

**TINJAUAN HUKUM DAN ETIKA DALAM
HUBUNGAN KEHUMASAN DI
PT. PLN (Persero) WILAYAH SULAWESI SELATAN
DAN TENGGARA**



PERPUSTAKAAN PUSAT UNIV. HASANUDDIN	
Tgl. Terima	29-01-04
Asal Dari	Hukum
Banyaknya	1 (satu) copy
Harga	Gratis
No. Inventaris	04029-
No. Stiker	17992

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Hukum Pada Fakultas Hukum
Universitas Hasanuddin
Makassar

OLEH

**SITTI RAHMAWATI
B111 00 812 - 1**

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2003**



PERSETUJUAN KONSULTAN

Diterangkan bahwa skripsi dari :

Nama : SITTI RAHMAWATI

Nomor Pokok : B.111 00 812-1

Bagian : Hukum Perdata

Judul : Tinjauan Hukum Dan Etika Dalam Hubungan Kehumasan
Di PT.PLN (Persero) Wilayah Sulselra.

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dalam Ujian Skripsi.

Makassar, Desember 2003

Pembimbing I



Musakkir, S.H., M.H
NIP. 131 876 807

Pembimbing II



M. Arfin Hamid, S.H., M.H
NIP. 132 086 817

PERSETUJUAN MENEMPUH UJIAN SKRIPSI

Diterangkan bahwa skripsi dari :

N a m a : ST. RAHMAWATI
Nomor Pokok : B11100812
Program : Strata Satu (S1)
Fakultas : H u k u m
J u d u l : TINJAUAN HUKUM DAN ETIKA DALAM HUBUNGAN DI
PLN. (Persero) WILAYAH SULSELRA

Telah diterima dan disetujui oleh pimpinan Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin Makassar untuk diajukan dalam ujian skripsi.

Makassar, Desember 2003



[Handwritten Signature]
Muhammad Ashri, S.H., M.H.
NIP. 131862972

PENGESAHAN

Diterangkan bahwa skripsi dari :

Nama : SITTI RAHMAWATI
Nomor Pokok : B.111 00 812-1
Bagian : Hukum Perdata
Fakultas : Hukum, Universitas Hasanuddin
Judul : TINJAUAN HUKUM DAN ETIKA DALAM HUBUNGAN KEHUMASAN DI PT. PLN (PERSERO) WILAYAH SULAWESI SELATAN DAN TENGGARA

Telah dipertahankan dihadapan Panitia Ujian Skripsi dengan susunan panitia sebagai berikut :

Ketua : Dr. H. Syamsul Bachri, S.H, M.H.
Sekretaris : Achmad, S.H, M.H.
Penguji : 1. Dr. M. Guntur Hamzah, S.H, M.H.
2. H. Mustafa Bola, S.H, M.H.
3. Hasbir, S.H, M.H.
Konsultan : 1. Musakkir, S.H, M.H.
2. M. Arfin Hamid, S.H, M.H.

Makassar, 15 Desember 2003

Panitia Ujian Skripsi

Ketua



Dr. H. Syamsul Bachri, S.H, M.H.
NIP. 130936997 /

Sekretaris



Achmad, S.H, M.H.
NIP. 132064161

ABSTRAK

Sitti Rahmawati, B11100812-1 "Tinjauan Hukum dan Etika dalam Hubungan Kehumasan di PT. PLN (Persero) Wilayah Sulawesi Selatan dan Tenggara" di bawah bimbingan Musakkir, S.H., M.H selaku pembimbing I dan Muh. Arfin Hamid, S.H., M.H selaku pembimbing II.

Penelitian bertujuan untuk mengetahui lebih jelas bagaimana hubungan pejabat humas dengan pers, mengetahui bagaimana aspek hukum dari Humas dalam Hukum Perdata dan mengetahui aspek hukum bidang kehumasan itu sendiri sebab masyarakat perlu mengetahuinya agar diperoleh suatu kepercayaan dan citra yang positif terhadap Pejabat Humas tersebut.

Lokasi penelitian adalah PT. PLN (Persero) Wilayah Sulawesi Selatan dan Tenggara dengan pertimbangan bahwa PT. PLN (Persero) Wilayah Sulawesi Selatan dan Tenggara sebagai salah satu BUMN yang langsung berhubungan dengan masyarakat umum, khususnya dalam penggunaan listrik di dalam kehidupan sehari-hari tentu akan tetap menemukan konflik. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui Penelitian Pustaka (*Library Research*) dan wawancara (*interview*) dengan staf yang berkompeten di bagian hukum dan kehumasan.

Hasil penelitian yang diperoleh bahwa Pejabat Humas dengan pers mempunyai saling ketergantungan akan tetapi untuk pers tetap harus memiliki batasan yang sangat kuat dalam penulisan berita dengan adanya Kode Etik Jurnalistik (KEJ). Menurut Hukum Perdata, buku III dalam hal menyangkut tanggungjawab konsultan jasa kehumasan terhadap tindakan atau non tindakan dari tenaga profesional yang dipekerjakan di lingkungan perusahaan bersangkutan yaitu risiko harus diberikan pada kliennya. Dalam bidang kehumasan dibangun rasa tanggungjawab yang hendak dicapai dan dikembangkan melalui kode etik sebagai salah satu refleksi bentuk tanggungjawab dan ditunjang dengan moral yang baik serta aspek-aspek hukum yang mengatur fungsi dan tugasnya.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah,dengan puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah,SWT yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat akademis yang diwajibkan bagi mahasiswa dalam rangka penyelesaian studi di Fakultas Hukum Program Non Reguler Universitas Hasanuddin.

Penulis skripsi ini dilakukan sepenuhnya oleh penulis dengan segala kemampuan dan kesungguhan hati,namun penulis menyadari sebagai manusia biasa yang memiliki keterbatasan tentunya masih jauh dari kesempurnaan.Untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun guna perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada Ayahanda **DRS. L MASDAY** tercinta dan Mamaku tersayang **ROSMIATY** (alm) atas segala yang telah diberikan kepada penulis baik berupa perhatian,kasih sayang dan telah mengasuh,mendidik dan membiayai penulis sehingga dapat menyelesaikan studi di Perguruan Tinggi.

Serta terimakasih pula penulis ucapkan kepada saudara-saudaraku tercinta:

St Halimah, AMD ,Ahmad Masday, SH.MH ,St Aminah,AMG yang telah memberikan dorongan untuk memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Pada bagian ini pula penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Musakkir ,SH.MH selaku Pembimbing I dan Bapak M.Arfin Hamid ,SH.MH selaku Pembimbing II atas segala petunjuk dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis dalam rangka penyelesaian skripsi ini.

Penulis juga menyampaikan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat :

1. **Bapak Abd.Razak, SH.MH** selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin atas segala yang bantuan yang telah diberikan.
2. **Bapak Muh.Ashri, SH.MH, Bapak Musakkir, SH.MH, Bapak Faizal Abdullah, SH.MSi** masing-masing selaku Pembantu Dekan I, Pembantu Dekan II dan Pembantu Dekan III Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin atas segala bantuan yang telah diberikan.
3. Para Dosen Fakultas Hukum Program Non Reguler Universitas Hasanuddin yang telah memberikan ilmu kepada penulis.
4. Seluruh staf Fakultas Hukum Program Non Reguler Universitas Hasanuddin yang telah memberikan pelayanannya kepada penulis.
5. Seluruh mahasiswa Fakultas Hukum Program Non Reguler Universitas Hasanuddin khususnya angkatan 2000 Awal, special for Kak Rahma atas segala bantuan dan kebersamaannya.
6. Seluruh teman-teman **KKN-PH ANGK VIII 2003 POLSEKTA LAU** dan seluruh teman-teman posko lain Di Posko Bantimurung dan Posko Mandai...
You all my friends.

7. Terima kasih pula buat teman-temanku Tuti, Yani, Eka, K' Nila, Dita, Nuphe, Wira, Ochi dan special thanks for K' Wiwi n' K' Upi atas semua bantuannya.

Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak dengan memohon kehadiran Allah, SWT semoga kita diberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya. Amin.

Makassar , Desember 2003

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN KONSULTAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN UNTUK MENGIKUTI UJIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Pengertian, Fungsi dan Tujuan Hubungan Masyarakat	9
2.2 Sistem dan Proses Kerja Hubungan Masyarakat	22
2.3 Pemahaman Hukum dan Etika	32
2.4 Media Yang Digunakan Oleh Hubungan Masyarakat	37
BAB 3 METODE PENELITIAN	43
3.1 Lokasi Penelitian	43
3.2 Jenis dan Sumber Data	44
3.3 Teknik Pengumpulan Data	44
3.4 Analisis Data	45

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Hubungan Pejabat Humas dan Pers	46
4.2 Aspek Hukum Dari Hubungan Masyarakat Dalam Hukum Keperdataan	53
4.3 Aspek Hukum Bidang Kehumasan	63
BAB 5 PENUTUP	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Keadaan masyarakat modern sekarang sudah jauh berlainan dengan masyarakat zaman dahulu komunikasi yang serba cepat membuat badan-badan dalam masyarakat tergantung satu sama lain. Petugas Humas suatu badan/lembaga akan berusaha terus menerus untuk mencapai pendapat umum yang baik terhadap badan/lembaga dimana mereka bekerja.

Dengan perkembangan teknologi maka komunikasi berkembang begitu pesat dan telah membawa dan telah membawa konsekuensi dimana dunia kian hari kian sempit. Dalam situasi seperti ini hampir setiap negara berusaha menyebarkan informasi.

Di dalam situasi dimana masyarakat makin tinggi tingkat pendidikannya dan makin terbuka dari berbagai pengaruh dari luar sebagai akibat globalisasi, maka pemerintah memerlukan adanya petugas hubungan masyarakat yang biasa disebut Humas / Public Relations yang profesional yakni mereka yang bisa memelihara nama baik pemerintahannya secara terus menerus.

Dengan situasi dimana dunia penuh pergolakan, setiap negara bersaing secara ketat untuk memperoleh mitra kerjasama. Dengan demikian

kegiatan Kehumasan seperti ini dijalankan oleh banyak negara melalui kedutaannya dengan menyewa lembaga-lembaga konsultan Kehumasan (Public Relations Consultant) untuk mengkomunikasikan negaranya. Dengan demikian humas sangat penting peranannya apakah itu di bidang politik, pemerintahan, ekonomi maupun kerjasama internasional.

Kini cara hidup masyarakat kita makin serba modern dan makin spesialisasi, dimana setiap orang mempunyai kepentingan dan kehendak yang berbeda-beda. Keadaan seperti ini jelas memerlukan keahlian khusus di bidang Kehumasan, bukan saja dalam bidang komunikasi tetapi juga dalam bidang-bidang lainnya.

Dalam kegiatan operasional sehari-hari, fungsi dan tugas sebagai penyandang suatu profesi pejabat humas (Public Retation Officer – PRO) tidak terlepas atau berkaitan dengan etika dan aspek hukum. Sebagai pedoman serta rambu-rambu yang perlu ditaati dan dipatuhi oleh setiap profesi tertentu khususnya ketika melakukan kontak dengan masyarakat lainnya. Misalnya pada saat melakukan komunikasi untuk membangun kesan atau citra yang positif atas nama lembaga atau perusahaan yang diwakilinya melalui pesan yang disampaikan secara lisan atau tertulis kepada masyarakat sarannya.

Dalam hal yang menyangkut kepentingan hukum, baru dikenal 5 jenis kelompok penyanggah suatu profesi tertentu, yaitu profesi kewartawanan, kedokteran, notaris, advokat atau rohaniawan. Mungkin dalam tahap perkembangan berikutnya sesuai dengan kemajuan masyarakat dan memasuki era globalisasi yang dimulai pada tahun 2000, mau tak mau humas akan mempengaruhi perkembangan yang lebih kompleks serta eksistensinya kian meluas diberbagai lapangan kehidupan masyarakat dan di masa mendatang aktivitas dunia usaha lebih meningkat.

Secara garis besar ada hal-hal pokok sebagai penentu berhasil atau tidaknya humas tersebut menjalankan aktivitas, fungsi dan tugasnya sehari-hari yaitu profesionalisme, etika (kode etik), moral dan aspek hukumnya yang akan dijadikan acuan atau patokan. Baik untuk kepentingan pihak perusahaan (lembaga), kelompok dan individual sebagai komunikator atau produsen maupun untuk kepentingan perlindungan hukum bagi khalayak sarannya seperti melalui alat komunikasi, penggunaan jasa pelanggan, pemirsa dan konsumen.

Humas tidak lagi sekedar berkampanye "PR Campaign" untuk promosi atau publikasi yang sifatnya hanya terbatas pada dunia usaha swasta untuk meluncurkan produk baru atau nama pembangunan pada salah satu kontestan tertentu, pemilihan lurah, kampanye penyuksesan

pembangunan maupun pada pemilihan presiden dan wakilnya seperti dilaksanakan di negara-negara maju yang menggunakan teknik kehumasan yang canggih dengan memanfaatkan berbagai peralatan komunikasi serba cepat dan berteknologi.

Oleh karena itu penulis mencoba membahas aspek etika dan hukum yang terkait dalam kehumasan baik secara teori maupun praktek yang ada di dalam hukum keperdataan.

Masalah etika (kode etik) profesi pada tahap perkembangan berikutnya tidak lagi menjadi urusan individual atau hanya berlaku pada kelompok terbatas (komunitas) sebagai penyandang profesi tertentu, tetapi kini mempunyai dimensi yang lebih luas, khususnya pertanggungjawaban yang dikaitkan dengan peraturan atau adat kebiasaan yang berlaku di masyarakat hingga ke satu sistem hukum yang dianut dalam suatu negara. Artinya secara terbatas dalam arti sempit kode etik tersebut merupakan "self imposed regulations" yang harus ditaati atau dipatuhi oleh kelompok dalam wadah profesi terbatas. Tetapi kalau sudah mengadakan kontak sosial, ekonomi dan bisnis dengan masyarakat luas mau tidak mau terjadi hubungan hukum dan berakibat hukum lebih luas.

Kode etik profesi humas yang berlaku tersebut merupakan "piagam moral" bagi penyandang profesi bersangkutan dan sekaligus sebagai

patokan, pedoman atau rambu-rambu untuk mengawasi tindak dan perilakunya yang mengacau kepada subyek atau pelaku PRO di satu pihak. Selain itu, pihak kode etik profesi tersebut juga tertuju kepada “proses” dalam pengambilan keputusan, tanggung jawab, memiliki keterampilan dan persyaratan khusus yang harus dipenuhi dalam menjalankan fungsi dan tugasnya.

Dari pihak masyarakat atau publik tertentu diharapkan melalui kegiatan kehumasan tersebut dapat diperoleh suatu kepercayaan, citra, persepsi dan opini yang positif. Untuk membangun kesan dan citra yang positif maka diperlukan kerja keras melalui upaya pembiasaan hubungan yang terus menerus, melalui kerjasama yang baik dan saling menguntungkan antar kedua belah pihak, saling pengertian dan saling menghargai serta saling toleransi.

Di sini etika sangat diperlukan dan bahkan diperkuat oleh hukum yang mengatur dan menertibkan dalam menjalankan tugas dan fungsi bagi setiap profesi atau bidang tertentu. Kalau tidak manusia bisa saling menjatuhkan dan bersaing dengan menghalalkan berbagai cara untuk mencapai tujuan sepihak, tanpa melihat keseimbangan untuk mencapai tujuan.

Moralitas adalah tradisi kepercayaan dalam agama atau kebudayaan tentang perilaku yang baik dan buruk. Oleh karena itu moralitas memberikan

pada manusia semacam peraturan atau petunjuk dalam bentuk bagaimana seharusnya ia hidup (**das sollen**) untuk dapat bersikap, bertindak dan berperilaku baik mulai dari rumah sampai kantor dan masyarakat. Artinya dalam hati sudah ada niat baik dan budi luhur untuk berbuat sesuatu yang berguna dan bermanfaat baik untuk dirinya, keluarga, perusahaan atau lembaga yang diwakilinya dan masyarakat sekelilingnya sehingga ia ikut berpartisipasi dalam membangun bangsa dan negaranya.

Etika dan etik (kode etik profesi) yang merupakan salah satu cabang ilmu filsafat, lebih banyak menyinggung nilai-nilai atau norma-norma moral yang bersifat menentukan atau sebagai pedoman sikap tindak atau perilaku sebagai seorang yang menyandang suatu profesi tertentu dalam wujud yang lebih konkret atau nyata (**das sein**). Misalnya selaku penyandang suatu profesi dalam melakukan tugas dan fungsinya, tentu ada rambu-rambu yang mengatur mana yang boleh dan mana yang tidak boleh diperbuatnya sesuai dengan kode etik profesi yang mengaturnya.

Hal yang harus diperhitungkan oleh penyandang profesi pejabat humas sebelum terjun sebagai seorang profesional adalah agar selama menjalankan operasional tugas dan fungsi serta profesi akan berjalan lancar atau aman terhadap pelanggaran dan pengklaiman terhadap pihak-pihak yang merasa kurang puas atau tersinggung.

Masalah tersebut di atas bisa berakibat fatal dan meningkat menjadi suatu penghinaan apabila komunikasi yang disampaikan tersebut menyinggung tentang suku, agama, ras, antar golongan dan hal-hal sensitif lainnya yang tabu untuk dijadikan bahan lelucon untuk diperdengarkan di muka umum atau di siarkan secara luas melalui media cetak (tertulis) atau media elektronik.

1.2 Rumusan Masalah

Untuk memudahkan pencapaian maksud dan tujuan penelitian ini, maka perlu dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah hubungan pejabat humas dengan pers ?
2. Bagaimanakah aspek hukum dari humas dalam hukum keperdataan ?
3. Bagaimanakah aspek hukum bidang kehumasan ?

1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dari penulisan ini adalah:

1. Untuk mengetahui lebih jelas bagaimana hubungan pejabat humas dengan pers.

2. Untuk mengetahui bagaimana aspek hukum dari humas dalam hukum keperdataan.
3. Untuk mengetahui bagaimana aspek hukum bidang kehumasan.

Sejalan dengan tujuan tersebut diatas diharapkan hasil penelitian ini akan dapat memberikan manfaat serta kegunaan kepada berbagai pihak antara lain:

1. Sebagai bahan masukan dalam rangka pengembangan ilmu hukum di bidang kehumasan.
2. Sebagai bahan yang dapat menambah pengetahuan bagi mahasiswa dan masyarakat di bidang hukum, khususnya bidang kehumasan.
3. Sebagai bahan bacaan tambahan bagi rekan-rekan mahasiswa Fakultas Hukum yang ingin mengetahui lebih banyak tentang bidang kehumasan yang dilihat dari aspek hukumnya.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Hubungan Masyarakat

Batasan pengertian mengenai Hubungan Masyarakat, menurut para ahli sampai saat ini belum ada satu kesepakatan secara tegas, karena disebabkan yaitu: *pertama*, banyaknya definisi Hubungan Masyarakat yang telah dirumuskan oleh baik para pakar atau ahli, maupun professional Hubungan Masyarakat yang satu sama lain berbeda pendapat tentang Hubungan Masyarakat. Kedua, terjadinya perbedaan batasan pengertian tentang Hubungan Masyarakat tersebut diakibatkan adanya latar belakang yang berbeda, misalnya definisi yang dikemukakan oleh kalangan akademisi perguruan tinggi tersebut akan lain bunyinya dengan apa yang diungkapkan oleh kalangan praktisi. Dan ketiga, kegiatan ke Hubungan Masyarakatan ini bersifat dinamis dan fleksibel terhadap perkembangan dinamika masyarakat serta mengikuti kemajuan zaman, khususnya memasuki era globalisasi saat ini.

Cukup banyak definisi Hubungan Masyarakat yang telah diungkapkan tersebut saling berbeda tetapi pada prinsipnya dan pengertiannya adalah sama.



Untuk dapat memahami pengertian Hubungan Masyarakat lebih luas dan dalam, berikut beberapa definisi Hubungan Masyarakat yang dikemukakan oleh beberapa pakar. Salah satu definisi yang lebih menitikberatkan mengenai praktek Hubungan Masyarakat yang mengacu pada rumusan IPRA (Internasional Public Relations Association).

“Hubungan masyarakat ialah suatu fungsi manajemen yang berlangsung secara terus menerus dan dirancang melalui organisasi-organisasi masyarakat, swasta, lembaga yang berusaha menjalin dan memelihara saling pengertian, simpati, serta dukungan dari siapa saja yang ada kaitannya dengan dirinya melalui informasi, termasuk memperbaiki peraturan-peraturan dan pernyataan-pernyataan yang dirancang untuk mencapai kerjasama serta pemecahan masalah secara efektif untuk kepentingan bersama.” (Adam dan Cangara, 1996:17)

Kemudian Rex Harlow, seorang veteran profesional Hubungan Masyarakat Amerika mengatakan:

“*Public relations* adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerjasama, melibatkan manajemen dalam persoalan/permasalahan, membantu manajemen mampu menangani opini public; 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.” (Ruslan, 1998:17)

Definisi tersebut di atas yang dirumuskan oleh Rex Harlow adalah yang paling lengkap dan akomodatif terhadap perkembangan dan dinamika Hubungan Masyarakat karena ada aspek yang cukup penting dalam

Hubungan Masyarakat yaitu teknik komunikasi dan komunikasi yang sehat dan etis.

Selain itu terdapat definisi yang dikemukakan oleh Marston sebagai berikut:

“Public relations adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara sebuah organisasi demi kepentingan publik dan melaksanakan program kegiatan dan komunikasi untuk meraih pengertian umum dan dukungan publik.” (Effendy, 1993:117)

Untuk menjelaskan definisi Hubungan Masyarakat lebih lanjut ada baiknya dikemukakan juga definisi Hubungan Masyarakat oleh Cutlip dan Center yang mengatakan bahwa:

“Public relations merupakan fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian, pemahaman dan dukungan dari publiknya.” (Ruslan, 1997:6)

Association (IPRA) dinyatakan bahwa berbagai definisi yang dikemukakan oleh para ahli atau pakar Hubungan Masyarakat, walaupun ada perbedaan, tetapi terdapat kesamaan arti, yaitu :

- a. Public Dalam definisi kerja (working definition) oleh International Public Relation relations merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh, goodwill, kepercayaan, saling pengertian dan citra baik dari masyarakat.

- b. Sasaran public relations adalah berupaya menciptakan opini public yang favorable dan menguntungkan semua pihak.
- c. Public relations merupakan unsur yang cukup penting dalam mendukung manajemen untuk mencapai tujuan yang spesifik dari organisasi atau lembaga.
- d. *Public relations* adalah usaha untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara suatu lembaga atau organisasi dengan pihak masyarakat melalui suatu proses komunikasi timbal balik, hubungan yang harmonis, saling mempecayai dan menciptakan citra yang positif.

Dari penjelasan mengenai defenisi Hubungan Masyarakat beserta defenisi kerja oleh IPRA tersebut, dapat diambil intisarinnya sehingga dapat dirumuskan secara sederhana dengan menitikberatkan pada kegiatannya sebagai berikut:

“Hubungan Masyarakat adalah komunikasi dua arah antara organisasi dengan politik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerjasama dan pemenuhan kepentingan bersama.”
(Effendi,1986:31)

Fungsi dan Tujuan Hubungan Masyarakat

1. Fungsi Hubungan Masyarakat

Fungsi atau dalam bahasa Inggris function, bersumber pada perkataan bahasa Latin, *fungtio* yang berarti penampilan perbuatan, pelaksanaan atau kegiatan.

Menurut Ralph Currier dan Allan C. Filley (Ruslan, 1997:9) dikatakan bahwa istilah fungsi tersebut menunjukkan suatu tahap pekerjaan yang jelas dan dapat dibedakan, bahkan terpisah dari tahapan dengan pekerjaan lain. Oleh karena itu, Hubungan Masyarakat dikatakan berfungsi dalam suatu organisasi atau lembaga apabila Hubungan Masyarakat tersebut telah menunjukkan suatu yang jelas dan dapat dibedakan dari kegiatan lainnya.

Dalam konsepnya, fungsi pejabat Hubungan Masyarakat menjalankan tugas dan operasionalnya, baik sebagai komunikator dan mediator, maupun organisator menurut Onong Uchjana Effendy (Ruslan, 1997:9) adalah sebagai berikut:

- a. Menunjang aktivitas manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
- b. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik internal dan publik eksternal.

- c. Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya dan menyalurkan opini kepada organisasi.
- d. Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.
- e. Operasional organisasi Hubungan Masyarakat adalah bagaimana membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya, untuk mencegah terjadinya rintangan psikologis baik yang ditimbulkan pihak organisasi maupun dari pihak publiknya.

Menyinggung mengenai fungsi Hubungan Masyarakat, Bertrand R.Canfield (Siswanto,1992:7), mengemukakan tiga fungsi Hubungan Masyarakat, yaitu:

1. Mengabdikan kepada kepentingan umum (it should serve the public's interest)
2. Memelihara komunikasi yang baik (maintain good communication)
3. Menitikberatkan moral dan tingkah laku yang baik (stress good morals and manners)

Garis besar konsepsi yang diformulasikan oleh Canfield, yang pertama adalah mengenai fungsi Hubungan Masyarakat itu adalah sebagai "Pengabdian kepada kepentingan umum". Pengertian mengabdikan kepada kepentingan umum atau masyarakat adalah suatu perilaku yang positif dan

berminat untuk membantu orang lain atau masyarakat dalam memperoleh manfaat bersama (benefit), apa-apa yang dilakukan oleh Hubungan Masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Selanjutnya ia harus “Memelihara komunikasi yang baik” dan terakhir adalah menitikberatkan moral dan tingkah laku yang baik.

Karena ditekankan pada moral dan tingkah laku yang baik tersebut, pihak pejabat Hubungan Masyarakat itu adalah sebagai wakil dari organisasi yang berhubungan dan mengadakan komunikasi timbal balik dengan publik sasaran atau masyarakat lainnya. Tujuan pokoknya adalah untuk membangun opini, persepsi dan citra baik (good image) bagi perusahaan.

Ketiga konsepsi fungsi Hubungan Masyarakat dari Canfield tersebut di atas apabila dilaksanakan dengan seksama dan konsisten akan memperoleh dorongan yang positif bagi kegiatan dan pencapaian tujuan.

Selain itu, menurut Edward L. Bernay (Ruslan, 1998:19) bahwa Hubungan Masyarakat mempunyai tiga fungsi utama, yaitu sebagai berikut:

1. Memberi penerangan kepada masyarakat.
2. Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung.



3. Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan/lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.

Kemudian menurut pakar Hubungan Masyarakat Internasional, Cutlip & Center, and Canfield yaitu fungsi Hubungan Masyarakat dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama.
2. Membina hubungan yang harmonis antara badan/organisasi dengan pihak publiknya sebagai khalayak sasarannya.
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.

Arti dari pernyataan di atas, yaitu untuk mencapai hubungan yang efektif antara semua pihak dalam suatu instansi/perusahaan maka hubungan itu pertama-tama haruslah acceptable and two ways communication. Jadi

harus dapat diterima semua pihak secara timbal balik, yaitu ke dalam dan ke luar, ke bawah dan ke atas.

2. Tujuan Hubungan Masyarakat

Tujuan sentral Hubungan Masyarakat yang akan dicapai adalah tujuan organisasi, sebab Hubungan Masyarakat dibentuk atau digiatkan guna menunjang manajemen yang berupaya mencapai tujuan organisasi.

Tujuan organisasi yang diperjuangkan oleh manajemen dan ditunjang oleh Hubungan Masyarakat itu bergantung pada sifat organisasi. Tujuan organisasi dalam bentuk perusahaan berbeda dengan organisasi yang berbentuk universitas, berbeda pula dengan organisasi yang berbentuk pemerintah, dan sebagainya.

Sifat organisasi dapat berbeda, tetapi dalam kegiatan Hubungan Masyarakat terdapat kesamaan, yakni upaya membina *hubungan yang harmonis* antara organisasi dengan publik. Dalam hubungan ini, tujuan khusus dapat berjenis-jenis, tujuan sentral adalah tujuan organisasi.

Tujuan dan sasaran erat sekali hubungannya. Tujuan bersifat kualitatif abstrak, sasaran bersifat kuantitatif konkret. Dalam konsepnya, pelaksana Hubungan Masyarakat perlu mencantumkan dengan jelas siapa saja publik eksteren yang dijadikan sasaran.

Kejelasan sasaran yang dituju oleh kegiatan Hubungan Masyarakat tersebut penting karena berkaitan dengan teknik komunikasi yang akan dilancarkan dan jenis media yang akan digunakan.

Hubungan Masyarakat sesuai dengan tujuan utamanya, akan dituntut untuk mengembangkan atau membangun hubungan yang baik, tidak hanya dengan pihak pers, tetapi termasuk dengan pihak luar atau kalangan yang terkait (*external relations*). Dalam defenisi, bahwa Hubungan Masyarakat adalah fungsi manajemen, yang berarti melekat dan tidak lepas dari manajemen, tujuannya adalah membentuk *good will*, toleransi (*tolerance*), saling bekerjasama (*mutual symbiosis*), saling mempercayai (*mutual confidence*), saling pengertian (*mutual understanding*), saling menghargai (*mutual appreciation*), serta untuk memperoleh opini publik yang favorable, *good image* yang tepat berdasarkan hubungan yang harmonis, baik hubungan ke dalam (*internal relations*) maupun hubungan ke luar (*external relations*).

Salah satu tujuan eksternal Hubungan Masyarakat adalah mempererat hubungan dengan orang-orang di luar badan/instansi untuk memperoleh opini publik yang menguntungkan bagi instansi tersebut. Berdasarkan itu, tugas penting dari Hubungan Masyarakat adalah

mengadakan komunikasi yang efektif, yang sifatnya informatif dan persuasif, yang ditujukan kepada publik di luar instansi itu.

Informasi harus diberikan dengan jujur, berdasarkan fakta dan harus diteliti. Sebab publik mempunyai hak untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya tentang sesuatu yang menyangkut kepentingannya.

Publik eksternal yang menjadi sasaran Hubungan Masyarakat adalah para langganan (*customer*), khalayak sekitar (*community*), instansi pemerintah (*government*), pers (*press*) dan lain-lain. Dengan kelompok-kelompok ini harus senantiasa diadakan komunikasi dalam rangka memelihara dan membina hubungan yang harmonis dengan mereka.

Hubungan dengan pelanggan (customer relations)

Mengatur dan memelihara hubungan dengan para langganan/pemakai jasa, sehingga hubungan ini selalu dalam situasi bahwa langgananlah (pemakai jasa) yang sangat membutuhkan perusahaan, bukan sebaliknya.

Seorang PRO atau pelaksana Hubungan Masyarakat dalam membina hubungan dengan pelanggan/pemakai jasa, bertugas:

1. Mendidik melalui kegiatan non profit suatu publik untuk menggunakan barang atau jasa perusahaannya; hal ini dapat dilakukan dengan

memberikan barang atau jasanya dengan Cuma-Cuma kepada instansi yang membutuhkannya, memberikan beasiswa dalam bidang yang meliputi kegiatan perusahaannya dan lain-lain.

2. Mengadakan usaha untuk mengatasi salah paham antara perusahaannya dengan publik, melalui kegiatan Hubungan Masyarakat seperti:

- Mengadakan komunikasi langsung dengan publik.
- Membantu meningkatkan mutu pendidikan, khususnya yang berhubungan dengan bidang perusahaannya.
- Mencari jalan untuk memperoleh ide serta kritik dari luar tentang perusahaannya untuk diolah guna perbaikan.

3. Meningkatkan penjualan barang atau jasa dengan jalan:

- Menambah penggunaan jasa atau barang melalui penanaman citra tentang perusahaan ataupun barangnya sendiri pada pihak publik.
- Meningkatkan kegiatan organisasi atau perusahaannya dalam kehidupan sehari-hari masyarakat.
- Mendidik dan meningkatkan tuntutan serta kebutuhan masyarakat akan jasa atau barang yang diadakan oleh organisasi/perusahaan.

Hubungan dengan pemerintah (government relations)

Mengatur dan memelihara hubungan dengan pemerintah, baik pemerintah pusat maupun daerah. Lembaga atau instansi resmi yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan.

Bagi suatu instansi atau organisasi kekayaan seperti perusahaan swasta, maka hubungan dengan pemerintah tidak bisa tidak. Komunikasi dengan pemerintah tersebut dalam rangka membina *goodwill* dan hubungan yang harmonis, akan membantu memperlancar jalannya organisasi. Kesulitan-kesulitan teknis misalnya, dapat diselesaikan dengan cepat apabila suatu perusahaan telah dapat menggalang dan membina hubungan baik dengan pemerintah.

Hubungan dengan pers (press relations)

Yang dimaksud dengan pers disini, ialah pers dalam arti luas, yaitu semua media massa, jadi selain surat kabar dan majalah, meliputi juga radio, televisi, film dan juga kantor berita.

Media massa tersebut sangat besar bantuannya bagi organisasi/perusahaan untuk menjangkau publik yang tersebar luas. Hubungan baik yang terpelihara terus dengan orang-orang pers, akan memperlancar kegiatan publikasi.

Jadi hubungan dengan pers ini sangat penting. Namun hubungan itu hendaknya tetap dilandasi oleh integritas profesi dan saling menghormati. Hubungan yang baik jangan sampai mengubah fungsi Hubungan Masyarakat menjadi lebih sempit, yaitu hanya melayani orang-orang pers saja.

2.2 Sistem dan Proses Kerja Hubungan Masyarakat

Seperti yang telah dijelaskan bahwa fungsi sentral Hubungan Masyarakat adalah menunjang manajemen dalam mencapai tujuan organisasi, dengan komunikasi sebagai kegiatannya yang utama. Sasaran kegiatan Hubungan Masyarakat adalah publik intern dan publik ekstern, sedangkan tujuannya adalah membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik tersebut.

Publik intern dan ekstern yang menjadi sasaran Hubungan Masyarakat itu sangat kompleks, dan manajemen suatu organisasi yang harus didukungnya sangat rumit sehingga untuk menanganinya secara efektif dan efisien, Hubungan Masyarakat harus melakukan kegiatan yang sistematis. *Efektif* berarti menimbulkan hasil yang sesuai dengan harapan, dan *efisien* berarti mengandung makna tujuan dicapai secara optimal dengan

biaya, waktu, dan personil yang optimal, sedangkan *sistematis* berarti penyusunan yang rumit secara saksama.

Perlunya kegiatan Hubungan Masyarakat dilakukan secara sistematis ialah karena tugas yang harus dijalankan oleh Hubungan Masyarakat sangat banyak, sehingga sering terjadi tumpang tindih.

Sistematika kegiatan Hubungan Masyarakat berlangsung menurut tahap-tahap penelitian (*research*), perencanaan (*planning*), penggiatan (*actioni*) dan penilaian (*evaluation*). Penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian (*research*)

Penelitian merupakan tahap pertama dalam sistematik kegiatan Hubungan Masyarakat. Yang dimaksudkan dengan penelitian disini adalah kegiatan *mendapatkan data dan fakta (fact finding)*. Dengan demikian kadar intensitas penelitian ditentukan oleh besar kecilnya organisasi. Organisasi yang besar dengan manajemen yang kompleks sudah tentu memerlukan penelitian yang luas dan mendalam. Yang diteliti adalah aspek-aspek yang menyangkut hubungan organisasi dengan publik.

Dalam tahap penelitian tersebut PRO berusaha mencari keterangan yang merupakan data faktual. Data faktual yang sudah terhimpun merupakan keterangan mentah yang harus diolah terlebih dahulu. Dalam kegiatan pengolahan, PRO melakukan perbandingan, pertimbangan dan



penilaian, sehingga akhirnya menjadi informasi yang akurat. Data yang sudah matang, yang kemudian menjadi informasi, itu dipilih diklasifikasikan, dipisahkan-pisahkan dan dikelompok-kelompokkan, lalu disusun sedemikian rupa sehingga memudahkan nanti dalam penggunaannya.

Penelitian dalam Hubungan Masyarakat bisa bersifat "*opinion research*" atau bersifat "*motivation research*".

Opinion research adalah penelitian terhadap pendapat khalayak mengenai suatu masalah J.Carrol Bateman dalam karyanya berjudul "*Public Relations for Trade Association*", mendefenisikan *opinion research* sebagai berikut:

"The attempt to measure, both quantitatively and qualitatively, public attitudes towards a company, industry, or other organization and towards its policies, personnel, services, or product"

(Upaya untuk menelaah, secara kuantitatif maupun kualitatif, sikap publik terhadap sebuah perusahaan dagang, industri, atau organisasi lainnya, dan terhadap kebijaksanannya, personalnya, pelayanannya, atau produksinya). (Effendi,1986:129)

Defenisi diatas berbobot pada Hubungan Masyarakat perusahaan, namun maknanya berlaku untuk Hubungan Masyarakat lainnya. Istilah sikap (*attitude*) pada defenisi tersebut sama saja dengan istilah opini (*opinion*), sebab opini adalah pengekspresian sikap.

Motivation reseacrh adalah cabang dari *marketing research* (penelitian pemasaran) merupakan kegiatan mencari, menghimpun, mengelola data faktual mengenai kebutuhan dan keinginan publik.

Data yang telah diperoleh itu kemudian diolah dengan jalan melakukan perbandingan, pertimbangan dan penilaian yang ada pada gilirannya dipilih, diklasifikasikan, dipisah-pisahkan, dan dikelompokkelompokkan, lalu disusun sedemikian rupa sehingga memudahkan untuk dipergunakan pada tahap perencanaan.

2. Perencanaan (*planning*)

Dari tahap penelitian meningkat ke tahap perencanaan. Pada tahap perencanaan, PRO perlu terlebih dahulu menginventarisasi masalah untuk selanjutnya mengkorelasikan aspek yang satu dengan aspek lainnya sehingga dalam tahap pelaksanaannya kelak masalah-masalah yang menghambat tujuan akan dapat diatasi. Semua masalah yang mungkin dihadapi berdasarkan data yang berhasil dihimpun pada tahap penelitian, disusun, diklasifikasikan dengan rapi dan jelas. Demikian pula pemikiran untuk memecahkannya.

Tahap perencanaan ini memerlukan pemikiran yang matang karena tahap inilah yang menentukan keberhasilan pada tahap operasionalisasinya.

Perencanaan ini menghendaki penglihatan yang jauh ke depan, ke belakang dan sekelilingnya.

Perencanaan disusun dengan berpijak pada data dan fakta yang diperoleh pada tahap penelitian tadi. *Fakta* adalah kenyataan, baik berupa hal yang dilihat sendiri maupun keterangan yang didapat dari sumber lain. Rencana disusun berdasarkan fakta, bukan berdasarkan keinginan PRO.

Rencana harus terbagi menjadi program-program dalam rangka memecahkan masalah-masalah khusus, tetapi tetap terpadu dalam rencana yang merupakan program induk

Program merupakan perpaduan kebijaksanaan dengan prosedur. *Kebijaksanaan* sudah digariskan dalam Hubungan Masyarakat yang merujuk pada organisasi tempat Hubungan Masyarakat itu dioperasikan. *Prosedur* adalah tata cara yang meliputi pilihan tindakan yang akan dijalankan kelak dalam tahap pelaksanaan.

Rencana dan program yang dituangkan dalam bentuk konsep merupakan tolak ukur kemampuan seorang PRO, sejauh mana cakrawala pemikirannya, dan sejauh mana kelayakannya untuk dioperasikan.

3. Penggiatan (*action*)

Tahap penggiatan adalah pelaksanaan secara aktif rencana yang telah disusun berdasarkan data faktual yang telah dikerjakan pada tahap-tahap sebelumnya.

Seperti yang telah dikemukakan, tugas-tugas Hubungan Masyarakat tidak dilakukan satu demi satu secara berurutan. Adakalanya tugas yang harus dilakukan berlangsung secara serempak. Belum selesai tuntas sebuah tugas, datang tugas lain, baru saja dimulai tugas kedua, sudah datang lagi tugas berikutnya.

Bagaimanapun, setiap tugas harus dilaksanakan secara sistematis dengan bertahap. Jadi, setiap tugas harus dimulai dengan mengadakan penelitian untuk mencari data yang faktual, hasil penelitian ini adalah untuk bahan perencanaan guna dijadikan pedoman, petunjuk dan pola kegiatan. Seperti juga telah dijelaskan, kadar penelitian dan perencanaan tersebut tidak sama, tergantung pada ruang lingkup tugas yang akan dilaksanakan. Dalam penggiatannya ada yang dapat dilakukan secara santai, tidak perlu terburu-buru, ada yang harus segera, bahkan ada yang harus dikerjakan amat segera.

Pada tahap penggiatan atau pelaksanaan ini *komunikasi* banyak dilakukan. Oleh karena itulah, Cutlip dan Center, menyebut penggiatan atau

pelaksanaan itu adalah tahap *communicating* atau komunikasi, sebab tahap tersebut menyangkut banyak orang, baik yang termasuk publik intern maupun publik ekstern, yang harus dihubungi dengan berbagai tujuan. Karena itu, jenis-jenis komunikasi harus dilakukan; oleh sebab itu pula, teknik-teknik komunikasi harus dikuasai oleh PRO.

Karena dalam kegiatan Hubungan Masyarakat itu komunikasi dominan peranannya, Cutlip dan Center menganggap Hubungan Masyarakat itu kegiatan komunikasi. Hal ini dapat dikaji pada defenisi yang dikemukakan, yaitu bahwa Hubungan Masyarakat adalah:

“Komunikasi dan interpretasi dan kegiatan mengkomunikasikan gagasan, dan opini kepada publik serta kegiatan mengkomunikasikan informasi, gagasan dan opini dari publik kepada lembaga, dengan upaya yang sungguh-sungguh untuk membina kepentingan bersama demi tercapainya kesesuaian yang harmonis antara lembaga dengan komunitas.” (Effendy, 1986:134).

Pada tahap pelaksanaannya, Hubungan Masyarakat menggunakan berbagai bentuk, jenis dan teknik komunikasi. Yang penting pada tahap pelaksanaan ini adalah mapannya mekanisme kerja sehingga koordinasi dan sinkronisasi benar-benar dapat direalisasikan secara integratif. *Integritas, koordinasi, dan sinkronisasi* ini tidak hanya berlangsung diantara unsur-unsur pada bagian Hubungan Masyarakat, tetapi juga antara bagian Hubungan Masyarakat dengan bagian-bagian lain dalam organisasi

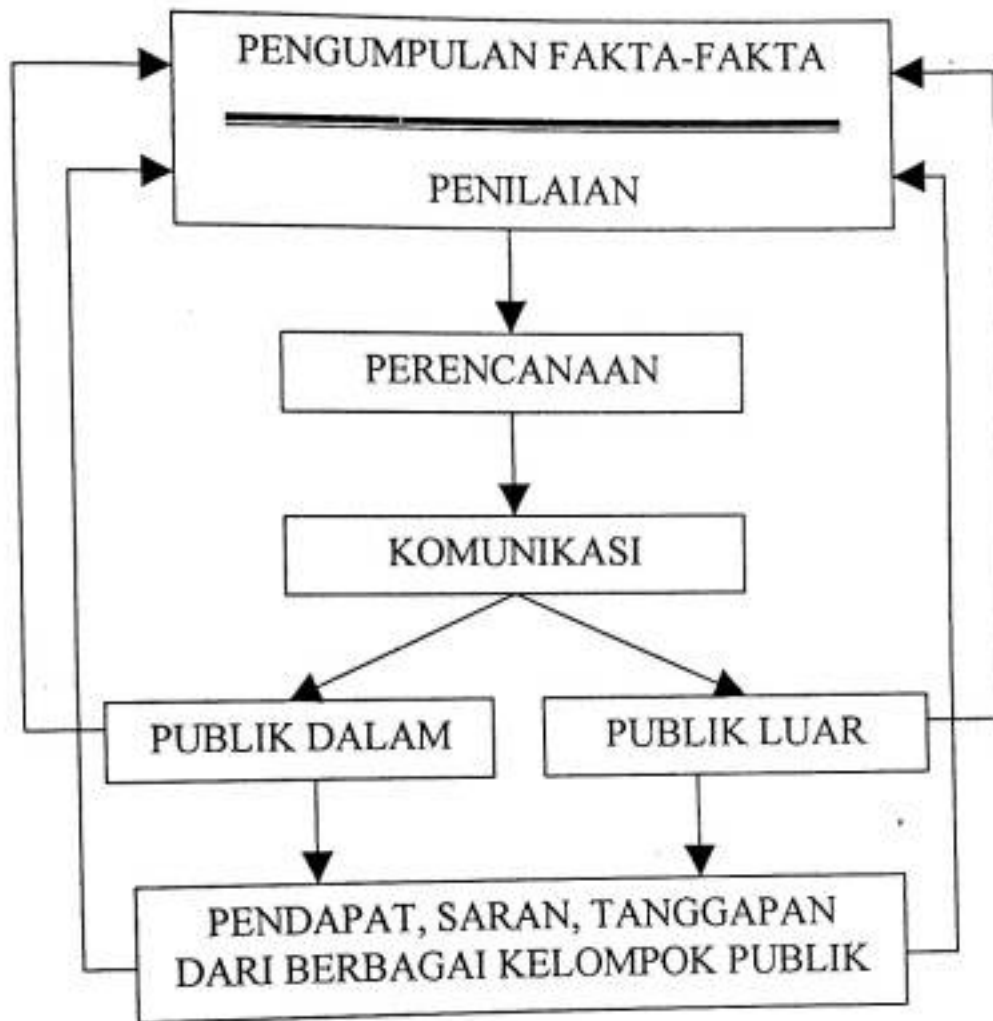
sehingga kegiatan Hubungan Masyarakat merupakan faktor pendukung yang menentukan upaya mencapai tujuan organisasi.

4. Penilaian (*evaluation*)

Evaluasi merupakan tahap terakhir setelah tahap-tahap penelitian, pernacanaan, dan penggiatan. Evaluasi berfungsi mengkaji pelaksanaan suatu rencana yang terdiri atas program-program yang dalam penyusunannya ditunjang oleh hasil penelitian yang dilakukan secara seksama. Pada tahap penilaian ini, ditelaah apakah rencana yang ditunjang oleh hasil penelitian itu dilaksanakan sebagaimana mestinya, dengan kata lain apakah pelaksanaannya sesuai dengan rencana. Pada tahap penilaian, dilakukan telaah terhadap *faktor-faktor penghambat* apabila ternyata pelaksanaannya menjumpai kesulitan yang menyebabkan tujuan yang ditetapkan pada perencanaan tidak tercapai.

Penilaian ini dimaksudkan agar dikemudian hari jika suatu kegiatan yang sama dilakukan, tidak menjumpai lagi hambatan yang sama. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, PRO harus mengambil kebijakan tertentu, yang pada gilirannya melakukan penelitian, untuk kemudian mengadakan perencanaan untuk selanjutnya menggiatkan pelaksanaan. Dengan demikian, proses Hubungan Masyarakat tidak berlangsung secara

“linear”, melainkan *circular* atau “melingkar”, dari perjanjian dialirkan umpan balik (*feedback*) ke penelitian, yaitu pencarian fakta. Jelasnya jika sudah dilakukan kegiatan melalui tahap-tahap penelitian, perencanaan, pelaksanaan, dan penilaian, hasil penilaian tersebut diteliti lagi, direncanakan lagi, dilaksanakan lagi dan dinilai kembali. Dengan demikian, setiap gagasan dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien. Keefektifan menunjukkan timbulnya *dampak positif* yang diharapkan, dan efisiensi menunjukkan bahwa suatu kegiatan telah berhasil dilaksanakan sesuai dengan jumlah personil yang dilibatkan, biaya yang dianggarkan, dan waktu yang ditetapkan.



Gambar Proses Hubungan Masyarakat oleh cutlip & center (Siswanto, 1992:26)

Kaitan setiap dari empat tahap atau langkah-langkah dalam proses kerja utama Hubungan Masyarakat tersebut di atas, artinya tahapan satu dengan tahapan lainnya adalah saling berhubungan erat dan tidak dapat dipisah-pisahkan. Seumpama proses pemintalan benang (wheel spinning) di pabrik mesin tekstil, yaitu jaringan antara perputaran gelondong benang dan

gelondong lainnya harus seirama baik dalam hal kecepatan dan maupun ketika menggulung seutas benang, kalau tidak seirama perputarannya maka benangnya akan putus dan berantakan atau kusut.

Setiap tahap dari proses kerja Hubungan Masyarakat di atas, sama pentingnya bagi terlaksananya suatu program Hubungan Masyarakat yang efektif, banyak diantara praktisi Hubungan Masyarakat yang kurang menyadari akan hal tersebut sehingga dalam menentukan dan melaksanakan programnya mereka seringkali mengabaikan salah satu dari tahap-tahap di atas. Tahap yang paling sering diabaikan adalah penelitian, perencanaan dan evaluasi. Sebaliknya terlalu banyak menekankan pekerjaannya pada publisitas, yang sebenarnya akan secara otomatis muncul apabila program Hubungan Masyarakat di rancang berdasarkan penelitian, perencanaan dan evaluasi.

2.3 Pemahaman Hukum dan Etika

Hukum memang pada hakekatnya adalah suatu yang abstrak, walaupun dalam manifestasinya bisa berwujud konkrit. Oleh karena itu pertanyaan tentang apa itu hukum senantiasa merupakan pertanyaan yang jawabannya tidak mungkin satu. Dengan kata lain persepsi orang tentang hukum itu beraneka ragam tergantung dari sudut mana mereka

memandang. Kalangan hakim akan memandang hukum itu dari sudut pandang profesi mereka sebagai hakim, kalangan ilmuwan akan memandang hukum itu dari sudut pandang profesi keilmuan mereka dan rakyat kecil akan memandang hukum dari sudut pandang mereka.

Penyebab kesulitan lain untuk mendefinisikan hukum selain sifatnya yang abstrak tadi adalah juga karena cakupan hal yang diatur oleh hukum luas sekali. Secara normatif dan dogmatik dapat dikatakan bahwa hukum mengatur hampir seluruh segi kehidupan manusia, mulai dari sebelum manusia lahir sampai sesudah manusia meninggal. Namun dalam kenyataannya tidak semua segi kehidupan diatur dan harus diselesaikan oleh hukum. Ada hal-hal tertentu yang dalam kenyataannya tidak membutuhkan campur tangan hukum.

Walau bagaimanapun perlu adanya definisi hukum dan suatu definisi hukum sangat dibutuhkan dengan tetap menyadari keterbatasan pendefinisian hukum tersebut.

Definisi yang dikemukakan oleh Paton sebagai berikut :

- Hukum dapat didefinisikan dengan memilih satu dari lima kemungkinan di bawah ini :
- 1. sesuai sifat-sifatnya yang mendasar, logis, religius ataupun etis.
- 2. menurut sumbernya yaitu : kebiasaan, preseden atau undang-undang.
- 3. menurut efeknya di dalam kehidupan masyarakat.

4. menurut metode pertanyaan formalnya atau pelaksanaan otoritasnya.
5. menurut tujuan yang dicapai. "(Paton, 1951:51)

Untuk menjelaskan definisi hukum, ada juga yang dikemukakan oleh J.H.A Logemann yang mengatakan bahwa :

"Telah diterima oleh pandangan umum bahwa bagaimanapun hukum itu sangat berkaitan dengan masyarakat.Hukum adalah semata-mata suatu "social-psychisch gebeuren" (peristiwa yang bersifat psiko sosial)."
(J.H.A Logemann, 1948:2)

Hukum tidak sekedar sebagai kaidah melainkan juga sebagai gejala sosial dan sebagai segi kebudayaan.Hukum dimanifestasikan dalam dua wujud yaitu, hukum sebagai kaidah (das sollen) dan hukum sebagai kenyataan (das sein). Hukum bagi Prof.Dr. Achmad Ali, SH.MH selaku pakar hukum mengemukakan bahwa :

"Hukum seperangkat kaidah atau aturan yang tersusun dalam satu sistem yang menentukan apa yang boleh dan apa yang tidak boleh yang dilakukan oleh manusia sebagai warga masyarakat dalam kehidupan bermasyarakat yang bersumber baik dari masyarakat sendiri maupun sumber lain, yang diakui berlakunya oleh otoritas tertinggi dalam masyarakat tersebut, serta benar-benar diberlakukan oleh warga masyarakat (sebagai suatu keseluruhan) dalam kehidupannya dan jika kaidah itu dilanggar akan memberikan kewenangan bagi otoritas tertinggi untuk menjatuhkan sanksi yang sifatnya eksternal."(Prof.Dr. Achmad Ali, SH.MH , 1996:47)



Dalam istilah sehari-hari etika atau etik pada hakekatnya berhubungan dengan apa yang dianggap baik dan buruk di dalam masyarakat. Sedangkan dari segi keilmuan (ilmiah), etika berkaitan erat atau merupakan cabang dari ilmu filsafat moral dalam etimologinya, berkaitan dengan nilai dan perilaku dan sikap manusia sesuai dengan patokan atau pedoman pada asas-asas nilai moral yang berbudi luhur dan tinggi.

Etika adalah genusnya, sedangkan spesiesnya adalah etik, kode etik (code of conduct) dan etiket (etiquette) yang merupakan tata krama dalam pergaulan. Sesuai dengan perkembangan jaman, kode etik terus berkembang sesuai dengan pertumbuhan di berbagai bidang profesi yang memerlukan kode etik sebagai pedoman acuan dalam menjalankan tugas dan fungsinya masing-masing. Seperti adanya kode etik perbankan, kode etik jurnalistik, kode etik publikasi, kode etik bisnis dan kode etik lingkungan.

Secara umum etika dan etik di bagi menjadi dua kelompok sebagai berikut:

1. Yang berkaitan dengan sikap tindak dan perilaku sebagai penyandang suatu profesi tertentu disebut kode etik profesi.

2. Yang berkaitan dengan tata krama dalam pergaulan atau sopan santun dalam pergaulan formal disebut etiket untuk menjamin tata tertib dalam pergaulan sehari-hari, kontak relasi, atasan-bawahan pada perkantoran, pertemuan, pesta dan cara berpakaian pantas.

Untuk memahami etika, perlu membandingkan dengan moral. Moral atau moralitas adalah suatu sistem nilai tentang bagaimana menjalankan hidup dengan membedakan antara yang baik dan yang buruk selaku mahluk individual dan anggota masyarakat. Sistem nilai-nilai moral tersebut secara garis besar acuannya adalah nilai universal mengenai baik dan buruk yang biasanya dikaitkan dengan nilai kesusilaan, tradisi atau adat istiadat yang berlaku, keagamaan, kependidikan, dan lain-lain.

Suatu persoalan bersifat etis atau moral dan bukan persoalan teknis intelektual semata, apabila keputusan yang akan diambil menyangkut suatu pilihan antara beberapa nilai yang langsung dikaitkan pada dasar kemanusiaan.

Keseluruhan teori etika akan ditemukan bahwa manusia menjadi manusia yang sebenarnya jika ia menjadi manusia yang etis. Titik tolaknya adalah percaya kepada kebenaran, kebaikan dan keadilan serta berusaha sekuat mungkin untuk berbuat secara benar, baik dan adil.

2.4 Media Yang Digunakan Oleh Hubungan Masyarakat

Media memegang peranan penting dalam mensukseskan upaya Hubungan Masyarakat, lebih-lebih bila dilihat dari populasi jangkauan Hubungan Masyarakat yang sangat luas dan banyak jumlahnya.

Untuk menyampaikan sesuatu ide dan informasi dapat dilakukan dengan berbagai jalan dengan menggunakan berbagai media. Setiap media memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing, namun dengan digunakan secara terpadu akan saling melengkapi.

Media adalah sebagai saluran atau sarana komunikasi yang sering dipergunakan oleh praktisi Hubungan Masyarakat untuk menyampaikan pesan kepada publiknya dan sekaligus mampu meningkatkan citra antara lain:

1. House Journal

Media internal dipergunakan oleh Hubungan Masyarakat untuk keperluan publikasi atau sebagai saluran komunikasinya yang ditujukan pada kalangan terbatas; seperti karyawan (employee), relasi bisnis, nasabah atau konsumen.

2. Printed Material

Barang cetakan untuk tujuan publikasi Hubungan Masyarakat dalam upaya penyampain pesan-pesannya yang berbentuk seperti: *brosur*, *leaflet*, *booklet*, kop surat, kartu ucapan selamat (suplement), kalender dan lain sebagainya.

3. Media Pertemuan

Media pertemuan secara langsung dengan para audiensnya melalui tatap muka langsung (face to face), misalnya presentasi, diskusi panel, seminar, pameran dan lain sebagainya.

4. Broadcasting Media

Publikasi Hubungan Masyarakat yang disiarkan melalui stasiun TV/RRI milik pemerintah dan stasiun TV komersial atau siaran radio komersial.

Pada umumnya ada dua jenis media yang sering dipergunakan dalam publikasi dari Hubungan Masyarakat. Dan untuk lebih jelasnya, antara lain sebagai berikut:

a. Media Lini Atas

Jenis media massa ini, merupakan prioritas utama sebagai media atau alat untuk tujuan publikasi dan sebagai upaya penyampaian pesan-pesan atau informasinya secara luas mengenai aktivitas Hubungan

Masyarakat kepada pihak publik sebagai sasarannya (target audience), antara klasifikasinya disebut sebagai berikut:

- Media cetak yang bersifat komersial, misalnya surat kabar harian, tabloid, majalah berita atau hiburan yang terbitannya secara berkala mingguan dan bulanan, tersebar secara luas dan dibaca oleh masyarakat umum.
 - Kelebihan media berita (news media): harganya murah, beritanya menyeluruh, lengkap dan dapat menyebar secara cepat serta efektif, daya jangkauannya luas terhadap pembaca yang tersebar diberbagai tempat dan waktu bersamaan.
 - Kelemahannya: komunikasinya searah dan umumnya (short life span) atau jangka waktu berlakunya relatif pendek.
- Media elektronik (broadcast media), seperti stasiun radio dan tv, baik milik pemerintah (TVRI dan RRI) maupun stasiun tv swasta komersial (RCTI,SCTV,ANTEVE,TPI dan INDOSIAR) dan radio swasta niaga lainnya yang mempunyai pendengar dan pemirsa dalam jumlah besar dan tersebar di seluruh Indonesia.
 - Kelebihannya: pesannya mudah diterima dan diingat pemirsanya (visualnya lebih hidup) serta kecepatan penyampain beritanya dan daya pengaruhnya cukup tinggi.

- Kelemahannya: relatif lebih mahal biayanya (high cost), dan pengaruhnya langsung khususnya yang bersifat negatif. Penyampaian pesannya atau berita, tidak menyeluruh karena jam siarannya harus menghemat waktu sangat ketat dan biayanya dihitung per detik.

b. Media Lini Bawah

Jenis media ini digunakan oleh Hubungan Masyarakat biasanya termasuk media tatap muka atau secara langsung, dan media Hubungan Masyarakat disini mempunyai beberapa kelebihan serta kelemahannya, yaitu antara lain:

- a. Kelebihannya: pesannya dua arah (two ways communication) yaitu dapat melibatkan emosi audiensnya dalam upaya membangun suatu pengaruh, pendidikan, pengenalan, pengertian atau pemahaman.
- b. Kelemahannya: biayanya cukup mahal dan tidak merata dalam penyampaian pesan dan informasinya, karena adanya keterbatasan tempat, waktu dan publik sebagai sasarannya.

Jenis media lini bawah ini, antara lain dapat berbentuk sebagai berikut:

- Presentasi pengenalan, presentasi untuk pendidikan atau tujuan bisnis, dalam upaya untuk lebih mendekatkan diri kepada publik atau

konsumennya, termasuk mengadakan seminar, diskusi, berdialog, rapat (meeting), acara khusus (special events) serta gathering meeting dan sebagainya. Untuk dapat mendengar aspirasi dan keinginan-keinginan dari publik secara langsung.

- Peduli kepada masyarakat sekitarnya (community relations) misalnya ikut program sosial, turut menyumbang kalau masyarakat terkena musibah bencana alam, banjir dan merayakan bersama-sama hari nasional (17 Agustus), kampanye peduli lingkungan dan kesadaran hukum lainnya.
- Pameran (exhibition), misalnya pameran akbar dalam upaya meningkatkan pengenalan, promosi dan publikasi produk/jasa tertentu.
- Berupa display suatu barang, gambar-gambar dan sebagainya dan diletakkan di stand khusus untuk menarik pengunjung (point of purchase) dalam suatu pameran, atau pusat pertokoan dan perkantoran sebagai fungsi eyes catching (menarik perhatian) dan etalase.
- Penjualan secara langsung dengan menawarkan produk kepada konsumennya (door to door product, direct mail, and sales letter offer).
- Membentuk alat pendukung kampanye Hubungan Masyarakat promosi atau berbentuk barang cetakan (as a promotion tools and printed

material) untuk mendukung publikasi dan pengenalan (awareness), yaitu antara lain:

- Supplement advetorial (artikel sponsor), periklanan Hubungan Masyarakat, sponsorship (penyokong acara) dan sebagainya.
- Booklet, brosur, leaflet, dan lain-lain.
- Poster, sticker, banner, spanduk, umbul-umbul dan pamflet.
- Surat berkop perusahaan/lembaga, logo dan brand's name. serta membuat kartu nama (name card business) untuk membangun relasi atau kenalan sebanyak mungkin.
- Komunikasi melalui faksimili, teleks dan telepon.
- Komunikasi elektronik atau E-Mail, misalnya internet dan komputer in line serta direct telephone dan sebagainya.

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Dalam menyusun skripsi ini, penulis mengadakan penelitian untuk memperoleh data yang relevan dengan masalah yang akan dibahas. Sebelum melakukan penelitian tersebut, penulis menentukan lokasi penelitian.

Adapun lokasi penelitian yang penulis pilih adalah PT. PLN (Persero) Wilayah Sulselra. Alasan penulis memilih lokasi penelitian tersebut adalah dengan pertimbangan bahwa PT. PLN (Persero) Wilayah Sulselra salah satu BUMN yang langsung berhubungan untuk kepentingan masyarakat umum, khususnya penggunaan listrik di dalam kehidupan sehari-hari tentu akan tetap menemukan konflik seperti hubungan bagian hubungan masyarakat dan pers, bagaimana menyelesaikan suatu konflik di dalam perusahaan dan penyelesaian berbagai tuntutan pelanggan, di pengadilan baik itu mengenai sanksi pidana dan sanksi perdata. Sehingga penulis berharap akan mudah memperoleh data yang berkaitan langsung dengan permasalahan yang penulis ajukan.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penulisan ini adalah :

1. Data primer, yaitu data yang langsung diperoleh di lapangan, baik melalui wawancara langsung dengan pihak yang terkait.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dengan mempelajari literatur yang berhubungan dengan objek kajian, baik berupa buku-buku, dokumen maupun sumber tertulis lainnya yang berkaitan dengan objek kajian.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penulisan ini, maka pengumpulan data dilakukan melalui dua cara, yaitu :

1. Penelitian Kepustakaan (Library Research) yaitu penelitian yang dilakukan penulis dengan cara membaca literatur yang berhubungan dengan penulisan ini baik berupa Kitab Undang-Undang Hukum Perdata maupun literatur-literatur ilmiah.
2. Penelitian Lapangan (Field Research) yaitu penelitian yang dilakukan di lapangan dengan cara mengumpulkan data melalui penelitian langsung di lokasi penelitian tersebut khususnya pada PT. PLN (Persero) Wilayah Sulselra melalui wawancara dengan pihak-pihak yang terlibat.

3.4 Analisis Data

Setelah semua data terkumpul baik data primer maupun data sekunder maka data tersebut diolah dan dianalisa secara kualitatif. Hasil yang diperoleh dari penelitan kepustakaan ini dibandingkan dengan data yang diperoleh dalam penelitian lapangan kemudian disajikan dalam bentuk deskriptif.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hubungan Pejabat Humas dan Pers

Pejabat bagian hubungan masyarakat (Humas) keberadaannya sekarang bukan sekedar hiasan, tetapi menempati fungsi penting dalam suatu perusahaan (instansi). Humas adalah jembatan untuk mensosialisasikan kebijakan manajemen, baik pada publik internal maupun publik eksternal. Salah satu publik eksternal yang sering berhubungan dengan humas adalah pers.

Sebenarnya pers adalah kawan yang menyenangkan tetapi tidak jarang, banyak pihak yang merasa alergi dengan kehadiran para jurnalis yang tak kenal waktu kerja itu. Mereka yang alergi mengungkapkan bahwa pers Cuma senang menyajikan yang jelek sedangkan yang baik dan bagus kerap luput di potret, apalagi di era kebebasan pers sekarang ini.

Padahal kebebasan pers tidak berarti sama sebangun dengan kebebasan untuk mengungkapkan informasi, fakta dan kebenaran dengan menabrak rambu-rambu yang selama ini menjadi pagar pembatas, seperti Kode Etik Jurnalistik (KEJ). Masalahnya, kalau informasi yang dikemas dalam sajian berita ditulis tanpa memperhatikan prinsip check dan recheck atau asas keseimbangan berita, bukan tidak mungkin akan memicu munculnya persoalan baru.

Guna menyikapi situasi kebebasan pers secara positif, instansi seperti PLN harus melihatnya dalam kerangka relasi hubungan P. Humas dan pers seperti diketahui, antara pers dan humas terdapat suatu relasi positif yang memiliki ketergantungan satu dengan yang lainnya, ungkap Syamsul Alam, staf bagian Hukum dan Humas di PT. PLN (Persero) Wilayah Sulselra (wawancara, Hari Kamis, 11 September 2003).

Humas membutuhkan pers untuk mengkomunikasikan dan mensosialisasikan segala aktivitas serta kebijakan perusahaan yang berkenaan dengan kepentingan publik. Di lain pihak pers sendiri membutuhkan humas sebagai sumber berita yang bisa dipercaya untuk mendapatkan bahan berita menyangkut kepentingan publik yang akurat.

Kalau seorang pejabat Humas bisa menempatkan para jurnalis pada posisi yang tepat dengan pendekatan yang lebih mengena, maka pers bisa menjadi kawan yang menyenangkan.

Lantas bagaimana P. Humas menempatkan diri pada posisi yang lebih tepat ditengah kebebasan pers ? "Untuk menempatkan P. Humas pada posisi yang lebih tepat menurut Syamsul Alam, staf bagian Hukum dan Humas terdapat beberapa persyaratan yang perlu diperhatikan oleh pejabat humas ini dimaksudkan agar media massa yang tengah menikmati kebebasannya bisa diarahkan pada terciptanya opini publik yang kondusif, sehingga cita positif perusahaan tetap terjaga. (wawancara, hari Senin 15 September 2003).

Persyaratan itu antara lain meliputi ; pertama, menempatkan wartawan seperti kawan. Persyaratannya pertama ini membutuhkan pola tertentu terhadap profesi kewartawanan. Artinya profesi kewartawanan harus dilihat sebagai suatu sistem kerja dimana karena tuntutan profesinya membuat para jurnalis mengharuskan untuk mencari, menulis dan menyajikan berita sebagaimana diperolehnya.

Pola pandang ini tidak hanya berlaku bagi Pejabat Humas, tetapi juga seluruh komponen yang ada di dalam perusahaan. Dengan demikian, wartawan bisa diposisikan sebagai mitra kerja yang perlu dilayani sebaik mungkin. Sebagai mitra kerja, Pejabat Humas dituntut tidak menutup diri terhadap pers. Dan memberikan kesempatan serta kemudahan bagi wartawan untuk bisa mendapatkan berita mengenai perusahaan tempat Pejabat Humas itu bekerja.

Sebaliknya Pejabat Humas pun harus pandai-pandai untuk memilih dan memilah informasi bagi konsumsi publik tanpa terkesan menutupi yang tidak sedap, tetapi mungkin memang mengandung kebenaran menjadi informasi yang lebih halus dan layak untuk dikonsumsi pers.

Kedua, membina hubungan yang mendidik. Yang di Maksudkan dengan membina hubungan yang mendidik adalah suatu pola relasi antara Pejabat Humas dan Pers yang tidak didasarkan pada amplop berisi uang,

tetapi lebih dititik beratkan pada upaya, melibatkan mitra kerja wartawan sebagai kontrol sosial dan sumber informasi untuk mendapatkan masukan bagi langkah perbaikan pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan.

Masalahnya, membina hubungan dengan wartawan yang didasarkan pada uang selain tidak mendidik, juga tidak semua wartawan mau menerima amplop. Saran yang hendak dicapai dari pola hubungan ini adalah untuk membangun rasa kepedulian dan empati wartawan terhadap setiap permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan.

Langkah untuk membina hubungan yang mendidik bisa ditempuh dengan cara sederhana, misalnya :

- Membentuk wartawan unit perusahaan dengan memberikan kesempatan yang sama kepada semua wartawan dari berbagai media. Bila memungkinkan dilengkapi dengan ruangan sendiri semacam press Room.
- Mengajak keterlibatan para wartawan untuk ikut serta memikirkan solusi terbaik bagi pemecahan berbagai persoalan yang dihadapi perusahaan.
- Membuka saluran komunikasi seefektif mungkin dengan jajaran manajemen redaksi surat kabar/majalah yang cukup menentukan kebijakan redaksionalnya. Hal ini bukan dimaksudkan untuk

Keempat, memahami manajemen media massa. Sama halnya dengan mengelola suatu bisnis di sektor usaha lain, media massa juga memiliki karakteristik pengelolaan manajemen tersendiri.

Agar suatu informasi yang disajikan oleh Pejabat Humas melalui media massa mengena pada target yang hendak dibidik, setidaknya para Pejabat Humas bisa lebih memahami manajemen media massa termasuk kebijakan redaksionalnya.

Yang terpenting dari pemahaman ini dalam pemahaman ini adalah bagaimana proses terjadinya pemuatan suatu berita di media massa "Dengan mengetahui proses alur pemuatan suatu berita, seorang Pejabat Humas diharapkan bisa melakukan strategi lebih tepat dalam melangsir suatu informasi mengantisipasi berita negatif, menggunakan "Hak jawab" maupun melakukan pendekatan terhadap manajemen media massa, menurut Syamsul Alam Staf Bagian Hukum dan Humas. (wawancara, hari Kamis 11 September 2003).

Tujuannya sudah jelas diarahkan pada upaya persuasif untuk mengarahkan media massa pada sajian informasi yang sejalan dengan keinginan perusahaan. Tetapi harus diingat, jangan sekali-sekali mempengaruhi media massa, apalagi memaksanya untuk membuat sajian berita yang sesuai dengan kehendak perusahaan.

Sebab kalau sampai pihak media massa itu tersinggung karena merasa kebijakan redaksionalnya diintervensi pihak lain, maka persoalannya bisa jadi runyam. Bahkan bisa menjadi boomerang buat perusahaan.

Kelima, memberdayakan fungsi humas semaksimal mungkin. Dari keempat syarat yang telah dikemukakan, boleh jadi persyaratan kelima menjadi persyaratan yang mendasar. Pasalnya, syarat terakhir ini menyangkut eksistensi humas sendiri.

Coba saja bayangkan, bagaimana mungkin Pejabat Humas bisa memanfaatkan kebebasan pers dengan efektif, kalau fungsinya sendiri tidak dijalankan sebagaimana mestinya atau Pejabat Humas kurang tenaga dan tak berdaya. Untuk memberdayakannya, bisa dimulai dengan mengubah pola pandang yang tidak hanya sekedar menganggap humas sebagai pelengkap struktur organisasi semata.

Fungsi humas hendaknya dipersepsi sebagai dari kesatuan unit kerja yang bertugas untuk merencanakan, melaksanakan dan mengevaluasi suatu sistem kerja dengan mengoptimalkan segala sumber daya yang tersedia yang diarahkan kepada terwujudnya nama baik dan citra positif perusahaan di tengah masyarakat.

Karena itu Humas harus dilengkapi dengan sumber daya manusia (SDM), mencukupi bukan berarti dilihat dari sisi kuantitas tetapi juga kualitas. Paling tidak dengan lebih memberdayakan fungsi Humas untuk membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik internal dan publik eksternal.

4.2. Aspek Hukum Dari Hubungan Masyarakat Dalam Hukum Keperdataan.

Arti dari kaidah-kaidah hukum merupakan suatu norma atau pedoman yang mengatur sikap tindak dan perilaku manusia di dalam kehidupan sehari-hari agar terciptanya suatu kehidupan yang tertib, tenteram serta teratur. Disamping itu untuk menghindarkan terjadinya perselisihan, pertentangan dan konflik di dalam kehidupan masyarakat pada umumnya dan kehidupan sebagai penyandang salah satu profesi tertentu serta teratur. Disamping itu untuk menghindarkan terjadinya perselisihan, pertentangan dan konflik di dalam kehidupan masyarakat pada umumnya dan kehidupan sebagai penyandang salah satu profesi tertentu serta menjalankan suatu usaha bisnis khususnya.

Ada 3 macam kaidah hukum, yaitu :

1. Kaidah-kaidah hukum yang berisikan suruhan (*gebod*)



2. Kaidah-kaidah hukum yang berisikan larangan (*verbod*)
3. Kaidah-kaidah hukum yang berisikan kebolehan (*mogen*)

Kemudian sifat itu sendiri dapatlah dibedakan, yaitu pertama, kaidah hukum yang berisikan suruhan dan larangan yang bersifat impratif (hukum yang memaksa) atau (*dwingenet-recht*) dan kedua, berisikan kebolehan yang bersifat fakultatif (*regelend-recht*), biasa disebut istilah hukum yang mengatur hanya mengikat para pihak. terdapat pada Buku III, KUHPerdara tentang perjanjian atau perikatan.

Secara garis besar dijelaskan bahwa hukum perdata tersebut di atas, yaitu pertama bersifat memaksa (*dwingend-recht*) terdapat pada Buku II berisi segala ketentuan hukum yang tidak boleh disimpangi dan harus ditepati, misalnya mengenai hukum perkawinan, kekayaan, warisan, dan sebagainya. Artinya ketentuan hukum yang menyangkut umum dan masyarakat merupakan hukum yang memaksa (hukum publik).

Sedangkan mengenai Buku III, KUHPerdara lebih bersifat *mogen* atau hukum pelengkap yaitu dalam peraturan materialnya aturan-aturan yang berlaku hanya bagi orang yang berkepentingan saja, misalnya kedua belah pihak antara PT. PLN (Persero) Wilayah Sulselra dengan pelanggan akan mengadakan perjanjian dimana suatu tindakan hukum yang dilakukan secara oleh dua orang atau lebih yang bersepakat untuk memberikan suatu prestasi kepada pihak lain.

Hukum perjanjiannya disini bersifat asas konsensual yaitu kebebasan untuk membuat perjanjian, tetapi dilindungi oleh undang-undang sebagai contoh antara pihak PT. PLN (Persero) Wilayah Sulselra yang mengadakan perjanjian jual beli listrik dengan pelanggan. Disini kedua belah pihak telah mengikat suatu perjanjian. Disatu pihak wajib memberikan dan di lain pihak berhak menerima prestasi.

Dalam hukum perdata yang dibahas antara lain tentang perjanjian (perikatan) karena aspek-aspek hukum inilah yang paling banyak terkait dengan tugas dan fungsi di bidang kehumasan untuk membuat kontrak bisnis dan lain sebagainya.

Perbedaan hukum perjanjian dan perikatan, yaitu dalam pengertian perjanjian lebih sempit daripada perikatan yang lebih luas, karena timbul dari persetujuan atau perjanjian (kontrak) dan akibat dari perbuatan yang melanggar hukum, perbedaan pengertian tersebut bisa dilihat di bawah ini :

- a. Suatu perjanjian terjadi dengan persetujuan dari kedua belah pihak yang bersangkutan yang terdiri dari dua orang atau lebih, misalnya terjadi hukum perjanjian kontrak kerja, perjanjian kerja, pekerjaan sewa menyewa, pekerjaan kredit, pekerjaan perburuhan dan sebagainya.

- b. Suatu perikatan bukan dengan perjanjian tertentu, karena adanya perbuatan melanggar hukum. Misalnya berdasarkan Pasal 1365 KUHPerdota.

“Tiap perbuatan melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut”.

Lahirnya suatu perjanjian atau kontrak kerja tersebut akan menimbulkan hukum karena perbuatan hukum yang dilakukan oleh subjek hukum (pelaku atau personal) untuk mengadakan perjanjian bagi kedua belah pihak akan menimbulkan hak dan kewajiban yang harus dilaksanakan (*pacta sunt servanda*) sesuai dengan maksud dan isi dari perjanjian atau kontrak yang telah dibuat dengan kesepakatan kedua belah pihak (asas konsepsual).

Dalam Buku III KUHPerdota dinyatakan dalam membuat perjanjian disebutkan asas kebebasan berkontrak, artinya setiap orang dapat secara leluasa membuat perjanjian dan berkontrak sahnyanya suatu perjanjian apabila memenuhi 4 syarat utama menurut Pasal 1320 KUHPerdota :

Untuk sahnyanya persetujuan-persetujuan diperlukan empat syarat :

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya.
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan.
3. Suatu hal tertentu.
4. Suatu sebab yang halal.

Penjelasan secara umum mengenai syarat sahnya tersebut di atas yaitu "kesepakatan dan kecakapan dari syarat subjektif (pelakunya). Dalam hal ini perjanjian tersebut dapat dibatalkan. Oleh salah satu pihak sedangkan "suatu hal tertentu dan suatu sebab yang halal adalah syarat objektif (benda dan tujuannya), yaitu syarat membuat perjanjian atau kontrak karena ada objek dan sebab "causa yang halal". Bila terjadi cacat maka perjanjian tersebut batal demi hukum.

Oleh karenanya salah satu pihak akan dikenai kewajiban untuk memenuhi suatu prestasi kepada pihak lainnya, jika tidak dia dianggap tidak memenuhi perjanjian yang telah disepakati dan telah dianggap telah "memprestasi"

Hal ini berarti. His ada kemauan keras dari kedua belah pihak untuk membuat perjanjian yang jujur, dengan kata lain dalam kesepakatan tersebut dapat unsur-unsur pemaksaan, penipuan, menyesatkan atau adanya kecacatan tersembunyi.

Hal ini telah ditegaskan dalam Pasal 1321, KUHPerdara yang mengatakan bahwa :

"Tiada sepakat yang sah apabila sepakat itu diberikan karena kehidupan, atau diperolehnya dengan paksaan atau penipuan".

Dalam aktivitas sehari-hari seseorang Pejabat Humas dalam bidang Kehumasan tidak terlepas dari resiko, kelainan dan timbulnya kerugian yang sebelumnya dapat diduga atau tidak dapat diduga sama sekali. Pengertian resiko sehari-hari adalah merupakan (wanprestasi) sehingga menimbulkan kerugian pada pihak lain.

Sedangkan resiko dalam hukum perikatan yaitu kewajiban untuk memikul atas kerugian terhadap suatu kejadian diluar kesalahan dari salah satu pihak yang menimpa "objek" yang diperjanjikan demi melindungi suatu perjanjian dan menghindari sengketa di kemudian hari atau untuk memudahkan suatu penyelesaian perselisihan tersebut. Sebelumnya atau seharusnya para pihak yang mengadakan perjanjian secara tegas menetapkan suatu perjanjian tentang resiko.

Dengan penegasan tentang resiko dalam perjanjian itu memudahkan penyelesaian sengketa pihak-pihak yang terlibat sebagai akibat dari suatu pertanggung jawaban. Sesuai dengan asas hukum penambahan, kalau pihak-pihak yang mengadakan suatu perikatan tidak menetapkan suatu resiko yang diperjanjikan itu maka akan diberlakukan pasal-pasal tentang resiko yang terdapat dalam Buku III KUHPerdara.

Dalam prinsip hukum perdata sesuai dengan yang tercantum dalam Pasal 1366, KUHPerdata, tentang tanggung jawab atas kerugian, berbunyi sebagai berikut :

“Setiap orang bertanggung jawab tidak saja untuk kerugian yang disebabkan karena perbuatannya, tetapi juga kerugian yang disebabkan karena kelalaian atau kurang hati-hatinya.”

Kemudian dasar hukum perdata lainnya Pasal 1367 KUHPerdata berbunyi sebagai berikut :

“Seorang tidak bertanggung jawab untuk kerugian yang disebabkan karena perbuatannya sendiri tetapi juga untuk kerugian yang disebabkan karena perbuatan orang-orang yang menjadi tanggungan atau disebabkan oleh orang yang berada di bawah pengawasannya.

Misalnya menyangkut tanggung jawab konsultan jasa kehumasan terhadap tindakan atau non tindakan dari tenaga profesional organiknya yang dipekerjakan di lingkungan perusahaan bersangkutan, yaitu resiko atau pertanggung jawaban terhadap pelaksanaan, pengawasan, evaluasi dan hasil akhirnya suatu jasa diberikan pada klien sesuai dengan kesepakatan yang ditetapkan (berdasarkan kontrak kerja) yang menetapkan suatu prestasi berupa ide atau gagasan dan buah pikiran serta bentuk benda-benda secara fisik.

Resiko dalam perjanjian tersebut, merupakan kewajiban untuk memikul kerugian, jika ada kejadian atau peristiwa di luar kesalahan satu pihak yang menimpa "objek" benda yang diperjanjikan oleh kedua belah pihak yang terlibat dalam suatu perjanjian.

Ada beberapa ketentuan resiko yang diatur dalam KUHPdata, yang antara lain mengatur tentang resiko dalam perjanjian pemberian hadiah pada Pasal 1237 dan resiko perjanjian timbal balik yaitu perjanjian yang meletakkan kewajiban kedua belah pihak seperti jual beli pada Pasal 1460, tukar menukar pada Pasal 1545 dan semua menyewa pada Pasal 1553.

Undang-undang juga memberikan batasan tentang pemberian ganti kerugian.

- Kerugian yang dapat diperkirakan atau diduga pada waktu perjanjian akan dibuat (Pasal 1247 KUHPdata).
- Harus ada akibat langsung dari kelalaian (wanprestasi) tersebut dari pihak debitur yang menyebabkan kreditur menderita kerugian (Pasal 1248 KUHPdata).

Undang-undang tersebut mengatur kerugian dalam keadaan memaksa (*overmacht*) menurut Undang-undang ada tiga hal pokok yang harus dipenuhi yaitu :

- Tidak memenuhi prestasi
- Ada sebab akibat yang terletak di luar kesalahan dari pihak debitur.
- Penyebabnya itu tidak dapat diduga sebelumnya dan tidak dapat dipertanggung jawabkan kepada pihak debitur keadaan memaksa tersebut dapat dibedakan lagi sebagai berikut :
 - a. Keadaan memaksa yang mutlak (absolut), apabila pemenuhan prestasi itu tidak memungkinkan untuk dilaksanakan oleh siapapun karena bencana alam, kebijakan politik atau larangan dari pemerintah.
 - b. Keadaan memaksa yang relatif (nisbi), bila memungkinkan untuk dilaksanakan prestasi tersebut, terjadi pengorbanan besar, biaya, tenaga dan waktu.

Berdasarkan hasil penelitian di PT. PLN (Persero) Wilayah Sulselra mempunyai perkara perdata tahun 1997 – 2003 sebanyak 6 perkara, sebagaimana yang tercantum pada tabel berikut :

**DATA PERKARA
DI PT. PLN (PERSERO) WILAYAH SULAWESI SELATAN DAN
SULAWESI TENGGARA**

No. Perkara	Penggugat	Pokok Permasalahan	Proses Pemeriksaan	Penanganan Perkara	Keterangan
1. No. 16.10.X/Pdt/1994 Tgl. 8 April 1997	Wahyuni Sultan/Pengusaha	Hak kepemilikan atas gardu listrik milik PLN yang terletak di Jl. Lembeh no. 35 U. Pandang	Proses pemeriksaan PK	IN House Longer Amelia Anwar, SH	PN. Banding dan kasasi PLN
2. 23/pdt.g/2002/PN Pinrang tanggal 15 Juli 2002	PLN	Sita eksekusi terhadap tanah milik PLN tanpa izin Mahkamah Agung	Di tingkat banding	In House Lawyer Ir. Amihwanuddin, M.Si. Muh. Ichsan, SH Syamsul Alam, SH Rosita Zulkarnaen, SH.	PLN Kalah
3. 517/PK/PDT/2002 tanggal 22 Agustus 2002	Sirajuddin Jalle	Pemutusan sementara sambungan listrik akibat tunggakan.	Peninjauan kembali	In House Lawyer Amihwanuddin, M.Si. Muh. Ichsan, SH Syamsul Alam, SH Rosita Zulkarnaen, SH.	Pengadilan Negeri Banding dan Kasasi PLN kalah
4. 174/Pdt.G/2002/PN.Makas sar Tanggal 30 September 2002	PT. Leo Jaya Pratama	Wanprestasi atas kontrak renovasi kantor PT. PLN (Persero) Cabang Pinrang	Di Pengadilan Negeri	In House Lawyer Amihwanuddin, M.Si. Muh. Ichsan, SH Syamsul Alam, SH Rosita Zulkarnaen, SH.	Dalam acara pengajuan konkuensi

5.	128/pdt.G/2003/PN.Makassar tanggal 30 September 2002	PT. Habaputra Primanusa	Wanprestasi (ingkar janji)	Di Pengadilan Negeri	In House Lawyer Ir. Jumhari Nurdin Bambang Dwiharjono Amelia Anwar, SH. Syamsul Alam, SH Rosita Zulkarnaen, SH.	Dalam acara pembacaan gugatan
6.	150/Pdt.5/2003/PN. Makassar/27 Agustus 2003	PT. Habaputra Primanusa	Perbuatan melawan hukum (onrechtmatige Daad)	Di Pengadilan Negeri	In House Lawyer Ir. Jumhari Nurdin Bambang Dwiharjono Amelia Anwar, SH. Syamsul Alam, SH Rosita Zulkarnaen, SH.	Dalam acara pembacaan gugatan

4.3. Aspek Hukum Bidang Kehumasan

Untuk mengantisipasi tantangan menghadapi era globalisasi di bidang informasi yang mampu menerobos batas-batas Wilayah suatu negara dan sulit untuk dibendung, mau tidak mau dibutuhkan penyelesaian menerobos batas-batas Wilayah suatu negara dan sulit untuk dibendung, mau tidak mau dibutuhkan penyesuaian seperangkat etik profesi (*code of profession*) dan aspek-aspek hukum dalam kegiatan komunikasi di berbagai bidang untuk menghadapi sistem tata hukum intern, perdata,

pidana, perekonomian dan politik dalam era globalisasi. Termasuk bidang jurnalistik, kehumasan, dan lain-lain.

Titik tolaknya adalah membangun rasa tanggung jawab (*sense of responsibility*) yang hendaknya dicapai dan dikembangkan oleh pihak profesi kehumasan melalui kode etik sebagai suatu refleksi bentuk tanggung jawab dan ditunjang dengan moral yang baik serta aspek-aspek hukum yang mengatur fungsi dan tugasnya. Profesi tersebut merupakan suatu pola sikap tidak dan perilaku yang hendaknya mewujudkan rasa tanggung jawab dan mengadakan suatu peraturan yang mengatur dirinya sebagai penyandang profesi tertentu dan terhormat (*self impose regulation*) yang mencakup aspek-aspek sebagai berikut :

- *Code of conduct*, ketentuan yang berlaku dalam bersikap tindak
- *Code of publication and code of profession* ketentuan yang yuridis etis dalam menjalankan protes publikasi dan etik profesi sebagai pelakunya (subjek)
- *Code of enterprise* menyangkut aspek-aspek hukum perdata, hukum pidana dan sebagainya.

Aspek-aspek hukum dan etika kehumasan

- Profesi kehumasan

(Public Relations)

- Kegiatan komunikasi

(Flow of Communication)

- Mewakili lembaga institusi

(Representative)

Code of Profession

Code of Publication

Code of Enterprise

Tata tertib dan
Tanggung
jawab

Seperti profesi lainnya, kehumasan menyangkut normative etik pada umumnya dapat dikatakan atau mengandung ketentuan bersifat mengikat, yaitu :

- Kewajiban pada dirinya sendiri.
- Ketentuan-ketentuan mengenai rekan seprofesi
- Kewajiban terhadap masyarakat, klien adalah profesi yang dilayani.

Oleh karena itu, profesi kehumasan yang identitasnya terkait dengan self imposed regulation (tata tertib intern profesi) dan aturannya dalam Kode Etik Kehumasan Indonesia (KEKI) itu merupakan normative



etik yang tertuang dalam pasal-pasal KEKI untuk mengatur dan menertibkan anggota profesi yang bersangkutan, yang dilengkapi suatu badan dewan kehormatan untuk mengawasi sepak terjang para anggotanya. Pada awalnya bila terjadi pelanggaran bagi anggota wadah profesi-profesi tersebut terbentuk teguran, peringatan, pemecatan hingga pelanggaran berat yang menyangkut hukum pidana dan hukum perdata yang berlaku.

Dalam fungsi dan tugas profesi kehumasan ketika menyampaikan pesan dengan dukungan media massa dapat berhubungan dengan jutaan manusia secara serempak. Oleh karena itu, tidak heran jika dikatakan bahwa humas tersebut juga mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi atau merekayasa suatu opini dan persepsi masyarakat seperti yang dikehendakinya. Sehubungan dengan memiliki kekuatan, profesi kehumasan, periklanan, dan pers, yang dapat digunakan untuk tujuan baik atau buruk sangat diperlukan rambu-rambu kode-kode etik profesi dan

peraturan hukum, agar ketentuan tersebut tidak dimanfaatkan untuk tujuan tertentu yang tidak dapat dipertanggung jawabkan.

Berdasarkan hasil penelitian di PT. PLN (Persero) Wilayah Sulselra terdapat 1 kasus pelanggaran disiplin tahun 2002-2003 tentang peraturan disiplin pegawai PT. PLN (Persero) :

No. SK	Nama	Jabatan	Pelanggaran	Sanksi
KM/PT. PLN (Persero) Cabang. Makassar No : 004.K/473/CMKS/2003 Tgl. 25 Juni 2003	Ir. Bachrun 6788042 - F	Kepala Seksi Distribusi	Pasal 3 huruf a angka 1 dan 3 huruf c angka 2 Kep. Direksi PT. PLN (Persero) No. 029.K/010/DIR/2002 Tentang Peraturan Disiplin Pegawai di PT. PLN (Persero)	Penurunan 3 peringkat lebih rendah dan peningkatan sebelumnya selama 2 tahun.

Menurut Scott M. Cuhip and Allen H. Center, dalam bukunya "Effective Public Relations" mengatakan bahwa :
"Masalah fitnah (libel) dalam tertulis atau tercetak dan pelanggaran hak-hak kehormatan pribadi (privacy) harus tetap bertanggung

jawab untuk keperluan persamaan dan komunikasi lainnya untuk menghindari pelanggaran hukum yang menyangkut *libel* dan *privacy* tersebut”.

Jika dilihat aspek hukum dalam aktivitas kehumasan di negara maju banyak menggunakan hukum internasional yang menyangkut pelanggaran terhadap *code of conduct* dan lainnya yang biasanya menyangkut hal dua macam penghinaan.

Pertama. *The law of libel*, yaitu penghinaan bersifat tertulis atau tercetak. Artinya pelanggaran mengenai fitnah atau kebohongan melalui media cetak atau dalam bentuk tulisan.

Kedua, *the law of slander*, yaitu penghinaan bersifat ucapan atau *statement* melalui lisan, pelanggaran ini terjadi secara lisan atau ucapan mengenai penghinaan, pelecehan, atau caci maki di muka umum.

Jika seorang Pejabat Humas berbicara di depan umum pada suatu acara/wawancara kadang-kadang tidak sengaja membuat sesuatu lelucon untuk membuat suatu suasana menjadi tidak kaku atau tegang, tapi mungkin lelucon tersebut tanpa disadari menyinggung masalah pelecehan terhadap nilai-nilai kesucian, agama, SARA, salah menyebut nama seseorang yang bisa berakibat fatal dan terimplikasi pelanggaran hukum atau etik.

Apabila lelucon tersebut telah melecehkan suatu agama. Hal ini sangat sensitif dan berakibat menimbulkan protes serta kecaman keras dari masyarakat penganut agama tersebut, sehingga dapat menimbulkan suatu

keresahan yang dapat mengganggu ketertiban umum bahkan stabilitas Hankamnas serta berdampak atau berdimensi politis.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hubungan Pejabat Humas dengan Pers mempunyai saling ketergantungan, dimana seorang Pejabat Humas membutuhkan Pers untuk mengkomunikasikan dan mensosialisasikan segala aktifitas serta kebijakan perusahaan khususnya di PT PLN (Persero) Wilayah Sulselra yang berkenaan dengan kepentingan publik. Sedangkan dilain pihak Pers sendiri membutuhkan Humas sebagai sumber berita yang bias dipercaya untuk mendapatkan bahan berita/informasi menyangkut kepentingan publik yang akurat tetapi untuk Pers sendiri tetap harus mempunyai pembatas dalam mengungkapkan berita/informasi tersebut di dalam era kebebasan Pers saat ini. Untuk itu Pers masih memiliki batasan yang sangat kuat dalam penulisan berita mereka dengan adanya Kode Etik Jurnalistik (KEJ).
2. Menurut Hukum Perdata, Bab III dalam hal menyangkut tanggung jawab konsultan jasa Kehumasan terhadap tindakan atau non tindakan dari tenaga professional organiknya yang dipekerjakan di lingkungan

perusahaan bersangkutan yaitu risiko harus diberikan kepada kliennya (berdasarkan kontrak kerja). Risiko dalam perjanjian merupakan kewajiban untuk memikul kerugian jika ada kejadian atau peristiwa di luar kesalahan satu pihak yang menimpa "objek" benda yang diperjanjikan oleh kedua belah pihak yang terlibat dalam satu perjanjian, misalnya antara PT PLN (Persero) Wilayah Sulselra dengan pelanggan dalam perjanjian jual beli Listrik.

3. Dalam bidang Kehumasan dibangun rasa tanggung jawab yang hendak dicapai dan dikembangkan oleh profesi Kehumasan melalui kode etik sebagai suatu refleksi bentuk tanggung jawab dan ditunjang dengan moral yang baik serta aspek-aspek hukum yang mengatur fungsi dan tugasnya yang merupakan suatu pola sikap tindak dan perilaku yang hendaknya mewujudkan rasa tanggung jawab dengan membuat suatu peraturan yang mengatur dirinya sebagai penyandang profesi tertentu dan terhormat.

5.2 Saran

1. Dalam rangka efektifitas dan efisiensi di bidang Kehumasan, maka perlu mengadakan pembenahan dan mengantisipasi hambatan yang ditemui yaitu berupa peningkatan sumber daya manusia sebagai

pelaksana/pejabat Humas dengan mengikutsertakan dalam berbagai kegiatan-kegiatan lain yang menunjang pelaksanaan aktifitas Humas, selanjutnya dapat lebih menertibkan pembagian kerja sehingga tidak terjadi mekanisme kerja yang saling tumpah tindih antara bagian yang satu dengan bagian yang lain.

2. Diharapkan kepada Pers dalam proses pemuatan berita di media massa tetap mengikuti aturan-aturan yang ada serta Kode Etik Jurnalistik (KEJ) untuk menjaga keseimbangan berita yang ditulisnya, apakah benar sudah sesuai dengan informasi/berita yang didapatkan

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Oemi . 1995 . *Dasar-Dasar Public Relations* . Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Adnan, Hamdan dan Cangara, Hafid. 1996 . *Prinsip-Prinsip Hubungan Masyarakat* . Surabaya: Usaha Nasional.
- Coulson, Colin – Thomas . 1999 . *Pedoman Praktis Untuk PR* . Jakarta : Bumi Aksara.
- Effendy, Onong Uchjana . 1993 . *Human Relations dan Public Relations* . Bandung : Mandar Maju.
- Moore, H.Frazier . 1998 . (a) *Hubungan Masyarakat, Prinsip, Kasus dan Masalah (satu)* . Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Siswanto, Bambang . 1992 . *Hubungan Masyarakat Teori dan Praktek* . Jakarta : Bumi Aksara.
- Wijaya, A.W. 1993 . *Komunikasi dan Humas* . Jakarta : Bumi Aksara
- Ruslan, Rosady . 1994 . *Praktek dan Solusi PR Dalam Situasi Krisis dan Pemulihan Citra* . Jakarta : Ghalia Indonesia.

_____ .2003 . *Sinergi* No.07/VI/Juli . PT PLN (Persero) Distribusi
Jawa Barat dan Banten.

Ali , Achmad . 1996 . *Menguak Tabir Hukum* . Jakarta : Chandra Pratama.

Ruslan, Rosady . 1995 . *Aspek-Aspek Hukum dan Etika Dalam Aktivitas
Kehumasan* . Jakarta : Ghalia Indonesia.

LAMPIRAN

Kode Etik Profesi Humas

(Penjelasan Mengenai Code of IPRA Conduct)

Setiap profesi mempunyai kode etik profesi, yang mengikat para anggota profesi tersebut. Ikatan etis tersebut mengikat masing-masing individu. Kalau seorang individu melanggar salah satu ketentuan, Dewan Kehormatan Profesi tidak dapat mengajukan anggota tersebut ke pengadilan. Paling jauh yang dapat dilakukan adalah mengingatkan dan atau memberikan sanksi-sanksi organisatoris.

Dalam profesi humas, salah satu kode etik yang terkenal adalah kode etik dan kode perilaku yang dikeluarkan oleh internasional Public Relations Associations (IPRA). Dalam sidang umumnya di Venesia bulan Mei 1961, IPRA memaklumkan Kode Perilaku yang mengikat semua anggota IPRA. Secara lengkap, terjemahan bebas kode tersebut adalah demikian:

A. Integritas pribadi dan professional

Integritas pribadi berarti terpeliharanya standar moral yang tinggi dengan reputasi yang baik. Sedang integritas professional berarti ketaatan pada anggaran dasar, peraturan, dan khususnya kode tersebut, sebagaimana disetujui IPRA.

B. Perilaku terhadap klien dan majikan

1. Seorang anggota mempunyai kewajiban umum berurusan secara jujur terhadap klien atau majikan, dulu atau sekarang.
2. Seorang anggota hendaknya tidak mewakili kepentingan yang berlawanan atau bersaing tanpa izin mereka yang bersangkutan.
3. Seorang anggota hendaknya menjaga kepercayaan klien atau majikan baik dulu atau sekarang.
4. Seorang anggota hendaknya tidak memakai metoda yang cenderung menghina anggota lain dari klien atau majikan.
5. Dalam kegiatan pelayanan bagi klien atau majikan seorang anggota hendaknya tidak menerima bayaran, komisi, atau barang apapun lainnya yang bertalian dengan pelayanan ini dari seseorang lain daripada klien atau



majikan, tanpa izin klien atau majikan yang diberikan setelah pengungkapan fakta sepenuhnya.

6. Seorang anggota hendaknya tidak mengusulkan kepada calon klien atau majikan bahwa bayarannya atau penggajian lain tergantung pada pencapaian hasil-hasil tertentu, begitu juga hendaknya tidak mengadakan persetujuan pembayaran apapun dengan akibat yang sama.

C. Tingkah laku terhadap media dan umum

1. Seorang anggota hendaknya melakukan kegiatan-kegiatan profesionalnya sejalan dengan kepentingan umum dengan penuh hormat demi martabat pribadi.
2. Seorang anggota hendaknya tidak melakukan kegiatan dalam praktek apapun yang cenderung merusak integritas saluran-saluran komunikasi umum.
3. Seorang anggota hendaknya tidak menyebarkan dengan sengaja informasi palsu atau menyesatkan.
4. Seorang anggota hendaknya di setiap waktu berusaha memberikan gambaran seimbang dan terpercaya terhadap organisasi yang dilayaninya.
5. Seorang anggota hendaknya tidak membentuk organisasi apapun untuk tujuan tertentu, tetapi sebenarnya untuk kepentingan khusus yang tidak diungkapkan atau untuk kepentingan pribadi dari seorang anggota atau kliennya atau majikannya, demikian juga hendaknya ia tidak memanfaatkan organisasi itu atau organisasi seperti itu yang ada.

D. Perilaku terhadap rekan

1. Seorang anggota hendaknya tidak dengan sengaja mencemarkan reputasi profesional atau praktek anggota lainnya. Namun demikian, jika seorang anggota memiliki bukti bahwa anggota lain telah melakukan kesalahan yang tidak etis, illegal, atau praktek-praktek tidak jujur yang melanggar kode ini, hendaknya ia mengutarakan informasi itu kepada dewan IPRA.
2. Seorang anggota hendaknya tidak berupaya untuk merebut majikan atau klien dari anggota lainnya.
3. Seorang anggota hendaknya bekerja sama dengan anggota lainnya dalam menegakkan dan melaksanakan kode ini.



**PT. PLN (Persero) WILAYAH
SULSEL DAN SULTRA**

Jan Letjen Hertasning Makassar 90222

lp. No : (0411) 444488 Hunting system 7 saluran
mimpin : (0411) 442288
tak Pos : 1206

Telex No. : 71113 PLNUP IA
Facsimile : (0411) 444800

Alamat Kawat : PLN WILAI

SURAT KETERANGAN
No.1339 .KT /060 MSDM / 2003

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa :

Nama : Sitti Rahmawati
No. Stambuk : B.111 00 812 - 1
Fakultas / Jurusan : Hukum / Ilmu Hukum
Universitas Hasanuddin
Prog. Studi : Strata Satu (S1)
Alamat : Jl. Naja Dg. Nai No. 32 Rappokalling
Makassar

Telah melaksanakan Penelitian pada PT PLN (persero) Wilayah Sulselra di Bidang Umum mulai tanggal 08 September 2003 sampai dengan 07 Oktober 2003 dalam rangka penulisan karya Ilmiah / skripsi yang berjudul

**TINJAUAN HUKUM DAN ETIKA DALAM HUBUNGAN KEHUMASAN
DI PT. PLN (PERSERO) WILAYAH SULSELRA "**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana Mestinya.

Makassar, 05 Desember 2003

MANAJER BIDANG ORGANISASI & SDM,

