

## **BAB III**

### **LANDASAN TEORI**

#### **3.1 Sekretaris**

##### **3.1.1 Definisi Sekretaris**

Istilah sekretaris berasal dari bahasa Latin, yaitu *secretum* yang artinya rahasia. Dalam bahasa Prancis disebut dengan *secrtaire*. Dalam bahasa Belanda disebut dengan *secretares*. Sementara itu dalam bahasa Inggris disebut dengan *secretary*, berasal dari kata *secret* yang berarti rahasia. Sesuai dengan asal katanya, sekretaris merupakan orang yang harus bisa menyimpan rahasia seorang pimpinan. (Nuraeni, 2008)

Dalam beberapa buku terdapat beberapa pengertian sekretaris yang dikemukakan oleh beberapa pengarang yaitu:

1. Sekretaris berarti orang yang pekerjaannya membantu kelancaran tugas pimpinan instansi, terutama sehubungan dengan tulis-menulis, surat-menyurat, menerima tamu, menjawab telepon dan sebagainya. (Arifin & Mustakim, 2005)
2. Menurut Nurasih & Rahayu (2014) bahwa sekretaris dapat diartikan sebagai seorang yang bisa dipercaya yang memiliki peran dalam membantu pimpinan dalam menyelenggarakan bagian-bagian kecil tugas pekerjaan pimpinan dan memiliki kedudukan yang lebih bertanggung jawab.
3. Bratawidjaja (1996) mengartikan sekretaris adalah pembantu pimpinan untuk menerima dikte, mengonsep surat atau korespondensi, menerima

tamu, memeriksa dan mengingatkan pimpinannya atas kewajibannya resmi dan janji-janjinya dan melakukan banyak tugas lain yang ada hubungannya, untuk meningkatkan efektifitas kerja pimpinan.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa seorang sekretaris mempunyai tugas dan tanggung jawab yang berat, dan tugas tersebut harus dikerjakan secara maksimal agar dapat membantu pekerjaan pimpinan secara efektif dan efisien.

### **3.1.2 Peran Sekretaris**

Menurut Nuraeni (2008), pada dasarnya setiap sekretaris mempunyai peran yang sama, yaitu membantu kelancaran pelaksanaan tugas pimpinan. Dalam melaksanakan tugas tersebut, sekretaris tidak hanya berhubungan dengan pimpinannya saja, melainkan juga dengan klien perusahaan, karyawan lain, bahkan juga dengan pekerjaan yang ditekuninya. Secara garis besar, beberapa peran umum yang harus dijalani oleh sekretaris sebagai berikut:

#### **1. Sekretaris sebagai Duta**

Sebagai duta, seorang sekretaris bertindak sebagai wakil dari perusahaan. Dengan begitu penampilan dan sikap seorang sekretaris harus baik dan profesional, baik berhubungan dengan klien perusahaan maupun dengan masyarakat umum yang berhubungan dengan kepentingan perusahaan. Dalam kondisi psikologi apapun, kesal, capai atau marah, seorang sekretaris tetap harus bisa mengontrol emosinya saat bertemu klien. Pasalnya, ketika berhadapan dengan klien seorang sekretaris tidak hanya bertindak mewakili pribadinya, tetapi juga mewakili perusahaan. Saat mengikuti kegiatan

dengan klien, penampilan harus dijaga dengan benar, jangan sampai ketidakpantasan dalam berpenampilan akan menurunkan citra perusahaan.

2. Sekretaris sebagai Pintu Gerbang

Sebagai pintu gerbang, sekretaris berfungsi salah satunya sebagai penerima tamu. Untuk itulah, letak meja dan kursi sekretaris berdekatan dengan pintu masuk ruang pimpinan agar jika para tamu, relasi atau karyawan yang ingin bertemu dengan pimpinan bisa melapor atau meminta izin kepada sekretaris terlebih dahulu.

Dengan begitu, sebagai pintu gerbang, sekretaris harus bisa mengatur arus keluar masuknya tamu pimpinan. Dengan wewenangnya, sekretaris harus bisa memanajemen dengan baik pertemuan klien dengan pimpinan. Bahkan, dengan wewenangnya juga, sekretaris bisa menolak tamu yang dianggap tidak layak atau sebaliknya tidak bertemu dengan pimpinan.

3. Sekretaris sebagai Ibu Rumah Tangga Perusahaan

Sebagai ibu rumah tangga perusahaan, seorang sekretaris harus dapat menaungi perusahaan dan menjadi contoh yang baik dalam mengurus kontraknya. Misalnya, mengatur tata letak ruang kantor menjadi nyaman layaknya dirumah sendiri, sehingga pimpinan, karyawan, tamu dan relasi yang berkunjung merasa betah.

Dalam melakukan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga perusahaan ini, seorang sekretaris dituntut bekerja dengan rapi, sehingga setiap orang yang masuk ke ruangan sekretaris dan pimpinan akan merasa nyaman. Tanpa menunggu *office boy*, seorang sekretaris dapat membereskan ruang kerja pimpinan, menangani vas bunga, atau mengontrol AC.

#### 4. Sekretaris sebagai Humas

Sebagai Humas, seorang sekretaris menjadi penghubung antara perusahaan dan lingkungan kerja atau lingkungan masyarakat baik bertatap muka secara langsung, melalui telepon, maupun melalui media lain. Dalam peranannya sebagai humas, sekretaris harus mengerti bagaimana menghadapi setiap orang yang tidak sama sifat dan perilakunya. Misalnya, saat bertemu dengan klien yang keras kepala, seorang sekretaris dituntut untuk sapat bersikap dan bertindak tegas, tetapi tetap diplomatis. Dengan wewenangnya, sekretaris bisa “mengusir” tamu tersebut tanpa terlibat konfrontasi. Dengan begitu, saat menghadapi pihak lain, seorang sekretaris harus dapat menempatkan diri sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada, demi tercapainya tujuan perusahaan. Terlebih lagi saat perusahaan membutuhkan suatu kerjasama yang baik dengan seorang atau lembaga lain.

Selain tugas dasar diatas, seorang sekretaris juga berperan terhadap pimpinan dan terhadap bawahan atau karyawan. Terhadap pimpinan, seorang sekretaris memiliki peran sebagai berikut:

1. Sumber dan filter informasi bagi pimpinan dalam memenuhi fungsi, tugas dan tanggung jawabnya.
2. Asisten atau tangan kanan pimpinan dalam mengatur aktivitas perusahaan, dari urusan administrasi sampai urusan *human relation*.
3. Perantara bagi pihak-pihak luar yang ingin berhubungan dengan pimpinan.
4. Sumber alternatif pemikiran bagi pimpinan dalam hal permunculan ide-ide.
5. *Secret keeper* atau pemegang rahasisa pimpinan yang berkaitan dengan perusahaan.

6. Sebagai mediator pimpinan dengan bawahan.

Sementara itu, terhadap bawahan atau karyawan, seorang sekretaris memiliki peran sebagai berikut:

1. Membantu memberikan motivasi kepada karyawan lain.
2. Sebagai mediator antara bawahan dan pimpinan.
3. Membantu dan memfasilitasi bawahan ketika hendak bertemu dengan pimpinan.
4. Memberikan rasa puas dan bangga kepada bawahan terhadap hasil kerja mereka.

### **3.1.3 Ruang Lingkup Tugas Sekretaris**

Pada dasarnya pekerjaan atau tugas sekretaris dapat dibagi dalam 3 (tiga) bagian, yaitu tugas rutin, tugas melaksanakan instruksi (penugasan khusus) dan tugas yang bersifat kreatif.

Tugas rutin adalah tugas-tugas umum yang hampir setiap hari dihadapi tanpa menunggu instruksi khusus dari pimpinan atau tanpa menunggu waktu, sudah dilaksanakan sesuai dengan yang telah diterapkan dalam uraian tugasnya. Pada dasarnya tugas rutin meliputi:

1. Menyusun/membuat surat (korespondensi)
2. Menata arsip (berkas)
3. Mengurus dan mengendalikan surat
4. Menerima dan melayani tamu serta bertamu
5. Menerima dan menerima telpon serta menelpon
6. Mengatur jadwal kegiatan pimpinan
7. Menyiapkan laporan, dll.

Tugas melaksanakan instruksi (penugasan khusus) adalah tugas-tugas yang tidak selalu setiap hari dilaksanakan oleh sekretaris, tetapi hanya dilaksanakan oleh sekretaris bila ada instruksi khusus dari pimpinan, misalnya:

1. Menyiapkan rapat dan membuat notulen/risalah rapat
2. Menyiapkan perjalanan dinas pimpinan, dan lain sebagainya (sesuai dengan lingkungan kerjanya), dll.

Tugas yang bersifat kreatif adalah tugas atau prakarsa sendiri, yakni tanpa diminta atau diperintah oleh pimpinan. Tugas ini merupakan hasil pertimbangan sekretaris tentang perlu tidaknya sesuatu dikerjakan, sehingga dapat membantu meringankan beban pimpinan. Dalam hal ini, sekretaris harus dapat menemukan sendiri segala sesuatu yang harus dikerjakan yang dapat menjadi sebuah bantuan yang sangat diperlukan oleh pimpinan, agar tugas bantuan yang diberikan kepada pimpinan dapat dilaksanakan dengan hasil guna dan berdaya guna. Contohnya adalah sebagai berikut:

1. Membuat perencanaan kerja
2. Mempelajari pengetahuan kerja
3. Mempelajari pengetahuan tentang buku kas kecil (*petty cash*)
4. Pemantapan kepribadian

### **3.2 Hubungan Masyarakat**

Hubungan masyarakat (Humas) merupakan bagian yang sangat penting bagi sebuah perusahaan. Tugas penting bagian Humas adalah mampu menjembatani hubungan antara karyawan dalam perusahaan dan hubungan perusahaan dengan masyarakat.

### 3.2.1 Definisi Hubungan Masyarakat

Menurut Simoes dalam Assumpta (2002:7) definisi Humas adalah sebagai berikut:

- a. Humas merupakan proses interaksi, menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan kedua pihak.
- b. Humas merupakan fungsi manajemen, menumbuhkan, mengembangkan hubungan baik antara lembaga atau organisasi dengan publiknya, baik internal maupun eksternal. Hal ini merupakan unsur yang sangat penting dalam manajemen pencapaian tujuan organisasinya.
- c. Humas merupakan aktivitas di berbagai bidang ilmu menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik, bertujuan menanamkan *goodwill*, kepercayaan, saling adanya pengertian dan citra yang baik dari publiknya.
- d. Humas merupakan profesi profesional dalam bidangnya, merupakan faktor yang sangat penting dalam pencapaian tujuan organisasi dengan secara tepat dan dengan terus menerus dan merupakan kelangsungan hidup organisasi bersangkutan.
- e. Humas merupakan penggabungan berbagai ilmu, dan penerapan kebijaksanaan dan pelaksanaannya melalui interpretasi yang peka atas berbagai peristiwa.

Menurut Marston dan Crifasi dalam Nova (2009:33) menjelaskan bahwa humas adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mempelajari kebijakan dan prosedur individual atau organisasi sesuai dengan kepentingan publik dan menjalankan program untuk mendapatkan pemahaman dan penerimaan publik.

Menurut Harlow dalam Ruslan (2006:16) menjelaskan bahwa Humas adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan, jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktifitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama, melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan atau permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik, mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.

Kesimpulan definisi Humas yang telah dikemukakan oleh para ahli adalah seluruh kegiatan perusahaan yang mencakup hubungan dengan pihak luar maupun dalam, yang saling berinteraksi untuk membuat opini publik.

### **3.2.2 Ciri-ciri Hubungan Masyarakat**

Menurut Effendy (2003:31) menjelaskan bahwa ciri dan fungsi sangat erat kaitannya, fungsi atau dalam Inggris *fuction*, bersumber pada perkataan Bahasa latin, *factio* yang berarti penampilan, perbuatan pelaksanaan atau kegiatan. Dalam kaitannya dengan Humas dalam suatu instansi berfungsi apabila Humas itu menunjukkan kegiatan yang jelas, yang dapat dibebaskan dari kegiatan lainnya.

Berfungsi tidaknya Humas dalam organisasi dapat diketahui dari ada tidaknya yang menunjukkan ciri-cirinya. Ciri-ciri Humas adalah sebagai berikut:

- a. Humas adalah kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi yang berlangsung dua arah secara timbal balik.
- b. Humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh manajemen suatu organisasi.



- c. Publik yang menjadi sasaran kegiatan humas adalah publik eksternal dan publik internal.

Operasional Humas adalah membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik mencegah terjadinya rintangan psikologi, baik yang timbul dari pihak organisasi maupun dari pihak publik.

Kesimpulan ciri-ciri Humas seperti yang dikemukakan oleh para ahli adalah kegiatan komunikasi antara publik internal maupun eksternal untuk tercapainya tujuan yang diinginkan dalam sebuah organisasi.

### **3.2.3 Fungsi Hubungan Masyarakat**

Fungsi Humas menurut Ruslan (2006:19) adalah sebagai berikut:

- a. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen organisasi).
- b. Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
- c. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap organisasi yang diwakilinya atau sebaliknya.
- d. Melayani keinginan publik dan memberikan sumbang saran kepada pemimpin organisasi demi tujuan dan manfaat bersama.
- e. Menciptakan komunikasi dua arah atau timbal balik dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak.

Menurut Barney dalam Ruslan (2006:18) menyatakan bahwa terdapat 3 (tiga) fungsi Humas, yaitu:

- a. Memberikan penerangan kepada masyarakat.
- b. Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung.
- c. Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan/lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.

Menurut Cutlip, Center, dan Canfield dalam Ruslan (2006:19) fungsi Humas dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Kesimpulan fungsi Humas yang telah dikemukakan oleh para ahli adalah membina hubungan harmonis dengan pihak internal maupun eksternal, serta mampu mengkomunikasikan dengan baik opini yang disampaikan perusahaan.

### 3.2.4 Tujuan Hubungan Masyarakat

Tujuan dari Humas menurut Abdurrachman (2001:34) adalah mengembangkan *goodwill* dan memperoleh opini publik yang *favorable* atau menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan berbagai publik, kegiatan humas harus dikerahkan ke dalam dan ke luar.

Menurut Krisyantono (2008:5-17) tujuan Humas yaitu tujuan yang jelas dan spesifik harus mampu dimiliki oleh praktisi humas dan dinyatakan dalam bentuk pernyataan tertulis tentang apa saja yang seharusnya dicapai Humas dalam periode waktu tertentu. Humas di perusahaan memiliki tujuan, antara lain:

- a. Menciptakan pemahaman (*Mutual Understanding*) antara perusahaan dan publiknya.

Kegiatan Humas memiliki tujuan untuk menciptakan saling pengertian antara perusahaan dan publiknya. Melalui kegiatan komunikasi diharapkan terjadi kondisi kecukupan informasi antara perusahaan dan publiknya. Kecukupan informasi ini merupakan dasar untuk mencegah kesalahan persepsi. Kesalahpahaman akibat salah persepsi atau kekurangan informasi merupakan kesalahan mendasar dalam kegiatan komunikasi.

- b. Membangun Citra Korporat (*Corporate Image*)

Citra (*image*) merupakan gambaran yang ada dalam benak publik terhadap perusahaan. Citra adalah persepsi publik tentang perusahaan. Menyangkut pelayanannya, kualitas produk, budaya perusahaan, perilaku perusahaan atau perilaku individu dalam perusahaan dan lainnya.

Citra dimulai dari identitas korporat sebagai titik pertama yang terceminkan melalui nama perusahaan (logo) dan tampilan lainnya, seperti laporan

tahunan, kemasan produk, *company profile*, interior kantor, seragam karyawan, *newsletter*, pemberitaan media. Identitas korporat tersebut memancarkan citra kepada publik antara lain citra di mata konsumen, komunitas, media, investor, dan karyawan sendiri sehingga jadilah citra korporat.

1. Citra Korporat melalui *Corporate Social Responsibility*

CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah program Humas untuk melibatkan diri mengatasi persoalan-persoalan sosial di lingkungannya. CSR merupakan investasi sosial sebuah perusahaan yang bersifat jangka panjang. Secara berangsur akan terbentuk citra positif terhadap kegiatan sosial yang dilakukan.

2. Membentuk Opini Publik

Sikap publik terhadap perusahaan bila diekspresikan disebut opini publik. Ada 3 (tiga) jenis opini, yaitu opini positif (mendukung), negatif (menentang) dan netral.

3. Membentuk *Goodwill* dan Kerjasama

*Goodwill* dan kerjasama dapat terwujud karena ada inisiatif yang dilakukan berulang-ulang oleh Humas perusahaan untuk menanamkan saling pengertian dan kepercayaan kepada publiknya.

Kesimpulan tujuan Humas yang dikemukakan oleh para ahli adalah membangun citra perusahaan dengan melibatkan perusahaan dalam setiap kegiatan masyarakat, untuk membentuk citra positif di masyarakat.

### 3.2.5 Ruang Lingkup Tugas Hubungan Masyarakat

Perkembangan profesionalisme *Public Relations* (PR) yang berkaitan dengan perkembangan peranan Humas, baik sebagai praktisi maupun professional dalam suatu organisasi atau perusahaan, menurut Dozier D.M., (1992) merupakan salah satu kunci untuk memahami fungsi PR dan komunikasi organisasi.

Adapun ruang lingkup tugas Humas dalam sebuah organisasi/lembaga antara lain meliputi aktifitas:

- a. Membina hubungan ke dalam (publik internal)

Yang dimaksud dengan publik internal adalah publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri. Seorang Humas harus mampu mengidentifikasi dan mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi.

- b. Membina hubungan keluar (publik eksternal)

Yang dimaksud publik eksternal adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya,

Menurut H. Fayol beberapa tugas dan sasaran Humas, adalah:

- a. Membangun identitas dan citra perusahaan (*building corporate identity and image*)
  1. Menciptakan identitas dan citra perusahaan yang positif.
  2. Mendukung kegiatan komunikasi timbal balik dua arah dengan berbagai pihak.
- b. Menghadapi krisis (*facing of crisis*)

Menangani keluhan (*complaint* dan menanggapi krisis yang terjadi dengan membentuk manajemen krisis dan humas *recovery of image* yang bertugas memperbaiki *lost of image damage*)

- c. Mempromosikan aspek kemasyarakatan (*promotions public causes*)
  - 1. Mempromosikan yang menyangkut kepentingan publik.
  - 2. Mendukung kegiatan kampanye sosial anti merokok, serta menghindari obat-obatan terlarang dan sebagainya.

### 3.2.6 Peranan Hubungan Masyarakat

Menurut Dozier & Broom dalam Ruslan (2006:20) menyatakan bahwa peranan Humas dalam organisasi dapat dibagi 4 (empat) kategori, yaitu:

- a. Penasehat Ahli (*Expert Prescriber*)
 

Seorang praktisi pakar Humas yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya. Hubungan praktisi pakar Humas dengan manajemen organisasi seperti hubungan antara dokter dan pasiennya. Artinya, pihak manajemen bertindak pasif untuk menerima atau mempercayai apa yang telah disarankan atau diusulkan dari pakar humas (*expert prescriber*) tersebut dalam memecahkan dan mengatasi persoalan yang tengah dihadapi oleh organisasi bersangkutan.
- b. Fasilitator Komunikasi (*Communication Fasilitator*)
 

Dalam hal ini, praktisi Humas bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Di pihak lain, dia juga dituntut mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan organisasi

kepada pihak publiknya. Sehingga dengan komunikasi timbal balik tersebut dapat tercipta saling pengertian, mempercayai, menghargai, mendukung, dan toleransi yang baik dan kedua belah pihak.

c. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem Solving Process Fasilitator*)

Peranan praktisi Humas dalam proses pemecahan persoalan ini merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat hingga mengambil eksekusi dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah menghadapi suatu krisis yang terjadi, maka dibentuk suatu tim posko yang dikoordinir praktisi ahli dengan melibatkan berbagai departemen dan keahlian dalam satu tim khusus untuk membantu organisasi, perusahaan dan produk yang tengah menghadapi atau mengatasi persoalan krisis tertentu.

d. Teknisi Komunikasi (*Communication Technic*)

Berbeda dengan tiga peranan praktisi Humas profesional sebelumnya yang terkait erat dengan fungsi dan peranan manajemen organisasi. Peranan *communication technician* ini menjadikan praktisi Humas sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan *method of communication in organization*. Sistem komunikasi dalam organisasi tergantung dari masing-masing bagian atau tingkatan, yaitu secara teknis komunikasi, baik arus maupun media komunikasi yang dipergunakan dari tingkat pimpinan dengan bawahan akan berbeda dari bawahan ke tingkat atasan. Hal yang sama juga berlaku pada

arus dan media komunikasi antar karyawan satu departemen dengan lainnya.

Kesimpulan peranan Humas yang dikemukakan oleh para ahli adalah membantu mencari solusi jika terjadi permasalahan antara perusahaan dengan publiknya, sebagai mediator untuk mengkomunikasikan permasalahan tersebut.

### 3.2.7 Aktifitas Hubungan Masyarakat

Pekerjaan PR dapat dikerjakan sendiri atau oleh konsultan, pemilihan ini sangat tergantung dari porsi perusahaan. Kelebihan dan kekurangan dalam penggunaan konsultan dapat dilihat lebih lanjut dalam tulisan Ida Anggraeni Ananda, Jurnal Visi Komunikasi. Pada dasarnya aktifitas PR meliputi sebagai berikut:

1. **Komunikasi:** pertukaran ide, pendapat atau pesan melalui visual, lisan atau tulisan.
2. **Publisitas:** diseminasi pesan yang terencana melalui media tertentu, tanpa bayaran, untuk meningkatkan minat terhadap perusahaan/organisasi.
3. **Promosi:** aktifitas mengkreasi atau menstimulasi perhatian terhadap produk, orang, organisasi atau kasus.
4. *Press agency:* melalui *soft news stories*.
5. *Integrated marketing:* fungsi PR pendukung pemasaran, tujuan beriklan sebuah organisasi.
6. *Management issue:* identifikasi, memonitor aksi publik atau reaksi publik terhadap organisasi.
7. **Manajemen krisis:** menghadapi krisis, bencana atau kegiatan negatif yang tidak terencana dan memaksimal ekspos positif yang dapat diraih.



8. *Public information officer*: sebagai penghubung antara lembaga pemerintah, dan media.
9. *Public affairs/lobbyist*: bekerja mewakili perusahaan untuk menghadapi politisi, perangkat pemerintah yang berperan menentukan kebijakan dan undang-undang untuk mempertahankan status quo atau mengubahnya.
10. *Financial Relations*: menghadapi dan mengkomunikasikan informasi kepada pemegang saham atau masyarakat pemodal.
11. *Community Relations*: memantapkan dan meningkatkan hubungan antara organisasi dan masyarakat.
12. *Internal Relations*: memantapkan dan meningkatkan hubungan dengan orang-orang yang berada dan memiliki hubungan di dalam organisasi.
13. *Industry Relations*: memantapkan dan meningkatkan hubungan dengan atau atas nama perusahaan dengan industry.
14. *Minority Relations*: memantapkan dan meningkatkan hubungan dengan group minoritas dan individual.
15. *Media Relations*: memantapkan dan meningkatkan hubungan dengan media.
16. *Public Diplomacy*: memantapkan dan meningkatkan hubungan untuk membuka jalur perdagangan, pariwisata dan kerjasama antar negara.
17. *Event management*: menyiapkan, merencanakan, melakukan kegiatan yang bermanfaat dalam suatu waktu.
18. *Sponsorship*: menawarkan atau menerima bantuan dana dengan imbalan public exposure.

19. *Cause/Relationship marketing*: memantapkan dan meningkatkan hubungan dengan konsumen.
20. *Fund Raising*: memantapkan dan meningkatkan hubungan atas nama sektor non profit untuk mendorong terkumpulnya dana serta bantuan.

### 3.2.8 Strategi Hubungan Masyarakat

Ahmad S. Adnanputra mendefinisikan strategi Humas adalah Alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan Humas dalam rangka suatu rencana Humas/PR (Ruslan, 2006:142-144).

Strategi Humas/PR kemudian dijabarkan oleh Rosady Ruslan (Ruslan, 2006:142-144) sebagai berikut:

1. Strategi Operasional

Melalui pelaksanaan Humas dilakukan dengan pendekatan kemasyarakatan (*sociologi approach*), melalui mekanisme sosial kultural dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat dari opini publik atau kehendak masyarakat terekam pada setiap berita atau surat pembaca dan lain sebagainya yang dimuat di berbagai media massa.

2. Pendekatan Persuasif dan Edukatif

Fungsi Humas adalah menciptakan komunikasi dua arah (timbang balik) dengan dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada pihak publiknya yang bersifat mendidik dan memberikan penerangan, maupun dengan melakukan pendekatan persuasif, agar tercipta saling mengerti, menghargai, pemahaman, toleransi dan lain sebagainya.

3. Pendekatan Tanggung Jawab Sosial Humas

Menumbuhkan sikap tanggung jawab sosial bahwa tujuan dan sasaran yang hendak dicapai tersebut bukan ditujukan untuk mengambil keuntungan sepihak dari publik sasarnya (masyarakat), namun untuk memperoleh keuntungan bersama.

4. Pendekatan Kerja Sama

Berupaya membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai kalangan ke dalam (*internal relations*) maupun hubungan ke luar (*ekstern relations*) untuk meningkatkan kerjasama. Humas berkewajiban memasyarakatkan dukungan masyarakat (pihak sasarnya). Hal ini dilakukan dalam rangka menyelenggarakan hubungan baik dengan publiknya (*community relations*), dan juga memperoleh opini publik serta perubahan sikap yang positif bagi kedua belah pihak (*mutual understanding*).

5. Pendekatan Koordinatif dan Integratif

Untuk memperluas peranan PR di masyarakat, maka fungsi Humas dalam arti sempit hanya mewakili lembaga/institusinya. Tetapi peranannya yang lebih luas adalah berpartisipasi dalam menunjang program pembangunan nasional, dan mewujudkan ketahanan Nasional di bidang politik, ekonomi, sosial budaya (Poleksosbud) dan Hankamnas.

### 3.2.9 Sasaran Hubungan Masyarakat

Menurut Fayol dalam Ruslan (2006:23) menjelaskan beberapa kegiatan dan sasaran Humas adalah sebagai berikut:

- a. Membangun Identitas dan Citra Perusahaan (*Building Corporate Identity and Image*)

1. Menciptakan identitas dan citra perusahaan yang positif.
  2. Mendukung kegiatan komunikasi timbal balik dua arah dengan berbagai pihak.
- b. Menghadapi Krisis (*Facing of Crisis*)
- Menangani keluhan dan menghadapi krisis yang terjadi dengan membentuk manajemen krisis dan Humas *recovery of image* yang bertugas memperbaiki *lost of image and damage*.
- c. Mempromosikan Aspek Kemasyarakatan (*Promotion of Public Causes*)
1. Mempromosikan yang menyangkut kepentingan publik.
  2. Mendukung kegiatan kampanye sosial anti merokok serta menghindari obat-obatan terlarang, dan sebagainya.

Kesimpulan sasaran Humas yang dikemukakan oleh para ahli adalah membangun citra dan identitas perusahaan selain itu juga mempromosikan aspek yang menyangkut kegiatan publik.

### 3.3 Perbedaan *Public Relations* dengan Hubungan Masyarakat

#### 3.3.1 *Public Relations*

*Public Relations* atau biasa disingkat PR, jika dilihat dari suku katanya (*Public* = Publik) dan (*Relations* = Hubungan).

Secara umum *Public Relations* (PR) adalah suatu kegiatan yang dijalankan secara berkelanjutan oleh lembaga atau perorangan untuk mengupayakan terbentuknya suatu hubungan yang baik dengan public agar terciptanya suatu pengertian dan penerimaan publik demi kelancaran dalam mencapai tujuan.

PR adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan aturan seseorang atau lembaga demi kepentingan publik dalam melaksanakan nya suatu program kegiatan untuk memperoleh pengertian dan penerimaan publik.

PR adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap seseorang atau lembaga.

Fungsi PR menurut Bertrand R. Canfield:

- a. Mengabdikan kepada kepentingan umum
- b. Memelihara komunikasi yang baik
- c. Menitikberatkan moral dan tingkah laku yang baik.

Hal hal yang biasa dilakukan oleh seorang PR:

- a. Berita *Press Release*
- b. Pidato
- c. *Event*
- d. Tulisan
- e. Audio/Visual/Slide Presentasi

### 3.3.2 Hubungan Masyarakat

Hubungan Masyarakat (Humas) diartikan sebagai salah satu kegiatan dari PR yang menangani hubungan antara lembaga dengan masyarakat. Humas merupakan seni menciptakan pengertian publik yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap sesuatu individu/organisasi.

Fungsi Humas, yaitu:

- a. Memberikan penerangan pada publik
- b. Melakukan persuasi kepada publik

- c. Upaya untuk menyatukan sikap dan perilaku suatu lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat.

Kesimpulannya, perbedaan seorang PR dengan Humas adalah bahwa seorang humas mempunyai ruang lingkup yang terbatas, sedangkan PR ruang lingkungannya luas. Dalam sebuah kantor peran Humas hanya sebagai pembantu dan tidak mempunyai ruang khusus untuk berkembang, tugasnya hanya menyampaikan pesan kepada masyarakat, sedangkan PR sangat berperan aktif baik urusan internal maupun eksternal yakni membangun relasi dengan masyarakat luas, jadi dia mempunyai ruang gerak luas. Tetapi seorang PR dan Humas mempunyai tugas yang sama yaitu sama-sama membangun komunikasi dua arah antara masyarakat.

### 3.3.3 Perbedaan

*Public Relations (PR):*

1. Bagi pribadi setiap orang

Untuk membangun citra dari orang tersebut, sehingga dia bisa mengenal siapa dirinya sebenarnya dan bagaimana kedudukannya, maka dengan itupun dia bisa menjalin relasi dengan sesama dan menciptakan sebuah wadah saling kepercayaan.

2. Bagi sebuah organisasi

Untuk membangun citra perusahaan itu sendiri dan tentunya pencitraan sebuah organisasi itu terletak pada diri setiap anggotanya, sehingga ketika setiap orang mampu menjaga citranya masing-masing, maka antara anggota dalam sebuah organisasi itu bisa saling kerja sama, saling percaya, saling memberi harapan dan saling simpati dengan sesame. Ketika semuanya aktif maka perjalanan sebuah organisasi itu berjalan lancar.

Hubungan Masyarakat (Humas):

1. Komunikator

Humas adalah orang yang menjadi komunikator secara langsung maupun tidak langsung. Bisa melalui media cetak maupun elektronik. Bisa juga dalam bentuk lisan ataupun dalam bentuk tulisan dalam berbagai media publikasi. Dalam hal ini, tugasnya adalah menyampaikan apa yang menjadi kebijakan perusahaan. Menjadi penyampai informasi kepada khalayak yang membutuhkan informasi mengenai perusahaan tersebut.

2. Pembina Relasi

Relasi yang dimaksud adalah hubungan perusahaan dengan khalayak ataupun hubungan perusahaan dengan karyawan secara internal. Tujuannya agar hubungan baik yang tetap terjaga sehingga dapat menciptakan pengertian, kepercayaan, dukungan, kerja sama, serta toleransi antara pihak-pihak yang dituju. Baik antara perusahaan dengan khalayak maupun pihak perusahaan dengan karyawan.

3. *Back Up Management*

Humas berperan sebagai penunjang atau pendukung keberhasilan manajemen secara keseluruhan. Kegiatan yang dimaksud seperti promosi, pemasaran, operasional perusahaan, sumber daya manusia dan lain sebagainya. Hal ini dimaksudkan untuk tercapainya tujuan perusahaan.

4. Pembuat Pencitraan yang Baik

Membuat pencitraan (*image*) yang baik adalah tanggung jawab Humas. Citra yang dimaksud adalah citra yang positif. Bisa berupa prestasi, reputasi,

dan sekaligus menjadi tugas utama dalam melaksanakan manajemen kehumasan untuk membangun citra baik perusahaan yang diwakilinya.

### **3.4 Hubungan Sekretaris dengan Humas**

Sekretaris profesional memegang peranan penting yang dapat mempengaruhi keberhasilan tujuan organisasi. Peranan seorang sekretaris, juga tentunya berbeda antara sesuai dengan jabatan sekretaris pada masing-masing organisasi. Salah satunya yaitu peranan sekretaris profesional sebagai *public relations* (PR). (Teguh:2005)

PR merupakan aktivitas mengelola komunikasi antara organisasi dengan publiknya. PR atau dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai hubungan masyarakat (Humas), memuat proses komunikasi dua arah yang sering terjadi pada perusahaan sebagai organisasi, baik komunikasi secara internal maupun eksternal dari perusahaan tersebut. (Effendy:2003)

Pada dasarnya setiap sekretaris mempunyai peranan yang sama, yaitu membantu kelancaran pelaksanaan tugas-tugas pimpinan. Dalam melaksanakan tugas tersebut, seorang sekretaris profesional bukan hanya berhubungan dengan pimpinannya saja melainkan juga dengan klien perusahaan, karyawan lain, juga dengan pekerjaan yang ditekuninya. Hal tersebut dikatakan sekretaris sebagai PR.

Sekretaris sebagai penghubung antara organisasi dengan lingkungan kerja, lingkungan masyarakat, baik bertatap muka secara langsung melalui telepon atau media yang lain. Dalam peranannya sebagai public relations, sekretaris profesional harus mengerti bagaimana menghadapi setiap orang yang tidak sama sifat dan perilakunya. Dalam menghadapi pihak lain, ia harus dapat menempatkan diri sesuai



dengan situasi dan kondisi yang ada, demi tercapainya tujuan organisasi apalagi bila organisasi tersebut membutuhkan suatu kerjasama yang baik dengan seseorang atau lembaga lain.

Permasalahan yang sering dihadapi oleh sebuah perusahaan atau lembaga adalah komunikasi yang tidak efektif. Gejala-gejala yang banyak terjadi adalah seperti:

- a. Kurangnya informasi mengenai data dan keterangan terutama yang memerlukan perbaikan dan sering terdapat kekurangmampuan untuk merinci hasil yang dicapai oleh organisasi sehingga terdapat kesulitan bagi masyarakat untuk mengakses berbagai informasi yang terkait dengan organisasi.
- b. Kurangnya upaya dari organisasi dalam mensosialisasikan segala aktivitas perusahaan pada masyarakat sehingga memungkinkan terjadinya kesalahpahaman terhadap apa yang dilakukan organisasi.
- c. Kurangnya rasa tanggung jawab organisasi terhadap pemeliharaan lingkungan yang terkadang hal ini membuat masyarakat menjadi apatis terhadap hal-hal yang dilakukan oleh organisasi.
- d. Terjadi hambatan komunikasi internal kantor yang disebabkan kegagalan dalam menjalin komunikasi secara dua arah.

Berdasarkan permasalahan-permasalahan tersebut dapat dilihat bahwa komunikasi sangat perlu diperhatikan oleh sekretaris yang profesional agar dapat terjalin hubungan kerjasama yang baik antara organisasi dengan publik. Dalam hal ini, peranan sekretaris profesional sangat diperlukan dalam PR.

Dalam hubungannya dengan PR, peranan sekretaris sebagai PR berdasarkan sasaran kegiatannya yaitu:

1. *Internal Public*

Yaitu sekelompok individu yang terlibat kegiatan dalam suatu organisasi yang mempunyai kepentingan bersama untuk mencapai tujuan tertentu.

Publik yang dimaksud adalah publik yang berada dalam ruang lingkup organisasi tersebut, seperti pimpinan, pegawai bawahan (pimpinan), pemegang saham, dan karyawan. Peranan sekretaris terhadap *internal public* yaitu:

1) Peranan sekretaris terhadap atasan

Ketika menjalankan peranannya, seorang sekretaris harus bersikap sopan dan hormat kepada atasan, adapun peran sekretaris tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Sebagai perantara saluran komunikasi dan pembinaan hubungan yang baik bagi orang yang ingin berhubungan dengan pimpinan. Dalam hal ini, seorang sekretaris harus mampu menjadi penghubung antara pimpinan dengan orang-orang yang ingin mempunyai kepentingan dengan pimpinan. Misalnya, ketika pimpinan mempunyai suatu perjanjian kontrak dengan pihak lain, sekretaris harus mampu menciptakan hubungan yang baik dengan komunikasi yang baik pula, sehingga akan terjadi kerjasama yang baik antar perusahaan.
- b. Sebagai sumber informasi yang diperlukan pimpinan dalam memenuhi fungsi, tugas, dan tanggung jawab. Seorang sekretaris harus mengetahui seluk beluk suatu organisasi dengan memahami semua informasi-informasi

yang ada didalam organisasi tersebut. Dalam pelaksanaan tugasnya sekretaris harus selalu siap ketika diminta pimpinan memenuhi tugas dan tanggungjawabnya sebagai tangan kanan pimpinan berdasarkan kenyataan informasi suatu organisasi. Sekretaris juga harus mampu menjelaskan dengan sebaik mungkin mengenai informasi organisasi yang diperlukan oleh pimpinan.

- c. Sebagai pelanjut keinginan pimpinan kepada bawahan dalam pelaksanaan tugas. Sekretaris dalam melaksanakan tugas kesehariannya harus siap setiap waktu apabila pimpinan meminta sekretaris untuk menggantikan jadwal acaranya. Misalnya sekretaris diminta pimpinan untuk menghadiri rapat dengan bawahan ketika pimpinan tidak bisa menghadiri rapat tersebut. Selain itu, sekretaris dapat juga menjadi wakil pimpinan ketika ia diminta pimpinan untuk menjelaskan atau mempresentasikan hasil keputusan pimpinan.
- d. Alternatif pemikiran dari pimpinan dalam ide-ide. Dalam hal ini, sekretaris harus mampu memberikan pendapat, ide atau gagasannya ketika pimpinan membutuhkan bantuan sekretaris untuk menuangkan pikirannya dalam suatu persoalan tertentu. Untuk itu, sekretaris dalam menyampaikan ide dan pendapatnya harus disertai dengan bukti atas kebenaran yang ada atau alasan yang logis atas pendapatnya.
- e. Sebagai faktor penunjang dalam keberhasilan pekerjaan dan cerminan pimpinan dan bawahan. Dalam hal ini, seorang sekretaris dapat menjadi faktor penunjang bagi pimpinan dan bawahan. Hal tersebut berarti sekretaris

berperan penting dalam organisasi tersebut demi mencapai tujuan organisasi.

- 2) Peranan sekretaris terhadap pegawai bawahan (pimpinan)
  - a. Penentuan kebijakan yang berlaku bagi pegawai bawahan secara adil, yaitu mengenai peraturan penempatan pegawai yang sesuai dengan kecakapan dan kemampuan. Dalam hal ini, peran sekretaris yaitu menjadi penentu atas kebijakan pimpinan, karena sering kali pimpinan mendelegasikan tugas dan keputusannya kepada sekretarisnya.
  - b. Memberikan motivasi kerja kepada pegawai bawahan sehingga pekerjaan dapat berjalan lancar dan berhasil dengan baik. Sekretaris juga harus memberikan motivasi dan semangat kerja kepada pegawai bawahan agar dapat bekerja sama untuk mencapai tujuan organisasi.
  - c. Memberikan rasa bangga dan puas kepada pegawai bawahan dalam menjalankan pekerjaan.
  - d. Menerima pendapat dan usul bawahan dalam berbagai masalah. Sekretaris harus bisa menerima segala pendapat dari pegawai bawahan baik itu pendapat positif maupun negatif.
  - e. Mengadakan pendekatan kepada pegawai bawahan untuk lebih mengarahkan dan mengetahui kelemahan dan kehendak pegawai bawahan. Contohnya, dalam sebulan sekali diadakan rapat antara sekretaris dengan para pegawai bawahan sebagai bahan evaluasi atas pekerjaan yang sudah diselesaikan dalam waktu satu bulan.

Peranan sekretaris terhadap bawahan merupakan penilaian dari bawahan sehingga sikap dan tingkah laku sekretaris akan berpengaruh terhadap pekerjaan

pegawai bawahan. Bagi sekretaris yang ramah dan komunikatif akan memberikan suasana hubungan kerja yang baik bagi bawahan sehingga segala permasalahan dapat didiskusikan dan dicari cara penyelesaiannya.

Berkaitan dengan peranan sekretaris dalam menjalankan tugas dan fungsi jabatannya, hal yang sangat penting adalah mengenai pendekatan yang dapat dilakukan oleh seorang sekretaris. Beberapa cara seorang sekretaris dalam mengadakan pendekatan kepada pegawai bawahan, yaitu:

1. Memberi perintah atau instruksi kepada bawahan secara resmi, baik secara lisan maupun tertulis.
2. Mengadakan rapat atau pertemuan secara bersama-sama pada suatu waktu tertentu dengan pegawai bawahan.
3. Mengadakan pengawasan secara langsung pada saat-saat tertentu kepada pegawai bawahan yang sedang melaksanakan tugasnya, yaitu pengawasan yang bersifat positif. Bila terjadi kesalahan diberi petunjuk dan pembinaan.
4. Mengadakan hubungan yang bersifat informal terhadap pegawai bawahan agar mendapat dukungan moril dalam pelaksanaan pekerjaannya.

Peranan sekretaris dalam melakukan pendekatan terhadap pegawai bawahan sangat penting. Peranan sekretaris terhadap pegawai bawahan ataupun yang lainnya biasanya dikenal dengan istilah hubungan antar manusia atau lebih dikenal dengan istilah "*human relations*".

*Human relations* memiliki peranan yang penting dalam memecahkan berbagai masalah yang menyangkut faktor manusia dalam organisasi. Benturan psikologis dan konflik antara kepentingan pribadi dengan kepentingan organisasi sering terjadi, bukan saja antara pimpinan dengan karyawan, tetapi juga antara

karyawan dengan karyawan, yang dapat mengganggu kelancaran organisasi dalam mencapai tujuan.

Semua organisasi memerlukan *human relation*. Sekretaris harus dapat membiasakan diri dalam kehidupan sehari-hari dengan berbagai macam tipe manusia atau dapat bergaul dan memiliki keahlian interpersonal yang cakap.

3) Peranan sekretaris terhadap pemegang saham.

Modal merupakan salah satu faktor penting bagi organisasi. Besar kecilnya modal mempengaruhi usaha-usaha untuk memperkembangkan kemajuan organisasi. Dalam hubungannya dengan modal, merupakan kewajiban seorang manajer untuk selalu mengadakan hubungan yang baik dengan pemegang saham. Dalam kemajuan zaman sekarang ini, manajer mendelegasikan tugas-tugasnya kepada sekretarisnya termasuk hubungan komunikasi dengan pemegang saham. Oleh karena itu, sekretaris profesional harus menjaga hubungan baik dengan pemegang saham.

Peranan sekretaris profesional terhadap pemegang saham diantaranya:

- a. Sekretaris memberikan informasi mengenai perkembangan organisasi. Contohnya memberikan laporan mengenai status modal organisasi.
- b. Mengadakan serta mengatur pertemuan dengan organisasi lain. Tujuan diadakannya pertemuan ini adalah untuk menjalin hubungan kerjasama yang baik antara organisasi dengan para pemegang saham. Peran sekretaris dalam hal ini adalah mengatur jalannya acara pertemuan tersebut, mulai dari waktu, tempat, susunan acara, bahkan segala peralatan yang diperlukan pimpinan dengan para pemegang saham dalam acara tersebut.

- c. Menjaga hubungan baik melalui komunikasi. Komunikasi dengan para pemegang saham dapat dilaksanakan dengan cara menyatakan selamat kepada pemegang saham yang baru, memberikan laporan, mengirimkan majalah organisasi, mengadakan pertemuan.
- 4) Peran sekretaris terhadap karyawan
    - a. Sebagai mediator antara karyawan dengan pimpinan dan pegawai bawahan. Dalam hal ini, sekretaris harus mampu menjadi mediator ketika terjadi permasalahan antara karyawan dengan pimpinan ataupun dengan pegawai bawahan. Dalam pengertian sekretaris harus siap dimintai bantuan dalam setiap waktu.
    - b. Sebagai sumber informasi mengenai segala kegiatan yang berhubungan dengan tugas pimpinan. Dalam hal ini, sekretaris harus mengerti semua jadwal pimpinan, jadi ketika ada karyawan membutuhkan informasi mengenai pimpinan, sekretaris langsung dapat memberikan informasi tersebut.
    - c. Membantu memfasilitasi karyawan ketika hendak bertemu dengan pimpinan. Contohnya, ketika karyawan ingin bertemu dengan pimpinan untuk membicarakan suatu permasalahan, sekretaris yang akan membuatkan jadwal pertemuan antara karyawan dengan pimpinan.

2. *Eksternal Public*

Yaitu sekelompok individu yang secara tidak langsung berkaitan dengan organisasi, dan berhubungan dengan suasana luar organisasi. Contohnya pers, pelanggan, instansi pemerintah, khalayak sekitar dan lain-lain kelompok di luar organisasi.

a. Hubungan yang baik dengan pelanggan

Hubungan yang baik dengan pelanggan perlu dijaga secara harmonis, hal tersebut karena pelanggan merupakan pemasok tetap dalam hal-hal yang mendukung kegiatan organisasi. Misalnya pelanggan agen koran, apabila susah menjadi pelanggan, maka akan ada pemasok tetap dalam kegiatan keseharian organisasi, oleh karena itu hubungan dengan pelanggan perlu dijaga dengan baik.

b. Hubungan yang baik dengan khalayak sekitar

Yang dimaksud dengan khalayak sekitar adalah orang-orang yang bertempat tinggal di sekitar kompleks organisasi. Komunikasi dengan mereka senantiasa perlu dilakukan karena ada kemungkinan suatu waktu organisasi tersebut membutuhkan bantuan orang-orang sekitar tempat tinggal organisasi, misalnya ketika pos polisi, klinik, rumah sakit dan lain sebagainya. Hubungan komunikasi tersebut dapat dilakukan melalui beberapa contoh kegiatan misalnya, mengundang masyarakat sekitar ketika sedang merayakan peringatan hari ulang tahun kantor. Dengan demikian hubungan yang baik akan terjalin.

c. Hubungan dengan pemerintah

Setiap organisasi akan selalu ada hubungannya dengan instansi pemerintah seperti Kabupaten, Kecamatan, Bank Pemerintah, PLN, Kantor Pajak dan lain sebagainya. Untuk menjaga goodwill atau kerjasama yang baik dengan berbagai instansi pemerintah tersebut diperlukan komunikasi yang harmonis agar dapat membantu memperlancar jalannya organisasi. Adanya hambatan seperti telepon rusak, gangguan listrik, ataupun masalah pajak,



maka akan mudah diselesaikan jika ada hubungan baik dengan instansi pemerintah yang bersangkutan. Contoh dalam menjaga komunikasi misalnya mengirimkan ucapan selamat ulang tahun ketika instansi pemerintah tersebut sedang berulang tahun atau membuat agenda untuk mengadakan pertandingan olahraga antar kantor.

d. Hubungan dengan pers

Yang dimaksud dengan pers adalah semua media massa, yaitu selain surat kabar dan majalah juga siaran radio, televisi, dan lain-lain. Media massa tersebut sangat membantu organisasi untuk memperlancar jalannya kegiatan publikasi. Salah satu contoh adalah ketika kegiatan organisasi dibantu oleh media televisi pada saat menyiarkan acara perayaan hari ulang tahun sebuah organisasi, atau adanya media berita berupa koran saat memberitakan berita-berita terbaru dalam organisasi.

Berdasarkan hubungan-hubungan tersebut, adapun peranan sekretaris terhadap *eksternal public* yaitu:

1. Sekretaris berperan sebagai pusat informasi terhadap semua publik. Sekretaris adalah orang terdekat dengan pimpinan dalam sebuah organisasi, untuk itu sekretaris harus menguasai semua informasi organisasi yang diperlukan oleh publik
2. Menjadi fasilitator antara publik dengan organisasi. Peran sekretaris disini yaitu menjadi fasilitator atau mediator untuk membantu manajemen dalam hal memenuhi keinginan dan harapan publik. Fasilitator ini bertujuan supaya organisasi mengetahui kehendak dan kemauan publik dan publik juga mengetahui apa yang diinginkan organisasi. Sehingga akan tercipta

*goodwill* (kerjasama yang baik) dan saling pengertian antara kedua belah pihak.

3. Selalu menjaga citra organisasi di depan publik. Segala perilaku sekretaris dalam menjalankan peranannya sebagai public relations selalu dinilai oleh publik. Sudut pandang setiap orang yang akan menimbulkan reputasi baik atau buruknya suatu organisasi. Oleh sebab itu, sekretaris dalam menjalankan peranannya sebagai public relations harus selalu berhati-hati dalam bertindak, karena tindakan sekretaris berkaitan dengan citra baik organisasi. Semakin baik citra organisasi, maka akan semakin baik pula perkembangan perusahaan. Untuk itu, seorang sekretaris dalam memberikan informasi organisasi, harus benar dan berdasarkan fakta-fakta organisasi.
4. Menjalin kerjasama yang baik terhadap publik. Dalam suatu organisasi akan selalu ada hubungan kerjasama dengan pihak lain, untuk itu sekretaris harus mampu menjalin kerjasama yang baik dengan berbagai pihak tanpa membeda-bedakan pihak lain. Terjalannya hubungan kerjasama yang baik akan menciptakan tercapainya tujuan organisasi secara optimal.
5. Memelihara komunikasi yang baik dengan publik. Hubungan terhadap publik akan selalu berjalan dengan baik jika terjadi komunikasi yang baik yang selalu dijaga. Sekretaris harus menjaga komunikasi yang baik secara terus-menerus dengan publik agar tidak terputus jalinan komunikasi dengan publik, sehingga akan terjadi hubungan timbal balik antara organisasi dengan publik.

6. Mendengarkan segala pendapat publik. Apabila telah terjadi suatu permasalahan dalam suatu organisasi, tentu pasti akan menimbulkan opini publik. Demi menjaga berlangsungnya tujuan organisasi, maka seorang sekretaris harus mampu menampung dan menerima berbagai opini publik, baik itu opini positif maupun negatif. Hal tersebut akan membuat publik merasa dihargai. Setelah itu, baru kemudian opini tersebut disampaikan kepada pimpinan berdasarkan fakta opini agar dapat dicari jalan keluarnya.
7. Memberikan pelayanan terhadap publik semaksimal mungkin. Seorang sekretaris dalam menghadapi publik eksternal organisasi, harus memberikan pelayanan semaksimal dan sebaik mungkin dengan tujuan membuat publik merasa puas dengan pelayanan yang diberikan sekretaris. Pelayanan yang baik akan membuat publik merasa mampu menilai mutu dan kualitas baik dari organisasi tersebut.

Seorang sekretaris profesional supaya dapat mengatasi permasalahan dalam hubungan antar manusia atau menjalin hubungan dengan manusia yang lain dengan baik, ia harus memahami kehendak dasar orang, apa yang mereka perkirakan dan perlukan dari orang-orang di tempat mereka bekerja.

Dari penjelasan tersebut, peranan sekretaris profesional sebagai public relations berdasarkan sasaran kegiatannya dibagi menjadi dua yaitu internal public dan eksternal public. Internal public yang dimaksud yaitu publik yang berhubungan dengan kegiatan dalam suatu organisasi tersebut, misalnya pimpinan, manajer, bawahan, karyawan. Sedangkan yang dimaksud dengan eksternal public yaitu publik yang secara tidak langsung berhubungan dengan organisasi. Misalnya pers, instansi pemerintah, pelanggan, pemasok, komunitas dan lain-lain. Dalam

menjalankan perannya sebagai public relations, sekretaris harus mengutamakan kepentingan publik, hal ini bertujuan untuk menciptakan *goodwill* (kerjasama yang baik) antara kedua belah pihak yang berhubungan.

### **3.5 Konsep Dasar Penjadwalan**

#### **3.5.1 Pengertian Penjadwalan**

*Time Tabling* adalah suatu kegiatan administratif utama pada sebagian besar intitusi. Kegiatan operasi institusi akan bergantung sepenuhnya pada jadwal (*timetable*) yang dibuat. Penjadwalan dapat didefinisikan sebagai berikut:

Penjadwalan adalah pengalokasian sumber daya pada objek-objek yang ada pada ruang waktu dan bergantung pada kendala-kendala yang sedemikian sehingga sedapat mungkin memenuhi sekumpulan sasaran yang diinginkan. Secara sederhana, penjadwalan dapat diartikan sebagai pengalokasian sumber-sumber daya yang tersedia pada ruang waktu yang ada sehingga memenuhi kondisi-kondisi tertentu.

Penjadwalan ini meliputi dua hal, yaitu tentang alokasi sarana dan tentang dapat diramalkannya waktu kegiatan. Sarana kegiatan, yaitu pembicara, sarana lainnya dan waktu, harus dialokasikan secara seimbang dan efisien ke dalam program bulanan dan kegiatan harian.

Penjadwalan dapat didefinisikan sebagai pengalokasian sumber daya dalam jangka waktu tertentu untuk melakukan serangkaian tugas. Penjadwalan adalah proses pengorganisasian, pemilihan dan penentuan waktu penggunaan sumber-sumber untuk mengerjakan semua aktifitas yang diperlukan yang memenuhi kendala aktifitas dan sumber daya.

### 3.5.2 Tujuan Penjadwalan

Menurut Ginting (2009) mengidentifikasi beberapa tujuan dari aktifitas penjadwalan adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan penggunaan sumberdaya atau mengurangi waktu tunggu, sehingga total waktu proses dapat berkurang dan produktifitas dapat meningkat.
2. Mengurangi beberapa keterlambatan pada pekerjaan yang mempunyai batas waktu penyelesaian sehingga meminimalisasi *penalty cost* (biaya kelambatan).

### 3.5.3 Performasi Penjadwalan

Menurut Ariani (2009) terdapat 3 (tiga) tujuan pembuatan keputusan yang umum dalam penjadwalan dan ketiganya menunjukkan ukuran dasar performasi jadwal, yaitu:

1. Pemanfaatan sumber daya yang efisien: minimum maksimum saat selesai.
2. Respon yang cepat terhadap permintaan konsumen: minimum rata-rata saat selesai (*completion time*), minimum rata-rata waktu tinggal (*flow time*) atau minimum rata-rata waktu tunggu (*waiting time*).
3. Sesuai dengan batas waktu yang ditentukan: minimum rata-rata keterlambatan (*tardiness*), minimum maksimum keterlambatan dan minimum jumlah job yang terlambat (*the number of tardy jobs*).

## 3.6 Formulir

### 3.6.1 Pengertian Formulir

Formulir adalah Secarik kertas yang memiliki ruang untuk diisi dengan data penting tertentu.

### 3.6.2 Manfaat Formulir

1. Menetapkan tanggungjawab terjadinya transaksi bisnis
2. Merekam data transaksi.
3. Mengurangi kesalahan pesan dibanding dengan cara lisan.
4. Media komunikasi antar orang/bagian/organisasi.

### 3.6.3 Golongan Formulir

Menurut Sumbernya:

- a. Form yang dibuat dan disimpan di perusahaan
- b. Form yang dibuat dan dikirim ke luar perusahaan
- c. Form yang diterima dari pihak luar perusahaan

Menurut Tujuan Penggunaannya:

- a. Form untuk meminta dilakukannya tindakan
- b. Form untuk mencatat kejadian/tindakan yang terjadi.

### 3.6.4 Prinsip Perancangan Formulir

1. Gunakan tembusan/rangkap dan *carbon/carbonless paper*
2. Hindari duplikasi data, pada form yang sama atau dengan form lainnya
3. Sederhana dan ringkas
4. Terapkan *internal check* agar teliti dan terpercaya untuk menghindari kesalahan pengisian.

5. Cantumkan nama dan alamat perusahaan untuk komunikasi dengan pihak luar.
6. Cantumkan nama dan nomor kode form untuk identifikasi.
7. Cantumkan nomor urut tercetak form untuk mengontrol pengeluaran form.
8. Cetak garis jika akan ditulis tangan.
9. Cantumkan nomor garis di dua sisi jika formnya lebar.
10. Rancang pengisian yang efisien, seperti tanda cek/silang, Ya atau Tidak.
11. Rancang urutan logis pengisian dan penempatan blok/kelompok data.

### **3.6.5 Kelebihan *Electronic Form***

- a. Persediaan selalu cukup, tidak akan lebih ataupun kurang.
- b. Selalu *up to date*, mudah diperbaharui.
- c. Efisien, jika harus segera diganti tanpa harus menunggu persediaan habis.
- d. *User friendly*, mudah pengisiannya tanpa takut salah karena ada help.
- e. Cepat dalam pengisiannya, karena kursor berhenti di tempat isian.
- f. Praktis, dapat mengkalkulasi otomatis.
- g. Tidak ada data ngambang dari pengaruh transfer dari lokasi lain.
- h. Lebih terkendali, dengan Password nomor urut otomatis
- i. Mudah pengelolaannya, baik dalam perancangan, penggunaan, pengendalian dan pengarsipan datanya.

### 3.7 Google Calendar

#### 3.7.1 Pengertian Google Calendar

*Google Calendar* adalah aplikasi *web* pengelolaan waktu dari *Google*. Aplikasi ini diluncurkan pada 13 April 2006 dan keluar dari fase beta pada Juli 2009. Pengguna perlu memiliki *Google Account* untuk menggunakan perangkat lunak ini.

#### 3.7.2 Mengakses Google Calendar

Sebaiknya menggunakan *web browser Chrome* untuk melihat *Google Calendar*. Anda dapat login langsung melalui *Google* anda dan mengakses *account Gmail* seperti gambar di bawah ini.



Gambar 3.1 Fitur *Google* pada *Account Gmail*

Selanjutnya pilih *icon Calendar* 31.

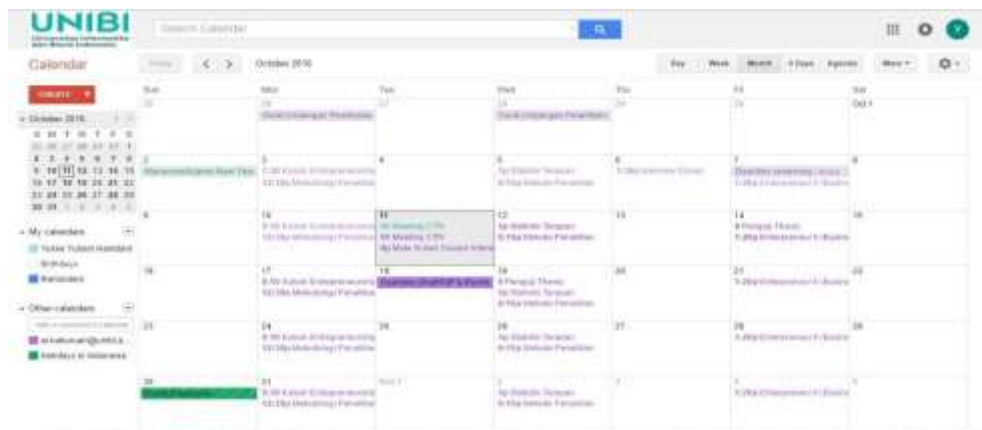
#### 3.7.3 Tampilan pada Google Calendar

1. Tampilan di tengah: Kalender, yang secara *default* akan menampilkan minggu tampilan.
2. Di bagian atas: *Menu Google Apps*, kotak pencarian, Tombol untuk pindah ke layar sebelumnya atau berikutnya, dan pengaturan.
3. Di sisi kiri terdapat:



- a. Tombol *create*
- b. Sebulan kecil ini tampilan kalender – klik pada tanggal di sini untuk pergi ke sana.
- c. *My Calendar*: meliputi tampilan kalender utama setiap kalender dan memiliki daftar tugas anda.
- d. *Others Calendar*: pada fitur ini anda dapat memasukkan alamat email Universitas rekan untuk melihat kalender mereka.

Pada Gambar 4.2 berikut adalah tampilan dari google calendar.



Gambar 3.2 Tampilan *Google Calendar*

### 3.7.4 *Google Calendar (Mobile Version)*

*Google Calendar* juga dapat didownload melalui *Google Play Store* pada *smartphone* anda.

Berikut ini merupakan tampilan utama pada *Google Calendar* versi *mobile*, terdapat beberapa *event* yang sudah anda *create* pada kalender di *smartphone* anda yang telah terintegrasi dengan *Google Calendar*.



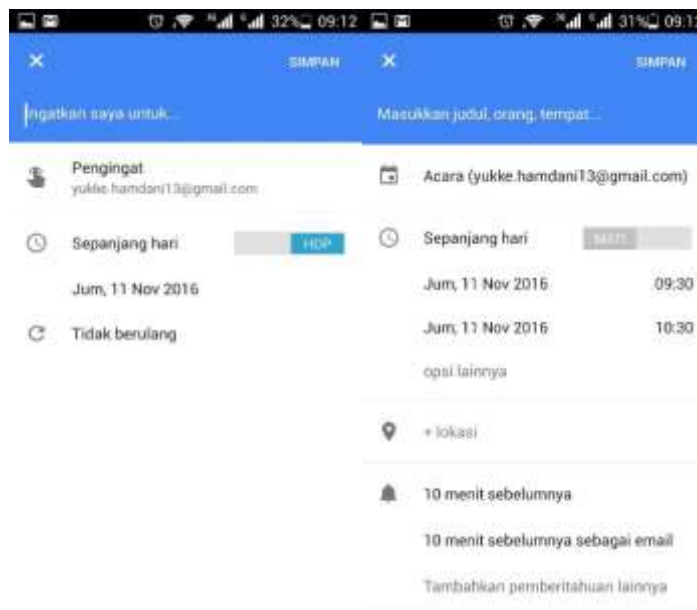
Gambar 3.3 Tampilan Utama *Google Calendar* Versi *Mobile*

Fitur yang ada pada *Google Calendar* versi mobile adalah tujuan, pengingat dan acara. Dapat dilihat pada Gambar 4.4



Gambar 3.4 Fitur pada *Google Calendar* Versi *Mobile*

Salah satu fitur dalam *Google Calendar apps* adalah pengingat. Memberitahukan *event* atau acara dalam bentuk alarm yang dapat diatur waktunya. Dapat dilihat pada Gambar 3.5



Gambar 3.5 Fitur Peningat pada *Google Calendar Versi Mobile*

### 3.8 *Google Form*

#### 3.8.1 *Pengertian Google Form*

*Google Form* atau yang disebut google formulir adalah alat yang berguna untuk membantu anda merencanakan acara, mengirim survei, memberikan siswa atau orang lain kuis, atau mengumpulkan informasi yang mudah dengan cara yang efisien. *Form* juga dapat dihubungkan ke *spreadsheet*. Jika *spreadsheet* terkait dengan bentuk, tanggapan otomatis akan dikirimkan ke *spreadsheet*. Jika tidak, pengguna dapat melihat mereka di “Ringkasan Tanggapan” halaman dapat diakses dari menu “Tanggapan”.

Salah satu alasan dari banyak pengguna yang mungkin tidak menyadari *Google Form* adalah bahwa mereka ditemukan bukan sebagai aplikasi terpisah, melainkan sebagai bagian dari *Google Drive*. Dengan demikian, untuk membuat formulir baru, anda harus terlebih dahulu login ke gmail atau *Google Apps*. Dengan

*Spreadsheets* memungkinkan untuk menunjukkan bagaimana anda dapat menggunakan *software* ini untuk mengajukan berbagai pertanyaan, termasuk dimana pengguna anda merespon dengan jawaban teks sederhana atau respon teks lebih lanjut. Anda dapat meminta pertanyaan pilihan ganda, daftar pertanyaan, pertanyaan skala, dan masih banyak lagi. Ketika berbagi formulir anda dengan orang lain, anda dapat mengatur mereka untuk tampil dengan tema yang mengesankan dengan akses yang mudah.

### **3.8.1 Manfaat Google Form**

Manfaat Google Form untuk aktifitas sehari-hari adalah sebagai berikut:

1. Distribusi dan tabulasi *online* dan *real-time*.
2. *Real time collaboration*: 50 orang dapat bekerja dalam satu berkas dalam 1 (satu) waktu. Setiap perubahan disimpan secara otomatis.
3. Aman: apabila ingin menyimpan berkas penting atau tugas sekolah tidak akan takut hilang atau rusak bahkan terkena virus.

### **3.8.2 Contoh Penggunaan Google Form**

Contoh penggunaan *Google Form* dalam keseharian adalah sebagai berikut:

1. Untuk kuis *online*, ujian *online*, survei performa guru, survei masukan orang tua murid, formulir registrasi *online*, dsb.
2. Mendorong *paperless culture*: tidak lagi memperbanyak dokumen dengan cara *print* atau *fotocopy* formulir, tapi semuanya dijadikan *online*, bahkan tabulasi hasilnya pun otomatis dan sudah *online*.