-undang, dan kebijakan pemerintah yang merugikan.
14. Untuk menyebarkan kegiatan-kegiatan riset yang telah dilakukan perusahaan, agar masyarakat luas mengetahui betapa perusahaan itu mengutamakan kualitas dalam berbagai hal.

Berdasarkan pendapat diatas maka dapat diketahui bahwa ruang lingkup dari tujuan humas disini adalah membangun hubungan antara organisasi dengan publiknya dan memberikan pemahaman tentang pencapaian dari organisasi dengan memanfaatkan teknologi informasi.

### **c. Fungsi Humas**

Fungsi humas dapat berarti bahwa bagaimana humas dapat mencapai tujuan lembaga/organisasi. Menurut Edwar L. Bernay dalam Ruslan (2010:18) mengemukakan 3 fungsi utama Humas yaitu:

1) Memberikan penerangan kepada masyarakat, 2) Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung dan 3) Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan/lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.

Fungsi Humas menurut Cultip & Center dalam Rahmat (2016:20) meliputi:

1. Menunjang kegiatan manajemen dan mencapai tujuan organisasi
2. Menciptakan lembaga komunikasi dua arah secara timbal balik, dengan menyebarkan informasi dari perusahaan kepada publik dan menyalurkan opini publik pada perusahaan.
3. Melayani publik dan memberikan nasihat kepada pimpinan organisasi untuk kepentingan umum.
4. Membina hubungan secara harmonis antar organisasi dan publik baik internal maupun eksternal.

Kemudian, menurut pakar Humas Internasional, Cutlip & Centre, and Canfield (1982) dalam Ruslan (2010: 19) fungsi public relation dapat dirumuskan, sebagai berikut:

1. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama(fungsi melekat pada manajemen lembaga/organisasi).
2. Membina hubungan yang harmonis antara badan/organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
3. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan/organisasi yang diwakilinya, atau sebaliknya.
4. Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbang saran kepadapimpinan manajemen demi tujuan dan manfaat bersama.
5. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari badan/organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak.

Dari beberapa pendapat mengenai fungsi humas/*publik relations* (PR), maka dapat disimpulkan bahwa humas memiliki fungsi yang sangat penting bagi kelancaran suatu program atau kinerja humas yang terselenggara di suatu lembaga, dengan adanya

humas sekolah dapat membangun hubungan yang dinamis antara sekolah dan masyarakat. Humas tersebut adalah untuk membangun keterlibatan orang tua dalam proses pendidikan dalam perencanaan program pendidikan anak-anak mereka. Dengan adanya hubungan serta keterlibatan dari orang tua siswa hal tersebut akan memperoleh menciptakan sikap positif terhadap sekolah. Oleh karena itu keterlibatan orang tua atau masyarakat terhadap sekolah sangat diperlukan guna membangun kesan, pengaruh serta dukungan yang positif, dengan demikian fungsi humas sangat diperlukan karena untuk mewujudkan hal tersebut.

Selain membangun kesan juga masyarakat merupakan peranan penting dalam pendidikan yaitu sebagai pengenyam pendidikan. Hal tersebut menuntut humas untuk menjangkau masyarakat agar tertarik untuk menempuh pendidikan di lembaga pendidikan. Berkaitan dengan hal tersebut, sangat berkaitan dengan animo masyarakat.

Adapun upaya sekolah dalam meningkatkan animo siswa berdasarkan penelitian Anwar Yahya dalam abstrak jurnal Manajemen Pendidikan (2014), yaitu: meliputi kegiatan internal dan eksternal. Kedua kegiatan tersebut dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Kegiatan eksternal sekolah secara langsung dilakukan melalui sosialisasi ke siswa SMP/MTs, bekerjasama dengan dunia usaha dan dunia industri. Sedangkan secara tidak langsung dilakukan melalui brosur, spanduk, acara di televisi. Kegiatan internal sekolah secara langsung dilakukan dengan meningkatkan kualitas pendidikan, melakukan kerjasama dengan alumni. Kegiatan internal sekolah secara tidak langsung dilakukan melalui poster sekolah.

Berkaitan dengan fungsi humas, hal tersebut terkait dengan karakteristik humas. Menurut Kusumastuti (2002: 2) bahwa “karakteristik tersebut yaitu diantaranya: (1) Adanya upaya komunikasi yang bersifat dua arah; (2) Sifat yang terencana; (3) Berorientasi pada organisasi/lembaga; (4) Sasarannya adalah publik baik publik internal ataupun publik eksternal”.

Senada dengan hal tersebut, kegiatan humas pada hakekatnya adalah kegiatan komunikasi. Menurut Satlita (2008: 8) bahwa “kegiatan komunikasi dalam humas mempunyai ciri-ciri tertentu yang disebabkan karena fungsi, sifat organisasi, sifat-sifat manusia yang terlibat, terutama publik yang menjadi sasaran”. Komunikasi dalam humas adalah komunikasi yang bersifat timbal balik antara organisasi dengan publik. Komunikasi yang baik tentunya akan menghasilkan *feedback* yang dapat digunakan sebagai bahan ulasan komunikasi selanjutnya.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa karakteristik humas tersebut berhubungan erat dengan fungsi humas, karena terkait dengan upaya komunikasi dua arah, dimana hal tersebut akan menciptakan hubungan yang baik dengan publiknya, sehingga akan memperoleh pengertian yang positif.

#### **d. Prinsip Hubungan Masyarakat**

Prinsip yang perlu diperhatikan dalam rangka mengembangkan program humas dalam manajemen sekolah menurut Sahertian dalam Mulyono (2008: 214-215) yaitu:

- a. Keterpaduan (*integrating*). Yang dimaksud dengan keterpaduan adalah keterkaitan antara kepala sekolah, masyarakat dan keluarga



yang merupakan satu kesatuan yang satu berhubungan dengan yang lain.

- b. Berkesinambungan (*continuing*). Yang dimaksud dengan berkesinambungan adalah suatu proses yang berkembang terus-menerus. Sekolah seharusnya memberi informasi terus-menerus, dan sebaliknya, masyarakat ikut membantu sekolah melalui pembentukan *public-opinion* agar *image* masyarakat tetap baik terhadap sekolah.
- c. Menyeluruh (*coverage*). Yang dimaksud dengan menyeluruh adalah bahwa penyajian fakta-fakta kepada masyarakat itu menyeluruh seluruh aspek. Jadi, semua aspek kehidupan sekolah diperhatikan mulai dari kehidupan keagamaan sampai pada kehidupan ekonomi. Untuk itu, setiap kegiatan sekolah dapat dijelaskan melalui media massa, surat kabar sekolah, laporan berkala dan sebagainya.
- d. Sederhana (*simplicity*). Yang dimaksud sederhana ialah bahwa informasi yang diberikan secara sederhana. Informasi itu dengan kata-kata yang mudah dimengerti dan dengan rasa persahabatan. Jadi, yang penting ialah jelas, menimbulkan rasa suka, mudah dimengerti.
- e. Konstruktif (*constructiveness*). Yang dimaksud dengan konstruktif ialah bahwa informasi-informasi itu dapat membentuk pendapat umum yang positif terhadap sekolah.
- f. Kesesuaian (*adaptability*). Yang dimaksud dengan penyesuaian adalah hendaknya program sekolah itu memerhatikan dan menyesuaikan dengan keadaan masyarakat sekitarnya.
- g. Luwes (*flexibility*). Yang dimaksud dengan fleksibel ialah program yang sewaktu-waktu mampu menerima perubahan yang terjadi.

Berdasarkan prinsip-prinsip humas di atas dapat disimpulkan bahwa dalam pengembangan program kerja humas harus memperhatikan prinsip-prinsip tersebut di atas karena dengan mempertimbangkan hal tersebut di atas program kerja humas khususnya sekolah akan berjalan dengan baik sesuai dengan kebutuhan sekolah dan pengembangan mutu sekolah.

#### **4. Kinerja Manajemen Hubungan Masyarakat**

Berdasarkan hasil kajian teori kinerja manajemen dan hubungan masyarakat, maka dapat dikaji tentang kinerja manajemen hubungan masyarakat.

Kinerja merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam melaksanakan serta menyelesaikan tugas dan tanggung jawab sesuai dengan perencanaan dalam pencapaian tujuan yang ditetapkan, Manajemen merupakan suatu proses yang dilakukan dengan cara mengatur, mengelola, menjalankan dan mengawasi suatu kegiatan untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditentukan. Sedangkan pengertian humas yaitu sebagai perencana dan komunikasi untuk memberikan sebuah pengertian antara lembaga dengan khalayak publik, dimana sebagai bentuk pelayanan bagi lembaga dan masyarakat dapat ikut berpartisipasi dalam kegiatan sekolah serta terjalinnya hubungan yang baik antar warga sekolah. Jadi dapat disimpulkan yang dimaksud dengan kinerja manajemen hubungan masyarakat yaitu usaha yang dilakukan petugas humas atau lebih dalam menyelesaikan tugas dan tanggung jawab berkaitan dengan hal komunikasi baik antara lembaga dengan pihak internal maupun eksternal untuk menciptakan hubungan yang baik.

Dalam manajemen terdapat fungsi-fungsi di dalamnya. Fungsi manajemen menurut Siagian dalam Hasibuan (2011:2) yaitu “perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), motivasi (*motivating*), pengawasan (*controlling*), dan evaluasi (*evaluating*).” Berkaitan dengan hal tersebut maka bagaimana peran humas untuk melakukan fungsi-fungsi tersebut. Jika dilihat dari fungsi-fungsi tersebut berkaitan dengan kinerja, karena manajemen merupakan bentuk pengelolaan terhadap suatu kegiatan, dimana suatu kegiatan tersebut merupakan suatu hasil dari kerja yang melalui proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi.

Kinerja perencanaan mendesain kegiatan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi dengan cara menyediakan sumber daya yang diperlukan dan kapan kegiatan dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh organisasi. Oleh karena itu dalam kinerja perencanaan harus ditetapkan terlebih dahulu apa yang menjadi tujuan dan sasaran organisasi (Wibowo dalam Fitriana, 2016:45). Hal tersebut dilakukan dengan tujuan agar seseorang yang diberikan tanggungjawab dalam organisasi dapat memberikan usaha terbaiknya untuk mencapai tujuan yang telah dibuat tentunya sesuai dengan organisasi.

Berkaitan dengan perancangan tujuan, fungsi, program, kerja dan sasaran tersebut tentunya terdapat sumber daya manusia yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Menurut Colin Coulson dan Thomas dalam Fitriana (2016:46) “sumber pokok yang terlibat dalam rencana *public relation* adalah sumber daya manusia, terutama staf pada bagian *public relation*”. Partisipasi dan keterlibatan mereka dengan perencanaan *public relation* tergantung dari gabungan keterampilan dan pengalamannya, beban kerja dan pada bagaimana mereka diorganisasi sebagai individu dan tim. Penentuan sumber daya manusia tersebut merupakan fungsi pengorganisasian.

Setelah perencanaan dan pengorganisasian ditetapkan, maka langkah selanjutnya yaitu penggerakan atau pelaksanaan kinerja. Pelaksanaan kinerja berlangsung dalam suatu lingkungan internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi keberhasilan maupun kegagalan kinerja. Kinerja di suatu organisasi dilakukan oleh segenap sumber daya manusia dalam organisasi, baik unsur pimpinan maupun pekerja. Dalam pelaksanaan kinerja terdapat tujuh indikator kinerja, menurut Wibowo dalam Fitriana

(2016: 47) menyebutkan tujuh indikator kinerja tersebut yaitu “tujuan, standar, umpan balik, alat atau sarana, kompetensi, motif, dan peluang”. Tujuan merupakan keadaan yang ingin dicapai dimana dalam menentukan tujuan juga menentukan standar dengan tujuan untuk memberitahukan kapan suatu tujuan dapat diselesaikan.

Adanya tujuan dan standar tersebut maka akan memperoleh umpan balik, dimana pada umpan balik akan diketahui hasil dari kinerja. Selain itu dalam menentukan kinerja juga memperhatikan sarana, kompetensi, motif serta peluang yang mendukung agar menghasilkan kinerja yang baik. Peluang yang dimaksud yaitu pekerja mendapatkan kesempatan untuk menunjukkan prestasi kerjanya dengan memiliki ketersediaan waktu dan kemampuan yang memenuhi syarat. Berkaitan dengan kinerja humas maka pelaksanaan kinerja humas berkaitan dengan tujuan dari adanya humas, fungsi humas di sekolah, pelaksanaan program kerja baik program kerja humas maupun berkenaan dengan program kerja sekolah.

Evaluasi berdasarkan penulisan kajian teori merupakan kegiatan manajemen yang dapat berupa kegiatan pengawasan. Berkaitan dengan kegiatan maka erat kaitnya dengan kinerja. Adapun yang perlu dievaluasi dalam pelaksanaan kinerja menurut Wibowo dalam Fitriana (2016:48) yaitu “evaluasi tujuan, evaluasi rencana, evaluasi lingkungan, evaluasi proses kerja, evaluasi pengukuran kinerja, dan evaluasi hasil”. Hal tersebut jika dikaitkan dengan humas, maka evaluasi tersebut untuk melihat apa dan bagaimana pelaksanaan kegiatan humas yang telah dilakukan, apakah sesuai dengan rencana yang telah dirancang, apakah terdapat kendala atau permasalahan dalam pencapaiannya dan bagaimana bentuk atau upaya untuk memperbaikinya.

## 5. Tugas Manajemen Hubungan Masyarakat Di Sekolah

Adapun tugas dan kewajiban dari Humas disekolah Menurut Rahmat (2016:21-22) adalah :

1. Menyampaikan pesan atau informasi dari perusahaan secara lisan, tertulis atau visual kepada publiknya, sehingga masyarakat atau publik memperoleh pengertian yang benar dan tepat mengenai kondisi perusahaan, tujuan dan kegiatannya.
2. Melakukan studi dan analisis atas reaksi serta tanggapan publik terhadap kebijakan dan langkah tindakan perusahaan, termasuk segala macam pendapat publik yang mempengaruhi perusahaan, memberi informasi kepada pejabat (eksekutif) tentang Public Acceptance atau Non Acceptance atas cara-cara pelayanan perusahaan kepada masyarakat.
3. Menyampaikan fakta-fakta dan pendapat kepada para pelaksana tugas guna membantu mereka dan memberikan pelayanan yang mengesankan dan memuaskan publik.

Sedangkan menurut Maria Assumpta Rumanti dalam Fitriana (2016:30), terdapat limapokok tugas *Public Relations* yaitu:

1. Menyelenggarakan dan bertanggungjawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar (visual) kepada publik, supaya publik mempunyai pengertian yang benar tentang organisasi atau perusahaan, tujuan, serta kegiatan yang dilakukan.
2. Memonitor, merekam, dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum atau masyarakat.
3. Memperbaiki citra organisasi.
4. Tanggungjawab sosial terhadap semua kelompok yang berhadapan terhadap tanggungjawab tersebut.
5. PR mempunyai tugas untuk melakukan komunikasi yang khusus, komunikasi timbal-balik, maka pengetahuan komunikasi menjadi modal humas.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa tugas humas tidak hanya sebatas memberikan informasi atau sebagai komunikasi antara pihak lembaga

dengan masyarakat, melainkan juga menginterpretasikan, menganalisis dan mengevaluasi kecenderungan perilaku publik, mempertemukan kepentingan organisasi/lembaga dengan kepentingan publik, serta mengevaluasi program-program organisasi/lembaga, khususnya yang berkaitan dengan publik, dan tugas humas yaitu membina hubungan baik antara lembaga dengan publik internal maupun publik eksternal melalui komunikasi dua arah.

## **6. Program Kerja dan Aktivitas Manajemen Hubungan Masyarakat**

Menurut Ruslan (2010: 147), pada dasarnya tujuan umum dari program kerja dan berbagai aktivitas Public Relations atau Humas di lapangan adalah “cara menciptakan hubungan harmonis antara organisasi/perusahaan yang diwakilinya dengan publiknya atau stakeholder-sasaran khalayak yang terkait.”

Scott M. Cutlip & Allen H. Center dalam Ruslan (2010:148-149), menyatakan bahwa proses perencanaan program kerja melalui proses empat tahapan atau langkah-langkah pokok yang menjadi landasan acuan untuk pelaksanaan program kerja kehumasan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dan Mendengarkan (*Research-Listening*)  
 Dalam tahap ini, penelitian yang dilakukan berkaitan dengan opini, sikap dan reaksi dari mereka yang berkepentingan dengan aksi dan kebijaksanaan-kebijaksanaan suatu organisasi. Setelah itu baru dilakukan pengevaluasi fakta-fakta, dan informasi yang masuk untuk menentukan keputusan berikutnya. Pada tahap ini akan ditetapkan suatu fakta dan informasi yang berkaitan langsung dengan kepentingan organisasi, yaitu *What's our problem?* (Apa yang menjadi problem kita).

2. Perencanaan dan mengambil Keputusan (*Planning-Decision*)  
 Dalam tahap ini sikap, opini, ide-ide dan reaksi yang berkaitan dengan kebijaksanaan serta penetapan program kerja organisasi yang sejalan dengan kepentingan atau keinginan-keinginan pihak yang berkepentingan mulai diberikan: *Here's what we can do?* (Apa yang dapat kita kerjakan).
3. Mengkomunikasikan dan pelaksanaan (*Communication-Action*)  
 Dalam tahap ini informasi yang berkenaan dengan langkah-langkah yang akan dilakukan dijelaskan sehingga mampu menimbulkan kesan-kesan yang efektif dapat mempengaruhi pihak-pihak yang dianggap penting dan berpotensi untuk memberikan dukungan sepenuhnya: *Here's what we did and why?* (Apa yang telah kita lakukan dan mengapa begitu).
4. Mengevaluasi (*Evaluation*)  
 Pada tahapan ini, pihak public relations/Humas mengadakan penilaian terhadap hasil-hasil dari program-program kerja atau aktivitas Humas yang telah dilaksanakan. Termasuk mengevaluasi keefektifitasan dari teknik-teknik manajemen dan komunikasi yang telah dipergunakan: *How did we do?* (Bagaimana yang telah kita lakukan).

## 7. Partisipasi Masyarakat

Partisipasi masyarakat merupakan bentuk keterlibatan masyarakat dalam suatu kegiatan, jika dikaitkan dalam dunia pendidikan maka keterlibatan masyarakat untuk ikutserta dalam memajukan pendidikan. Menurut Dusseldorp dalam Fitriana (2016:37) menyatakan bahwa kegiatan partisipasi masyarakat terdiri atas:

- 1) Mendatangi pertemuan,
- 2) Melibatkan diri dalam diskusi,
- 3) Melibatkan diri dan berpartisipasi dalam segala aspek organisasi, misalnya menyelenggarakan pertemuan kelompok, mempengaruhi orang luar untuk ikut dalam kegiatan kelompok, serta memimpin diskusi kelompok,
- 4) Membantu untuk memperoleh bantuan tenaga, modal, fasilitas, dan kemampuan mental,
- 5) Mengambil bagian dalam proses pengambilan keputusan, dan
- 6) Berperan dalam pemanfaatan hasil.

Selain kegiatan tersebut, terdapat pula bentuk dan sifat partisipasi masyarakat, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 1992 Pasal 4, bentuk partisipasi masyarakat yaitu:

- (1) Pendirian dan penyelenggaraan pendidikan melalui jalur pendidikan sekolah atau jalur pendidikan luar sekolah di semua jenjang pendidikan, kecuali pendidikan kedinasan;
- (2) Pengadaan dan pemberian tenaga pendidikan;
- (3) Pemberian bantuan tenaga ahli;
- (4) Pengadaan dana dan pemberian bantuan berupa wakaf, hibah, pinjaman, beasiswa, dan bentuk-bentuk lain yang sejenis;
- (5) Pengadaan dan penyelenggaraan program pendidikan yang belum diadakan, atau diselenggarakan pemerintah;
- (6) Pengadaan dan pemberian bantuan buku pelajaran dan peralatan pendidikan untuk melaksanakan kegiatan belajar mengajar;
- (7) Pemberian kesempatan untuk magang dan atau latihan bekerja kepada anak didik;
- (8) Pengadaan dan pemberian bantuan ruangan, gedung, dan tanah untuk melaksanakan kegiatan belajar mengajar;
- (9) Pemberian pelatihan manajemen bagi penyelenggara pendidikan dan pengembangan pendidikan nasional;
- (10) Pemberian bantuan berupa pemikiran dan pertimbangan uang berkenaan dengan penentuan kebijaksanaan dan atau penyelenggaraan pengembangan pendidikan;
- (11) Pemberian bantuan dan pelaksanaan kerjasama dalam kegiatan penelitian dan pengembangan pendidikan;
- (12) Pemberian kesempatan untuk berperan dalam program pendidikan dan atau penelitian.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan humas dan besarnya partisipasi masyarakat terdapat hubungan yang positif, dimana semakin intensif kegiatan humas yang dilakukan di lembaga pendidikan diharapkan akan semakin besar partisipasi masyarakat. Meningkatnya partisipasi masyarakat akan berdampak atau bermanfaat bagi lembaga pendidikan.



## 8. Media Hubungan Masyarakat

Kusumastuti (2002:30-35) menyebutkan media-media humas diantaranya:

- (1) Iklan adalah sebagai alat humas dengan melihatkan pesan yang berkaitan dengan lembaga humas tersebut.
- (2) Pameran digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan humas untuk melakukan publisitas lembaganya.
- (3) Media internal berisi tentang beberapa informasi lembaga, sifatnya top down maupun *bottom up*, tujuannya untuk menciptakan kondisi yang *well informed* dan membina loyalitas antara karyawan dengan perusahaan. Media internal dapat berupa *news letter*, buletin, majalah, atau tabloid. Ragam sajiannya dapat berupa foto, pengumuman, artikel, berita tentang lembaga, profil karyawan, program lembaga, manajemen, pembentukan sikap/kepribadian, peraturan-peraturan baru, kegiatan-kegiatan lembaga, dan sebagainya.
- (4) Fotografi berupa foto, foto memberikan kekuatan melebihi kata-kata yang memberikan dampak otentik. Orang-orang dapat mudah menerima bukti berupa foto daripada kata-kata. Dalam humas, foto sangat diperlukan sebagai bahan publikasi, laporan, berita, iklan, maupun untuk kepentingan arsip/dokumen.
- (5) Film bagi humas merupakan media komunikasi, instruksi, riset, dan sebagainya. Melalui film humas dapat menyampaikan pesan-pesannya. Film ini dapat berupa film dokumenter.
- (6) Pers, termasuk dalam kelompok media massa yaitu radio, televisi, surat kabar, majalah, dan buku.

Adapun klasifikasi media massa menurut Ruslan (2010: 195) terdiri dari dua yaitu “media cetak yang bersifat komersial, misalnya surat kabar harian, tabloid, majalah berita atau hiburan yang terbitnya secara berkala mingguan dan bulanan, tersebar luas dan dibaca oleh masyarakat umum serta media elektronik, seperti radio dan TV”. Selain itu disebutkan juga oleh Ruslan (2010:218), jenis media publikasi, antara lain sebagai berikut:

1. *House Journal*

Media Internal atau *House Organ (In House Journal)* dipergunakan oleh PR/Humas untuk keperluan publikasi atau sebagai sarana komunikasi yang ditujukan pada kalangan terbatas; seperti karyawan, relasi bisnis, nasabah atau konsumen. Biasanya berbentuk: *News Letter, Magazine, Tabloid, Bulletin, Company Profile, Annual Report, Prospektus* dan lain sebagainya.

2. *Printed Material*  
Barang cetakan untuk tujuan publikasi PR dalam upaya penyampaian pesan-pesannya yang berbentuk, seperti: Brosur, Pamflet, Kop surat, Kartu nama, Kartu ucapan selamat (*Suplement*), Kalender, dan lain sebagainya.
3. *Media Pertemuan (Event)*  
Media pertemuan secara langsung dengan para audiencenya melalui tatap muka langsung (*face to face*), misalnya presentasi, diskusi panel, seminar, pameran, dan lain sebagainya.
4. *Broadcasting Media dan Internet*  
Publikasi PR yang disiarkan melalui Stasiun TV/RRI milik pemerintah dan Stasiun TV Komersial atau Siaran Radio Komersial termasuk media elektronik dan komputer serta internet (*e-mail*) yang dimanfaatkan sebagai media publikasi dan komunikasi PR/Humas.
5. *Media Sarana Humas/PR*  
Yaitu termasuk media Humas yang berkaitan dengan penampilan identitas perusahaan (*corporate identity*) yang merupakan simbol atau nama perusahaan, logo, warna standar perusahaan dan kemasan produk (*corporate and product colour image*).
6. *Media Personal*  
Media personal merupakan media Humas/PR yang berkaitan dengan kemampuan untuk mengadakan pertemuan secara langsung (*face to face contact*) untuk maksud mengadakan pendekatan personal (*personal approach*) atau melobi dan kemudian meningkat untuk bernegosiasi (*negotiation*) sehingga kedua belah pihak yang terlibat dalam perundingan akan mencapai kata sepakat (*deal*).

Media dapat diartikan sebagai alat atau sarana yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Menurut Firzan Nova dalam Fitriana (2016: 43) bahwa:

Media *public relations* terdiri dari dua bentuk, yaitu media internal dan media eksternal. Media internal dapat berupa majalah, tabloid, buletin, *newsletter, website* perusahaan, intranet perusahaan, *company profile*,

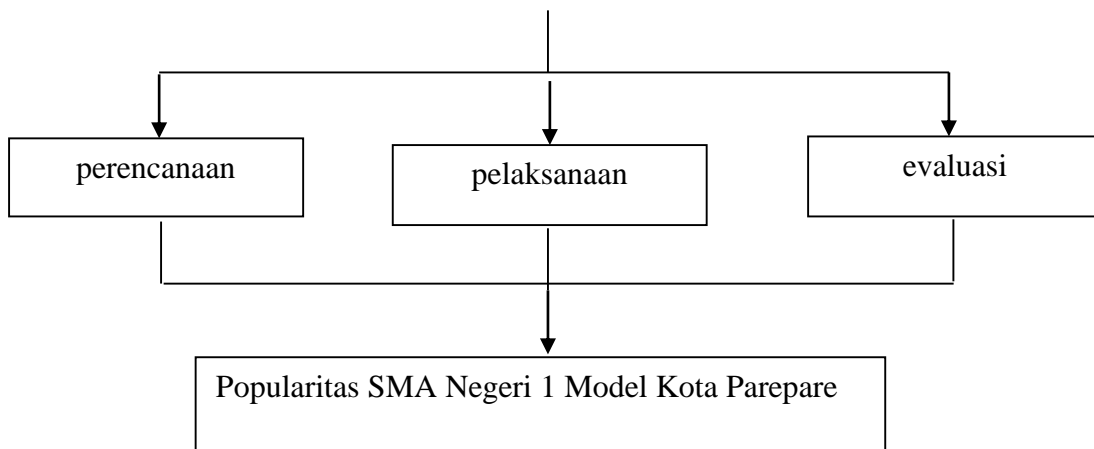
*financia report*, dan sebagainya. Sedangkan media eksternal berupa media massa, baik yang berbentuk cetak maupun elektronik.

Pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa media humas dapat digolongkan menjadi media langsung dan tidak langsung, dimana pemanfaatan media dilihat berdasarkan kepentingan lembaga dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat luas agar dapat mengetahui informasi ataupun kegiatan yang dilakukan di lembaga tersebut, sehingga media bagi humas sangat penting diperhatikan dalam pemanfaatannya.

## **B. Kerangka Konseptual**

Sesuai dengan judul penelitian ini maka cakupan penelitian ini hanya melibatkan satu konsep utama, yaitu kinerja humas di SMA Negeri 1 Model Kota Parepare. Paradigma penelitian yang dikembangkan bermaksud mengetahui bagaimana kinerja hubungan masyarakat terkait peningkatan popularitas SMA Negeri 1 Model Kota Parepare. Apa bila dilihat dari humas sekolah maka bagaimana peran humas sekolah dalam menjalin komunikasi yang baik antara sekolah dan masyarakat dengan tujuan agar masyarakat dapat memahami dan mengetahui tujuan dan program yang diselenggarakan sekolah. maka dari itu perlu diketahui bagaimana kinerja hubungan masyarakat terkait peningkatan popularitas SMA Negeri 1 Model Kota Parepare sebagai salah satu sekolah menengah atas unggulan dan satu-satunya sekolah bertaraf model di Kota Parepare.

Kinerja Manajemen Hubungan Masyarakat di SMA Negeri 1 Model Kota Parepare
--



**Gambar 2.1** Diagram Kerangka Konseptual.