

**PENGARUH PENYEBARAN INFORMASI
TERHADAP PERUBAHAN SIKAP DAN
PERILAKU PEGAWAI**

Studi Korelasional di Bagian Humas Setda Pemerintah Kabupaten
Pandeglang

S K R I P S I

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial pada Konsentrasi Ilmu Humas
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang



Oleh:

WIWI WIDIAWATI
NIM. 031287
KONSENTRASI ILMU HUMAS

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA
SERANG
2010**

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Wiwi Widiawati
NIM : 031287
Judul Skripsi : Pengaruh Penyebaran Informasi terhadap Perubahan
Sikap dan Perilaku Pegawai Setda Pemerintah Kabupaten
Pandeglang

Serang, Juli 2009

Skripsi ini telah siap untuk diujikan

Menyetujui,

Pembimbing I,

Rahmi Winangsih, Dra. M.Si.
NIP. 196810192005012001

Mengetahui,

Dekan FISIP UNTIRTA

H. Sihabuddin, Drs. M.Si.
NIP. 196507042005011002

ABSTRAKSI

Wiwi Widiawati. 031287. Pengaruh Penyebaran Informasi terhadap Perubahan Sikap dan Perilaku Pegawai

Bagian Humas Pemerintah Kabupaten Pandeglang mempunyai peranan yang relatif penting untuk menyebarkan informasi yang berkaitan dengan kebijakan baru, peraturan baru, instruksi, kegiatan yang akan, sedang dan sudah dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Pandeglang kepada para karyawannya. Sehingga diharapkan dapat menambah sikap dan perilaku yang positif bagi para karyawan.

Pertanyaan dalam penelitian ini adalah bagaimana kegiatan penyebaran informasi yang dilakukan oleh Bagian Humas Pemerintah Kabupaten Pandeglang, bagaimana sikap dan perilaku pegawai Setda Pemerintah Kabupaten Pandeglang dan bagaimana pengaruh penyebaran informasi terhadap sikap dan perilaku pegawai Setda Pemerintah Kabupaten Pandeglang. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kegiatan penyebaran informasi yang dilakukan oleh Bagian Humas Pemerintah Kabupaten Pandeglang, untuk mengetahui sikap dan perilaku pegawai Setda Pemerintah Kabupaten Pandeglang, dan untuk mengetahui pengaruh penyebaran informasi terhadap sikap dan perilaku pegawai Setda Pemerintah Kabupaten Pandeglang.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah "Model SOR" dari Skinner yang beranggapan bahwa menelaah efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi.

Penelitian ini menggunakan metode korelasional, yang digunakan untuk meneliti sejauhmana variasi pada suatu faktor yang berkaitan dengan variasi pada faktor lain. Teknik pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah angket, observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 32 orang responden. Analisis data yang digunakan secara kuantitatif, dengan jalan mengumpulkan dan menyusun seluruh data yang diperlukan, selanjutnya dianalisis melalui perhitungan statistik.

Berdasarkan analisis data penelitian, diketahui bahwa penyebaran informasi dengan sikap dan perilaku pegawai terdapat hubungan, sehingga penyebaran informasi sangat berpengaruh terhadap sikap dan perilaku pegawai. Sedangkan untuk hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima, berarti ada pengaruh antara penyebaran informasi dengan sikap dan perilaku pegawai. Hasil uji korelasi yang dilakukan dalam penelitian ini dapat ditafsirkan bahwa sikap dan perilaku pegawai dipengaruhi oleh penyebaran informasi, yang pengaruhnya rendah sekali.

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	
ABSTRAKSI	
ABSTRACT	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Identifikasi Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Kegunaan Penelitian	6
1. Kegunaan Teoritis	6
2. Kegunaan Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Ruang Lingkup Komunikasi	7
1. Pengertian Komunikasi	7
2. Proses Komunikasi	10
B. Hubungan Masyarakat Sebagai Metodologi Komunikasi	12
1. Pengertian dan Definisi Humas	12
2. Fungsi, Ciri dan Tujuan Humas	16
3. Kedudukan Humas dalam Organisasi	21
4. Publik Internal sebagai Sasaran Kegiatan Humas...	25
C. Informasi	29
D. Operasional Variabel	33
E. Hipotesis	34

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
	A. Metode Penelitian	35
	B. Jenis Data	35
	C. Populasi dan Sampel	36
	D. Teknik Pengumpulan Data	36
	E. Analisis Data	37
BAB IV	KONDISI OBJEKTIF DAN HASIL PENELITIAN	
	A. Gambaran Singkat Bagian Humas Pemerintah Kabupaten Pandeglang	41
	B. Hasil Penelitian dan Pembahasan	46
	1. Data Responden	46
	2. Data Penelitian	50
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	66
	B. Saran-saran	67
	Daftar Pustaka	69
	Lampiran-lampiran	
	Riwayat Hidup	

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Operasional Variabel	33
2. Data Jenis Kelamin Responden	47
3. Data Usia Responden	48
4. Data Pendidikan Responden	49
5. Data Status Pekerjaan	49
6. Banyaknya Kegiatan Komunikasi Formal (Rapat) antara Pimpinan dengan Bawahan	50
7. Seringnya Mengikuti Kegiatan Komunikasi Formal (Rapat)	51
8. Seringnya Pimpinan Memberikan Informasi yang Berkaitan dengan Pelaksanaan Kerja	51
9. Kesesuaian Informasi dengan Harapan Responden	52
10. Seringnya Pimpinan Memberikan Penjelasan.....	52
11. Seringnya Menerima Informasi	53
12. Kesesuaian Bidang Kerja dengan TUPOKSI	53
13. Seringnya Mendapat Informasi Pegawai yang Berprestasi	54
14. Pentingnya Informasi Pegawai yang Berprestasi	54
15. Seringnya Mendapat Informasi yang Berkaitan dengan Tujuan Pemerintah Kabupaten Pandeglang	55
16. Perlunya Informasi yang Berkaitan dengan Tujuan Pemerintah Kabupaten Pandeglang	55
17. Kemudahan Memahami Informasi Lisan	56
18. Hadir Tepat Waktu di Tempat Kerja	56
19. Pernah Mangkir dari Pekerjaan	57
20. Menyelesaikan Tugas Tepat Pada Waktunya	57
21. Menyelesaikan Tugas dengan Baik	58
22. Tekun dalam Menyelesaikan Pekerjaan	58
23. Memanfaatkan Fasilitas yang Ada	59
24. Pemberian Penghargaan	59
25. Pemberian Penghargaan oleh Pemerintah	60
26. Koefisien Korelasi antara Variabel X dan Y	60

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Manusia merupakan makhluk sosial yang selalu saling membutuhkan dan saling mempengaruhi serta saling membina hubungan yang baik di antara sesamanya juga turut serta dalam kegiatan-kegiatan suatu kelompok masyarakat tertentu, demi kelangsungan hidup dan perkembangan pribadinya masing-masing, selain itu juga manusia tidak dapat hidup sendiri di dalam kehidupan sehari-harinya.

Dalam perkembangannya, sejak lahir hingga mengakhiri hidupnya, manusia selalu memerlukan dan membutuhkan orang lain. Realitas inilah yang menjadikan manusia dalam menjalani kehidupannya saling berhubungan dengan ikatan-ikatan tertentu, dalam rangka untuk mencapai tujuan-tujuannya, baik sebagai subyek maupun obyek.

Begitu juga halnya dalam suatu organisasi, manusia tidak terlepas dari hubungan diantara sesamanya, dengan tujuan untuk menciptakan organisasi terus berkembang dan terus maju, dengan didasari rasa memiliki yang telah tertanam di dalam jiwanya dan rasa memiliki tanggung jawab terhadap tugas-tugas mereka yang diembannya.

Akan tetapi pada umumnya suatu organisasi menyadari akan pentingnya pengelolaan sumber daya manusia, sebab pengelolaan sumber daya manusia memegang peranan penting dan sekaligus merupakan penentu maju mundurnya

atau sukses tidaknya dalam membangun organisasi ke arah pencapaian tujuan yang di harapkan dan dicita-citakannya.

Setiap pimpinan sangatlah menginginkan organisasi yang dipimpinnya dapat berkembang dengan baik sesuai dengan tujuan dan cita-citanya, untuk itulah partisipasi karyawan yang dipimpinnya dalam sebuah organisasi sangatlah penting, demi tercapainya tujuan-tujuan yang telah di cita-citakannya.

Keberadaan karyawan di dalam sebuah organisasi mulai dari tingkat atasan (pimpinan) sampai tingkat bawahan memerlukan perlakuan dan perhatian yang sama rata, tanpa membeda-bedakan tingkat, pendidikan, dan lain sebagainya. Sehingga tidak ada salah satu pihak manapun yang merasa diperlakukan tidak adil, sebab dengan perlakuan yang tidak adil akan menimbulkan ketimpangan-ketimpangan serta ketidakpuasan dalam bekerja yang pada akhirnya akan menimbulkan pengaruhnya pada sikap dan perilaku bekerja mereka.

Mengingat karyawan merupakan asset yang cukup penting dalam suatu organisasi, baik pemerintah maupun swasta, maka pihak organisasi harus mampu melaksanakan program-program kegiatan yang dapat meningkatkan sikap dan perilaku kerja pegawainya, hal tersebut bisa dilakukan dengan berbagai macam cara salah satunya ialah dengan mengadakan program kegiatan *employee relations* (hubungan dengan karyawan).

Hubungan dengan karyawan merupakan kegiatan yang pada dasarnya harus dilakukan oleh pihak instansi/organisasi/perusahaan agar terciptanya suatu sikap saling pengertian, saling percaya, saling toleransi serta kerja sama antara pihak manajemen dengan para karyawannya, sehingga dapat terciptanya suatu

hubungan yang harmonis diantara kedua belah pihak yakni pihak manajemen dengan karyawannya.

Untuk menciptakan suatu hubungan yang harmonis tersebut, maka diperlukan peranan Humas di sebuah instansi/organisasi/perusahaan baik itu pemerintah maupun swasta. Dengan adanya peranan Humas tersebut diharapkan mampu untuk mewujudkan hubungan yang benar-benar harmonis diantara publiknya, baik itu publik internal maupun publik eksternal.

Untuk memahami arti dan fungsi Humas tersebut, maka ada beberapa definisi yang dikemukakan oleh para pakar Humas. Salah satunya definisi yang dapat dimengerti dan dipertanggungjawabkan, karena paling lengkap dan mencakup pemikiran para ahli tersebut adalah definisi *Rex Harlow* (dalam Ruslan, 2002:17) yang berbunyi:

Public Relations adalah 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 mampu menanggapi opini publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan menggunakan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.

Dari definisi yang dipaparkan di atas tersebut, Humas merupakan perantara antara pimpinan organisasi dengan publiknya, baik dalam upaya membina hubungan dengan publik internal maupun eksternal sebagai khalayak sasarannya dalam upaya mencapai tujuan dan sasaran utama organisasi.

Untuk menjalin hubungan yang harmonis antara manajemen dengan para publiknya, Seorang Humas baik itu pemerintah maupun swasta harus mampu

menjalankan fungsi-fungsinya salah satunya yaitu, menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi.

Mengingat salah satu fungsi di atas, maka Bagian Humas Pemerintah Kabupaten Pandeglang mempunyai peranan yang relatif penting untuk menyebarkan informasi yang berkaitan dengan kebijakan baru, peraturan baru, instruksi, kegiatan yang akan, sedang dan sudah dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Pandeglang kepada para karyawannya. Sehingga diharapkan dapat menambah sikap dan perilaku yang positif bagi para karyawan.

Sebagai salah satu bagian di Setda Kabupaten Pandeglang yang turut mendukung pencapaian tujuan, maka Bagian Humas memiliki posisi yang sentral sebagai pusat informasi. Oleh karena itu, peneliti merasa tertarik untuk mengadakan penelitian di Bagian Humas Setda Kabupaten Pandeglang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas, maka dapat dirumuskan masalah utamanya adalah Bagaimana pengaruh penyebaran informasi oleh Bagian Humas terhadap sikap dan perilaku pegawai di Setda Kabupaten Pandeglang?

C. Identifikasi Masalah

Dari rumusan masalah di atas, dapat dijabarkan melalui sub-sub masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kegiatan penyebaran informasi yang dilakukan oleh Bagian Humas Setda Kabupaten Pandeglang?

2. Bagaimana perubahan sikap pegawai Setda Kabupaten Pandeglang?
3. Bagaimana perubahan perilaku pegawai Setda Kabupaten Pandeglang?
4. Bagaimana pengaruh penyebaran informasi oleh Bagian Humas terhadap perubahan sikap dan perilaku pegawai di Setda Kabupaten Pandeglang?

D. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian adalah untuk mengetahui:

1. Kegiatan penyebaran informasi yang dilakukan oleh Bagian Humas Setda Kabupaten Pandeglang.
2. Perubahan sikap pegawai Setda Kabupaten Pandeglang.
3. Perubahan perilaku pegawai Setda Kabupaten Pandeglang.
4. Pengaruh penyebaran informasi oleh Bagian Humas terhadap perubahan sikap dan perilaku pegawai di Setda Kabupaten Pandeglang.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan dan memperluas wawasan pengetahuan bagi Ilmu Komunikasi, khususnya dalam bidang kajian Ilmu Humas yang berkaitan dengan kegiatan humas internal.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan bagi Bagian Humas Setda Pemerintah Kabupaten Pandeglang, dalam hal penyebaran informasi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Ruang Lingkup Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Pada dasarnya manusia telah melakukan kegiatan komunikasi selama puluhan ribu tahun, dimana manusia mulai lahir sampai mengakhiri hidupnya akan selalu melakukan kegiatan komunikasi. Sebab komunikasi sangatlah penting dalam kehidupan sehari-hari, baik yang menyangkut hubungan antar pribadi, organisasi/instansi/lembaga maupun hubungan masyarakat secara luas.

Komunikasi yang semula merupakan fenomena sosial, kemudian menjadi ilmu yang secara akademik berdisiplin mandiri, sebenarnya tidak dapat dilepaskan dari kehidupan manusia, karena komunikasi dilakukan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk kelangsungan hidupnya. Oleh karena itu sebaiknya terlebih dahulu untuk memahami arti komunikasi.

Istilah Komunikasi atau dalam bahasa Inggris *Communication* berasal dari kata latin *Communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama*. Sama disini maksudnya adalah *sama makna* (Uchjana, 2000:9). Sama makna disini dalam artian, komunikasi akan terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai apa yang di percakapkan, kesamaan bahasa yang dipergunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna, dengan lain perkataan, mengerti bahasanya belum tentu mengerti makna yang di bawahnya oleh bahasa itu.

Adapun untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat di lancarkan secara efektif, para peminat komunikasi seringkali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Say What In Channel to Whom With Effect?*.

Paradigma Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni:

- 1) Komunikator (*communicator, source, sender*)
- 2) Pesan (*message*)
- 3) Media (*channel, media*)
- 4) Komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*)
- 5) Efek (*effect, impact, influence*)

Jadi berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampain pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu (Uchjana, 2000:10).

Begitu juga halnya dalam suatu organisasi/instansi/lembaga komunikasi memegang peranan yang sangat penting dan memang harus ditempatkan pada posisi yang sangat sentral, komunikasi tersebut haruslah melibatkan seluruh karyawan karena komunikasi merupakan suatu kebutuhan bagi karyawan suatu organisasi/instansi/lembaga.

Selain itu juga didalam perkembangannya, organisasi dituntut untuk melakukan berbagai perubahan. Perubahan-perubahan tersebut diperlukan untuk mengembangkan kemajuan organisasi.

Maka dari itulah mereka harus benar-benar dipersiapkan untuk dapat menyesuaikan diri dan mampu mengikuti perubahan-perubahan yang terjadi. Apabila individu-individu yang terlibat didalam organisasi/instansi/lembaga tersebut tidak benar-benar dipersiapkan terlebih dahulu terhadap berbagai perubahan-perubahan tersebut, maka efektivitas dan efisiensi kerja karyawan dapat terhambat.

Dengan adanya hambatan tersebut maka organisasi/instansi/ lembaga akan mengakibatkan kerugian yang sangat besar. Untuk itulah maka diperlukannya informasi yang benar-benar jelas dan lengkap mengenai perubahan-perubahan tersebut, supaya pemahaman serta tujuan individu selalu sejalan dan searah dengan tujuan organisasi/instansi/lembaga.

Dengan demikian komunikasi yang baik dalam organisasi/instansi/lembaga yaitu komunikasi timbal balik yang melibatkan karyawan dengan pimpinan, ini merupakan suatu cara atau jalan yang memang sangat diperlukan untuk kelangsungan hidup organisasi/instansi/lembaga, karena walau bagaimanapun informasi-informasi yang datang dari pimpinan harus dapat diterima oleh karyawan dengan jelas dan lengkap, agar para karyawan dapat mengetahui keadaan organisasi/instansi/lembaga yang merupakan tempat mereka bekerja.

2. Proses Komunikasi

Proses komunikasi menurut Onong dalam bukunya “Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek” pada hakekatnya adalah:

Proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (*komunikator*) kepada orang lain (*komunikan*). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati (Uchjana, 2000:11).

Komunikasi berlangsung melalui tahapan-tahapan, cara serta urutan aktivitas. Komunikasi menekankan fungsi dan arti yang komunikatif, yaitu mengungkapkan apa yang berlangsung selama berkomunikasi, bukan memvisualisasikan komponen-komponen struktural komunikasi secara terpisah akan tetapi komunikasi menunjukkan peristiwa yang berkesinambungan. Jadi dengan demikian, komunikasi merupakan suatu proses.

Pada dasarnya proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara *primer* dan secara *sekunder*. Proses secara *primer* adalah proses penyampaian pikiran dan perasaan dengan menggunakan suatu lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang ini umumnya bahasa atau dapat berupa kial, *gesture*, isyarat, gambar dan lain-lain yang secara langsung dapat menerjemahkan pikiran dan perasaan dari komunikator kepada komunikan.

Sedangkan proses komunikasi secara *sekunder* adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau media selain lambang-lambang tersebut, misalnya melalui majalah, *newsletter*, surat kabar, radio, televisi dan lain-lain sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. (Uchjana, 2000:11-16).

Untuk lebih mempersempit proses komunikasi tersebut, Everett M. Roger and W. Floyd Shoemaker, menyatakan bahwa kegiatan komunikasi melibatkan unsur-unsur *Source* (Sumber), *Message* (Pesan), *Channel* (Media), *Receiver* (Komunikant) dan *Effect* (Efek). Hal tersebut berarti komunikasi merupakan kegiatan penyampaian sejumlah pesan oleh komunikator kepada komunikant melalui suatu media untuk menimbulkan efek tertentu.

Untuk lebih memperjelas proses komunikasi tersebut, maka dapat dilihat pada model komunikasi ini:

Gambar 1
Model Proses Komunikasi S-M-C-R-E



Sumber : Rosady Ruslan dalam buku *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (2004:102).

Unsur-unsur kegiatan komunikasi tersebut apabila dihubungkan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) *Source* (Sumber): komunikator yang mengirim/menyebarkan pesan yaitu Bagian Humas Setda Pemerintah Kabupaten Pandeglang.
- 2) *Message* (Pesan): pesan-pesan yang dimuat yang disebarkan kepada para pegawai oleh Bagian Humas Setda Pemerintah Kabupaten Pandeglang.
- 3) *Channel* (Media): yang digunakan media komunikasi yang digunakan untuk penyebaran informasi oleh Bagian Humas Setda Pemerintah Kabupaten Pandeglang.

- 4) *Receiver* (Penerima): pesan yaitu publik internal, dalam penelitian ini para pegawai di lingkungan Setda Pemerintah Kabupaten Pandeglang.
- 5) *Effect* (Efek): yang diharapkan dapat terjadi setelah pegawai Bagian Setda Pemerintah Kabupaten Pandeglang setelah mendapatkan informasi yaitu adanya sikap dan perilaku yang positif.

B. Hubungan Masyarakat Sebagai Metodologi Komunikasi

1. Pengertian dan Definisi Hubungan Masyarakat

Istilah “hubungan masyarakat” yang disingkat “humas” sebagai terjemahan dari istilah *public relations*, di Indonesia sudah benar-benar memasyarakat dalam arti kata telah dipergunakan secara luas oleh departemen, jawatan, perusahaan, badan, lembaga, dan lain-lain organisasi kekarayaan.

Awal berdirinya Humas ini dilatar belakangi oleh adanya kemajuan-kemajuan dalam berbagai bidang yang menimbulkan pemisahan manusia kedalam berbagai golongan atau kelompok yang masing-masing mempunyai tujuan sendiri dan berusaha mencapai tujuan itu dengan sebaik-baiknya. Atas dasar kepentingan itulah, maka golongan-golongan/kelompok-kelompok baik yang bergerak di bidang industri, teknik, politik, ekonomi, sosial dan kebudayaan membutuhkan adanya kerja sama demi kepentingan bersama.

Untuk menciptakan kerja sama tersebut, Humas merupakan kebutuhan dalam masyarakat dewasa ini, dimana orang-orangnya bergerak didalam berbagai bidang, misalnya bidang industri, perusahaan, pendidikan, pemerintahan, kerokhanian, sosial, ekonomi, politik dan perburuhan.

Batasan pengertian mengenai Humas, menurut para pakar sampai saat ini belum ada satu kesepakatan secara tegas, karena disebabkan yaitu: *pertama*, banyaknya definisi Humas yang telah dirumuskan oleh para pakar atau ahli maupun profesional Humas yang satu sama lain saling berbeda pendapat tentang Humas. *kedua*, terjadinya perbedaan batasan pengertian tentang Humas tersebut di akibatkan adanya latar belakang yang berbeda, misalnya definisi yang dilontarkan oleh kalangan akademis/teoritis perguruan tinggi tersebut akan lain bunyinya dengan apa yang diungkapkan oleh kalangan praktisi. Dan *ketiga*, sesuatu yang menunjukkan baik secara teoritis maupun praktisi bahkan kegiatan Humas itu bersifat dinamis dan fleksibel terhadap perkembangan dinamika masyarakat yang mengikuti kemajuan zaman, khususnya memasuki era globalisasi dan millenium ketiga saat ini (Ruslan, 2002:16-17).

Cukup banyak definisi Humas yang telah diungkapkan oleh para ahli komunikasi, yang mana didalam mengungkapkannya tersebut saling berbeda, tetapi pada prinsipnya dan pengertiannya adalah sama. Diantaranya: J.C. Seidel (Abdurrachman, 1995 : 24-25), *Public Relations Director, Division of Housing, state of New York*. berpendapat bahwa:

Public Relations adalah proses yang kontinu dari usaha- usaha manajemen untuk memperoleh *goodwill* dan pengertian dari para langganannya, pegawainya dan publik umumnya ; kedalam dengan mengadakan analisa dan perbaikan-perbaikan terhadap diri sendiri, keluar dengan mengadakan pernyataan- pernyataan.

Sementara itu J.C. Hooftman (dalam Abdurrachman, 1995 : 26)

menyatakan bahwa :

Untuk membangkitkan opini publik yang positif terhadap sesuatu badan publik harus diberi penerangan-penerangan yang lengkap dan obyektif mengenai kegiatan-kegiatan yang menyangkut kepentingan mereka, sehingga dengan demikian akan timbul pengertian dari padanya. Selain dari pada itu pendapat-pendapat dan saran-saran dari publik mengenai kebijaksanaan badan itu harus diperhatikan dan dihargai.

Selain definisi-definisi tersebut di atas, *Internasioal Public Relations Associations* (IPRA) (dalam Ruslan, 2002: 17-18) mengeluarkan suatu definisi dari rumusan Rex Harlow, yang berbunyi:

Public Relations adalah 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 mampu menanggapi opini publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan menggunakan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.

Dari definisi-definisi yang telah dikemukakan oleh para ahli/pakar diatas tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa sasaran kegiatan *Public Relations/Humas* adalah orang-orang yang mempunyai kaitan dan kepentingan dengan lembaga, baik yang ada didalam maupun yang ada di luar organisasi.

Didalam melakukan suatu kegiatannya *Public Relations/Humas* harus selalu berupaya untuk menanamkan dan memperoleh pengertian, *good will*, kepercayaan, penghargaan pada dan dari publik sesuatu badan khususnya dan masyarakat umumnya. Disamping itu juga *public relations* didalam melaksanakan kegiatannya harus selalu berusaha untuk selalu mewujudkan hubungan yang baik

dan harmonis antara suatu badan dengan publiknya, serta berusaha juga untuk memberikan atau menanamkan kesan yang menyenangkan, sehingga akan timbul opini publik yang menguntungkan bagi kelangsungan hidup badan/organisasi yang didudukinya. Ini semua dapat dilaksanakan oleh *public relations*/humas dengan menunjukkan hal-hal yang positif tentang apa saja yang telah direncanakan dan dilaksanakan pada kegiatan-kegiatannya.

2. Fungsi, Ciri dan Tujuan Hubungan Masyarakat

a. Fungsi Hubungan Masyarakat

Menurut Edward L. Bernay (Ruslan,2002 : 20), dalam bukunya *Public Relations*, University of Oklahoma Press, yang menjelaskan bahwa Humas tersebut mempunyai tiga fungsi utama, yaitu sebagai berikut:

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

Selain itu juga menurut para pakar Humas Internasional, *Cutlip & Center, and Canfield* (Ruslan, 2002: 20-21) yaitu fungsi Public Relatios 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 pihak publiknya, sebagai khalayak sarannya.
3. Mengidentifikasi yang menyangkut opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan/organisasi yang diwakilinya, atau sebaliknya.
4. Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbang saran kepada pimpinan manajemen demi untuk tujuan dan manfaat bersama.
5. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari badan/organisasi ke publiknya atau terjadi sebaliknya demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak.

Dari uraian di atas, maka fungsi Humas pada dasarnya adalah berupaya dalam membantu usaha-usaha manajemen untuk mencapai tujuan komunikasi, dengan cara menciptakan suatu komunikasi yang komunikatif dan berkesinambungan yaitu komunikasi dua arah secara timbal balik. Selain itu juga fungsi Humas adalah bagaimana mempengaruhi pendapat publik menjadi positif dan favourable bagi organisasi, serta memelihara loyalitas organisasi dalam menjaga kepercayaan publik, sehingga terciptanya hubungan yang harmonis antara organisasi yang diwakilinya dengan para publiknya.

b. Ciri Hubungan Masyarakat

Dari pemaparan definisi dan fungsi *Public Relations* tersebut di atas, dapat ditarik suatu kesimpulan atau merupakan ciri khasnya yang dikaitkan dengan

proses dan fungsi Manajemen Humas (*Public Relations Management*). Yaitu sebagai berikut:

1. Menunjukkan kegiatan tertentu (*action*)
2. Kegiatan yang jelas (*activities*)
3. Adanya perbedaan khas dengan kegiatan lain (*different*)
4. Terdapat suatu kepentingan tertentu (*important*)
5. Adanya kepentingan bersama (*common interest*)
6. Terdapat komunikasi dua arah timbal balik (*reciprocal two ways traffic communication*) (Ruslan, 2002:20).

Kegiatan utama dari *Public Relations* dalam mewakili top manajemen suatu lembaga atau organisasi tersebut merupakan ciri khas dari peranan *Public Relations*, karena salah satu tugas *Public Relations* ialah apa dan bagaimana bertindak sebagai narasumber informasi (*source of informations*) dan saluran informasi (*channel of informations*).

Berdasarkan uraian di atas tersebut, maka dapat di lihat mengenai ciri-ciri hakiki *Public Relations*, yaitu:

1. Komunikasi yang dilancarkan berlangsung secara dua arah timbal balik.
2. Kegiatan yang dilakukan terdiri dari penyebaran informasi, kegiatan persuasi, serta menilai pendapat publik.
3. Tujuan yang hendak dicapai adalah tujuan organisasi tempat *Public Relations* menginduk.

4. Sasaran yang dituju adalah khalayak di dalam organisasi dan khalayak di luar organisasi.
5. Efek yang diharapkan adalah terbinanya hubungan yang harmonis antara organisasi dan khalayaknya.

c. Tujuan Hubungan Masyarakat

Ruang lingkup tujuan hubungan masyarakat ternyata sangatlah luas, namun sehubungan dengan keterbatasan sumber daya, maka kita harus selalu membuat skala prioritas. Menurut Frank Jefkins (1996:56) menjabarkan beberapa tujuan dari kegiatan-kegiatan Humas diantaranya:

1. Untuk mengubah citra umum di mata khalayak sehubungan dengan adanya kegiatan-kegiatan baru yang dilakukan oleh perusahaan.
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.

7. Untuk mendidik para pengguna atau konsumen agar mereka lebih efektif dan mengerti dalam memanfaatkan produk-produk perusahaan.
8. Untuk meyakinkan khalayak bahwasannya 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 menyebarluaskan informasi mengenai aktivitas dan partisipasi para pimpinan perusahaan organisasi dalam kehidupan sosial sehari-hari.
12. Untuk mendukung keterlibatan suatu perusahaan sebagai sponsor dari suatu acara.
13. Untuk memastikan bahwasannya para politisi benar-benar memahami kegiatan atau produk perusahaan yang positif.
14. Untuk menyebarluaskan kegiatan-kegiatan riset yang telah dilakukan perusahaan.

Tujuan-tujuan tersebut di atas, pada dasarnya tergantung kepada apa yang akan dan ingin dicapai oleh sebuah lembaga/organisasi. Sebuah tujuan dapat ditetapkan dengan dua tujuan, seperti yang dikatakan Frank Jefkins (1996:67) bahwa untuk menetapkan tujuan ada dua cara yang dapat ditempuh. Cara yang *pertama* adalah dengan mengadakan riset khusus guna mengidentifikasi masalah

yang sekiranya memerlukan penyelesaian humas. Cara yang *kedua* adalah dengan mengadakan serangkaian diskusi atau konsultasi secara mendalam dengan para pemimpin departemen atau kalangan staf inti guna mengungkapkan kebutuhan-kebutuhan komunikasi paling mendasar yang mereka rasakan, sehingga langkah selanjutnya adalah menentukan skala prioritas, yaitu memilih yang paling penting.

Dengan demikian, maka tujuan dari kegiatan *Public Relations*/Humas pada sebuah lembaga/organisasi bisa dikatakan tidak sama, mengingat jenis karakter lembaga/organisasi itu bermacam-macam, maka tentu saja tujuannya pun sangat bervariasi dan tidak terbatas, akan tetapi pada dasarnya tujuan yang ditetapkan oleh lembaga/organisasi yang bersangkutan tersebut, tujuan yang sifatnya umum yang harus dilakukan oleh seorang praktisi *Public Relations*/Humas diantaranya seperti yang telah diuraikan di atas.

3. Kedudukan Hubungan Masyarakat dalam Organisasi

Humas dalam kegiatannya yang didasarkan pada suatu program, yaitu melaksanakan kebijaksanaan dan kepemimpinan yang akan membina kepercayaan masyarakat dan menambah pengertian mereka, merupakan suatu badan yang terorganisir atau merupakan suatu organisasi. Humas yang efektif didalam melaksanakan program kerjanya melakukannya dengan secara sistematis, menggunakan metode dan teknik.

Menurut Omi Abdurrachman mengenai organisasi (Abdurrachman,1995:46) adalah sebagai berikut:

- a. Sebagai perkumpulan atau perhimpunan, ikatan atau badan, seperti organisasi politik, organisasi tani, organisasi buruh, dan sebagainya.

- b. Sebagai rangka struktural dalam mana pekerjaan dari banyak orang dilakukan untuk merealisasi suatu tujuan bersama. Dengan demikian organisasi merupakan suatu system pembagian pekerjaan, pembagian tugas dan kewajiban antara orang-orang atau groups.

Dengan demikian, walaupun perumusan dari definisi organisasi itu berbeda-beda, akan tetapi pada dasarnya mencakup unsur-unsur sama seperti yang telah dirumuskan oleh Oemi Abdurrachman (1995:46) sebagai berikut:

- a. Adanya kerja sama untuk mencapai tujuan bersama
- b. Adanya persekutuan yang lebih dari satu orang
- c. Adanya pembagian tugas pekerjaan dan tanggung-jawab untuk mencapai tujuan yang sama
- d. Adanya rangka struktural untuk meketakkan wewenang dan tanggung jawab

Pada prinsipnya fungsi Humas dalam organisasi merupakan bagian integral yang tidak dapat dipisahkan dari suatu kelembagaan atau organisasi, dan sekaligus terkait langsung dengan fungsi top manajemen, oleh karena itu kehadiran peranan Humas dalam sistem manajemen suatu lembaga sudah selayaknya secara optimal fungsi Kehumasan itu diharapkan berhasil kalau berada di bawah pimpinan atau mempunyai hubungan langsung dengan pimpinan tertinggi (pengambil keputusan) pada organisasi/instansi yang bersangkutan. Artinya fungsi Humas dalam menyelenggarakan komunikasi timbal balik dua arah (*reciprocal two way traffic communication*) antara organisasi/badan instansi yang diwakilinya dengan publik sebagai khalayak sasaran (*target audience*) yang pada akhirnya dapat menentukan sukses atau tidaknya tujuan dan citra yang hendak dicapai oleh organisasi bersangkutan.

Seperti yang telah diungkapkan oleh Rex Harlow, intisari definisi kerja Humas yang dikeluarkan oleh IPRA (*International Public Relations Association*), yang berbunyi: “Hubungan masyarakat merupakan komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerja sama serta pemenuhan kepentingan bersama” (Ruslan, 2002:116).

Berkaitan dengan definisi Humas yang sekaligus merupakan acuan fungsi kehumasan tersebut diatas, aktivitas Humas mulai dari pembenahan organisasi internal Humas (*PR begins at home*), hingga kegiatan bersifat membangun citra perusahaan (*image corporate building*), citra cermin (*mirror image*), citra serbaneka lain sebagainya.

Secara operatif, maka Humas merupakan fungsi khusus manajemen (*specialized management function*) yaitu membantu memelihara aturan bermain bersama melalui saluran komunikasi ke dalam dan ke luar, agar tercapai saling pengertian atau kerja sama antara organisasi dan publiknya, termasuk mengidentifikasi, dalam menanggapi opini publik yang sesuai atau tidak dengan kebijaksanaan yang dilaksanakan oleh lembaga/organisasi bersangkutan, serta membantu fungsi manajemen dalam mengantisipasi, memonitor dan memanfaatkan berbagai kesempatan, serta tantangan atau perubahan yang terjadi di dalam masyarakat/publiknya.

Untuk itulah fungsi Humas dalam kedudukan pada fungsi manajemen suatu organisasi/instansi, seperti yang telah diungkapkan oleh Rosady Ruslan (2002:119), antara lain adalah:

- a. Tugas utama praktisi Humas/PRO adalah menjelaskan tujuan-tujuan (*clarifying goals*) organisasi kepada pihak publiknya dan akan terpenuhi dengan baik, apabila Humas bersangkutan lebih memahami atau meyakini pesan/informasi yang akan disampaikannya itu.
- b. Pejabat Humas/PRO selain bertindak sebagai radar, tetapi juga harus mampu memperlanear pelaksanaan *public policy*-nya, jangan sampai pesan atau informasi tersebut akan membingungkan atau menghasilkan sesuatu yang kadang-kadang tidak jelas arahnya, sehingga pesan-pesannya menjadi sulit untuk diterima oleh publik.
- c. Pihak Humas harus memiliki kemampuan untuk memelihara ke depan atau memprediksi sesuatu secara tepat, berdasarkan pengetahuan data atau sumber informasi secara aktual dan faktual yang menyangkut baik kepentingan organisasi maupun publiknya.

Dengan demikian, aktivitas Humas dalam organisasi adalah mulai dari membenahan organisasi internal Humas itu sendiri, sehingga aktivitas Humas tersebut dapat membangun citra organisasi, karena dalam oprasionalnya Humas merupakan fungsi khusus manajemen dalam organisasi dalam membantu memelihara hubungan baik melalui saluran komunikasi ke dalam dan ke luar, demi tercapainya saling pengertian antara organisasi yang didudukinya dengan publiknya.

Selain itu juga Humas dalam suatu organisasi bukan hanya saja merupakan fungsi khusus manajemen dalam membantu hubungan yang baik dengan publik internalnya saja, akan tetapi dituntut juga untuk dapat memelihara hubungan yang baik, antara organisasi dengan publik externalnya, karena kedua publik tersebut merupakan sasaran dari kegiatan Humas, yang diumpamakan/diibaratkan sebagai dua sisi mata uang yang mempunyai arti sama saling terkait erat satu sama lain.

Oleh karena itu, demi tercapainya tujuan organisasi, hubungan yang baik dan kerjasama antara pihak manajemen dengan karyawannya perlu ditingkatkan

dan dibina secara terus menerus dalam situasi dan kondisi yang harmonis serta saling menguntungkan bagi kedua belah pihak.

4. Publik Internal Sebagai Sasaran Kegiatan Hubungan Masyarakat

Publik adalah salah satu kelompok dalam suatu masyarakat yang sifatnya *heterogen* dimana terdapat sekelompok orang yang sifatnya *homogen*. Sedangkan publik dalam *Public Relations* adalah yang menjadi sasaran dari lembaga/organisasi baik internal maupun eksternal. Publik eksternal yaitu publik yang berada di luar, organisasi/lembaga baik yang ada kaitannya dengan organisasi/lembaga maupun yang diharapkan atau diduga ada kaitannya dengan organisasi. Sedangkan publik internal adalah publik yang berada di dalam organisasi/lembaga dan pihak-pihak yang terlibat/terikat dalam organisasi/lembaga yang memiliki perasaan saling ketergantungan, saling membutuhkan, dan publik internal ini merupakan sasaran kegiatan Humas yang mempengaruhi maju mundurnya organisasi/lembaga, dalam hal ini adalah karyawan dari organisasi/lembaga yang bersangkutan.

Archibald William yang dikutip oleh Effendy (2000:135-136) mengemukakan pendapatnya bahwa " *Employee Relations* atau hubungan dengan karyawan merupakan suatu kekuatan yang hidup dan dinamis, yang dibina dan diabadikan dalam bentuk hubungan dengan perscorangan sehari-hari di belakang bangku kerja tukang kayu, di belakang mesin atau di belakang meja tulis." Dan karyawan yang dimaksudkan di sini adalah semua pekerja, baik pekerja halus yang berpakaian bersih di ruang kantor yang serba bersih pula, maupun pekerja kasar seperti sopir, pesuruh, dan sebagainya.

Karyawan sebagai salah satu aset yang amat berpengaruh terhadap perkembangan organisasi/lembaga. Baik buruknya organisasi/lembaga tergantung pula pada karyawan. Karena sikap karyawan terhadap organisasi/lembaga sangat menentukan dukungan terhadap upaya pencapaian tujuan organisasi/lembaga..

“Mencapai karyawan yang mempunyai kegairahan kerja adalah tujuan internal *Public Relations*”, kata Griswold yang dikutip oleh Oemi Abdurrahman dalam bukunya *Dasar-Dasar Public Relations* (Abdurrahman, 1995:34).

Hal ini dapat diciptakan bila pimpinan memperhatikan kepentingan-kepentingan para pegawai baik ditinjau dari segi ekonomi, sosial maupun psikologis. Kesejahteraan karyawan, seperti kesehatan dan tempat bekerja para karyawan dapat mempengaruhi kelancaran aktivitas dalam organisasi/lembaga itu. Antara yang memimpin dan yang dipimpin termasuk keluarga kedua belah pihak dan antara teman sejawat harus ada hubungan yang konstan dan baik, sehingga mereka itu dapat merupakan suatu keluarga yang saling mengerti, menghargai dan mempercayai.

Frazier Moore dalam bukunya *Hubungan Masyarakat, Prinsip, Kasus dan Masalah*, mengemukakan tentang hubungan dengan karyawan sebagai berikut :

Landasan bagi hubungan karyawan yang baik adalah kebijaksanaan personalia yang logis yang mendorong perusahaan untuk memberikan pekerjaan yang teratur, kondisi pekerjaan yang baik, upah yang memadai, kesempatan untuk memperoleh kemajuan, penghargaan terhadap prestasi, pengawasan yang baik, kesempatan untuk mengemukakan pendapat serta keuntungan yang diinginkan kepada para karyawan (Moore, 2000:4).

Pentingnya hubungan dengan karyawan, Archibald Williams yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendi dalam bukunya *Hubungan Masyarakat, Suatu Studi*

Komunikologis, menegaskan bahwa “hubungan karyawan meliputi filsafat seluruh hubungan kerja dan merupakan landasan di mana itikad baik, gairah kerja, kerjasama, dan motivasi dari angkatan kerja menjadi mapan atau sirna” (Effendy, 2000:142).

Dengan demikian, seorang pemimpin akan berhasil dalam melakukan hubungan dengan karyawannya apabila ia memahami kebutuhan para karyawannya. Masalah kebutuhan para karyawan itu, Dr. Walter Langer dan Abraham Maslow yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Hubungan Masyarakat, Suatu Studi Komunikologis, mengemukakan beberapa kebutuhan yang dikenal dengan teori kebutuhan yaitu :

Ada tiga jenis kebutuhan menurut Dr. Walter Langer, yaitu:

1. Kebutuhan fisik (*Physical needs*)
2. Kebutuhan sosial (*Social needs*)
3. Kebutuhan egoistis (*Egoistic needs*)

Sedangkan kebutuhan menurut Abraham Maslow adalah

1. Kebutuhan fisiologis (*Physiological needs*)
2. Kebutuhan keamanan (*Safety needs*)
3. Kebutuhan cinta (*Love needs*)
4. Kebutuhan penghargaan (*Esteem needs*)
5. Kebutuhan mewujudkan sendiri (*Self actualization needs*)

(Effendy, 2000 : 143)

Dari daftar kedua kebutuhan yang diketengahkan oleh kedua ahli tersebut, dapat dikatakan hal itu merupakan kebutuhan *primer*, yang dikenal dengan istilah

sandang, pangan, papan. Oleh karena kebutuhan tersebut bersifat *primer* atau utama, maka kehidupan para karyawan paling erat kaitannya dengan masalah ini. Oleh karena itu, maka pimpinan harus memperhatikan hal di atas dengan melakukan komunikasi dua arah timbal balik dan menyebarkan informasi tentang organisasi/lembaga yang tentunya ada kaitannya dengan kepentingan karyawan.

C. Informasi

Informasi memang sering disebut-sebut sebagai sebuah istilah yang tidak tepat dalam pemakaiannya secara umum. Karenanya, wajar jika kemudian istilah informasi kerap dimaknai secara berbeda. Arti pertama kata informasi (*information*) yang diberikan oleh kamus Funk adalah “pengetahuan yang dimiliki” (Funk, 2000:10).

Sesungguhnya, informasi adalah sebuah konsep yang benar-benar khas bagi pembahasan komunikasi manusia, meski juga tidaklah unik. Dalam konteks komunikasi, informasi bukan konsep yang artinya tergantung pada perspektif yang dipakai untuk mengkaji seluruh proses komunikasi. Dalam pandangan Aubrey Fisher, informasi lebih merupakan istilah yang secara baku diterapkan pada beberapa fenomena yang berlainan (Fisher, 1986:421). Dengan demikian, adanya keragaman makna konseptual tidak lantas menimbulkan banyak kebingungan dalam atau di antara perspektif, akan tetapi menggunakan istilah yang sama untuk menunjukkan berbagai fenomena yang berbeda dapat mengakibatkan kekacauan konsep tersebut.

Guna mengetahui atau menentukan nilai suatu informasi, biasanya orang mengaitkan dengan kesepuluh sifat-sifat berikut (Siagian, 1994:33):

1. *Mudah diperoleh.* Suatu informasi makin bernilai jika dia dapat diperoleh dalam waktu yang cepat secara mudah. Ukuran kecepatan memperolehnya dikaitkan dengan kegunaannya dalam rangka mengambil keputusan, sehingga sukar diukur secara pasti.
2. *Luas dan lengkapnya informasi.* Hal ini menyangkut selain isi/volume informasi juga kegunaan dalam pengambilan keputusan. Sifat ini sangat kabur sehingga sulit mengukurnya.
3. *Ketelitian.* Berhubungan dengan tingkat kesalahan pengolahan informasi. Maksudnya apakah informasi yang diterima dapat benar seluruhnya atau sebagian atau tidak benar sama sekali.
4. *Kecocokan.* Mengaitkan informasi dengan masalah yang dihadapi. Artinya, kalau informasi yang masuk dapat berguna dalam menyelesaikan masalah yang ada maka dikatakan informasi itu cocok.
5. *Ketepatan waktu.* Berkaitan dengan lamanya waktu yang harus dilalui sebelum suatu data menjadi informasi.
6. *Kejelasan.* Menunjukkan sifat mudahnya informasi dipahami, dalam arti informasi perlu dibersihkan dari istilah-istilah yang kurang jelas.
7. *Keluwesannya.* Berkaitan dengan kegunaan informasi untuk berbagai pengambilan keputusan. Makin banyak keputusan yang diambil dari suatu informasi makin luwes informasi tersebut.

8. *Dapat dibuktikan.* Berkaitan dengan tepat tidaknya informasi itu diuji kebenarannya oleh beberapa orang sehingga dapat memperoleh kesimpulan yang sama.
9. *Bebas dari prasangka.* Informasi semakin bernilai jika di dalamnya tidak dimasukkan unsur opini, sebab dengan memasukkan unsur opini maka informasi bersifat bias.
10. *Dapat dilacak kebenarannya.* Sifat mengacu pada keinginan agar informasi berasal dari kenyataan real, bukan kabar angin, desas-desus, dan sebagainya, yang tidak dapat digali kebenarannya atau sumbernya.

Informasi yang dikomunikasikan itu dapat mempunyai arti yang bermacam-macam. Lebih-lebih informasi yang ditulis, atau informasi yang dikomunikasikan dengan memilih cara tertulis, jika tidak diikuti suatu penjelasan dapat menimbulkan berbagai pengertian. Ketidaksamaan pengertian antara penerima dan pengirim informasi akan menimbulkan kegagalan berkomunikasi. Pesan yang disampaikan dalam komunikasi diwujudkan melalui lambing-lambang tertentu.

D. Kajian Teori

Teori yang mendukung dalam penelitian ini adalah model S-O-R atau *Stimulus-Organism-Response* yang dikemukakan oleh Skinner. Asumsi dasar dari teori ini adalah menelaah efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan

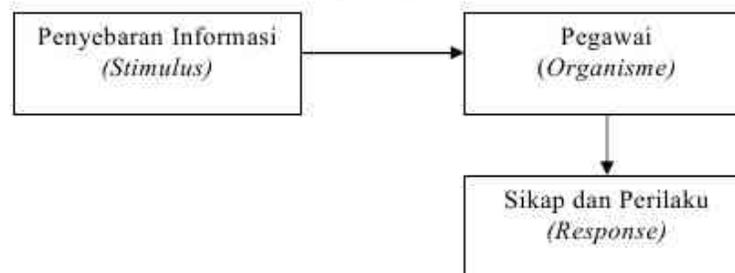
kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. (Effendy, 2000: 254 – 255).

Unsur-unsur dalam model ini adalah:

- a. Pesan (Stimulus, S)
- b. Komunikan (organism, O)
- c. Efek (Response, R)

Hovland (dalam uchjana, 2000:255) dan kawan-kawannya menganggap bahwa efek suatu komunikasi tertentu yang berupa perubahan sikap akan bergantung pada sejauhmana komunikasi itu diperhatikan, dipahami, dan diterima.

Bagan 2
Model Teori S-O-R



Sumber: Diolah berdasarkan dari buku Onong Uchjana Effendy, 2000:255

Berdasarkan bagan di atas, dapat dikatakan bahwa stimulus diadopsi sebagai penyebaran informasi yang kemudian memberikan rangsangan kepada pegawai (*organism*) dan pada akhirnya, karyawan memberikan sikap dan perilaku (*response*) dalam bentuk disiplin, tanggung jawab, serta sikap dedikasi dan loyalitas yang tinggi dari pegawai dalam bekerja, sehingga tujuan organisasi dapat tercapai.

Dalam proses komunikasi berkenaan dengan pembentukan sikap adalah aspek "*how*" bukan "*what*" dan "*why*". Jelasnya *how to communicate*, dalam hal

ini *how to change the attitude*, bagaimana mengubah sikap komunikan. Dalam proses pembentukan sikap tampaknya bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula.

Mar'at dalam bukunya "Sikap Manusia, Pembentukan serta Pengukurannya", mengutip pendapat Hovland, Janis, dan Kelley yang mengatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variable penting, yaitu : (a) Perhatian; (b) Pengertian; dan (3) Penerimaan.

Berdasarkan teori ini dijelaskan bahwa pembentukan sikap bergantung pada proses yang terjadi pada individu, seperti :

- a. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan.
- b. Proses berikutnya komunikan mengerti, kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses-proses selanjutnya.
- c. Setelah komunikan mengelolainya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

E. Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini adalah:

Tabel 1
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1	2	3	4
Informasi (Variabel X)	Jenis Informasi	<ul style="list-style-type: none"> - Informasi yang mengandung penjelasan tentang pelaksanaan kerja secara teknis - Informasi yang mengandung alasan mengapa satu pekerjaan perlu dilakukan - Informasi yang mengandung kebijaksanaan dan pelaksanaan organisasi - Informasi prestasi karyawan - Informasi yang mengandung <i>sense of mission</i> dari organisasi 	Ordinal 1
	Media Informasi	<ul style="list-style-type: none"> - Oral atau Lisan - Tulisan - Pesan Bergambar 	Ordinal 1
Sikap dan Perilaku	Disiplin Kerja	<ul style="list-style-type: none"> - kepatuhan terhadap jam kerja - Ketepatan dalam menyelesaikan pekerjaan. 	Ordinal 1
	Dedikasi Kerja	<ul style="list-style-type: none"> - Mematuhi tata tertib - Kreativitas dalam pekerjaan - Bertanggung jawab pada pekerjaannya - Mampu melaksanakan tugas yang diembannya. 	Ordinal 1

F. Hipotesis

Hipotesis secara umum adalah:

“Ada pengaruh antara penyebaran informasi yang diberikan oleh Bagian Humas Setda Pemerintah Kabupaten Pandeglang dengan sikap dan perilaku pegawai”.

Hipotesis ini dibuat kriteria penolakan:

H_0 = Artinya, tidak ada pengaruh antara penyebaran informasi yang diberikan oleh Bagian Humas Setda Pemerintah Kabupaten Pandeglang dengan sikap dan perilaku pegawai.

H_1 = Artinya ada pengaruh antara penyebaran informasi yang diberikan oleh Bagian Humas Setda Pemerintah Kabupaten Pandeglang dengan sikap dan perilaku pegawai.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode korelasional. Peneliti mencoba meneliti hubungan diantara variabel-variabel data yang ada untuk memperoleh gambaran mengenai pengaruh penyebaran informasi terhadap sikap dan perilaku pegawai Setda Pemerintah Kabupaten Pandeglang.

Sehubungan dengan masalah penelitian tersebut, metode korelasional ini diterapkan untuk mengetahui bagaimana variasi pada satu faktor berkaitan dengan variasi pada faktor lain (Rakhmat, 2004:36).

B. Jenis Data

Data dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan ke dalam data primer dan data sekunder. Data primer terdiri dari data tentang responden dan data penelitian yang menggambarkan variabel-variabel mengenai penyebaran informasi dan sikap dan perilaku pegawai. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini, didapat dari berbagai sumber olahan yang dapat menunjang eksplorasi gejala variabel. Data yang dapat diidentifikasi oleh peneliti ialah:

1. Data mengenai penyebaran informasi yang diberikan oleh Bagian Humas Setda Pemerintah Kabupaten Pandeglang.
2. Data mengenai sikap dan perilaku pegawai Setda Pemerintah Kabupaten Pandeglang.

3. Data mengenai pengaruh penyebaran informasi yang dilakukan oleh Bagian Setda Pemerintah Kabupaten Pandeglang.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah kumpulan individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan, sedangkan sampel adalah bagian dari populasi. Berdasarkan data yang penulis dapat dari Bagian Humas Setda Kabupaten Pandeglang, didapat jumlah pegawai sebanyak 32 orang. Mengingat jumlah yang relatif sedikit maka penulis ambil seluruhnya menjadi sampel penelitian. Sehingga dengan demikian sampelnya adalah 32 orang.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Angket, yaitu dengan cara menyebarkan angket yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data langsung dari responden dengan memberikan sejumlah pertanyaan. Data yang ada dalam angket ini menyangkut data responden dan data penelitian. Adapun pertanyaannya ada yang bersifat tertutup dan terbuka. Jenis angket yang digunakan angket berstruktur dengan daftar pertanyaan dan jawaban yang sudah ditetapkan oleh peneliti.
2. Observasi, yaitu pengumpulan informasi dan data-data penelitian yang dilakukan dengan mengamati langsung aktivitas penyebaran informasi yang dilakukan oleh Bagian Humas Setda Pemerintah Kabupaten Pandeglang.
3. Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dengan mengadakan tanya jawab secara langsung (tatap muka) dengan pihak-pihak

terkait. Wawancara ini dilakukan untuk memperoleh data yang dapat menunjang penelitian.

4. Studi dokumen, yaitu berupa data-data yang dapat menunjang dalam penelitian seperti buku-buku yang berkaitan dengan penelitian dan data-data yang bersifat dokumen.

E. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini adalah analisis data secara korelasional, yaitu menganalisis data yang diperoleh melalui penyebaran angket kepada responden yang kemudian dikelompokkan dengan menggunakan tabel frekuensi dan dihitung secara prosentase pada masing-masing kelompok sehingga diketahui faktor-faktor, unsur-unsur yang dianggap terlibat dalam satu gejala atau peristiwa dan memperjelas permasalahan yang diteliti.

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kedua variabel, yakni antara Variabel X dan Variabel Y. Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung koefisien korelasi dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika kedua variabel normal dan regresi linier, maka rumus yang digunakan Korelasi Produk Moment, (Sujana, 1996:273) yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n\sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

- 2) Jika salah satu atau kedua variabel tersebut berdistribusi tidak normal dan regresinya tidak normal, maka digunakan rumus rank yaitu:

$$p = 1 - \frac{6\sum b_i^2}{n(n^2 - 1)} \quad (\text{Sujana, 1996:365})$$

- 3) Menafsirkan harga koefisien korelasi dengan kriteria sebagai berikut:

< 0,20	pengaruh rendah sekali
0,20 - 0,40	pengaruh rendah tetapi pasti
0,40 - 0,60	pengaruh yang cukup berarti
0,60 - 0,80	pengaruh yang tinggi
> 100	pengaruh sangat tinggi (Rakhmat,1993:29)

- 4) Uji Hipotesis dengan langkah-langkah sebagai berikut:

Uji t-test ini digunakan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh dua variabel yang berpasangan, dengan pengambilan keputusan:

- a) Menentukan t hitung, dengan rumus:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

- b) Menentukan tabel pada taraf signifikansi 5%
- c) Pengujian hipotesis dengan ketentuan sebagai berikut:

- apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak

- apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima

5) Uji pengaruh X terhadap Variabel Y ditentukan formula Kelly, dengan

rumus:

$$E = 100 (1-k)$$

$$\text{Dengan } k = \sqrt{1-r^2}$$

Keterangan : k = Derajat tidak adanya korelasi

E = Indeks prestasi ramalan

1 = Bilangan Konstan

r = Koefisien korelasi yang dicari

BAB IV

KONDISI OBJEKTIF DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Singkat Bagian Humas Pemerintah Kabupaten Pandeglang

Berdasarkan Peraturan Bupati Pandeglang Nomor 16 Tahun 2004, tanggal 3 September 2004, Sekretariat Daerah Kabupaten Pandeglang yang selanjutnya disebut Setda adalah unsur Pemerintah Kabupaten Pandeglang yang dipimpin oleh Sekretaris Daerah dan bertanggungjawab kepada Kepala Daerah.

Sekretaris Daerah mempunyai tugas membantu Bupati dalam melaksanakan tugas penyelenggaraan pemerintah, administrasi, organisasi dan tata laksana serta memberikan pelayanan administrasi kepada seluruh perangkat daerah kabupaten serta berkewajiban membantu kepala daerah dalam menyusun kebijakan, membina hubungan kerja dengan dinas, lembaga teknis dan unit pelaksana teknis daerah lainnya, pembinaan generasi muda dan olah raga serta pembuatan LAKIP tahunan.

Susunan organisasi Sekretariat Daerah Kabupaten Pandeglang, terdiri dari Sekretaris Daerah, Asda 1, Asda 2 dan Asda 3. Bagian Humas termasuk ke dalam bagian tugas Asda 1, dimana Bagian Humas terdiri dari Sub Bagian Pemberitaan, Sub Bagian Sanditel, Sub Bagian Pengumpulan dan Pengolahan Data Elektronik.

Assisten Administrasi dipimpin oleh seorang Asisten yang mempunyai tugas melaksanakan penyusunan perumusan kebijakan, pengkoordinasian dan pembinaan di bidang umum, perlengkapan, humas, ketatausahaan, dan kearsipan daerah.

Adapun fungsi dari Assisten Administrasi adalah:

1. Melaksanakan perumusan kebijakan Pemerintah Kabupaten di Bidang Umum, Perlengkapan, Humas, Ketatausahaan dan Kearsipan Daerah;
2. Pengkoordinasian kegiatan-kegiatan di lingkungan unit organisasi yang meliputi:
 - a. Badan Perencanaan;
 - b. Badan Pengelola Keuangan Daerah;
 - c. Badan Kepegawaian dan Diklat;
 - d. Dinas Tata Ruang dan Perijinan;
 - e. Dinas Pariwisata, Seni dan Budaya;
 - f. Kantor Perpustakaan;
 - g. Arsip Daerah.

Dalam melaksanakan tugas dan fungsi tersebut, Assisten Administrasi dibantu oleh Bagian Umum, Bagian Humas dan Bagian Perlengkapan.

Bagian Humas dipimpin oleh seorang Kepala Bagian, yang mempunyai tugas pokok melaksanakan penyusunan, pembinaan penyelenggaraan pemberitaan, penerangan, publikasi dan pengelolaan data elektronik.

Untuk melaksanakan tugas pokok tersebut, Bagian Hubungan Masyarakat mempunyai fungsi:

1. Merumuskan kebijakan teknis di bidang Hubungan Masyarakat dan Pengelolaan Data Elektronik;
2. Mengumpulkan bahan penyusunan pedoman pembinaan dan pelaksanaan di bidang Hubungan Masyarakat dan data elektronik;
3. Melaksanakan Hubungan Masyarakat dan organisasi kemasyarakatan dalam rangka penyebaran informasi kebijakan dan kegiatan pemerintah daerah melalui media cetak maupun media elektronik;
4. Menyusun pedoman dan petunjuk teknis pembinaan dan pemberdayaan peningkatan informasi melalui media massa;
5. Pemberian informasi secara langsung;
6. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Assisten Administrasi sesuai tugasnya;

Untuk menjalankan fungsi Bagian Hubungan Masyarakat tersebut, maka Bagian Hubungan Masyarakat Pemerintah Kabupaten Pandeglang membawahi tiga sub bagian, yaitu:

1. Sub Bagian Pemberitaan, dipimpin oleh seorang Kepala Sub Bagian yang memiliki tugas pokok sebagai berikut:
 - a. melaksanakan dan menyiapkan pemberitaan, baik melalui media cetak maupun media elektronik;
 - b. Mendistribusikan bahan-bahan pemberitaan Radio Siaran Pemerintah Daerah (RSPD);

Sedangkan fungsi yang dijalankannya adalah:

- a. Melaksanakan pendistribusian pemberitaan pelaksanaan penyelenggara pemerintah daerah melalui media cetak maupun media elektronik;
 - b. Mempublikasikan kegiatan penyelenggara pemerintah daerah di bidang pemerintah pembangunan dan kemasyarakatan;
 - c. Penyusunan bahan petunjuk teknis pemberitaan dan dokumentasi;
 - d. Pelaksanaan penyusunan petunjuk teknis dan pengumpulan bahan kegiatan pemberitaan oleh Radio Siaran Pemerintah Daerah (RSPD);
 - e. Melaksanakan tugas kedinasan lainnya sesuai perintah Kepala Bagian.
2. Sub Bagian Sanditel dipimpin oleh seorang Kepala Sub Bagian, yang mempunyai tugas pokok:
- a. Melaksanakan urusan penerimaan dan pengiriman sanditel;
 - b. Membina dan memelihara alat sanditel;
 - c. Pengamanan terhadap informasi Sanditel;
 - d. Mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan Sanditel daerah.

Sedangkan fungsinya adalah:

- a. Melaksanakan penyusunan program di bidang sanditel;
- b. Menyusun petunjuk teknis tentang pengamanan informasi/berita sanditel;

- c. Melakukan usaha-usaha dan kegiatan dalam rangka pelayanan dan pengamanan sanditel;
 - d. Menyelenggarakan pengiriman, penerimaan dan penyampaian berita sanditel serta berita-berita lainnya;
 - e. Menyelenggarakan pemeliharaan alat-alat sanditel;
 - f. Melakukan pembinaan dalam rangka peningkatan kemampuan personil sendiri;
 - g. Melaksanakan tugas kedinasan lain sesuai perintah Kepala Bagian.
3. Sub Bagian Pengumpulan dan Pengolahan Data Elektronik dipimpin oleh Kepala Sub Bagian, memiliki tugas pokok melaksanakan pengumpulan dan pengolahan data informasi secara elektronik
- Adapun fungsinya adalah:
- a. Menyusun rencana dan program di bidang pengumpulan dan pengolahan data elektronik sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
 - b. Menyusun dan menganalisa data;
 - c. Melakukan pengendalian data hasil rekaman dan sistem aplikasi;
 - d. Melaksanakan pengendalian arus data masukan dan keluaran;
 - e. Rekaman dan pengoperasian komputerisasi;
 - f. Penyimpanan data dan penyediaan serta pengamanan perangkat komputer;
 - g. Melaksanakan pembinaan pelayanan dan pengendalian komunikasi oleh unit kerja di lingkungan pemerintah daerah;

- h. Melakukan kerjasama teknis dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan pengumpulan dan pengolahan data elektronik;
- i. Menyiapkan laporan pertanggungjawaban Bupati dan laporan Bupati lainnya dalam bentuk data elektronik;
- j. Melaksanakan tugas lainnya sesuai perintah Kepala Bagian.

B. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Data Responden

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh penyebaran informasi terhadap sikap dan perilaku pegawai Pemerintah Kabupaten Pandeglang, terlebih dahulu akan diberikan keterangan tentang pengumpulan data.

Langkah pertama yang dilakukan adalah menentukan jumlah responden dalam penelitian ini, yaitu sebanyak 32 orang yang merupakan pegawai di Bagian Humas Pemerintah Kabupaten Pandeglang. Setelah jumlah sampel ditentukan, maka dilakukan penyebaran angket sesuai dengan jumlah sampel.

Adapun pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam angket ini seluruhnya berjumlah 25 pertanyaan, dengan perincian 4 pertanyaan tertutup yang menyangkut data responden, 20 pertanyaan yang berisikan data penelitian yang terdiri dari 12 pertanyaan variabel X dan 8 pertanyaan variabel Y dan satu pertanyaan terbuka tentang saran dan kritik responden berkenaan dengan penyebaran informasi yang dilakukan

oleh Pemerintah Kabupaten Pandeglang demi perbaikan dimasa-masa mendatang.

Untuk data responden yang merupakan dasar dari seluruh pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam angket, yang meliputi data pribadi responden akan dianalisis dengan menggunakan analisis persentase. Adapun pertanyaan-pertanyaan yang diajukan untuk data responden ini adalah sebagai berikut :

1. Jenis kelamin responden
2. Usia responden
3. Pendidikan responden
4. Status Pekerjaan responden

Perincian data selengkapnya dapat dilihat pada tabel-tabel di bawah ini :

Tabel 2
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	f	%
Pria	17	53
Wanita	15	47
Jumlah	32	100

Sumber :Angket penelitian

Tabel ini menunjukkan data responden berdasarkan jenis kelamin. Berdasarkan data di atas diketahui bahwa responden pria berjumlah 17 orang (53 %) dan responden wanita sebanyak 15 orang (47 %). Dengan demikian, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah pria walaupun hampir berimbang. Hal ini mengindikasikan bahwa kaum pria masih dominan dalam dunia pekerjaan di lembaga pemerintahan daerah.

Tabel selanjutnya akan menguraikan usia responden dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3
Usia Responden

Usia Responden	f	%
< 20 tahun	0	0
20 - 25 tahun	3	9
26 - 30 tahun	5	16
31 - 35 tahun	6	19
36 - 40 tahun	11	34
> 40 tahun	7	22
Jumlah	32	100

Sumber :Angket penelitian

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah mereka yang berusia antara 36 - 40 tahun sebanyak 11 orang (34 %), sedangkan yang berusia di atas 40 tahun sebanyak 7 orang (22 %), responden yang berusia 31 - 35 tahun sebanyak 6 orang (19 %), responden yang berusia 26 - 30 tahun sebanyak 5 orang (16 %), yang berusia 20 - 25 tahun ada 3 orang (9 %) dan tidak ada satupun responden yang berusia di bawah 20 tahun.

Data di atas menunjukan bahwa usia responden antara 36 - 40 tahun dianggap sebagai usia matang yang sudah memiliki pengalaman dalam bekerja. Sehingga diharapkan, data usia ini akan berimplikasi kepada motivasi dan prestasi kerja.

Pada tabel selanjutnya akan diuraikan tentang pendidikan responden yang uraiannya sebagai berikut :

Tabel 4
Pendidikan Responden

Pendidikan Responden	f	%
SLTP atau sederajat	0	0
SLTA atau sederajat	21	65
Diploma	4	13
S1	6	19
S2	1	3
S3	0	0
Jumlah	32	100

Sumber : Angket penelitian

Berdasarkan tabel di atas, dapat diuraikan bahwa responden yang berpendidikan SLTA atau sederajat berjumlah 21 orang (65 %), responden yang berpendidikan S1 berjumlah 6 orang (19 %), yang berpendidikan diploma sebanyak 4 orang (13 %) dan yang berpendidikan S2 hanya 1 orang (3 %).

Berbeda dengan tabel 3, ternyata dari latar belakang pendidikan mayoritas adalah lulusan SLTA/sederajat. Hal ini tentunya harus diperhatikan karena untuk memperoleh motivasi dan prestasi kerja yang baik harus didukung juga oleh faktor pendidikan yang menunjang.

Selanjutnya tabel di bawah ini akan menguraikan status pekerjaan responden.

Tabel 5
Status Pekerjaan Responden

Pekerjaan	f	%
PNS	12	37
TKK	13	41
TKS	7	22
Jumlah	32	100

Sumber : Angket penelitian

Tabel di atas memperlihatkan bahwa mayoritas status pekerjaan responden adalah TKK (tenaga kerja kontrak) sebanyak 13 orang (41 %), 12 orang (37 %) yang bekerja dengan status TKS (tenaga kerja sukarela) dan yang berstatus sebagai PNS (pegawai negeri sipil) sebanyak 7 orang (22 %).

Data ini tentunya menjadi masukan bagi Pemerintah Kabupaten Pandeglang agar memperhatikan status pekerjaan responden yang mayoritasnya masih TKK.

Selanjutnya di bawah ini akan dipaparkan data penelitian sesuai dengan variabel yang diteliti.

2. Data Penelitian

Tabel 6
Banyaknya Kegiatan Komunikasi Formal (Rapat)
Antara Pimpinan dengan Bawahan

Uraian	f	%
Banyak	25	78
Ragu-ragu	0	0
Sedikit	7	22
Jumlah	32	100

Sumber : Angket penelitian

Tabel 6 memperlihatkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan banyaknya kegiatan komunikasi formal dalam bentuk rapat sebesar 78 % dan yang berpendapat sedikit hanya 22 %. Hal ini dapat dipahami karena selain rapat rutin mingguan yang seringkali diadakan, ada juga rapat yang lebih bersifat teknis sesuai dengan bidang kerja maupun rapat yang membahas permasalahan yang berkaitan dengan Pemerintah Kabupaten Pandeglang.

Tabel 7
Seringnya Mengikuti Kegiatan Komunikasi Formal (Rapat)

Uraian	f	%
Sering	21	67
Kadang-kadang	11	33
Tidak	0	0
Jumlah	32	100

Sumber : Angket penelitian

Berdasarkan data dalam Tabel 7 diketahui bahwa 67 % responden sering mengikuti kegiatan formal dalam bentuk rapat, sementara 33 % responden lainnya berpendapat kadang-kadang mengikuti. Ketika dikonfirmasi kepada responden yang berpendapat kadang-kadang, ternyata pada saat rapat seringkali berbenturan dengan kegiatan lain yang tidak bisa ditinggalkan.

Tabel 8
Seringnya Pimpinan Memberikan Informasi Yang Berkaitan dengan Pelaksanaan Kerja

Uraian	f	%
Sering	32	100
Kadang-kadang	0	0
Tidak	0	0
Jumlah	32	100

Sumber : Angket penelitian

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa 100 % responden berpendapat pimpinan sering memberikan informasi yang berkaitan dengan pelaksanaan kerja. Hal ini dapat dimaklumi karena setiap rapat yang diadakan, materi yang dibahas adalah informasi-informasi yang berkaitan dengan dunia kerja responden.

Tabel 9
Kesesuaian Informasi dengan Harapan Responden

Uraian	f	%
Sesuai	100	100
Kadang-kadang	0	41
Tidak Sesuai	0	22
Jumlah	32	100

Sumber : Angket penelitian

Tabel 9 menunjukkan konsistensi pendapat responden sesuai dengan Tabel 8. Artinya, ketika responden berpendapat bahwa informasi yang disampaikan pimpinan sesuai dengan di atas diketahui bahwa 100 % responden berpendapat pimpinan berkaitan dengan pelaksanaan kerja, maka dalam data Tabel 9 menunjukkan bahwa informasi itu sesuai dengan harapan responden.

Tabel 10
Seringnya Pimpinan Memberikan Penjelasan
Mengapa Pekerjaan Perlu Dilakukan

Uraian	f	%
Sering	30	94
Kadang-kadang	2	6
Tidak	0	0
Jumlah	32	100

Sumber : Angket penelitian

Berbeda dengan data dua tabel sebelumnya, maka dalam Tabel 10 ini menunjukkan adanya pendapat kadang-kadang dari responden, walaupun hanya 6 %. Sementara yang berpendapat sering sebesar 94 %. Hal ini bisa jadi karena masih kurang pemahannya responden terhadap apa yang harus dilakukan.

Tabel 11
Seringnya Menerima Informasi Berkaitan dengan Kebijakan Pimpinan

Uraian	f	%
Sering	24	75
Kadang-kadang	8	25
Tidak	0	0
Jumlah	32	100

Sumber : Angket penelitian

Tabel 11 menunjukkan bahwa 75 % responden berpendapat sering menerima informasi yang berkaitan dengan kebijakan pimpinan dan sisanya sebesar 25 % berpendapat kadang-kadang menerima. Hal ini diduga terjadi karena masih tersumbatnya arus informasi yang ada di Pemerintah Kabupaten Pandeglang.

Tabel 12
Kesesuaian Kebijakan dengan TUPOKSI Bidang Kerja

Uraian	f	%
Sesuai	27	84
Kadang-kadang	5	16
Tidak	0	0
Jumlah	32	100

Sumber : Angket penelitian

Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan bahwa 84 % responden berpendapat bahwa kebijakan yang disampaikan pimpinan sesuai dengan TUPOKSI bidang kerja, sementara sisanya atau 16 % berpendapat kadang-kadang sesuai kebijakan tersebut dengan TUPOKSI. Data ini tentunya menunjukkan bahwa pimpinan memahami akan TUPOKSI yang harus dilaksanakan oleh para pegawainya, sehingga dalam pemberian kebijakan ada kesesuaian.

Tabel 13
Seringnya Mendapat Informasi tentang Pegawai yang Berprestasi

Uraian	f	%
Sering	23	72
Kadang-kadang	7	22
Tidak	2	6
Jumlah	32	100

Sumber : Angket penelitian

Tabel 13 memperlihatkan data bahwa pendapat responden sering mendapat informasi tentang pegawai yang berprestasi sebesar 72 %, kadang-kadang mendapat informasi 22 % dan yang tidak sama sekali sebesar 6 %. Data di atas mengindikasikan bahwa mayoritas responden menganggap bahwa informasi itu perlu, apalagi yang berkaitan dengan prestasi kerja pegawai.

Tabel 14
Pentingnya Informasi Pegawai yang Berprestasi

Uraian	f	%
Penting	30	94
Kadang-kadang	2	6
Tidak	0	0
Jumlah	32	100

Sumber : Angket penelitian

Tabel 14 memperlihatkan pendapat responden yang menganggap bahwa informasi tentang pegawai yang berprestasi itu penting sebesar 94 % dan yang berpendapat kadang-kadang hanya 6 %. Hal ini menunjukkan bahwa pegawai beranggapan bahwa apapun informasi yang berkaitan dengan dirinya, maka akan selalu dianggap penting. Apalagi yang

berkaitan dengan prestasi kerja, karena informasi ini akan memacu motivasi bagi pegawai lain yang belum berprestasi.

Tabel 15
Seringnya Mendapat Informasi yang Berkaitan dengan Tujuan
Pemerintah Kabupaten Pandeglang

Uraian	f	%
Sering	32	100
Kadang-kadang	0	0
Tidak	0	0
Jumlah	32	100

Sumber : Angket penelitian

100 % responden berpendapat sering menerima informasi yang berkaitan dengan tujuan Pemerintah Kabupaten Pandeglang. Hal ini sangat dipahami karena dalam setiap even, baik itu apel harian, mingguan, bulanan maupun dalam rapat-rapat sering dikemukakan oleh pimpinan tentang tujuan itu.

Tabel 16
Perlunya Informasi yang Berkaitan dengan Tujuan
Pemerintah Kabupaten Pandeglang

Uraian	f	%
Perlu	32	100
Kadang-kadang	0	0
Tidak	0	0
Jumlah	32	100

Sumber : Angket penelitian

Sama dengan tabel sebelumnya, 100 % responden menganggap bahwa informasi yang berkaitan dengan tujuan Pemerintah Kabupaten Pandeglang sangat perlu. Karena ini akan menjadi arah dan tujuan para pegawai dalam bekerja.

Tabel 17
Kemudahan Memahami Informasi Lisan

Uraian	f	%
Mudah	21	66
Kadang-kadang	9	28
Tidak	2	6
Jumlah	32	100

Sumber : Angket penelitian

Tabel 17 menunjukkan pendapat responden berkaitan dengan kemudahan dalam memahami informasi yang disampaikan secara lisan. 66 % responden menganggap mudah, 28 % menganggap kadang-kadang mudah dipahami dan 6 % menganggap tidak mudah dipahami. Hal ini bisa jadi karena kurang jelas informasi yang disampaikan sehingga membuat makna yang berbeda.

Tabel 18
Hadir Tepat Waktu di Tempat Kerja

Uraian	f	%
Tepat Waktu	27	84
Kadang-kadang	5	16
Tidak Tepat	0	0
Jumlah	32	100

Sumber : Angket penelitian

84 % responden berpendapat bahwa mereka selalu hadir tepat waktu di tempat kerja, sedangkan 16 % berpendapat kadang-kadang hadir tepat waktu. Data ini tentunya akan menjadi catatan bagi pimpinan agar semua pegawai dapat hadir tepat waktu sehingga akan menunjukkan tingkat kedisiplinan pegawai.

Tabel 19
Pernah Mangkir (bolos) dari Pekerjaan

Uraian	f	%
Pernah	1	3
Kadang-kadang	3	9
Tidak	28	88
Jumlah	32	100

Sumber : Angket penelitian

Sebanyak 88 % responden berpendapat tidak pernah mangkir atau bolos dari pekerjaannya, responden yang kadang-kadang mangkir sebesar 9 % dan hanya 3 % yang berpendapat pernah bolos. Data ini menunjukkan tingkat kedisiplinan pegawai yang masih kurang walaupun yang berpendapat pernah bolos hanya 1 orang.

Tabel 20
Menyelesaikan Tugas Tepat Pada Waktunya

Uraian	f	%
Tepat Waktu	23	72
Kadang-kadang	9	28
Tidak Tepat	0	0
Jumlah	32	100

Sumber : Angket penelitian

Tabel 20 memperlihatkan data bahwa sebanyak 72 % responden berpendapat tepat waktu dalam menyelesaikan tugasnya, sementara sisanya sebanyak 28 % berpendapat kadang-kadang. Data ini juga masih menunjukkan kurang disiplin pegawai dalam penyelesaian tugas.

Tabel 21
Menyelesaikan Tugas dengan Baik untuk Kemajuan Pemerintah
Kabupaten Pandeglang

Uraian	f	%
Diselesaikan	25	78
Kadang-kadang	7	22
Tidak Diselesaikan	0	0
Jumlah	32	100

Sumber : Angket penelitian

Sebanyak 78 % responden berpendapat menyelesaikan tugas dengan baik, sementara hanya 22 % yang berpendapat kadang-kadang menyelesaikan tugas dengan baik. Hal ini tentunya menunjukkan keseriusan responden dalam bekerja dan berpikir untuk kemajuan Pemerintah Kabupaten Pandeglang.

Tabel 22
Tekun dalam Menyelesaikan Pekerjaan

Uraian	f	%
Tekun	26	81
Kadang-kadang	6	19
Tidak Tekun	0	0
Jumlah	32	100

Sumber : Angket penelitian

Data tabel di atas memperlihatkan bahwa 81 % responden berpendapat tekun dalam menyelesaikan pekerjaan dan 19 % berpendapat kadang-kadang. Terlepas dari data pada tabel sebelumnya yang menunjukkan kurang disiplinnya pegawai tapi mereka masih memiliki niatan yang baik untuk menyelesaikan pekerjaan.

Tabel 23
Selalu Memanfaatkan Fasilitas yang Ada

Uraian	f	%
Selalu	29	91
Kadang-kadang	3	9
Tidak	0	0
Jumlah	32	100

Sumber : Angket penelitian

91 % responden berpendapat selalu memanfaatkan fasilitas yang ada untuk menyelesaikan pekerjaan, dan hanya 9 % yang berpendapat kadang-kadang. Tentunya data ini bisa ditafsirkan bahwa walaupun fasilitas kerja belum maksimal, tapi mereka tetap bekerja dan memanfaatkan fasilitas yang ada.

Tabel 24
Kebutuhan Mendapatkan Penghargaan

Uraian	f	%
Memberi	31	97
Kadang-kadang	1	3
Tidak	0	0
Jumlah	32	100

Sumber : Angket penelitian

Sebanyak 97 % responden berpendapat bahwa pimpinan memberikan penghargaan terhadap prestasi kerja mereka dan hanya 3 % yang berpendapat kadang-kadang. Data ini tentunya mengindikasikan bahwa pimpinan memahami betul tentang pentingnya penghargaan. Apapun bentuknya, ketika pimpinan mengapresiasi hasil kerja pegawainya tentunya akan menjadi nilai tersendiri dan menjadi motivasi khusus bagi pegawai yang bersangkutan.

Tabel 25
Pemberian Penghargaan oleh Pemerintah Kabupaten Pandeglang Terhadap Prestasi Kerja

Uraian	f	%
Dapat	27	84
Kadang-kadang	0	16
Tidak	5	0
Jumlah	32	100

Sumber : Angket penelitian

Berkaitan dengan tabel di atas, sebanyak 84 % responden berpendapat bahwa mereka pernah mendapatkan penghargaan dari Pemerintah Kabupaten Pandeglang dan 16 % berpendapat belum pernah mendapatkan penghargaan.

3. Analisis Korelasi antara Variabel X dengan Variabel Y

a. Uji Korelasi antara Pengaruh Penyebaran Informasi terhadap Sikap dan Perilaku Pegawai

Langkah selanjutnya adalah menghitung koefisiensi korelasi untuk mengetahui hubungan kedua variabel, yakni variabel penyebaran informasi (X) dan variabel sikap dan perilaku (Y), dengan menempuh langkah-langkah dibawah ini

- 1) membuat tabel korelasi variabel X dan variabel Y

Tabel 26
Pengujian Koefisien Korelasi
Antara Variabel X Dan Y

No	X	Y	X ²	Y ²	XY
1	2	3	4	5	6
1	36	39	1296	1521	1404
1	2	3	4	5	6
2	38	37	1444	1369	1406
3	37	37	1369	1369	1369
4	37	36	1369	1296	1332
5	38	36	1444	1296	1368
6	38	37	1444	1369	1406
7	39	37	1521	1369	1443
8	35	36	1225	1296	1260
9	35	39	1225	1521	1365
10	36	33	1296	1089	1188
11	36	36	1296	1296	1296
12	37	38	1369	1444	1406
13	37	39	1369	1521	1443
14	36	32	1296	1024	1152
15	37	38	1369	1444	1406
16	35	39	1225	1521	1365
17	36	39	1296	1521	1404
18	39	39	1521	1521	1521
19	36	38	1296	1444	1368
20	36	36	1296	1296	1296
21	36	38	1296	1444	1368
22	38	38	1444	1444	1444
23	34	38	1156	1444	1292
24	33	39	1089	1521	1287
25	36	32	1296	1024	1152
26	38	33	1444	1089	1254
27	35	33	1225	1089	1155
28	35	36	1225	1296	1260
29	34	33	1156	1089	1122
30	36	36	1296	1296	1296
31	37	32	1369	1024	1184
32	38	36	1444	1296	1368
Jumlah	1164	1165	42406	42583	42380

2) Menghitung Koefisiensi Korelasi

Rumus yang akan digunakan adalah rumus korelasi product moment, yaitu

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

dimana =

r_{xy} : hasil korelasi dari variabel x dan y

n : jumlah sampel

$\sum xy$: jumlah nilai x dan y

$\sum x$: jumlah nilai x

$\sum y$: jumlah nilai y

Maka perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} &= \frac{32.42380 - 1164.1165}{\sqrt{(32.42406 - (1164)^2)(32.42583 - (1165)^2)}} \\ &= \frac{1356807 - 1356060}{\sqrt{(1356992 - 1354896)(1362656 - 1357225)}} \\ &= \frac{747}{\sqrt{(2874)(8028)}} \\ &= \frac{747}{\sqrt{23072472}} \\ &= \frac{747}{4803,38} \\ &= 0,16 \end{aligned}$$

Nilai korelasi tersebut, bila di interpretasikan pada suatu penilaian, maka angka 0,16 berada pada kategori rendah sekali

karena berada diantara kriteria 0,00 - 0,20, dalam rentang nilai tertinggi 1.00 dan nilai terendah 0,00.

3) Menguji Hipotesis

Untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel penyebaran informasi dan variabel sikap dan perilaku pegawai, angka koefisiensi korelasi sebesar 0,16 di atas akan dijadikan dasar untuk mengetahui t hitung, maka ditempuh langkah-langkah sebagai berikut :

a. Untuk menentukan t hitung dengan rumus

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

dimana:

t = nilai yang dicari

r = nilai korelasi

n = jumlah sampel

$$= \frac{0,16\sqrt{32-2}}{\sqrt{1-(0,16)^2}}$$

$$= \frac{0,16\sqrt{30}}{\sqrt{1-0,0256}}$$

$$= \frac{0,16(5,92)}{\sqrt{0,9744}}$$

$$= \frac{1,95}{0,99}$$

$$= 1,96$$

b. Mencari derajat kebenaran dengan rumus:

$$db = n - 2$$

dimana db adalah derajat kebebasan dan n jumlah sampel

$$= 32 - 2$$

$$= 30$$

c. Mencari t_{hitung}

Langkah selanjutnya adalah mencari taraf sinifikasi 5 % yang akan dicari adalah $t_{(0,95)}$, sebesar 1,70. Dengan demikian, harga t_{hitung} 1,96 > t_{tabel} 1,70. Kondisi ini memberikan pengertian bahwa hipotesis diterima, dan menyatakan terdapatnya pengaruh antara dua variabel. Artinya antara penyebaran informasi dengan sikap dan perilaku pegawai memiliki pengaruh signifikan.

Setelah diketahui hasil pengujian hipotesis, maka selanjutnya adalah melakukan perhitungan kadar pengaruh perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Terlebih dulu perlu diketahui harga K (*kack of correlation*) dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$K = \sqrt{1 - r^2}$$

Dimana K adalah *kack of correlation* (derajat tidak adanya korelasi) dan r adalah nilai korelasi

$$= \sqrt{1 - (0,16)^2}$$

$$= \sqrt{1 - 0,0256}$$

$$= \sqrt{0,9744}$$

$$= 0,98$$

Setelah diketahui besarnya $K = 0,98$ maka besarnya harga E dapat diperoleh dengan jalan :

$$E = 100 (1 - K)$$

Dimana E = Indeks prestasi ramalan
 1 = Bilangan Konstan
 K = Derajat tidak adanya korelasi

Maka dapat dihitung sebagai berikut:

$$= 100 (1 - 0,98)$$

$$= 100 (0,02)$$

$$= 2 \%$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diketahui sikap dan perilaku pegawai dipengaruhi oleh penyebaran informasi sebesar 2 %. Angka ini menunjukkan bahwa masih ada 98 % lagi yang diduga bisa mempengaruhi sikap dan perilaku pegawai di luar faktor penyebaran informasi dan memerlukan penelitian lebih lanjut lagi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Pengaruh Penyebaran Informasi terhadap Sikap dan Perilaku Pegawai di Pemerintah Kabupaten Pandeglang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Penyebaran informasi yang dikembangkan Bagian Humas Pemerintah Kabupaten Pandeglang sudah dilaksanakan dengan baik. Terbukti dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa responden, dalam hal ini adalah karyawan di Bagian Humas Pemerintah Kabupaten Pandeglang, rata-rata berpendapat baik untuk kegiatan yang dilakukan berkaitan dengan penyebaran informasi. Artinya, pola dan arah komunikasi yang dikembangkan sudah sesuai dengan landasan teori penelitian ini. Pola dan arah komunikasi ini pada akhirnya akan menjadi sebuah cara yang biasa dan akan selalu dikembangkan di Pemerintah Kabupaten Pandeglang.
2. Realitas sikap dan perilaku pegawai di Bagian Humas Pemerintah Kabupaten Pandeglang memang cukup tinggi, terlebih apabila karyawan diperhatikan kebutuhannya, baik bersifat materil maupun non materil, yang akan menjadi rangsangan untuk meningkatkan kemauan dalam bekerja. Dari hasil penelitian, sikap dan perilaku pegawai dengan indikator yang dibuat memiliki respon yang cukup bagus dari responden.

3. Hasil analisis dengan menggunakan uji penghitungan koefisien korelasi, diperoleh nilai korelasi sebesar 0,16 yang berada pada kategori rendah sekali. Artinya, pengaruh penyebaran informasi terhadap sikap dan perilaku pegawai di Bagian Humas Pemerintah Kabupaten Pandeglang dikategorikan rendah sekali. Hal ini juga terbukti dengan hasil uji kadar pengaruhnya yang hanya diperoleh angka 2 %. Angka ini menunjukkan bahwa sikap dan perilaku pegawai hanya dipengaruhi oleh penyebaran informasi yang dikembangkan sebesar 2 % saja.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis mencoba memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Penyebaran informasi yang dikembangkan di Bagian Humas Pemerintah Kabupaten Pandeglang agar dikembangkan lagi, kalau memungkinkan lebih variatif lagi.
2. Aliran komunikasi dari pimpinan kepada karyawannya agar diperhatikan lebih baik lagi karena bisa menjadi sumbatan dan penyempitan aliran komunikasi yang bisa mengganggu lalu lintas komunikasi.
3. Penghargaan, apapun bentuknya, akan menjadi sangat berarti bagi karyawan. Karena dengan penghargaan itu, karyawan bisa termotivasi lagi dan bisa menjadi inspirasi bagi karyawan lain untuk berprestasi. Oleh karena itu, pimpinan diharapkan tidak segan-segan dan tidak sungkan memberikan

penghargaan kepada karyawan apabila karyawan itu memang layak mendapatkan penghargaan.

4. Sarana dan prasarana kerja agar diperhatikan lebih baik lagi karena hal ini akan berpengaruh terhadap kinerja pegawai.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurraachman, Oemi. 1995. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung : Citra Aditia Bakti.
- Anggoro, Linggar. *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Human Relations dan Public Relations*. Bandung : Mandar Maju.
- Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Hubungan Masyarakat suatu Studi Komunikologis*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Hasibuan, Malayu S.P. *Manajemen Sumber daya Manusia*. Jakarta :Bumi Aksara.
- Jefkins, Frank. 1996. *Public Relations*. Jakarta : Erlangga.
- Moore, Frazier. 2000. *Hubungan masyarakat, Prinsip, Kasus dan Masalah, Bagian Kedua*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, Arni. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Pace, R Wayne – Faules. 2001. *Komunikasi Organisasi*. Penerjemah Deddy Mulyana dan Engkus Kuswarno. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Panuju, Redi. 2001. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaludin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaludin. 2000. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosadi. 2002. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosadi. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Soemirat, Solch dan Ardianto Elvinaro. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Sudjana. 2002. *Metode Statistika*, Bandung ; Tarsito.

ANGKET PENELITIAN

No Responden

A. Petunjuk Pengisian

1. Nomor responden dikosongkan (tidak usah di isi)
2. Mohon Bapak/Ibu/Saudara/i membaca setiap pertanyaan dengan seksama.
3. Pilih salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Bapak/Ibu/Saudara/i dengan memberikan tanda silang (X) pada huruf yang ada di depan jawaban yang tersedia.
4. Kejujuran dan objektivitas jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i sangat kami harapkan dan kami mengucapkan banyak terima kasih atas partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i dalam menjawab angket ini.

B. Data Responden

1. Jenis kelamin Bapak/Ibu/Saudara/i?
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Usia Bapak/Ibu/Saudara/i?
 - a. Di bawah 20
 - b. 20-25 tahun
 - c. 26-30 tahun
 - d. 31-35 tahun
 - e. 46-40 tahun
 - f. Di atas 40 tahun
3. Pendidikan terakhir Bapak/Ibu/Saudara/i?
 - a. SLTP
 - b. SLTA
 - c. Diploma
 - d. S1
 - e. S2
 - d. S3
4. Status pekerjaan Bapak/Ibu/Saudara/i?
 - a. PNS
 - b. TKK
 - c. TKS

C. Data Penelitian Penyebaran Informasi

1. Berapa banyak kegiatan komunikasi formal (rapat) yang dilakukan pihak pimpinan dengan karyawannya?
a. Banyak b. Ragu-ragu c. Sedikit
2. Sehubungan dengan pertanyaan di atas, apakah Bapak/Ibu/Saudara/i sering mengikuti kegiatan komunikasi formal dengan pimpinan?
a. Sering b. Kadang-kadang c. Tidak
3. Apakah dalam kegiatan komunikasi formal, pimpinan sering memberikan informasi yang berkaitan dengan pelaksanaan kerja?
a. Sering b. Kadang-kadang c. Tidak
4. Apakah informasi yang berkaitan dengan pelaksanaan kerja sesuai dengan harapan Bapak/Ibu/Saudara/i?
a. Sesuai b. kadang-kadang c. Tidak Sesuai
5. Apakah pimpinan Bapak/Ibu/Saudara/i sering memberikan penjelasan alasan mengapa satu pekerjaan perlu dilakukan?
a. Sering b. Kadang-kadang c. Tidak
6. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i sering menerima informasi berkaitan dengan kebijakan pimpinan?
a. Sering b. Kadang-kadang c. Tidak
7. Apakah kebijakan itu sesuai dengan TUPOKSI bidang kerja Bapak/Ibu/Saudara/i?
a. Sesuai b. Kadang-kadang c. Tidak Sesuai
8. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i sering mendapat informasi tentang karyawan yang berprestasi?
a. Sering b. Kadang-kadang c. Tidak
9. Menurut Bapak/Ibu/Saudara/i, apakah informasi karyawan yang berprestasi itu penting?
a. Penting b. Kadang-kadang c. Tidak
10. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i sering mendapat informasi yang berkaitan dengan tujuan Pemerintah Kabupaten Pandeglang?
a. Sering b. Kadang-kadang c. Tidak
11. Berkaitan dengan pertanyaan di atas, apakah informasi yang berkaitan dengan tujuan Pemerintah Kabupaten Pandeglang itu diperlukan?

a. Perlu b. Kadang-kadang c. Tidak

12. Menurut Bapak/Ibu/Saudara/i, apakah informasi yang disampaikan secara lisan lebih mudah dipahami
- a. Mudah b. Kadang-kadang c. Tidak Mudah

Sikap dan Perilaku

13. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i hadir tepat waktu di tempat kerja?
- a. Tepat Waktu b. Kadang-kadang c. Tidak Tepat Waktu
14. Mengenai tingkat kehadiran, apakah Bapak/Ibu/Saudara/i pernah mangkir (bolos) dari pekerjaan anda?
- a. Pernah b. Kadang-kadang c. Tidak
15. Di saat mendapatkan tugas apakah Bapak/Ibu/Saudara/i menyelesaikan tugas itu tepat pada waktunya?
- a. Tepat Waktu b. Kadang-kadang c. Tidak Tepat Waktu
16. Sehubungan dengan pertanyaan di atas apakah tugas Bapak/Ibu/ Saudara/i selalu diselesaikan dengan baik untuk kemajuan Pemerintah Kabupaten Pandeglang?
- a. Diselesaikan b. Kadang-kadang c. Tidak Diselesaikan
17. Ketekunan dalam menghadapi pekerjaan merupakan suatu sikap yang sangat penting dalam meningkatkan prestasi, apakah Bapak/ Ibu/Saudara/i selalu tekun dalam menyelesaikan pekerjaan?
- a. Tekun b. Kadang-kadang c. Tidak Tekun
18. Dalam setiap melakukan pekerjaan apakah Bapak/Ibu/Saudara/i selalu memanfaatkan fasilitas yang ada dengan sebaik-baiknya?
- a. Selalu b. Kadang-kadang c. Tidak
19. Ketika Bapak/Ibu/Saudara/i berprestasi dalam bekerja, apakah pimpinan memberikan penghargaan ?
- a. Memberi b. Kadang-kadang c. Tidak Memberi
20. Apakah prestasi kerja yang Bapak/Ibu/Saudara/i selesaikan mendapatkan penghargaan dari Pemerintah Kabupaten Pandeglang ?
- a. Dapat b. Kadang-kadang c. Tidak

21. Tulis saran Bapak/Ibu/Saudara/i berkenaan dengan penyebaran informasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Pandeglang

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....