

**KINERJA PRAKTISI *PUBLIC RELATIONS*
DALAM IMPLEMENTASI KEGIATAN *HUMAN RELATIONS*
(Studi Kasus Praktisi *Public Relations* Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan
non Public Relations pada BUMN Kota Malang)**

Nilam Wardasari, Darsono Wisadirana, dan Zulkarnaen Nasution

Program Magister Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Brawijaya, Jl Veteran Malang 65145

nielam_warda@yahoo.com

ABSTRAK. Beberapa Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di Indonesia menempatkan praktisi Humas nya pada orang yang tidak sesuai, hal ini sesuai dengan yang dikatakan Direktur utama PT Semen Gresik dalam dialog “Optimalisasi Publikasi BUMN dan Dukungan Publik” di Surabaya. Begitu juga dengan BUMN di Malang seperti PT PLN dan PT POS (Persero) Area Malang yang mempunyai praktisi *public relations* dengan latar belakang pendidikan *non public relations*. Penelitian ini dilakukan guna mengetahui bagaimana eksistensi praktisi *public relations* pada PT PLN dan PT POS (Persero) Area Malang, alasan pihak BUMN menempatkan praktisi *public relations* dan bagaimana kinerja praktisi *public relations* dalam implementasi kegiatan *human relations*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus desain multikasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Pemilihan informan berdasarkan teknik purposif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data kasus individu dan analisis data lintas kasus. Dari hasil penelitian di dapatkan bahwa eksistensi yang dimiliki oleh praktisi *public relations* pada PT PLN dan PT POS (Persero) Area Malang kuat, hal tersebut terbukti dari peranan dan keaktifan praktisi *public relations* pada kegiatan *human relations*. Setiap BUMN mempunyai pertimbangan dalam menempatkan praktisi *public relations*. Untuk PT PLN (persero) Area Malang mempunyai pertimbangan pengalaman bekerja di PT PLN dan kemampuan yang sudah terlihat. Sedangkan untuk PT POS (Persero) Area Malang mempunyai pertimbangan berupa hasil nilai tes ujian dan interview yang terbaik. Kinerja praktisi *public relations* dikatakan baik karena dapat memenuhi kepribadian yang baik, kegiatan *human relations* yang merata dan hasil evaluasi kegiatan *human relations* yang baik pula.

Kata Kunci : Kinerja, *Public Relations* dan *Human Relations*

**PERFORMANCE OF PUBLIC RELATIONS PRACTITIONERS
IMPLEMENTATION OF HUMAN ACTIVITY RELATIONS
(Public Relations Practitioner Case Study Based Educational Background
Non Public Relations at BUMN Malang)**

ABSTRACT Some city State-owned Enterprises (SOEs) in Indonesia put its PR practitioner randomly as it is said by the Director of PT Semen Gresik in the dialogue “Optimization of SOEs Publications and Public Support” in Surabaya. So is the state in Malang such as PT PLN (Persero) and PT POS areas that have public relations practitioner coming from non-public relations educational background. This study was conducted to determine how the existence of public relations practitioners in PT PLN and PT POS (Persero) Malang area, the reason of the public relations practitioners placement and how the performance of public relations practitioners in the implementation of human relations activities. This study uses qualitative approach with multicases method. Data collection techniques used is in-depth interviews, observation and documentation. The informant selection is based on certain criteria based on the objective of the study. The data analysis technique used is the individual case data analysis and cross-case data analysis. From the results it is known that that existence of public relations practitioners in PT PLN and PT POS (Persero) Malang area is strong, it is proven by the active role of public relations practitioners in human relations activities. Each state has its own considerations in the placement of its public relations practitioners. The consideration used by PT PLN (Persero) is the length of working experience and the capabilities. Meanwhile, the consideration used by PT POS (Persero) is the test scores and the interview result. The performance of public relation practitioners is considered good because they serve a good personality, prevalent human relations activity, and also good human relations evaluation activities.

Keywords: Performance, *Public Relations* and *Human Relations*

PENDAHULUAN

Public Relations (PR) adalah sebuah profesi yang sudah terbangun berpuluh-puluh tahun lalu. Ilmu ke-PR-an sudah tertata begitu bagus dan mapan, serta diajarkan di berbagai perguruan tinggi, baik di Jurusan Ilmu Komunikasi, maupun di sekolah-sekolah khusus ke-PR-an seperti *London School of Public Re-lations* dan berbagai pelatihan tentang PR.

Tetapi banyak persepsi dari masyarakat umum bahwa *Public Relations* itu merupakan sebuah profesi yang siapapun mampu untuk menjalaninya. Salah pengertian semacam ini yang terkadang membuat asumsi orang bahwa menjadi PR itu sangat mudah dan seringkali tidak begitu ‘dianggap’ dibanding profesi lainnya, *stereotype* yang terbentuk bahwa PR itu cukup dengan ‘menjual’ penampilan menjadikannya langgeng di nurani masyarakat.

Konsep tersebut sepertinya terlupakan dengan adanya praktisi PR yang bekerja di beberapa BUMN masih banyak yang juga memperkerjakan seorang praktisi *Public Re-lations/* humas yang tidak memiliki latar belakang pendidikan *Public Relations*. Seperti yang dikatakan oleh Direktur utama PT Semen Gresik ketika menjadi pembicara pada dialog “Optimalisasi Publikasi BUMN dan Dukungan Publik” di Surabaya pada hari Sabtu tanggal 9 Juni 2012. Dalam dialog tersebut Dwi Soetjipto mengemukakan “Masih ada sebagian badan usaha milik negara yang tidak serius menggarap bidang kehumasan dengan menempatkan sembarang orang di posisi tersebut.”

Begitu juga dengan BUMN PT PLN dan PT Pos Indonesia yang juga mempunyai pekerja di bagian Humas/*Public Relations* yang bukan berasal dari latar belakang berpendidikan *Public Relations* atau Ilmu Komunikasi. Bahkan Praktisi *public relations* pada PT PLN ini mempunyai latar belakang pendidikan terakhir SMA (Sekolah Menengah Atas), di mana tidak terdapat sangkut pautnya dengan *public reations* atau ilmu komunikasi. Apalagi kita ketahui PT PLN adalah perusahaan satu-satunya yang memberikan pelayanan berupa

listrik kepada masyarakat Indonesia. Semua masyarakat Indonesia membutuhkan dan menggantungkan rutinitas kehidupannya dengan produk dari PT PLN tersebut. Sehingga di sini bisa dibilang

Masyarakat Indonesia yang membutuhkan keberadaan PT PLN, itu merupakan sebuah *positioning* tersendiri bagi PT PLN diantara BUMN yang lainnya. *Positioning* tersebut menjadi senjata utama bagi PT PLN dalam menjalankan aktivitas dan kinerja perusahaan. Dikhawatirkan dengan *positioning* tersebut, PT PLN akan terlena dan melupakan pentingnya menjaga relasi dan tanggung jawabnya sebagai sebuah perusahaan yang mempunyai publik baik internal maupun eksternal, di mana publik tersebut mempunyai peranan yang penting bagi keberlangsungan perusahaan. Walaupun PT PLN mengalami krisis dalam hal *human relations*, publik khususnya publik eksternal akan tetap menggunakan jasa PT PLN tersebut. Dengan begitu bukan berarti PT PLN menjadi lepas tangan dalam hal menjaga *human relations*. Apalagi banyak pekerja *human relations* yaitu praktisi *Public Relations* atau humas BUMN PT PLN yang mempunyai latar belakang pendidikan *non Public Relations/kehumasan* seperti pada PT PLN Kota Malang yang dikhawatirkan bekerja dengan tidak maksimal. Maka dari itu di sini peneliti memilih PL PLN Kota Malang sebagai objek penelitian dalam penelitian ini.

Sebaliknya dengan PT POS Indonesia, yang sempat terpuruh karena kemajuan teknologi dan banyaknya pesaing di dunia pengiriman jasa. Untuk menghadapi keterpurukan tersebut, PT POS sudah mulai berbenah dengan melebarkan sayap program-program layanannya yang inovatif ditengah-tengah masyarakat luas. Salah satu strategi yang digunakan untuk menginformasikan beberapa perkembangan dan inovasi yang dilakukan oleh PT Pos Indonesia tersebut me-lalui kegiatan *human relations*. Sehingga di sini kinerja praktisi *Public Relations* selaku pekerja utama dalam kegiatan *human relations* sangat diperlukan agar publik dapat mengetahui kiprah perusahaan yang positif. Apalagi pada PT POS Kota

Malang memperkerjakan seorang praktisi *Public Relations* yang mempunyai latar belakang pendidikan *non Public Relations* dengan pendidikan terakhir S2. Walaupun begitu, latar belakang pendidikan *public relations* yang tidak sesuai dengan bidang pekerjaannya dikhawatirkan tidak dapat menjalankan fungsinya secara maksimal, yang dapat berpengaruh terhadap kegiatan *human relations* pada BUMN tersebut.

Melihat realitas dan adanya perbedaan karakter perusahaan dan latar belakang pendidikan *public relation* yang berbeda dari kedua BUMN tersebut yaitu PT PLN dan PT POS Malang yang mampu mewakili beberapa karakter BUMN yang ada di kota Malang.

Mengapa BUMN menempatkan Praktisi *Public Relations* yang bukan berlatar belakang pendidikan *Public Relations*?

Bagaimana kinerja praktisi *Public Relations* yang berlatar belakang pendidikan *non Public Relations* dalam implementasi *Human relations*?

Menurut Jackson, Schuler and Werner (2009: 77-79), saat menilai kinerja tugas dan anggota perusahaan, perusahaan dapat menggunakan tiga tipe kriteria kinerja, yaitu (1) Kepribadian, fokus pada karakteristik personal, seperti kesetiaan, keandalan, kemampuan berkomunikasi dan kepemimpinan. (2) Perilaku, fokus pada bagaimana kerja mereka dilaksanakan. Kriteria perilaku dapat dimasukkan dalam perilaku yang berdasarkan tugas atau hitungan perilaku secara umum, seperti ketidakhadiran, kelambatan, kecerobohan. (3) hasil objektif, fokus pada apa dan bagaimana pekerjaan diselesaikan dan dihasilkan.

Menurut Muchlas (2006) terdapat 3 macam teori yang mendukung teori karakteristik pekerjaan ini antara lain: (1) Persyaratan tugas: model karakteristik pekerjaan dan ciri persyaratan tugas dalam organisasi itu. (2) Jumlah produk yang dihasilkan dalam waktu tertentu dibandingkan dengan hasil yang seharusnya dicapai sesuai standar atau dibandingkan dengan hasil pekerjaan orang lain. (3) Penilaian jumlah pekerjaan dilakukan menggunakan indikator: umpan balik dari rekan, atasan, bawahan, orientasi

waktu dan menghargai produk dengan insentif yang sewajarnya, (Jain, 2006). (4) Pemenuhan standar kerja: Brocklesby, J. And Cummings yang dikutip dalam Eriyatno (2006) menyebutkan pemenuhan standar kerja merupakan proses menghasilkan suatu kegiatan yang berjalan sempurna, seluruh pekerjaan dilaksanakan secara rapi, sempurna, dapat diterapkan dan akurat. Indikator yang dapat dipakai untuk menilai pemenuhan standar kerja dapat dinilai dari mutu pekerjaan dengan cara: selalu menganalisis data, persiapan diri dalam bekerja, motivasi pengembangan diri, patuh pada standar kerja yang ditetapkan, rapi, tertib, tidak menghindari umpan balik, puas dengan perencanaan yang dapat dikerjakan dan berusaha menjadi yang terbaik.

Public Relations

Peran yang melekat pada PR, dapat dibedakan menjadi 2 kelompok besar yaitu, Peran Manajerial dan Peran Teknisi Komunikasi (Dozier and Broom, 1986). Penjabaran dari keduanya yaitu:

1. Peran *Manajerial Expert prescriber*, yaitu peran PR yang diakui sebagai ahli sehingga dipercaya untuk memberikan solusi bagi setiap masalah.
2. *Communication Facilitator*, yaitu peran yang memfasilitasi komunikasi antara organisasi dengan publiknya
3. *Problem solving facilitator*, di sini PR berperan untuk memfasilitasi proses pemecahan masalah antara organisasi dengan publiknya.
4. Peran Teknisi Komunikasi, PR melakukan tugas-tugas yang terkait dengan kemampuan komunikasi secara teknis.

Menurut Cutlip, Center dan Broom (2000:31-32), ada sepuluh kategori yang mengikhtisarkan pekerjaan spesialis *Public Relations*, yaitu 1) Menulis dan menyunting, 2) Menjadi penghubung media dan pemuatan, 3) Melakukan penelitian, 4) Mengatur manajemen dan administrasi, 5) Melakukan konseling, 6) Menyelenggarakan kegiatan khusus, 7) Berpidato, 8) Berproduksi, 9) Memberi Pelatihan dan 10) Melakukan Kontak.

Menurut Jefkins (1988) yang dikutip oleh Soemirat&Ardiyanto (2003: 159-162), terdapat lima persyaratan mendasar bagi seorang yang berprofesi *Public Relations*, yaitu:

1. *Ability to Communicate* (kemampuan berkomunikasi)

Mampu berkomunikasi dengan baik terhadap orang yang memiliki aneka ragam karakter. Itu berarti harus mampu dan mau berusaha memahami serta terkadang berusaha untuk bersikap setoleran mungkin kepada setiap orang yang dihadapinya tanpa harus menjadi penakut atau penjilat (Jefkins, 1995:21)

2. *Ability to Organize* (Kemampuan Mengorganisasikan)

Kemampuan mengorganisasikan dapat diartikan sebagai kemampuan manajerial, yang dapat mengelola program PR mulai dari *fact finding* (pengumpulan data), *planning* (perencanaan), *communicating* (mengkomunikasikan program) dan *evaluating* (evaluasi program).

3. *Ability to get on with people* (Kemampuan bergaul atau membina relasi)

Kemampuan ini dapat diartikan sebagai kemampuan menciptakan *networking* (jaringan) dengan berbagai pihak yang berkaitan dengan organisasi/perusahaan atau kegiatan PR itu sendiri. Berbagai unsur publik tentunya menciptakan hubungan yang lebih dalam dan akrab sehingga para relasi ini dapat mendukung berbagai program PR. Dalam membina relasi ini pun tentunya terjalin *take and give* antara keduanya dan terjadi hubungan yang sinergi antara PR dan berbagai unsur publik ini, yang tetap berlandaskan integritas profesi.

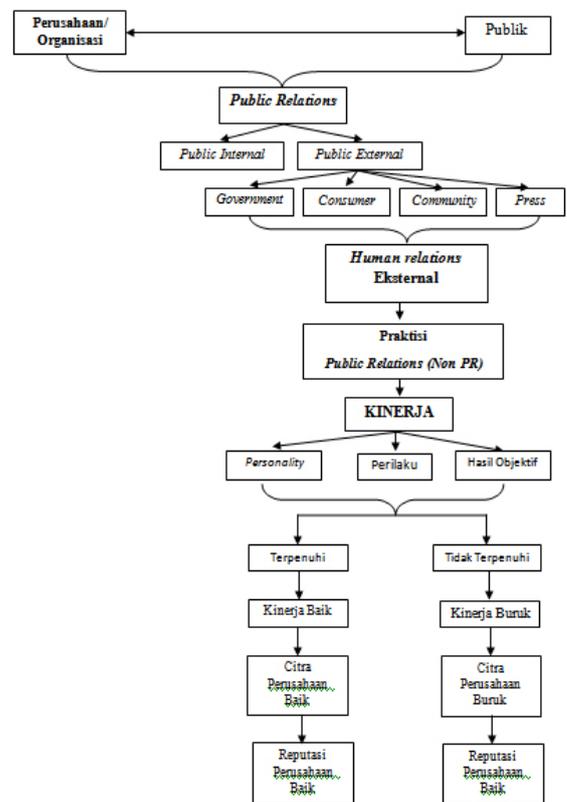
4. *Personal Integrity* (Berkepribadian utuh/jujur)

Kejujuran harus tetap melandasi seseorang yang menjadi profesi apapun, termasuk *Public Relations*, karena aspek ini yang dapat membentuk kredibilitas (kepercayaan) orang lain terhadap PRO atau

perusahaan tempat di mana PRO itu bekerja. Banyak kasus yang mengakhiri kredibilitas seseorang dalam berbagai profesi, termasuk profesi PR karena melupakan kejujuran.

5. *Imagination* (memiliki imajinasi yang kuat)

Profesi PR haruslah seseorang yang penuh dengan gagasan atau ide-ide, mampu memecahkan problem yang dihadapi, mampu menyusun rencana yang orisinal dan dapat mengembangkan imajinasi untuk melahirkan kreativitas-kreativitas kerjanya. Kreativitas ini bisa mencakup berbagai kegiatan seperti mengelola berbagai *special events* PR (pameran, workshop, seminar, *press conference* dan lain-lain), pembuatan *house journal* (media penerbitan PR), krisis manajemen dan lain sebagainya. Semua itu diperlukan pengamatan yang tajam, persepsi yang baik, serta pemikiran yang orisinal dan perhatian penuh dalam mencari peluang-peluang. Semua harus dalam kaitan pola komunikasi. (Jefkins, 1988: 36-39)



Gambar 1 Alur Pemikiran

METODE

Penelitian ini berlokasi di dua BUMN kota Malang yaitu PT. Pos Malang dan PT. PLN Malang. PT POS Malang berlokasi di Jalan Merdeka Selatan no 5, sedangkan PT PLN bertempat di Jalan Basuki Rahmad 100 Malang. Peneliti memilih dua lokasi penelitian tersebut karena kedua BUMN tersebut mempunyai praktisi *Public Relations* yang sesuai dengan kriteria informan dalam penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dengan desain multikasus. Penerapan desain multi-kasus dimulai dari kasus tunggal terlebih dahulu, kemudian dilanjutkan pada kasus kedua. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan berbagai sumber data yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif dari berbagai aspek yang berhubungan dengan kinerja praktisi *Public Relations* (yang memiliki latar belakang pendidikan *non Public Relations*) dalam kegiatan *human relations*. Desain studi multikasus dilakukan sebagai upaya pertanggungjawaban ilmiah berkenaan dengan kaitan logis antara fokus penelitian, pengumpulan data yang relevan, dan analisis data hasil penelitian.

Fokus yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah: pertama, untuk mengetahui eksistensi praktisi *Public Relations* yang berlatar belakang pendidikan *non Public Relations* dalam implementasi kegiatan *Human relations*, dengan beberapa fokus yang dapat dijadikan batasan (a) Seberapa besar peranan dan keaktifan praktisi *Public Relations* dalam menjalankan tugas *human relations*nya sehingga diakui keberadaannya di dalam BUMN tersebut.

Kedua penelitian ini fokus pada beberapa alasan perusahaan menempatkan Praktisi *Public Relations* yang bukan berlatar belakang pendidikan *Public Relations* pada perusahaannya berupa batasan sebagai berikut,

(a) Alasan dari pihak BUMN menempatkan seorang praktisi *Public Relations* yang tidak memiliki latar belakang pendidikan *Public Relations* dan (b)Harapan pihak BUMN terhadap praktisi *Public Relations* (yang tidak memiliki latar belakang pendidikan *Public Relations*) terhadap kinerja *Public Relations* tersebut.

Fokus yang terakhir pada kinerja praktisi *Public Relations* yang memiliki latar belakang pendidikan *non Public Relations* berupa, (a) Indikator penilaian kinerja praktisi *public relations* dalam kegiatan *human relations* (b) Pengaruh latar belakang pendidikan pada praktisi *Public Relations* tersebut dalam menjalankan kegiatan *human relations*.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara mendalam (*Depth Interview*) sebagai teknik pengumpulan data utama. Sebagai pendukung dan pelengkap informasi dan data yang diperlukan dalam penelitian, peneliti juga melakukan observasi dan dokumentasi.

Penelitian ini menggunakan dua analisis data, yaitu analisis data kasus individu dan analisis data lintas kasus. Analisis data dalam kasus individu adalah analisis data tiap BUMN yang dijadikan studi kasus penelitian yaitu PT PLN (Persero) Area Malang dengan PT POS Malang. Dalam analisis data kasus individu tersebut, peneliti menyajikan dalam bentuk narasi mengenai temuan penelitian di masing-masing BUMN. Selanjutnya peneliti melakukan analisis data lintas kasus. Analisis data lintas kasus dimaksudkan sebagai proses memadukan temuan yang diperoleh dari masing-masing kasus. Dalam analisis data lintas kasus yang bersifat deskriptif eksplanatif, prosedur yang tepat menurut Yin (2002) adalah dengan pembuatan penjelasan yaitu diarahkan untuk menjelaskan fenomena yang berarti menetapkan serangkaian keterkaitan kausal mengenai fenomena dan pembuatan penjelasan dalam bentuk naratif yang mencerminkan bentuk proposisi yang relevan.

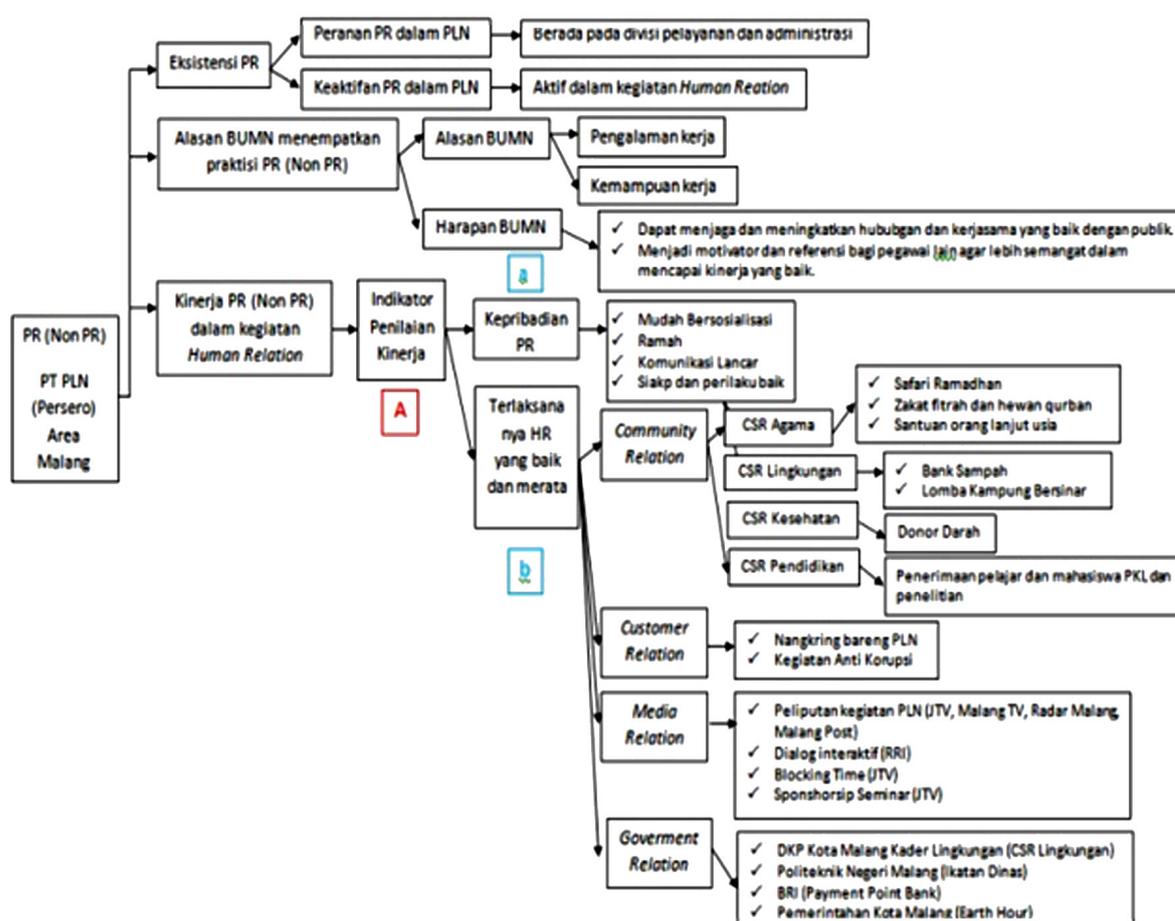
HASIL DAN PEMBAHASAN

Eksistensi Praktisi *Public Relations* Berdasarkan Latar Belakang Pen-didikan *non Public Relations* Dalam Implementasi Kegiatan *Human Re-lations*.

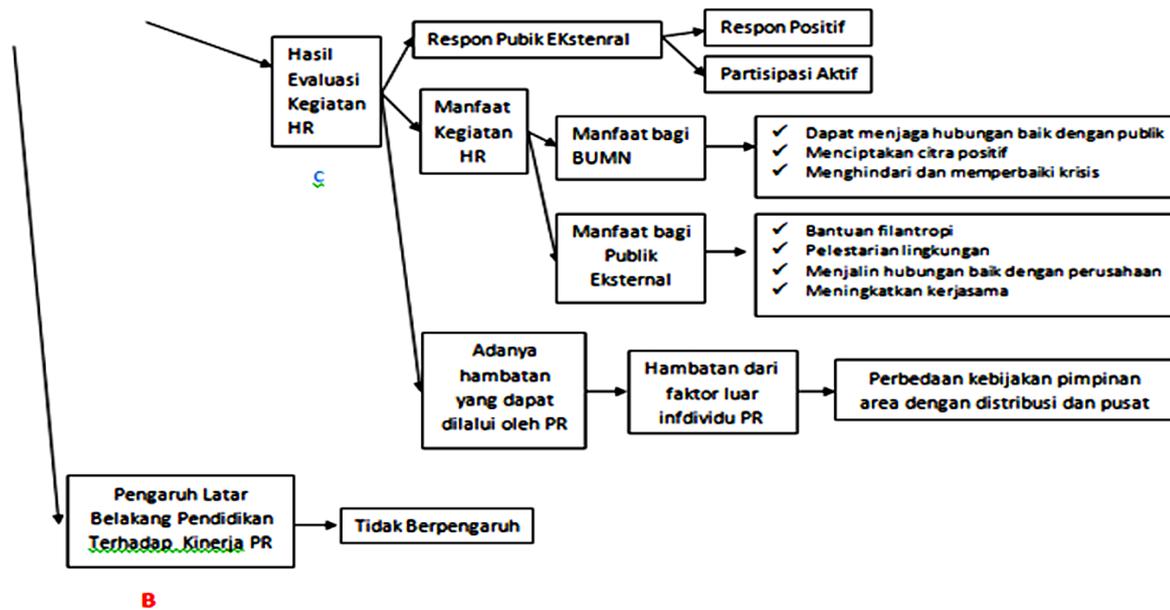
Eksistensi praktisi *public relations* pada PT PLN (Persero) Area Malang dan PT POS (Persero) Area Malang didapatkan mempunyai peranan yang fungsional. Walaupun kedua praktisi *public relations* tersebut tidak berada di bawah divisi khusus *Public Relations* / Humas tetapi keberadaan *public relations* pada BUMN tersebut diakui dan mempunyai peranan yang sesuai dengan fungsinya.

Dari hasil penelitian, peranan fungsional tersebut terbukti di mana praktisi *Public Relations* pada kedua BUMN tersebut menjalankan peranannya sesuai dengan peran *Public Relations* menurut Dozier dan Broom (1986) yaitu Peran Manajerial dan Peran Teknisi Komunikasi. Kedua peran tersebut dibagi menjadi peran *manajerial expert prescriber, communication facilitator, problem solving facilitator* dan peran teknisi komunikasi.

Peranan fungsional kedua praktisi *public relations* ditunjukkan dengan adanya keaktifan praktisi *public relations* dalam semua kegiatan *human relations* seperti *community relations, customer relations, goverment relations dan media relations*. Semua kegiatan *human relations* tersebut menjadi tugas pokok dari kedua praktisi.



Gambar 2. Hasil Temuan Penelitian pada PT PLN (Persero) Area Malang



Gambar 3. Hasil Temuan Penelitian pada PT POS (Persero) Area Malang

Alasan BUMN Menempatkan Praktisi *Public Relations* yang mempunyai Latar Belakang Pendidikan *non Public Relations*.

PT PLN (Persero) Area Malang mempunyai pertimbangan yang kuat menempatkan Bapak Budi Hartono sebagai praktisi *public relations* dikarenakan pengalaman kerja di PT PLN selama 23 tahun dan kemampuan kerja yang sudah terlihat dan dipercaya oleh pimpinan. Sedangkan pada PT POS (Persero) Area Malang pertimbangan tersebut berasal dari hasil tes ujian masuk yang diselenggarakan oleh pihak POS sendiri. Pada tahun 2008, Bapak Iwan Sulistyio memperoleh nilai terbaik dalam ujian masuk pegawai tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara, dalam menempatkan praktisi *public relations*nya, kedua BUMN tersebut tetap memperhatikan dan menerapkan persyaratan mendasar yang harus dimiliki oleh calon praktisi *public relations* yaitu kemampuan berkomunikasi, kemampuan mengorganisasikan, kemampuan bergaul dan membina relasi, berkepribadian utuh/jujur dan memiliki imajinasi yang kuat. Kelima persyaratan tersebut diakui kedua pihak BUMN terdapat pada kedua praktisi *public relations* tersebut.

Keputusan yang dibuat oleh masing-masing BUMN dalam menempatkan praktisi *public relations* yang berlatar belakang

pendidikan *non public relations* diakui bukan menjadi permasalahan, atau meremehkan jurusan ilmu komunikasi/*Public relations* itu sendiri. Tetapi keputusan tersebut diakui pihak BUMN sebagai keputusan terbaik yang berlandaskan pada pertimbangan khusus dan penilaian yang sesuai dengan persyaratan seorang calon praktisi *public relations*. Menurut pihak BUMN, praktisi *public relations* dapat memperoleh informasi, pengalaman, dan ketrampilan yang lebih seiring dengan berjalannya pekerjaan.

Kinerja Praktisi *Public Relations* yang Mempunyai Latar Belakang Pendidikan *non Public Relations* dalam Implementasi Kegiatan *Human Relations*.

Dari hasil penelitian didapatkan bahwa indikator penilaian kinerja yang ditetapkan oleh pihak PT PLN (Persero) Area Malang dan PT POS (Persero) Area Malang pada praktisi *public relations* berupa kepribadian yang baik. Penilaian kinerja berdasarkan pada kepribadian ini sesuai dengan kriteria kinerja menurut Jackson, Schuler dan Werner yaitu faktor *personality*. Faktor *personality* merupakan faktor yang terdapat pada karakter individu dari praktisi *Public Relations* tersebut. Kepribadian praktisi *public relations* berupa ramah, mudah bersosialisasi, komunikasi lancar, sikap dan

perilaku baik menentukan kinerja seorang praktisi *public relations*. Menurut kedua pihak BUMN, kedua praktisi *public relations* tersebut jika dilihat dari faktor kepribadian mempunyai kepribadian yang baik.

Penilaian kinerja juga dilihat dari terlaksananya atau pencapaian kegiatan *human relations* yang baik dan merata. Pencapaian kegiatan *human relations* tersebut terbukti dari hasil penelitian, di mana kedua praktisi *public relations* melaksanakan beberapa kegiatan *human relations* yang mencakup seluruh publik eksternal. Seperti *customer relations*, *community relations*, *government relations* dan *media relations*. Dari masing-masing kegiatan *human relations* tersebut terdapat beberapa kegiatan yang sudah dilaksanakan oleh praktisi *public relations* dengan baik dan merata. (Detail kegiatan *human relations* ada di gambar 2 dan 3)

Penilaian kinerja dari pihak BUMN terhadap kinerja praktisi *public relations* juga dilihat dari hasil evaluasi kegiatan *human relations* yang baik. Berdasarkan hasil penelitian, hasil evaluasi ditunjukkan dengan adanya respon yang positif dan partisipasi aktif dari publik eksternal, manfaat yang diperoleh dari kegiatan *human relations*, dan berbagai hambatan yang dapat dilalui dengan baik sehingga kegiatan *human relations* berhasil.

Indikator penilaian kinerja berupa pencapaian kegiatan yang merata dan hasil evaluasi yang baik tersebut merupakan hasil objektif yang dicapai oleh kedua praktisi *public relations*, sesuai indikator kinerja menurut Jackson, Sculer dan Werner. Dari hasil analisis data lintas kasus di atas, didapatkan bahwa kinerja praktisi *public relations* pada PT PLN (Persero) Area Malang dan PT POS (Persero) Area Malang mempunyai kinerja yang baik. Hal ini dapat dilihat dari beberapa indikator penilaian kinerja dari BUMN yang dapat dipenuhi dengan baik oleh kedua praktisi *public relations* tersebut. Ukuran kinerja baik menjadi keputusan dari pihak SDM BUMN dikarenakan kedua praktisi *public relations* tersebut mampu menjalankan kegiatan *human relations* dengan baik walaupun

masih terdapat beberapa masalah yang sempat menjadi hambatan kedua praktisi *public relations* pada beberapa kegiatan *human relations*nya. Tetapi kedua praktisi *public relations* tersebut mampu mengatasi hambatan yang muncul, sehingga kegiatan *human relations* tetap dapat terlaksana dengan baik.

Berbeda lagi jika dalam menjalankan kegiatan *human relations*, tidak ditemukan adanya hambatan sama sekali, sehingga dapat dikatakan bahwa kedua praktisi *public relations* pada PLN (Persero) Area Malang dan PT POS (Persero) Area Malang memiliki kinerja yang sangat baik. Sedangkan kinerja cukup baik akan disandang oleh praktisi *public relations* jika dalam menjalankan kegiatan *human relations* tersebut tidak mampu memenuhi semua indikator penilaian kinerja yang ditetapkan oleh BUMN. Kinerja buruk akan didapatkan oleh praktisi *public relations* jika hampir semua indikator penilaian kinerja tidak dipenuhi, sehingga kegiatan *human relations* tidak ada yang dapat berjalan dengan baik, yang akhirnya akan sering menimbulkan krisis dan akan berdampak buruk bagi citra dan reputasi BUMN.

Penyusunan Proposisi

1. Eksistensi praktisi *public relations* ditentukan oleh kualitas peran fungsional yang dijalankan.
2. Penempatan praktisi *public relations* ditentukan oleh aspek kompetensi dan pengalaman kerja pegawai.
3. Kinerja praktisi *public relations* tidak berpengaruh dengan latar belakang pendidikan tetapi oleh kepribadian, pemerataan kegiatan *human relations* dan hasil evaluasi kegiatan *human relations*.

Dari tiga proposisi minor di atas, maka peneliti membuat proposisi mayor sebagai berikut:

Eksistensi praktisi *public relations* ditunjukkan dengan peran fungsional yang dijalankan, di mana peran fungsional tersebut ditunjukkan dengan kinerja yang baik berupa terpenuhinya kepribadian baik, pemerataan

human relations dan hasil evaluasi yang baik yang akhirnya akan menghasilkan kompetensi dan pengalaman kerja.

SIMPULAN

Praktisi *Public Relations* PT PLN (Persero) Area Malang dan PT POS (Persero) Area Malang mempunyai eksistensi yang kuat dalam BUMN yang ditunjukkan dengan adanya peranan yang fungsional dan keaktifan dalam kegiatan *human relations* walaupun kedua praktisi tersebut tidak mempunyai latar belakang pendidikan *Public Relations* atau ilmu komunikasi.

Pihak SDM (Sumber Daya Manusia) PT PLN (Persero) Area Malang dan PT POS (Persero) Area Malang mempunyai pertimbangan yang kuat dalam menempatkan praktisi *Public Relations*. Pertimbangan tersebut disesuaikan dengan kondisi di masing-masing BUMN. Untuk pegawai lama yang menjadi pertimbangan kuat adalah pengalaman bekerja dan kemampuan yang sudah terlihat oleh pimpinan, sedangkan untuk pegawai baru pertimbangan kuat berdasarkan hasil tes ujian masuk pegawai. Pertimbangan-pertimbangan tersebut menjadi alasan yang kuat pihak BUMN menempatkan praktisi *Public Relations* nya.

Kinerja praktisi *Public Relations* PT PLN (Persero) Area Malang dan PT POS (Persero) Area Malang masuk dalam kategori baik karena kedua praktisi tersebut dapat memenuhi beberapa indikator yang diajukan oleh BUMN yaitu kepribadian praktisi *Public Relations* yang baik, pencapaian kegiatan *human relations* yang merata ke seluruh publik eksternal dan hasil evaluasi dari kegiatan *human relations* yang berupa respon yang positif dari publik eksternal, manfaat yang diperoleh BUMN dan publik eksternal dari kegiatan *human relations* dan hambatan yang dapat diatasi oleh praktisi *Public Relations*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro & Soemirat, Soleh. 2003. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Cutlip, Scott M; Center, Allen H & Broom, Glen M. 2000. *Effective Public Relations: Eight Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Faisal, Sanapiah. 1990. *Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar dan Aplikasi*: Malang.
- Jackson, E Susan; Schuler, Randall S & Werner, Steve. 2009. *Managing Human Resources*. Singapore: Cengage Learning Asia.
- Jefkins, Frank. 2004. *Public Relations*: Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Ruslan, Rosady. 2010. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Yin, Robert. 2012. *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Andayani, Sri Widowati. 2011. *Praktisi perempuan Public Relations di Yogyakarta (studi peranan dan kendala praktisi Public Relations perempuan dalam menjalankan kinerjanya)*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Ariyanto, Bambang Imam. 2012. *Optimalisasi kinerja humas dalam menyampaikan pesan-pesan pembangunan nasional guna meningkatkan ketahanan nasional*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Lasape, Samad. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik dengan judul Peranan Human relations dalam Menunjang Kinerja Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sulawesi Utara*. Manado. BPPKI.
- Luhukay, S Marsefio. 2007. *Presiden SBY dan Politik Pencitraan: Analisis Teks Pidato Presiden SBY dengan*

- Pendekatan Retorika Aristoteles. Jurnal Ilmiah SCRIPTURA ISSN 1978-385X . Vol. 1 No.2 Juli 2007 hal 3.
- Nugraheni, Fitria dan Wijayanti, Yulia Ratna. 2009. Pengaruh keadilan distributive dan keadilan procedural terhadap kinerja: studi kasus pada akademisi universitas muria kudus. Summary hasil penelitian dosen muda yang dibiayai dikti.
- Pratama, Jaya. 2008. Tinjauan Kegiatan Kehumasan Di Pusat Teknologi Bahan Bakar nuklir Untuk Jabatan Fungsional Pranata Humas Tingkat Terampil. No. 01/ Tahun I. April 2008. ISSN 1979-2409.
- Sulistyaningtyas, Ike Dev. 2007. Peran Strategis *Public Relations* di Perguruan Tinggi. Volume 4. Nomor 2. Desember 2007. Hal 8-9.