**BAB II**

**LANDASAN TEORI**

1. **Pengertian Efektivitas**

Efektivitas dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berasal dari kata efektif, yang berarti ukuran hasil tugas atau pencapaian tujuan. Efektivitas mempunyai pengertian yakni hal yang berhubungan dengan keberhasilan suatu tujuan yang telah ditetapkan. Efektivitas merupakan unsur pokok untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan didalam setiap suatu organisasi, kegiatan ataupun program. Disebut efektif apabila tercapai tujuan ataupun sasaran seperti yang telah ditentukan. Efektivitas adalah seberapa baik pekerjaan yang dilakukan, sejauh mana seseorang menghasilkan keluaran sesuai dengan yang diharapkan dari program yang telah ditentukan.[[1]](#footnote-1)

Efektifitas merupakan ukuran dalam tercapainya tujuan yang telah ditentukan. Jika tujuan dapat tercapai sesuai dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya, maka kegiatan itu dapat dikatakan efektif.

Menurut Ravianto dalam Masruri: efektivitas adalah seberapa baik pekerjaan yang dilakukan, sejauh mana orang menghasilkan keluaran sesuai dengan yang diharapkan. Ini berarti bahwa apabila suatu pekerjaan dapat diselesaikan dengan perencanaan, baik dalam waktu, biaya maupun mutunya, maka dapat diakatakan efektif.

Sedangkan menurut Gibson: efektivitas merupakan penilaian yang dibuat sehubungan dengan prestasi individu, kelompok, dan organisasi. makin dekat prestasi mereka terhadap prestasi standar yang ingin dicapai, maka makin efektif dalam menilai mereka.[[2]](#footnote-2)

Jadi dilihat Dari beberapa pendapat diatas mengenai efektivitas, dapat disimpulkan bahwa efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas, dan waktu) yang telah dicapai oleh manajemen organisasi, yang mana target tersebut sudah ditentukan terlebih dahulu.

Dalam penelitian ini perspektif efektivitas kinerja humas yang digunakan adalah perspektif tujuan, dimana bagian humas melakukan tugas pokok dan fungsinya. Kemudian hal ini juga menjadi tolak ukur untuk melihat bagaimana humas dan polsek mendo barat mencapai tujuannya.

Steers mengemukakan lima kriteria dalam pengukuran efektivitas organisasi yaitu:

1. Produktivitas
2. Kemampuan adaptasi atau flekdibilitas
3. Kepuasan kerja
4. Kemampuan berlaba
5. Pencarian sumber daya[[3]](#footnote-3)

Efektivitas secara umum diartikan sampai seberapa jauh tercapainya suatu tujuan yang telah ditentukan terlebih dahulu. Efektivitas merupakan kunci sukses suatu organisasi. Jadi, definisi efektivitas yang dikemukakan oleh para ahli cukup bervariasi, tergantung dari sudut mana memandang dan untuk kebutuhan apa mereka menilainya. Makna akan berbeda tergantung pada kerangka acuan yang dipergunakan. Pada hakikatnya efektivitas berasal dari kata dasar efektif yang artinya:

1. Ada efeknya (pengaruh, akibat, kesan)
2. Penggunaan metode/cara, saran, alat dalam melaksanakan efektivitas sehingga berhasil guna (mencapai hasil yang optimal).[[4]](#footnote-4)

Dapat disimpulkan dari beberapa pendapat diatas mengenai adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas, dan waktu) yang telah dicapai oleh manajemen organisasi, yang mana target tersebut sudah ditentukan terlebih dahulu. Namun organisasi juga ditunjang oleh kinerja dari anggota-anggota yang menjadi bagian dari lembaga atau organisasi itu.

1. **Pengertian Kinerja**

Kinerja berasal dari kata *job performance* yang berarti sebagai hasil kerja atau prestasi kerja. Namun, sebenarnya kinerja mempunyai makna yang lebih luas, bukan hanya hasil kerja, tetapi termasuk bagaimana proses kerja berlangsung.

Armstrong dan Baron mengatakan kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen, dan memberikan kontribusi pada ekonomi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kinerja adalah tentang melakukan pekerjaan dan hasil yang dicapai dari pekerjaan tersebut. Kinerja adalah tentang apa yang dikerjakan dan bagaimana cara mengerjakannya. Dalam mencapai kinerja yang baik sangatlah membutuhkan semnagat kerja yang tinggi dan kerja sama yang tinggi juga.[[5]](#footnote-5)

Sedangkan Moeheriono mengemukakan bahwa kinerja atau *Performance* merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan dari organisasi tersebut.

Wirawan mengatakan bahwa kinerja merupakan singkatan dari kinetika energi kerja, kinerja adalah keluaran yang dihasilkan oleh fungsi-fungsi atau indikator-indikator suatu pekerjaan [[6]](#footnote-6)

Jadi dari beberapa pendapat diatas kinerja merupakan perilaku nyata yang ditampilkan setiap orang sebagai prestasi kerja yang dihasilkan oleh pegawai sesuai dengan perannya dalam instansi. Kinerja humas Polsek Mendo Barat adalah dilihat dari prestasi kerja humasnya dan hal ini selalu dihubungkan dengan efisiensi dan efektivitas dari pekerjaan yang telah dilaksankannya.

Kinerja adalah bagaimana mengelola seluruh kegiatan organisasi untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya. Kinerja memberikan manfaat bukan hanya bagi organisasi, tetapi juga manajer, dan individu. Kinerja juga mendukung tujuan menyeluruh organisasi dengan mengaitkan pekerjaan dari setiap pekerja dan manajer pada misi keseluruhan dari unit kerjanya.[[7]](#footnote-7)

Pengukuran kinerja adalah suatu proses penilaian kemajuan pekerjaan terhadap tujuan dan sasaran yang telah ditentukan sebelumnya. Elemen pokok suatu pengukuran kinerja dapat melihat dari tujuan, sasaran, dan evaluasi kinerja. Tujuan merupakan pernyataan yang telah direncanakan secara bersama-sama dan pernyataan tersebut ingin dicapai. Kemudian sasaran merupakan tujuan organisasi yang sudah dinyatakan secara jelas dan ingin dicapai juga, sedangkan evaluasi merupakan melihat apa yang telah dilakukan sebelumnya atau gambaran mengenai nilai kinerja yang berhasil dicapai organisasi.

Manajemen kinerja mencakup suatu proses pelaksanaan kinerja, tentang bagaimana kinerja dijalankan. Manajemen kinerja diawali dengan suatu perencanaan tentang bagaimana merencanakan tujuan yang diharapkan di masa yang akan datang, dan menyusun sumber daya dan kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.

Manajemen kinerja berkaitan dengan penciptaan budaya dimana pembelajaran dan pengembangan organisasi dan individu merupakan proses berkelanjutan. Komunikasi perlu dibangun dimana dialog antara atasan dan anggota timnya berlangsung secara berkelanjutan untuk merumuskan harapan dan membagi informasi tentang misi organisasi.

Namun manajemen kinerja tidak hanya memfokuskan pada keluaran dan hasil kerja langsung dari sumber daya manusia. Manajemen kinerja perlu memperhatikan manfaat atau dampak hasil kerja. Dampak hasil kerja dapat bernilai positif bagi organisasi, dan dapat bernilai negatif bagi organisasi, kemudian akan berdampak pada perubahan prilaku yang mengakibatkan suasana kerja menjadi tidak kondusif.

Menurut Richard M. Steers dalam bukunya *Efektivitas Organisasi*, menyatakan bahwa:

“Secara sederhana, umumnya orang percaya bahwa prestasi kerja individu merupakan fungsi gabungan dari tiga faktor penting; (1) kemampuan, perangai, dan minat seorang pekerja; (2) kejelasan dan penerimaan atas penjelasan peranan seorang pekerja; dan (3) tingkat motivasi pekerja. Kemampuan, perangai, dan minat pekerja merupakan ciri-ciri individu yang sangat menentukan kemampuan pekerja memberikan sumbangan pada suatu organisasi, sebagai imbangan motivasi pekerja yang sangat menentukan kehendak pekerja untuk menyumbang”.[[8]](#footnote-8)

Jadi penilaian prestasi kerja untuk menentukan perilaku seorang karyawan dari hasil bekerjanya seperti dapat diandalkan, kemampuan teknis, disiplin, kemampuan berkomunikasi, disamping penilaian prestasi kerja yang berorientasi kepada hasil kerja.

**C. Konsep Humas**

**1. Pengertian Humas**

Humas atau *Public Relations* merupakan seni dari pengetahuan untuk mengembangkan saling pengertian dan niat baik diantara organisasi dengan

perusahaan atau instansi dan publiknya.[[9]](#footnote-9)

Pengertian humas menurut M. Linggar Anggoro dalam bukunya yang berjudul *Teori Dan Profesi Kehumasan,* humas terjemahan dari *public relations* atau PR, kedua istilah ini akan dipakai secara bergantian, terdiri dari semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja yang berkepentingan dengan nya

Marston memberikan definisi yang sangat singkat dan mudah dipahami yaitu *Public Relations* adalah seni untuk membuat perusahaan, lembaga, organisasi disukai dan dihormati baik publik internal maupun eksternal.[[10]](#footnote-10)

Menurut definisi kamus terbitan *Institute Of Public Relations* (IPR), yakni sebuah lembaga humas terkemuka di Inggris dan Eropa. “Humas adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya”. Jadi Humas adalah suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasikan sedemikian rupa sebagai suatu rangkaian kampanye atau program terpadu, dan semuanya itu berlangsung secara berkesinambungan dan sudah diprogramkan atau direncanakan.[[11]](#footnote-11)

Jadi *public relations*/humas adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktifitas komunikasi, pengertian, penerimaa dan kerja sama, yang melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan/permasalahan, membantu manajemen untuk menanggapi opini publik dan mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif.

**2. Peranan, Ruang Lingkup Tugas, Dan Sasaran Kegiatan Humas**

1. Peranan Humas

Peranan humas sangat dibutuhkan sekali dalam organisasi, humas adalah bagian dari elemen prinsip manajemen. Menginginkan manajemen yang baik di organisasi tidak terlepas dari seorang humas yang membantu tugas-tugas di Polsek Mendo Barat agar mencapai tujuan bersama. Melihat dari pernyataan diatas maka humas tidak hanya menjalin hubungan dengan publiknya tetapi juga menjalin hubungan didalam organisasi, baik membuat hubungan harmonis antara pimpinan dengan karyawannya ataupun membuat orang-orang atau rekan kerjanya saling membantu dalam melaksanakan kegiatan organisasi.[[12]](#footnote-12) Sebagaimna yang diungkapkan oleh Rosady Ruslan didalam bukunya yang berjudul *manajemen public relations dan media komunikasi,* ‘*Public relations’* merupakan mediator yang berada antara pimpinan organisasi dengan publiknya baik dalam upaya membina hubungan masyarakat internal maupuneksternal.[[13]](#footnote-13)

Secara umum, dalam sebuah organisasi. *Public* *relations* memiliki sejumlah peranan sebagai berikut:

1. *Expert prescribe*: membantu organisasi mencari solusi dalam penyelesaian masalah dengan publiknya.
2. *Communications fasilitator*, PRO (*public relations officer*): bertindak sebagai fasilitator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal mendengar apa yang diinginkan dan di harapkan oleh publiknya.
3. *Problem solving process fasilitator*: membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasehat *(adviser)* hingga mengambil tindakan eksekusi/keputusan dalam mengatasi masalah dengan publik.
4. *Communication technician*: menyediakan layanan teknis komunikasi yang peaksanaannya tergantung masing-masing level atau bagian, mulai dari pimpinan sampai bawahan.[[14]](#footnote-14)

Berdasarkan penjelasan diatas bahwa peran humas sangatlah besar sekali, karena humas dapat berperan sebagai fasilitator atau mediator untuk mencari solusi dalam penyelesaian masalah dengan publiknya. Humas juga menyediakan layanan teknis komunikasi baik mulai dari pimpinan hingga bawahan maupun pimpinan ke publiknya.

b) Ruang Lingkup Tugas Humas

Ruang lingkup tugas *public* *relations*/humas bagi seorang individu atau dalam sebuah organisasi, dibedakan menurut dua ruang lingkup aktivitasnya yakni *Internal Public Relations* dan *Eksternal Public Relations.*

Tugas humas dalam *internal public relations*, yang dimaksud dengan *internal public relations* adalah publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organiasasi itu sendiri, seorang PR harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif didalam mayarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi. Adapun tugas *internal public relations* diantaranya,

1. Menyelenggarakan komunikasi *persuasive* dan *informative* kepada *internal public* (karyawan (termasuk bawahan), pemegang saham), dan bukannya komunikasi *koersif*
2. Mendapat kepercayaan dari publik dalam
3. Mendapatkan kesamaan pengertian tentang visi misi perusahaan dengan publik dalam
4. Meningkatkan kegairahan kerja karyawan

selanjutnya humas juga memiliki tugas *eksternal public relations*, yang dimaksud *eksternal public relations* adalah publik umum/masyarakat. Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya. Adapun tugas *eksternal public relations* diantaranya,

1. Menilai sikap dan opini publik terhadap kepemimpinan, terhadap para pegawai dan metode yang digunakan
2. Memberikan bimbingan pada pimpinan tentang segala sesuatu yang ada hubungannya dengan *public relations* mengenai aktivitas-aktivitas
3. Menanamkan *image*/citra positif perusahaan
4. Menyelesaikan semua masalah yang berhubungan dengan publik, dengan bijaksana dan menggunakan *win-win solution*
5. Menjalin hubungan yang harmonis dengan semua publik luar, mulai dari masyarakat, pemerintah dan media massa
6. Menyusun staf yang benar-benar ahli di bidang  *public relations.* [[15]](#footnote-15)

Jadi adapun ruang lingkup tugas PR dalam sebuah organisasi atau badan lain meliputi aktivitas sebagai berikut: membina hubungan kedalam atau *intern public* adalah yang menjadi bagian dari unit atau organisasi itu sendiri, sedangkan untuk *ekstern public* adalah publik umum atau masyarakat yang menjadi bagian dari organisasi itu sendiri.

c) Sasaran Kegiatan Humas

Praktisi humas senantiasa dihadapkan pada tantangan dan harus menangani berbagai macam fakta yang sebenarnya, terlepas dari apakah fakta itu hitam ataupun putih. Perkembangan komunikasi tidak memungkinkan lagi bagi suatu organisasi untuk menutup-nutup fakta. Oleh karena itu, para personelnya kini jauh lebih dituntut untuk mampu menjadikan orang-orang lain memahami suatu pesan, demi menjaga reputasi atau citra dari lembaga yang diwakilinya.

Menurut H. Fayol beberapa sasaran kegiatan humas adalah sebagai berikut:

1. Membangun identitas dan citra perusahaan *(Building Corporate Identity And Image)*

* Menciptakan identitas dan citra perusahaan yang positif
* Mendukung kegiatan komunikasi timbal balik dua arah dengan berbagai pihak

1. Mengahdapi krisis (*Facing* *Of* *Crisis*)

* Menangani keluhan (*Complaint*) dan mengahadapi krisis yang terjadi dengan membentuk manajemen krisis dan PR *Recovery Of Image* yang bertugas memperbaiki *Lost Of Image* *And Damag*e.

1. Mempromosikan aspek kemasyarakatan (*promotion public casues*)

* Mempromosikan yang menyangkut kepentingan publik
* Mendukung kegiatan kampanye sosial anti merokok,serta menghindari obat-obatan terlarang, dan sebagainya.[[16]](#footnote-16)

**3. Perencanaan dan Pelaksanaan Kegiatan Humas**

Baik program humas berjangka panjang maupun program humas berjangka pendek, semuanya harus direncanakan dengan cermat dan hati-hati, sedemikian rupa sehingga akan diperoleh hasil-hasil yang nyata. Perencanaan atau planning sangat penting sekali dalam organisasi karena perencanaan adalah bagian dari manajemen suatu kegiatan organisasi atau perusahaan kemungkinan akan dapat berjalan dengan baik dan mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan utama organisasi. Kemudian tidak dapat dipungkiri bahwa perencanaan akan berdampak dari pelaksanaan program kerja, jika perencanaannya bagus, besar kemungkinan pelaksanaannya juga bagus dan tujuan dari organisasi akan tercapai.

Menurut M. Linggar Anggoro mengomentari dalam bukunya *Teori dan Profesi Kehumasan* menyatakan bahwa: “Perencanaan humas ada model enam langkah, sebagai berikut :

1. Pengenalan situasi
2. Penetapan tujuan
3. Definisi khalayak
4. Pemilihan media dan teknik-teknik humas
5. Perencanaan anggaran, serta
6. Pengukuran hasil.[[17]](#footnote-17)

**4. Struktur Organisasi Humas**

Pada dasarnya, ada dua struktur utama organisasi humas, yakni departemen humas internal yang menjadi salah satu bagian perusahaan, serta biro konsultan humas yang berdiri sendiri sebagai perusahaan jasa yang memang secara eksklusif dibidang kehumasan.

Seorang praktisi humas dituntut mampu mengerjakan banyak hal. Ia harus bisa menjadi seorang komunikator, seorang penasihat, dan sekaligus seorang perencana kampanye yang baik. Seorang pejabat humas selalu menghadapi banyak pihak, mulai dari kalangan dalam seperti staf, anggota atau pegawai organisasi itu sendiri, hingga dikalangan luar seperti agen, perantara, konsumen, dan sebagainya. Ia harus tahu benar tentang segala seluk-beluk organisasi dan mampu melakukan program kerjanya. [[18]](#footnote-18) Adapun struktur personel departemen organisasi humas dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Struktur Organisasi Humas

**Sturktur Organisasi Humas**

|  |
| --- |
| Manajer Humas |

|  |
| --- |
| Asisten Manajer |

|  |
| --- |
| Petugas Pers |

|  |
| --- |
| Percetakan dan Publikasi |

|  |
| --- |
| Fotografer |

|  |
| --- |
| Pengatur kunjungan |

|  |
| --- |
| Editor jurnal internal |

Sumber : Cutlip, M, Scott dan Center, H, Ellen(1971)

Dari tabel 2 diatas tugas dari manajer humas adalah menciptakan dan memelihara citra yang baik dan tepat atas organisasinya, baik itu yang berkaitan dengan kebijakan, produk, jasa, maupun dengan para personelnya. Dan juga seorang manajer humas harus memantau pendapat umum mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan reputasi, maupun dengan kepentingan organisasi, serta menyampaikan informasi yang penting ini langsung kepada pihak manajemen atau pimpinan untuk ditindak lanjut.[[19]](#footnote-19)

Jadi dapat disimpulkan seorang manajer humas itu harus mampu mendukung pihak manajemen dalam mencapai tujuan dari organisasi, dan juga harus mampu menciptakan jalur-jalur komunikasi dengan publiknya.

**5. Media Humas Internal dan Eksternal**

Media humas kebanyakan berisi produk-produk tulisan. Media tulisan dipilih karena sifatnya terekam dan dapat diulang-ulang dengan mudah. Saat ini, produk-produk tulisan humas tidak hanya bisa disampaikan melalui media konvensional tetapi juga media online (internet). Untuk menjangkau khalayak tertentu dalam rangka mencapai tujuan-tujuan humas, adakalanya penggunaan media massa pers, radio, televisi tidak sesuai, apalagi jika khalayak tersebut hanya terdiri dari bebrapa kelompok kecil saja.

Karya-karya tulisan atau produk tulisan yang berfungsi sebagai media komunikasi humas/PR meliputi:

1. Siaran Pers (Press-Release atau New Release)
2. Cerita Latar (Backgrounders)
3. Iklan Perusahaan
4. Majalah Dinding
5. Newsletter
6. Artikel dan Editorial
7. Publikasi Ringan
8. Profil Perusahaan
9. Laporan Tahunan
10. Naskah Pidato dan Persentasi

Secara umum media humas adalah sebagai berikut:

1. *House* *journal:* *internal*: berfungsi sebagai media komunikasi, informasi, pendidikan, hiburan media pengetahuan. Sedangkan *ekternal*: berfungsi sebagai media promosi dan pembangun citra
2. *Printed material* (berbentuk: brosur, booklet, Kop surat, kartu ucapan selamat)

HumasPolsek Mendo Barattelah menggunakan berbagai media internal maupun eksternal, seperti: media internal (*press* *releas,* iklan polsek, bulletin, dan laporan tahunan). Media eksternal Polsek Mendo Barat (koran, website, dan spanduk).[[20]](#footnote-20)

**D. Pengertian Fungsi**

Fungsi menurut kamus besar bahasa Indonesia merupakan suatu hal, daya guna serta pekerjaan yang dilakukan. Adapun menurut para ahli, definisi fungsi yaitu menurut The Liang Gie dalam Nining Haslinda Zainal, fungsi merupakan sekelompok aktivitas yang tergolong pada jenis yang sama berdasarkan sifatnya, pelaksanaan maupun pertimbangan lainnya. Definisi tersebut memiliki persepsi yang sama dengan definisi fungsi menurut Sutarto dalam Nining Haslinda Zainal, yaitu fungsi adalah rincian tugas yang sejenis atau erat hubungannya satu sama lain untuk dilakukan oleh seorang pegawai tertentu yang masing-masing berdasarkan sekelompok aktivitas sejenis menurut sifat dan pelaksanaannya.

Sedangkan pengertian singkat dari definisi fungsi menurut Moekijat dalam Nining Haslinda Zainal, fungsi adalah sebagai suatu aspek khusus dari suatu tugas tertentu.Adapun macam-macam fungsi sebagai berikut:

1. Fungsi anggaran

Yaitu sebagai sumber penerimaan polsek untuk membiayai pengeluaran yang berkaitan dengan pelayanan publik.

1. Fungsi mengatur

Yaitu alat untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, berfungsi untuk mengatur perekonomian, jadwal kegiatan dalam mencapai tujuan organisasi.

1. Fungsi stabilitas

Yaitu sebagai instrumen untuk menjaga stabilitas polsek dari segala aspek agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan baik itu konflik dalam organisasi maupun krisis.[[21]](#footnote-21)

Jadi dapat disimpulkan penegrtiaan fungsi adalah daya guna serta dalam pekerjaan, atau sebagai manfaat dari suatu tugas yang dilaksanakan ataupun yang telah diembankan kepadanya.

**E. Pengertian Komunikasi**

Kata komunikasi menurut onong uchjana effendy berasal dari bahasa latin yaitu *communicatio* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran pikiran. dengan demikian maka secara garis besar dalam suatu proses komunikasi harus terdapat unsur-unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran atau pengertian, antara komunikator dan komunikan.

Adapun salah satu bentuk komunikasi yaitu komunikasi interpersonal yang berarti komunikasi yang terjadi secara tatap muka antara dua orang atau lebih. dalam komunikasi interpersonal, setiap partisipan menggunakan setiap elemen dari proses komunikasi. misalnya masing-masing pihak akan membicarakan latar belakang dan pengfalaman masing-masing dalam percakapan tersebut.

1. **Komponen Komunikasi**

Dalam hal ini ada lima komponen dasar dari komunikasi yaitu: pengirim pesan, pesan, saluran, penerima pesan dan balikan. Masing-masing komponen tersebut akan dijelaskan kembali secara ringkas.

1. Pengirim pesan

Pengirim pesan adalah individu atau orang yang mengirim pesan. Pesan atau informasi yang akan dikirimkan berasal dari otak si pengirim pesan. Oleh sebab itu sebelum pengirim mengirimkan pesan, si pengirim harus menciptakan dulu pesan yang akan dikirimkannya.

1. Pesan

Pesan adalah informasi yang akan dikirimkan kepada si penerima. Pesan ini dapat berupa verbal maupun nonverbal. Pesan secara verbal dapat secara tertulis seperti surat, buku, majalah, memo, sedangkan pesan yang secara lisan dapat berupa, percakapan tatap muka, percakapan melalui telepon, radio dan sebagainya. Pesan yang nonverbal dapat berupa isyarat, gerakan badan, ekspresi muka, dan nada suara.

1. Saluran

Saluran adalah jalan yang dilalui pesan dari si pengirim dengan si penerima. Channel yang biasa dalam komunikasi adalah gelombang cahaya dan suara yang dapat kita lihat dan dengar. Akan tetapi alat dengan apa cahaya atau suara itu berpindah mungkin berbeda-beda.

1. Penerima pesan

Penerima pesan adalah yang menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya.

1. umpan balik

umpan balik adalah respons terhadap pesan yang diterima yang dikirimkan kepada si pengirim pesan. Dengan diberikannya reaksi ini kepada si pengirim, pengirim akan dapat mengetahui apakah pesan yang dikirimkan tersebut diinterpretasikan sama dengan apa yang dimaksud kan oleh si pengirim. sehingga si penerima mengerti akan apa yang disampaikan oleh si pengirim.

1. Suharto Tahta Rianto, *Kamus Bahasa Indonesia Terbaru*, (Surabaya: Surabaya Indah, 1996).h.99. [↑](#footnote-ref-1)
2. [Http://Galinesia.Com/ Efektivitas](http://galinesia.com/%20efektivitas) Menurut Ahli/ Diakses Pada 19;20/ 2 Februari 2019 [↑](#footnote-ref-2)
3. Richard M. Steers, Efektivitas Organisasi, (Jakarta: Erlangga, 1997). Hal, 52. [↑](#footnote-ref-3)
4. Muhammad afrizal Skripsi: Efektivitas kinerja humas IAIN Raden Fatah Palembang, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, jurusan Komunikasi Penyiaran Islam 2008, hal. 43 [↑](#footnote-ref-4)
5. Wibowo, Manajemen Kinerja (Desember: rajawali pers,2015) hal. 7 [↑](#footnote-ref-5)
6. http:// Galinesa.Com/Kinerja Menurut Ahli/Diakses Pada 19;47/2 Februari 2019 [↑](#footnote-ref-6)
7. Wibowo*, op.cit*. hal. 11 [↑](#footnote-ref-7)
8. Richard M. Steers, *Op. Cit,* h. 52 [↑](#footnote-ref-8)
9. St Maria Assumpta Rumanto, *Dasar-dasar Public Relations, Teori dan Praktik*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2002), h. 10. [↑](#footnote-ref-9)
10. Rhenal, Kasali, *Public Relations: konsep dan aplikasinya di Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 2005), h. 6. [↑](#footnote-ref-10)
11. M. Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2008), h. 2. [↑](#footnote-ref-11)
12. Skripsi: muhammad afrizal*. Op Cit* hal. 48 [↑](#footnote-ref-12)
13. Rosady ruslan. *Op Cit*. hal.14 [↑](#footnote-ref-13)
14. Skripsi: muhammad afrizal. *Op cit* hal. 49 [↑](#footnote-ref-14)
15. Rosady ruslan. *Op Cit*. hal.23 [↑](#footnote-ref-15)
16. *Ibid*. hal.24 [↑](#footnote-ref-16)
17. Tontowi jauhari, Skripsi: *Op Cit* .hal. 29 [↑](#footnote-ref-17)
18. M. Linggar Anggoro, h. 108. [↑](#footnote-ref-18)
19. M. Linggar Anggoro, *Op Cit*  h. 110 [↑](#footnote-ref-19)
20. Tontowi jauhari, Skripsi: *Op Cit* .hal.32 [↑](#footnote-ref-20)
21. http:// repository. *Arti Fungsi* dalam KBBI Uin-Suska pdf.com , hal. 2/html 11 November 2018 [↑](#footnote-ref-21)