

LAPORAN PENELITIAN

KOMPETENSI PRAKTISI PR DI KOTA SEMARANG 2012

(PADA BADAN USAHA MILIK NEGARA)



Oleh:

Yanuar Luqman

Dibiayai dari Sumber Dana DIPA FISIP UNDIP

Tahun Anggaran 2012

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Semarang

2012

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : Kompetensi Praktisi PR di Kota Semarang 2012 (Pada Badan Usaha Milik Negara)
2. Kategori Tema : Teknologi informasi dan komunikasi
3. Bidang Ilmu : Ilmu Komunikasi
4. Ketua Peneliti :
 - a. Nama Lengkap dan Gelar : Yanuar Luqman, S.Sos, M.Si
 - b. NIP/NIDN : 197601302003121002 / 0030017602
 - c. Jabatan Fungsional dan Golongan : Asisten Ahli / III B
 - d. Fakultas/Jurusan : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
 - e. Alamat dan No. Telp. Kantor : Jl. Prof H. Soedarto, SH Tembalang Semarang 024-7465408
 - f. Alamat dan No. Telp. Rumah : Perum Tembalang Pesona Asri Blok Q No. 8 Semarang 024-76481464
5. Lokasi Penelitian : Semarang
6. Lama Penelitian : 3 (tiga) bulan
7. Biaya Yang Diperlukan : Rp. 3.790.000,- (Tiga juta tujuh ratus sembilan puluh ribu rupiah)
8. Sumber Dana : DIPA FISIP UNDIP Tahun Anggaran 2012



Semarang, 30 September 2012

Ketua Peneliti

Yanuar Luqman, S. Sos, M.Si
NIP. 197601302003121002

Menyetujui,
Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat
Universitas Diponegoro



KATA PENGANTAR

Penelitian mengenai Kompetensi Praktisi PR di Kota Semarang 2012, pada Badan Usaha Milik Negara didasari keinginan untuk mengetahui kompetensi para petugas Humas. Sebagaimana kita ketahui bahwa kompetensi menjadi hal yang utama dalam melakukan pekerjaan. Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi pada tahun 2007 telah menetapkan Standar Kompetensi Kerja Indonesia Sektor Komunikasi dan Informatika Bidang Kehumasan.

Sampai sekarang Lembaga Sertifikasi Profesi bidang Kehumasan sebagai lembaga yang bertugas memberikan sertifikat belum terbentuk. Sebagai langkah awal perlu kiranya dilakukan penelitian yang berusaha menjawab pertanyaan sejauhmana tingkat kompetensi praktisi PR di Kota Semarang dalam menjalankan tugas kehumasan? Pada tingkat Junior, Madya, Ahli dan atau Manajerial. Pedoman yang dipakai tidak bisa lepas dari Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia dalam bidang Kehumasan yang telah disusun tahun 2007 dan disahkan tahun 2008.

Berdasar temuan penelitian bahwa petugas Humas BUMN di kota Semarang pada kategori :

1. Humas Junior, berkompeten dan berintensitas tinggi dalam melakukan pekerjaan
2. Humas Madya dan Humas Ahli , berkompeten dan berintensitas pada kisaran tinggi dan cukup dalam melakukan pekerjaan.
3. Humas Manajerial memiliki kompetensi yang bervariasi dan intensitas yang bervariasi pula dalam melakukan pekerjaan.

Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu kelancaran penelitian ini. Sebagai penutup, riset ini saya sadari masih banyak kekurangan, untuk itu saya sadar bahwa masukan pembaca adalah hal yang penting untuk menuju kesempurnaan.

Semarang, 30 September 2012

Peneliti

Yanuar Luqman

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yanuar Luqman, S.Sos. M.Si
NIP/NIDN : 197601302003121002 / 0030017602
Pangkat/Gol : Penata Muda Tk. 1 / III B
Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
Jurusan/Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa laporan penelitian yang kami susun dengan judul:

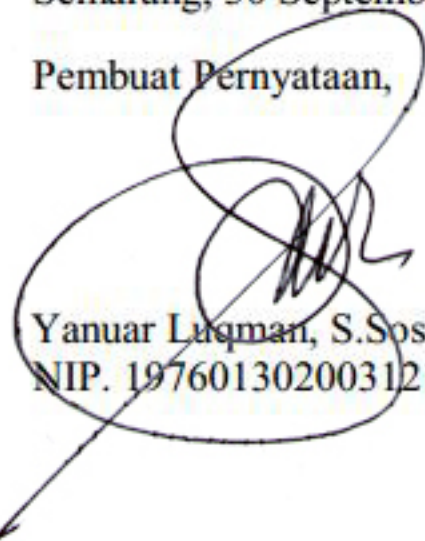
Kompetensi Praktisi PR di Kota Semarang 2012 (Pada Badan Usaha Milik Negara)

Adalah benar-benar hasil karya kami sendiri dan bukan merupakan plagiat dari penelitian atau karya ilmiah orang lain. Apabilan di kemudian hari pernyataan kami tidak benar, maka kami bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku.

Demikian pernyataan ini kami buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 30 September 2012

Pembuat Pernyataan,


Yanuar Luqman, S.Sos. M.Si
NIP. 197601302003121002

ABSTRAKSI

Globalisasi yang terjadi berdampak pada semua profesi, termasuk profesi *Public Relations* (Humas). Sebagai profesi yang bersifat terbuka, artinya setiap orang dapat memasuki profesi humas, maka kemungkinan penempatan personel atau petugas Humas tidak berdasarkan kompetensi. Sebagai profesi yang *emerging*, perlu kiranya terdapat Standar Kompetensi. Sampai sekarang ini belum ada implementasi standar kompetensi dan *peer review* untuk menjamin kompetensi dan praktek etis. Dalam pekerjaan Humas terdapat lima dimensi kegiatan Humas yaitu : *environmental scanning, scenario building, issue management, crisis management, dan reputation management*. Untuk dapat melaksanakan tugas tersebut dengan baik, perlu petugas Humas yang punya kompetensi.

Masalah yang dicoba dijawab adalah sejauhmana tingkat kompetensi praktisi PR di Kota Semarang dalam menjalankan tugas kehumasan ? Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kompetensi praktisi PR di Kota Semarang, Junior, Madya, Ahli dan atau Manajerial dengan menggunakan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia dalam bidang Kehumasan.

Penelitian ini berparadigma positivistik dengan panduan teori dan konsep antara lain : PR Excellence (Grunig), PR sebagai fungsi manajemen serta Peran PR (Cutlip, Center & Broom) Metoda Penelitian deskriptif kuantitatif (survey) dengan populasi praktisi PR di Semarang sedangkan sampelnya adalah praktisi Humas BUMN. Data didapatkan dengan metode angket berdasar pada Standar Kompetensi Kerja Indonesia Sektor Komunikasi dan Informatika bidang Kehumasan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Junior, berkompeten 89.5% dan berintensitas tinggi 68.4% dalam melakukan pekerjaan, Humas Madya, berkompeten 78.9% dan berintensitas pada kisaran tinggi 42.1% dan cukup 47.4% dalam melakukan pekerjaan, Humas Ahli, berkompeten 68.4% dan berintensitas pada kisaran tinggi 42.1% dan cukup 47.4% dalam melakukan pekerjaan serta Humas Manajerial, memiliki kompetensi yang bervariasi : 47.4% kompeten, 26.3% cukup kompeten, 21.1% kurang kompeten. Intensitas melakukan pekerjaan yang bervariasi : 26,3% tinggi, 36,8% cukup dan 26,3% kurang.

ABSTRACT

Globalization has been an impact on all professions, including the profession of Public Relations. As a profession that is open, it means that anyone can enter the profession of public relations, the possibility of placement of personnel are not based on competence. As an emerging profession, it is important there is a competency standard. Until now there has been no implementation of competency standards and peer review to ensure the competence and ethical practice. In the work there are five dimensions of PR activity, namely: environmental scanning, scenario building, issues management, crisis management, and reputation management. To be able to perform the task well, need public relations officer who has competence.

The problem that tries to answer is to what extent the level of competence of public relations practitioners in the city of Semarang in carrying out their public relations? The purpose of this study was to determine the level of competence of public relations practitioners in the city of Semarang, Junior, Associate, or Managerial Expert and using the National Occupational Competency Standards Indonesia in the field of Public Relations.

This study employ positivistic paradigm to guide the theory and concepts include: PR Excellence (Grunig), PR as a management function and role of public relations (Cutlip, Center & Broom). Uses descriptive quantitative research methods (survey) with a population of PR practitioners in Semarang while sampelnya is a PR (BUMN) practitioner. The data obtained by the questionnaire method, based on the Standard Occupational Competency Indonesia Communication and Information Sector Public Relations field.

The results showed that the PR Junior, competent 89.5% and 68.4% of high intensity in doing the work, Public Relations Associate, competent and 78.9% of high intensity in the range of 42.1% and 47.4% sufficient to do the job, PR Expert, competent 68.4% and intensity in the range fairly high 42.1% and 47.4% in doing the job and PR Managerial competencies varied: 47.4% competent, 26.3% is quite competent, 21.1% less than competent. Doing work that varied intensity: 26.3% high, 36.8% and 26.3% less enough.

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
Kompetensi Umum.....	22
BAB I Kompetensi Inti.....	27
LATAR BELAKANG.....	1
1.1. Pendahuluan.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Kontribusi Penelitian.....	4
1.4.1. Kontribusi Akademis.....	4
1.4.2. Kontribusi Praktis.....	4
1.4.3. Kontribusi Sosial.....	5
1.5. Tinjauan Pustaka.....	5
1.5.1. Paradigma Penelitian.....	5
1.5.2. Kompetensi.....	5
1.5.3. Pengertian Hubungan Masyarakat.....	6
1.5.4. Hubungan Masyarakat Sebagai Fungsi Manajemen.....	7
1.5.5. Peran Hubungan Masyarakat.....	9
1.6. Batasan Penelitian.....	11
1.7. Metode Penelitian.....	12

BAB II

OBJEK PENELITIAN DAN STANDAR KOMPETENSI KERJA HUMAS 14

2.1. Gambaran Badan Usaha Milik Negara..... 14

2.2. Standar Kompetensi Humas Indonesia..... 19

BAB III

KEMAMPUAN DAN KEGIATAN YANG PERNAH DILAKUKAN..... 22

3.1. Kompetensi Umum..... 22

3.2. Kompetensi Inti..... 27

3.3. Kompetensi Khusus..... 75

BAB IV

KOMPETENSI PETUGAS HUMAS BUMN DI KOTA SEMARANG 80

4.1. Humas Junior 80

4.2. Kompetensi Humas Madya..... 81

4.3. Kompetensi Humas Ahli..... 83

4.4. Kompetensi Humas Manajerial..... 85

BAB V

PENUTUP 87

Kesimpulan..... 87

DAFTAR PUSTAKA 88

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Dapat membuat dan mengakses dokumen di komputer.....	22
Tabel 3. 2 Pernah membuat dan mengakses dokumen di komputer.....	22
Tabel 3. 3 Dapat merancang dan mengembangkan dokumen, laporan dan lembar kerja dengan komputer.....	23
Tabel 3. 4 Pernah merancang dan mengembangkan dokumen, laporan dan lembar kerja dengan komputer.....	23
Tabel 3. 5 Dapat merencanakan Penggunaan Teknologi Informasi di Bagian Humas.....	24
Tabel 3. 6 Pernah Merencanakan Penggunaan Teknologi Informasi di Bagian Humas.....	24
Tabel 3. 7 Dapat menulis dalam bahasa Inggris.....	25
Tabel 3. 8 Pernah menulis dalam bahasa Inggris.....	25
Tabel 3. 9 Dapat menyampaikan presentasi lisan dalam bahasa Inggris.....	25
Tabel 3. 10 Pernah menyampaikan presentasi lisan dalam bahasa Inggris.....	26
Tabel 3. 11 Dapat melaksanakan koordinasi lintasfungsi dalam organisasi.....	26
Tabel 3. 12 Pernah melaksanakan koordinasi lintasfungsi dalam organisasi.....	26
Tabel 3. 13 Dapat membuat klipping.....	27
Tabel 3. 14 Pernah membuat klipping.....	27
Tabel 3. 15 Dapat membuat dokumentasi kegiatan.....	28
Tabel 3. 16 Pernah membuat dokumentasi kegiatan.....	28
Tabel 3. 17 Dapat melaksanakan kegiatan open house.....	28
Tabel 3. 18 Pernah melaksanakan kegiatan open house.....	29
Tabel 3. 19 Dapat melakukan kegiatan internal gathering.....	29
Tabel 3. 20 Pernah melakukan kegiatan internal gathering.....	29
Tabel 3. 21 Dapat menyelenggarakan kompetisi.....	30
Tabel 3. 22 Pernah menyelenggarakan kompetisi.....	30
Tabel 3. 23 Dapat melaksanakan aktivitas protokoler.....	31
Tabel 3. 24 Pernah melaksanakan aktivitas protokoler.....	31
Tabel 3. 25 Dapat menyeleksi proposal sponsorship.....	31
Tabel 3. 26 Pernah menyeleksi proposal sponsorship.....	32
Tabel 3. 27 Dapat melaksanakan ajang khusus (special event).....	32
Tabel 3. 28 Pernah melaksanakan ajang khusus (special event).....	33
Tabel 3. 29 Dapat melaksanakan kegiatan seminar, konferensi dan lokakarya.....	33

Tabel 3. 30 Pernah melaksanakan kegiatan seminar, konferensi dan lokakarya.....	33
Tabel 3. 31 Dapat membuat materi ringkasan (briefing material).....	34
Tabel 3. 32 Pernah membuat materi ringkasan (briefing material).....	34
Tabel 3. 33 Dapat memetakan media.....	35
Tabel 3. 34 Pernah memetakan media.....	35
Tabel 3. 35 Dapat memonitoring media.....	35
Tabel 3. 36 Pernah memonitoring media.....	36
Tabel 3 37 Dapat membuat siaran pers.....	36
Tabel 3. 38 Pernah melakukan siaran pers.....	37
Tabel 3. 39 Dapat melakukan konferensi pers.....	37
Tabel 3. 40 Pernah melakukan konferensi pers.....	37
Tabel 3. 41 Dapat melaksanakan media tour.....	38
Tabel 3. 42 Pernah melaksanakan media tour.....	38
Tabel 3. 43 Dapat menjalin hubungan dengan media.....	39
Tabel 3. 44 Pernah menjalin hubungan dengan media.....	39
Tabel 3. 45 Dapat melaksanakan program darurat.....	39
Tabel 3 46 Pernah melaksanakan program darurat.....	40
Tabel 3. 47 Dapat membuat laporan program kehumasan.....	40
Tabel 3. 48 Pernah membuat laporan program kehumasan.....	41
Tabel 3. 49 Dapat membuat proposal/kegiatan kehumasan.....	41
Tabel 3. 50 Pernah membuat proposal/kegiatan kehumasan.....	41
Tabel 3. 51 Dapat membuat perencanaan program kehumasan.....	42
Tabel 3. 52 Pernah membuat perencanaan program kehumasan.....	42
Tabel 3. 53 Dapat melakukan presentasi.....	43
Tabel 3. 54 Pernah melakukan presentasi.....	43
Tabel 3. 55 Dapat melakukan pidato.....	44
Tabel 3. 56 Pernah melakukan pidato.....	44
Tabel 3. 57 Dapat menyusun naskah pidato.....	44
Tabel 3. 58 Pernah menyusun naskah pidato.....	45
Tabel 3. 59 Dapat melakukan wawancara.....	45
Tabel 3. 60 Pernah melakukan wawancara.....	45
Tabel 3. 61 Dapat membuat publikasi internal.....	46
Tabel 3. 62 Pernah membuat publikasi internal.....	46
Tabel 3. 63 Dapat membuat publikasi external.....	47

Tabel 3. 64 Pernah membuat publikasi external.....	47
Tabel 3. 65 Dapat menyusun data dan informasi strategis.....	48
Tabel 3. 66 Pernah menyusun data dan informasi strategis.....	48
Tabel 3. 67 Dapat membuat company profile.....	48
Tabel 3. 68 Pernah membuat company profile.....	49
Tabel 3. 69 Dapat melaksanakan fungsi juru bicara / spoke person.....	49
Tabel 3. 70 Pernah melaksanakan fungsi juru bicara/ spoke person.....	50
Tabel 3. 71 Dapat mengikuti pameran.....	51
Tabel 3. 72 Pernah mengikuti pameran.....	51
Tabel 3. 73 Dapat merancang identitas organisasi / institusi.....	52
Tabel 3. 74 Pernah merancang identitas organisasi / institusi.....	52
Tabel 3. 75 Dapat membuat laporan tahunan.....	53
Tabel 3. 76 Pernah membuat laporan tahunan.....	53
Tabel 3. 77 Dapat melaksanakan program kemanusiaan.....	54
Tabel 3. 78 Pernah melaksanakan program kemanusiaan.....	54
Tabel 3. 79 Dapat merancang evaluasi program kehumasan.....	55
Tabel 3. 80 Pernah merancang evaluasi program kehumasan.....	55
Tabel 3. 81 Dapat melaksanakan pendekatan human relations.....	56
Tabel 3. 82 Pernah melaksanakan pendekatan human relations.....	56
Tabel 3. 83 Dapat memberikan konseling.....	57
Tabel 3. 84 Pernah memberikan konseling.....	57
Tabel 3. 85 Dapat melakukan lobby.....	58
Tabel 3. 86 Pernah melakukan lobby.....	58
Tabel 3. 87 Dapat melakukan negosiasi.....	58
Tabel 3. 88 Pernah melakukan negosiasi.....	59
Tabel 3. 89 Dapat melakukan komunikasi dengan kelompok tertentu.....	59
Tabel 3. 90 Pernah melakukan komunikasi dengan kelompok tertentu.....	59
Tabel 3. 91 Dapat memberikan sosialisasi dan edukasi stakeholders.....	60
Tabel 3. 92 Pernah memberikan sosialisasi dan edukasi stakeholders.....	60
Tabel 3. 93 Dapat melaksanakan community relations.....	61
Tabel 3. 94 Pernah melaksanakan community relations.....	61
Tabel 3. 95 Dapat melaksanakan investor relations.....	62
Tabel 3. 96 Pernah melaksanakan investor relations.....	62
Tabel 3. 97 Dapat melakukan komunikasi dalam situasi krisis.....	63

Tabel 3. 98 Pernah melakukan komunikasi dalam situasi krisis.....	63
Tabel 3. 99 Dapat mengelola isu negatif.....	64
Tabel 3. 100 Pernah mengelola isu negatif.....	64
Tabel 3. 101 Dapat membuat opini untuk media massa.....	65
Tabel 3. 102 Pernah membuat opini untuk media massa.....	65
Tabel 3. 103 Dapat me-manage isu dan pendapat umum.....	66
Tabel 3. 104 Pernah me-manage isu dan pendapat umum.....	66
Tabel 3. 105 Dapat menyelenggarakan pameran.....	67
Tabel 3. 106 Pernah menyelenggarakan pameran.....	67
Tabel 3. 107 Dapat menyelenggarakan cyber public relations.....	68
Tabel 3. 108 Pernah menyelenggarakan cyber public relations.....	68
Tabel 3. 109 Dapat melaksanakan survey khalayak.....	69
Tabel 3. 110 Pernah melaksanakan survey khalayak.....	69
Tabel 3. 111 Dapat melaksanakan FGD.....	69
Tabel 3. 112 Pernah melaksanakan FGD.....	70
Tabel 3. 113 Dapat melaksanakan penelitian keterbacaan (readability study).....	70
Tabel 3. 114 Pernah melaksanakan penelitian keterbacaan (readability study).....	71
Tabel 3. 115 Dapat melaksanakan pengumpulan pendapat umum (polling).....	71
Tabel 3. 116 Pernah melaksanakan pengumpulan pendapat umum (polling).....	72
Tabel 3. 117 Dapat melaksanakan analisis isi/pesan (content analysis).....	72
Tabel 3. 118 Pernah melaksanakan analisis isi/pesan (content analysis).....	72
Tabel 3. 119 Dapat membuat mekanisme tatalaksana Humas.....	73
Tabel 3. 120 Pernah membuat mekanisme tatalaksana Humas.....	73
Tabel 3. 121 Dapat mengelola bidang pekerjaan Humas.....	74
Tabel 3. 122 Pernah mengelola bidang pekerjaan Humas.....	74
Tabel 3. 123 Dapat melaksanakan master of ceremony.....	75
Tabel 3. 124 Pernah melaksanakan master of ceremony.....	75
Tabel 3. 125 Dapat melaksanakan peran moderator.....	76
Tabel 3. 126 Pernah melaksanakan peran moderator.....	76
Tabel 3. 127 Dapat merencanakan dan melaksanakan rapat.....	76
Tabel 3. 128 Pernah merencanakan dan melaksanakan rapat.....	77
Tabel 3. 129 Dapat menyusun anggaran dan laporan keuangan.....	77
Tabel 3. 130 Pernah menyusun anggaran dan laporan keuangan.....	77
Tabel 3. 131 Dapat mengelola tim dan staf.....	78

Tabel 3. 132 Pernah mengelola tim dan staf.....	78
Tabel 3. 133 Dapat memonitor kinerja staf.....	79
Tabel 3. 134 Pernah memonitor kinerja staf.....	79
Tabel 3. 135 Jabatan/posisi.....	79
Tabel 4. 1 Kompetensi Humas Junior.....	80
Tabel 4. 2 Intensitas Melakukan Kemampuan Humas Junior.....	80
Tabel 4. 3 Kompetensi Humas Madya.....	81
Tabel 4. 4 Intensitas Melakukan Kemampuan Humas Madya.....	82
Tabel 4. 5 Kompetensi Humas Ahli.....	83
Tabel 4. 6 Intensitas Melakukan Kemampuan Humas Ahli.....	83
Tabel 4. 7 Kompetensi Humas Manajerial.....	85
Tabel 4. 8 Intensitas Melakukan Kemampuan Humas Manajerial.....	85

menjadi modal dasar dalam menuju keberhasilan yang maksimal. Selain kecepatan dan tenaga, dalam era globalisasi juga diperlukan efisiensi. Konsep turunan dari efisiensi adalah *downsizing*, *reshoring* dan *outsourcing*. Ketiga konsep turunan ini semuanya merujuk pada pentingnya kompetensi dalam melakukan pekerjaan. (2008 : 13-15) Hal itu bukan saja pada tataran nasional, terlebih lagi dalam lingkup global, kompetensi para praktisi *public relations* memerlukan pembenahan segera.

Kompetensi yang diharapkan dapat mendorong profesionalitas PR bukan hanya bekerja pada tataran teknis saja, PR seharusnya bekerja pada tingkatan manajemen strategis. Fungsi dan peran para praktisi *public relations* atau pejabat humas perlu direposisi, serta di re-orientasi dari sekadar corong pemerintah, pembuat *clipping*, dan siaran pers atau peristiwa yang sudah kadaluwarsa ke fungsi dan tugas lebih strategis sesuai dengan tuntutan situasi yang telah banyak berubah. Pada tingkatan teknis sampai tingkatan manajemen strategis, kompetensi sangat diperlukan.

Bahasan mengenai peran dan fungsi PR dalam manajemen adalah isu yang sampai sekarang selalu diperbincangkan di beberapa kesempatan. Untuk mendapatkan peran dan fungsi yang strategis perlu adanya unjuk kemampuan dalam bentuk kompetensi yang dapat menunjukkan posisi tawar yang optimal. Permasalahan lain timbul karena profesi PR adalah profesi yang sedang berkembang. Untuk memasuki profesi ini, pada kenyataannya tidak memerlukan persyaratan pendidikan baku (misalnya pendidikan ilmu komunikasi maupun pendidikan PR), bahkan tidak ada lembaga untuk menjamin kompetensi dan praktik etis. Karena itu, profesi ini terbuka bagi siapa pun dan dengan latar belakang apa pun.

BAB I

LATAR BELAKANG

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi mendorong globalisasi dengan telah menghilangkan sekat-sekat geografis batas negara. Pada aspek bisnis, komunikasi menjadi sangat terbuka yang membawa implikasi semakin ketatnya persaingan bisnis. Implikasi tersebut pada gilirannya akan berdampak pada semua profesi, termasuk Humas / *Public Relations* (PR). Persaingan bisnis akan dimenangkan oleh siapa saja yang menguasai akses informasi yang cepat. Cara pandang sudah berubah, sekarang organisasi yang cepat mengalahkan perusahaan besar yang biasanya lambat. Menurut Muhammad Nuh dalam wawancaranya dengan majalah *Businner Revue*, pada era globalisasi ini kekuatan bisnis terletak pada jaringan (*network*). Jaringan menjadi modal dasar dalam menuju keberhasilan yang maksimal. Selain kecepatan dan jaringan, dalam era globalisasi juga diperlukan efisiensi. Konsep turunan dari efisiensi adalah *downsizing*, *rightsizing* dan *outsourcing*. Ketiga konsep turunan ini semuanya merujuk pada pentingnya kompetensi dalam melakukan pekerjaan. (2008 : 13-15) Hal itu bukan saja pada tataran nasional, terlebih lagi dalam lingkup global, kompetensi para praktisi *public relations* memerlukan pembenahan segera.

Kompetensi yang diharapkan dapat mendorong profesionalitas. PR bukan hanya bekerja pada tataran teknis saja, PR seharusnya bekerja pada tingkatan manajemen strategis. Fungsi dan peran para praktisi *public relations* atau pejabat humas perlu direposisi, serta di re-orientasi dari sekadar corong pemerintah, pembuat *clipping*, dan siaran pers atas peristiwa yang sudah kadaluwarsa ke fungsi dan tugas lebih strategis sesuai dengan tuntutan situasi yang telah banyak berubah. Pada tingkatan teknis sampai tingkatan manajemen strategis kompetensi sangat diperlukan.

Bahasan mengenai peran dan fungsi PR dalam manajemen adalah isu yang sampai sekarang selalu diperbincangkan di beberapa kesempatan. Untuk mendapatkan peran dan fungsi yang strategis perlu adanya unjuk kemampuan dalam bentuk kompetensi yang dapat menunjukkan posisi tawar yang optimal. Permasalahan lain timbul karena profesi PR adalah profesi yang sedang berkembang. Untuk memasuki profesi ini, pada kenyataannya tidak memerlukan persyaratan pendidikan baku (misalnya pendidikan ilmu komunikasi maupun pendidikan PR) , bahkan tidak ada lembaga untuk menjamin kompetensi dan praktik etis. Karena itu, profesi ini terbuka bagi siapa pun dan dengan latar belakang apa pun.

Untuk mencapai kondisi *good governance* profesi apapun dan khususnya PR harus memiliki kemampuan yang kompeten dalam usaha menjunjung profesionalitas. Dilain pihak, peran para praktisi PR dalam institusi/organisasi di Indonesia pada umumnya belum berada pada posisi dominan dalam pengambilan keputusan, termasuk keputusan yang berhubungan dengan peran strategis PR. Dalam struktur organisasi, kedudukan departemen atau bagian PR belum berada pada level pimpinan/manajemen atau masih jauh dari pengambil keputusan. Penempatan personil yang menjalankan fungsi PR belum didasarkan pada kompetensi PR. Seperti halnya dokter, akuntan, pengacara, profesi PR juga harus berdasarkan lisensi kompetensi yang berlaku secara global.

Temuan Ananto yang mengungkapkan bahwa profesi PR belum mendapatkan tempat yang layak atau sejajar dengan profesi lain. Hal ini disebabkan oleh kurangnya apresiasi pimpinan lembaga (39%), telah terjadi kesalahan persepsi mengenai profesi Hubungan Masyarakat (31%), keterbatasan kemampuan praktisi (22%) dan tidak adanya persyaratan khusus untuk melaksanakan profesi Hubungan Masyarakat (8%) . (Ananto, 2004 : 6).

Pemahaman tentang PR sangat beragam. Hal ini tercermin pada bidang kerja yang berbeda di masing-masing organisasi/institusi. Pada organisasi/perusahaan swasta PR telah masuk pada bagian dari fungsi manajemen strategis dengan melibatkan PR sejak awal dalam proses pengambilan keputusan strategis. Sebaliknya sebagian besar organisasi korporasi khususnya pada bidang pemerintahan, PR hanya diberi peran dan fungsi teknis. Fungsi teknis tersebut lebih dominan difungsikan sebagai pelaksana teknis *event organizer*, serta aktivitas keprotokoler. Hal tersebut diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni Pudjiastuti dan Henny Widyaningsih mengenai Pemetaan Humas Pemerintah di Indonesia tahun 2007.

Jika PR hanya menjalankan peran dan fungsi teknis tidak berada dekat dengan para penentu kebijakan dan cenderung menerapkan sistim komunikasi satu arah atau dua arah asimetrik dalam setiap kebijakannya. PR yang menjalankan peran dan fungsi strategis biasanya menduduki posisi yang dekat dengan para penentu kebijakan yang secara umum melaksanakan komunikasi dua arah simetrik. Institusi yang meletakkan PR dalam tatanan fungsi manajemen cenderung mengimplementasikan berbagai aktivitas kebijakan PR sebagai unsur dari manajemen strategis. PR dalam hal ini bersinergi dan berintegrasi dengan fungsi-fungsi manajemen lainnya. Karena itu, PR harus menguasai prinsip-prinsip manajemen strategis dalam perspektif memainkan peran selaku ujung tombak, pembuka ruang untuk peningkatan peran dan aktivitas organisasi/institusi secara proaktif antisipatif dalam merespon, serta melayani tuntutan *stakeholders* baik internal maupun eksternal.

Melalui perspektif di atas, praktisi PR Indonesia hendaknya mengaktualisasikan diri dalam memantapkan profesionalitasnya, tanpa melupakan tugas-tugas keteknikannya. Di sinilah letak relevansi dan benang merah kehadiran standar kompetensi PR Indonesia yang diharapkan mampu menjawab tuntutan jaman dalam persaingan super kompetisi dengan magnitud semakin tinggi seiring perjalanan waktu. Untuk mewujudkan hal itu, PR harus berkontribusi dalam strategi manajemen dengan mengembangkan lima aspek kegiatan yaitu *environmental scanning*, *scenario building*, *issue management*, *crisis management*, dan *reputation management*.

Kelima aspek dimaksud diterapkan dalam area pekerjaan sebagai kompetensi yang dipelukan sesuai dengan kebutuhan tugas-tugas tertentu dalam hubungan kelembagaan, hubungan dengan media, hubungan dengan *pressure group*, *customers relations*, *crisismanagement*, manajemen reputasi, hubungan dengan masyarakat sekitar, dan pengelolaan hubungan internal. Area pekerjaan PR tersebut didukung oleh unit kompetensi yang dibutuhkan, yakni komunikasi lisan, komunikasi tertulis, teknik-teknik kehumasan, manajemen isu, penelitian PR, manajerial, kepemimpinan/ *leadership*, serta bahasa dan teknologi. (Buku Panduan SKKNI Bidang Kehumasan, 2007 : 3-4).

PR sudah tidak bisa dilihat lagi hanya sebagai PR *in practice*, tetapi juga masuk dalam tataran PR *is profession* sehingga persoalan standarisasi profesi menjadi kebutuhan yang mendesak. Standarisasi ini akan berjalan dengan baik mana kala dunia kerja dan para pelaku PR itu sendiri mau dan merasa membutuhkan adanya standarisasi tersebut demi terwujudnya profesi PR yang lebih kompeten. Kompetensi PR inilah yang menjadi dasar bagi terwujudnya praktik PR yang lebih profesional. Kompetensi kerja adalah kemampuan kerja pada sertai individu PR yang mencakup aspek pengetahuan, ketrampilan adan atau keahlian serta sikap kerja yang sesuai dengan standar yang ditetapkan. Kompetensi tersebut manjadi tantangan terhadap tuntutan profesional praktik PR yang akan datang. Perkembangan PR kedepan makin mengedepankan cita rasa tinggi (*high touch, high truth dan high tech*) (Muktiyo, 2009 : 204-205).

2. PERUMUSAN MASALAH

Sejak disahkan pada tahun 2008, Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia dalam bidang Kehumasan belum terlihat implementasinya. Kamar Dagang dan Industri (KADIN) Jawa Tengah berinisiatif untuk melakukan implementasikan program sertifikasi profesi bidang kehumasan. Langkah awal yang dilakukan adalah mengikutsertakan organisasi profesi humas yang ada di Semarang (Perhimpunan Hubungan Masyarakat, Badan Pengurus Cabang

Semarang) untuk mengikuti tahapan dalam mendirikan Lembaga Sertifikasi Profesi. Sebagai langkah awal diadakan training Competency Base Training dilanjutkan dengan Pelatihan Asesmen Profesi. Dengan rangkaian kegiatan tersebut diharapkan KADIN bersama Perhumas sebagai Organisasi Profesi dapat mendirikan Lembaga Sertifikasi Profesi bidang Kehumasan.

Sampai sekarang Lembaga Sertifikasi Profesi bidang Kehumasan belum terbentuk. Sebagai langkah perlu kiranya dilakukan penelitian yang berusaha menjawab pertanyaan sejauhmana tingkat kompetensi praktisi PR di Kota Semarang dalam menjalankan tugas kehumasan? Pada tingkat Junior, Madya, Ahli dan atau Manajerial. Pedoman yang dipakai tidak bisa lepas dari Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia dalam bidang Kehumasan yang telah disusun tahun 2007 dan disahkan tahun 2008.

3. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kompetensi praktisi PR di Kota Semarang, Junior, Madya, Ahli dan atau Manajerial dengan menggunakan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia dalam bidang Kehumasan

4. KONTRIBUSI PENELITIAN

4.1 Kontribusi Akademis

Untuk menjawab pertanyaan atas fenomena yang terjadi diperlukan adanya dukungan penelitian komunikasi empiris, sehingga dapat memberikan gambaran kompetensi praktisi PR. Dengan penelitian ini sekaligus melakukan evaluasi tindakan komunikasi yang telah dilaksanakan oleh bagian dari perusahaan yang berkompeten pada persoalan tersebut serta menjadi masukan untuk penyusunan kurikulum ilmu komunikasi khususnya bidang kehumasan.

4.2 Kontribusi Praktis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kompetensi praktisi PR dalam menjalankan tugas komunikasi. Informasi yang akan didapatkan atas penelitian berguna untuk memberikan gambaran atas arti pentingnya kompetensi praktisi PR dalam manajemen. Kompetensi praktisi PR merupakan hal yang diperlukan untuk lebih dapat menjalankan manajemen perusahaan sesuai dengan arah dan tujuan. Selain itu, penelitian atas Hubungan Masyarakat dalam manajemen merupakan evaluasi yang dapat digunakan untuk melakukan perbaikan apabila diperlukan

4.3 Kontribusi Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi bagaimana kompetensi praktisi PR dipakai untuk mencapai tujuan yang telah dicanangkan.

5. TINJAUAN PUSTAKA

5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma positivistik yang mencoba mendeskripsikan kompetensi yang dimiliki oleh petugas Hubungan Masyarakat sesuai dengan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Sektor Komunikasi dan Informatika Bidang Kehumasan. Paradigma ini dipilih karena penelitian ini dunia dipandang sebagai sesuatu yang sudah tertata secara sistematis, terpolakan dan obyektif. Dalam penelitian ini diperlukan populasi, sampel, variabel, dan uji validitas instrument. Kebenaran yang dicari adalah sesuatu yang telah ada. Research, yang artinya mencari kembali, logikanya sesuatu yang dicari itu telah ada sebelumnya. Karena itu, tugas peneliti adalah menemukan kebenaran yang selama ini belum ditemukan lewat proses deduktif. Dalam penelitian ini, pengetahuan merupakan kenyataan atau fakta yang dapat diverifikasi secara empirik dan dapat diukur dalam angka melalui statistik dan tidak mencari makna di balik sesuatu yang tampak.

6. Kompetensi

Jika dibahas lebih lanjut terdapat beberapa definisi yang bisa dipakai untuk melandasi pengertian kompetensi adalah Kompetensi kerja adalah kemampuan kerja pada sertai individu PR yang mencakup aspek pengetahuan, ketrampilan adan atau keahlian serta sikap kerja yang sesuai dengan standar yang ditetapkan. (Muktiyo, 2009 : 205). Untuk dapat menentukan seseorang berada pada tingkat kompetensi tertentu maka diperlukan standar yang bertujuan untuk :

- a. Meningkatkan profesionalisme praktisi PR dalam menjalankan perannya sebagai fungsi manajemen strategis sehingga diakui oleh pemangku kepentingan
- b. Menjadi tolok ukur kinerja para praktisi PR professional
- c. Menghasilkan pengelompokan keahlian praktisi PR sesuai dengan standarisasi yang divalidasi oleh lembaga sertifikasi
- d. Para praktisi PR memiliki standar dan kode etik yang baku dalam menjalankan profesinya.

(Buku Panduan SKKNI Bidang Kehumasan, 2007 : 2)

Mempelajari kompetensi petugas Hubungan Masyarakat dapat diawali dengan menelaah studi tentang penempatan Hubungan Masyarakat pada posisi tertentu. Dalam manajemen mempunyai konsekuensi-konsekuensi dalam proses pelaksanaan fungsi Hubungan Masyarakat itu sendiri. Hal itu terjadi karena dalam manajemen, alur kerja dan hierarki sangat mempengaruhi pola kerja sekaligus pola pengambilan keputusan (*decision making*) dalam menjalankan tugas komunikasi yang diemban oleh Hubungan Masyarakat. Harus disadari bahwa fungsi Hubungan Masyarakat dalam menjalankan tugas komunikasi adalah fungsi yang strategis.

Hubungan Masyarakat dalam hal ini idealnya berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara manajemen dan publiknya, bukan bertindak hanya seperti kepanjangan tangan manajemen atau bahkan hanya sebagai *spoke person* dari pimpinan atau lebih parah lagi hanya berfungsi sebagai *event organizer* kegiatan-kegiatan manajemen.

7. Pengertian Hubungan Masyarakat

Sebagai dasar dalam mempelajari kompetensi petugas Hubungan Masyarakat perlu kiranya untuk memberikan batasan tentang pengertian Hubungan Masyarakat atau Public Relations. *The British Institute of Public Relations* menyatakan ada dua definisi Hubungan Masyarakat :

- a. Hubungan Masyarakat merupakan kegiatan manajemen komunikasi antara organisasi dan publiknya
- b. Praktek Hubungan Masyarakat adalah suatu usaha yang perlu pemikiran sungguh, terencana dan berkesinambungan dengan tujuan membangun dan menjaga saling pengertian yang baik antara organisasi dengan publiknya. Hal ini berarti Hubungan Masyarakat berperan sebagai seorang komunikator sekaligus menciptakan saling pengertian antara organisasi dengan publiknya.

(Ruslan, 2003: 16)

Perspektif lain dikemukakan oleh Baskin, Arronof & Lattimore bahwa pengertian Hubungan Masyarakat adalah :

- a. Hubungan masyarakat sebagai fungsi manajemen yang membantu lembaga untuk mencapai tujuan, menentukan filosofi dan memfasilitas perubahan yang terjadi di lembaga.

- b. Praktisi Hubungan Masyarakat menjalin komunikasi dengan seluruh publik internal dan eksternal yang relevan untuk membangun hubungan positif dan untuk menjaga agar tujuan lembaga konsisten dengan harapan publik
- c. Praktisi Hubungan Masyarakat menyusun, melaksanakan dan melakukan evaluasi program-program organisasi untuk menciptakan pemahaman di antara publik organisasi.

8. Hubungan Masyarakat Sebagai Fungsi Manajemen

Dalam penelitian ini Hubungan Masyarakat dipahami sebagai fungsi manajemen yang mana mengevaluasi perilaku publik, identifikasi kebijakan dan prosedur individu atau sebuah organisasi dengan kepentingan publik dan merencanakan dan melakukan program untuk meraih pengertian dan diterima oleh publik (Seitel, 2001:10). Terdapat dua perspektif teori dominan yang dapat digunakan untuk menelaah persoalan Hubungan Masyarakat. Yang pertama adalah perspektif teori komunikasi dan yang kedua adalah teori manajemen. Dalam penelitian ini menekankan pada teori manajemen yang berfokus pada manajemen komunikasi dan hubungan antara organisasi dan para stakeholder dalam lingkup lingkungan kerjanya. Fokus lain yang menjadi penekanan adalah konteks organisasi dimana terdapat *role*, lokasi, struktur dan pengembangan profesional atas fungsi komunikasi (Cornelissen, 2004:18).

Sebagai sistem dalam manajemen, Hubungan Masyarakat dengan konsep *boundary role* yang dikemukakan oleh Grunig dan Hunt menekankan bahwa Hubungan Masyarakat harus melakukan fungsinya sebagai berikut.

- a. Hubungan Masyarakat harus menguasai hubungan organisasi ke lingkungannya
- b. Hubungan Masyarakat harus dapat bekerja dengan batasan organisasi untuk membangun solusi inovatif atas problem organisasi
- c. Hubungan Masyarakat harus berfikir strategis, harus bisa menunjukkan pengetahuan atas misi, tujuan dan strategi organisasi
- d. Hubungan Masyarakat harus dapat mengukur keberhasilan suatu program komunikasi.

(Seitel, 2001:177).

Terdapat empat model Hubungan Masyarakat yang dirumuskan oleh Grunig dan Hunt dalam bukunya *Managing Public Relations 1985 : press agency/publicity, public information, two way asymmetric* dan *two-way symmetric*. Secara detail model-model itu dapat dijabarkan sebagai berikut :

- a. *Press agency/publicity* ;ditujukan untuk kepentingan propaganda, komunikasi satu arah, sehingga pesannya sering sekali tidak lengkap.
- b. *Public information* ; tujuan utamanya adalah diseminasi atau penyebarluasan informasi. Komunikasi satu arah, tidak perlu dengan cara persuasif.
- c. *Two way asymentric* ; model ini ditujukan untuk persuasi secara ilmiah. Komunikasi bersifat dua arah, dengan efek-efek tidak berimbang.
- d. *Two-way symentric* ; model ini bertujuan untuk memperoleh saling pengertian (*mutual understanding*), sedangkan komunikasinya bersifat dua arah dengan efek-efek yang seimbang.

(Ruslan, 2003: 60-61)

Praktisi atau lembaga Hubungan Masyarakat memberikan nasihat dan konsultasi dalam organisasi dalam hal komunikasi yang mempengaruhi reputasi. Yang bisa dilakukan adalah berfungsi sebagai *early warning system* untuk memecahkan isu yang relevan secara sukses. Pada sisi dukungan teknis, menekankan pada pekerjaan publisitas, promosi, dan media relations. Fungsi *gatekeeper* dengan pers, legislator, dan pejabat pemerintah (Straubhaar, LaRose, 2006 : 308)

Dalam manajemen fungsi Hubungan Masyarakat harus ditempatkan pada posisi sentral sehingga dapat berperan penuh dalam mendukung manajemen. Perlu kiranya untuk mengetahui elemen dasar Hubungan Masyarakat dalam manajemen adalah :

- a. Menjadi sebuah filosofi manajemen sebuah bisnis atau organisasi
- b. Sebuah ekspresi filosofi dalam kebijakan dan tindakan
- c. Merupakan sebuah fungsi sebuah organisasi
- d. Merujuk pada makna komunikasi dengan publik

(Sengupta, 10: 2001)

Untuk mengukur kinerja PR dalam manajemen dalam upaya melakukan pencitraan perlu dibuat Key Performance Indicator (KPI) dalam setiap program PR. Adapun 6 sudut dimensi tersebut adalag sebagai berikut :

- a. Organisasi, melihat seberapa jauh organisasi memiliki kesiapan melakukan pencitraan. Pada sudut ini akan dibahas bagaimana organisasi PR dibangun. Selain struktur dan pemegang kendali organisasi, dimensi ini juga mengukut koordinasi antar bagian

- b. Budaya, dimensi ini memegang peranan yang cukup strategis dalam sukses tidaknya pencitraan organisasi karena pada dimensi inilah akan terlibat bagaimana keluwesan PR sebuah organisasi dalam mengelola informasi untuk pencitraan.
- c. Citra perseorangan, menjadikan perseorangan atau individu sebagai salah satu sumber pencitraan merupakan salah satu kekuatan PR dalam mendukung pengembangab citra sebuah organisasi.
- d. Fisik, semakin dekat persentuhan audiensi target dengan organisasi, maka akan semakin kuat kepercayaan pada organisasi perusahaan yang disentuh.
- e. Relationship, dimensi ini akan membantu seberapa jauh PR harus membangun prioritas relationship dengan satkeholder-nya.
- f. Refleksi, seberapa sering pihak ketiga merefleksikan keberadaan organisasi kita adalah kenyataan yang harus diterima sekalipun jarang berkebalikan dengan kenyataan.

(Wasesa & Macnamara, 2010 : 27-51)

9. Peran Hubungan Masyarakat

Hubungan Masyarakat dalam persepsi manajemen berperan sebagai *“a window out of the corporation through which manajemen can monitor external change, and simultaneously, a window through which society can affect corporate policy”*. Sukses Hubungan Masyarakat dapat diukur dari kemampuan untuk mengubah situasi negatif ke positif. Dari perilaku *enmity* ke *liking*, *prejudice* ke *acceptance*, *lack of concern* ke *interest* dan dari *lack of knowledge* ke *knowledge* (Sengupta, 12: 2001).

Setidaknya ada empat pekerjaan Hubungan Masyarakat dalam sebuah organisasi

- a. Mengokohkan dan memelihara image yang benar sebuah organisasi, persona, produk atau jasa
- b. Memonitor opini public dan menyampaikan hasil monitor kepada manajemen
- c. Memberikan advice management dalam problem komunikasi dan teknis
- d. Menginformasikan pada publik tentang kebijakan, aktivitas, personality, produk atau jasa. (Sengupta, 13: 2001)

Peran Hubungan Masyarakat dikelompokkan menjadi empat yaitu :

- a. Komunikator, Humas berperan sebagai komunikator baik secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi yang dikembangkan adalah komunikasi dua arah sehingga selain menjadi komunikator pihak lembaga juga berindak sebagai mediator

antara lembaga dengan publiknya. Adapun bentuk komunikasinya adalah komunikasi persuasi yang menciptakan opini publik.

- b. Pembangun Hubungan, Humas berperan sebagai pembangun hubungan yang positif antara lembaga dengan publik internal dan eksternal sehingga tercipta saling pengertian, kepercayaan, toleransi dukungan dan kerjasama antara kedua belah pihak untuk memperoleh manfaat bersama.
- c. Pendukung manajemen, berperan melaksanakan dukungan terhadap manajemen dan kegiatan dalam perusahaan seperti promosi, pemasaran, operasional, personalia untuk mencapai tujuan bersama dalam suatu kerangka tujuan pokok lembaga, Kegiatan yang dilakukan meliputi menemukan fakta, perencanaan, komunikasi, pemantauan dan melakukan evaluasi program.
- d. Pembentuk citra positif, Humas melakukan serangkaian kegiatan untuk membangun citra positif lembaga. Diawali dengan menjalin hubungan baik dengan publiknya, meningkatkan kesadaran, pengertian dan pemahaman tentang aktivitas lembaga sehingga muncul etiked yang baik, toleransi, saling pengertian, saling mempercayai, saling menghargai dan pada akhirnya akan tercipta citra positif lembaga di mata publik. Citra positif merupakan prestasi, reputasi sekaligus tujuan utama bagi aktivitas Humas dalam melakukan kegiatan kehumasan.

(Ruslan, 2008 : 10-12)

Peran dominan Hubungan Masyarakat dalam manajemen teridentifikasi menjadi empat tingkatan:

- a. *Communication technician*, banyak melakukan implementasi program yang disusun oleh orang lain dan tidak memainkan peran aktif dalam perencanaan strategis. Peran ini dibutuhkan pada perusahaan yang sedikit ancaman dan mengalami perubahan sedikit.
- b. *Expert prescriber*, berperan sebagai pemegang otoritas dalam semua kegiatan kehumasan sedangkan klien dan bawahan diasumsikan berperan pasif. Yang bersangkutan diasumsikan mampu mendefinisikan masalah-masalah, memilih solusi, menjalankan program dan dapat mengukur akibat dengan sedikit masukan dari klien. Peran ini dibutuhkan pada perusahaan yang banyak ancaman dan banyak/ sering mengalami perubahan.
- c. *Communication facilitator*, mengelola komunikasi dua arah dan memfasilitasi diskusi. Bekerja dibawah asumsi yang mana banyak informasi pada kedua belah pihak antara lembaga dan stakehodernya tersedia dikedua belah pihak. Bekerja untuk

menyingkirkan hambatan dan menjaga saluran komunikasi terbuka sampai keputusan dibuat. Peran ini dibutuhkan pada perusahaan yang sedikit ancaman namun banyak/ sering mengalami perubahan

- d. *Problem solving facilitator*, berkolaborasi dengan manajer-manajer bagian lain untuk mendefinisikan dan memecahkan masalah. Praktisi bekerja dengan para pemegang peran yang lain dalam organisasi untuk diterapkan dalam proses kehumasan secara bertahap yang tidak beda dengan bagian yang lain dalam organisasi. Peran ini dibutuhkan pada perusahaan yang banyak ancaman namun mengalami perubahan sedikit

(Cutlip, Center, Broom 2000:37-47)

Pada prakteknya Hubungan Masyarakat acapkali dikaitkan dengan pekerjaan marketing. Antara marketing dan Hubungan Masyarakat terdapat perbedaan yang mendasar. Pekerjaan marketing meliputi *market assesment, customer segmentation, product development, pricing, distribusi, servicing, salesforce, sales promotion* dan *product advertising*. Sedangkan Hubungan Masyarakat bekerja pada tataran publikasi, penyelenggaraan event, manajemen isu, *community relations, identity/corporate imagery, media handling, lobbying/public affair* dan *social investment/CSR*. Overlap antara marketing dan Hubungan Masyarakat yang dikenal dengan konsep *marketing public relations* bekerja pada ranah *image assesment, costumers satisfaction, corporate reputation, media strategy, corporate advertising* dan *employee attitudes* (Cornelissen, 2004:40)

10. BATASAN PENELITIAN

Berdasar pada arti estimologi kompetensi diartikan sebagai kemampuan yang dibutuhkan untuk melakukan atau melaksanakan pekerjaan yang dilandasi oleh pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja. Sehingga dapatlah dirumuskan bahwa kompetensi diartikan sebagai kemampuan seseorang yang dapat terobservasi mencakup atas pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja dalam menyelesaikan suatu pekerjaan atau tugas sesuai dengan standar performa yang ditetapkan.

Berdasar pada arti bahasa, standar kompetensi kerja terbentuk atas kata standar dan kompetensi kerja. Standar diartikan sebagai "ukuran" tertentu yang disepakati dipakai sebagai patokan, sedangkan kompetensi diartikan sebagai kemampuan yang dibutuhkan untuk melakukan atau melaksanakan pekerjaan yang dilandasi oleh pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja.

Dengan kata lain, yang dimaksud dengan Standar Kompetensi adalah rumusan tentang kemampuan yang harus dimiliki seseorang untuk melakukan suatu tugas atau pekerjaan yang didasari atas pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja sesuai dengan unjuk kerja yang dipersyaratkan.

SKKNI adalah rumusan kemampuan kerja yang mencakup aspek pengetahuan, keterampilan dan/atau keahlian serta sikap kerja yang relevan dengan pelaksanaan tugas dan syarat jabatan yang ditetapkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

11. METODE PENELITIAN

Uraikan metode yang digunakan dalam penelitian secara rinci yang meliputi:

1. Tipe penelitian;

Dalam penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif yang bersifat kuantitatif.

2. Populasi, Sample dan Teknik Sampling

a. Populasi dalam penelitian ini adalah para praktisi PR yang berada dalam lingkup Kota Semarang

b. Sample

Penelitian ini menggunakan sample para praktisi PR yang bernaung dalam institusi BUMN

c. Teknik Sampling

Karena populasi dan sample tidak dapat dicari jumlah yang pasti maka, penelitian ini menggunakan teknik non-probabilitas dengan metode *accidental sampling*.

3. Sumber data

a. Data primer, diperoleh dari lapangan dengan bantuan instrument angket yang disusun berdasar pada Buku Panduan SKKNI Bidang Kehumasan 2007

b. Data sekunder, dari data-data tambahan diluar data lapangan, bisa dalam bentuk referensi buku dan data empirik yang mendukung penelitian ini.

4. Teknik Koleksi Data

Menggunakan instrument angket yang disusun berdasar pada Buku Panduan SKKNI Bidang Kehumasan 2007

5. Analisis dan interpretasi data

Menggunakan data statistik dengan menghitung frekuensi dan mengelompokannya dengan berdasar pada Buku Panduan SKKNI Bidang Kehumasan 2007

6. Kualitas penelitian

- a. Reliabilitas instrumen, dijalankan untuk mengetahui apakah instrumen dapat dipakai untuk mengkoleksi data dengan tepat sesuai dengan tujuan penelitian.
- b. Validitas data, Secara umum uji validitas adalah untuk melihat apakah item pertanyaan yang dipergunakan mampu mengukur apa yang ingin diukur.

7. Keterbatasan penelitian

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah non probabilitas karena jumlah populasi tidak dapat diketahui secara pasti sehingga hasil penelitian ini tidak bisa digeneralisasi.

BAB II

OBJEK PENELITIAN DAN STANDAR KOMPETENSI KERJA HUMAS

Pada bab ini dipaparkan gambaran obyek penelitian yang berisi tentang Badan Usaha Milik Negara (selanjutnya disingkat BUMN), populasi dan sample yang digunakan dalam penelitian ini. Disamping itu dipaparkan tentang Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (selanjutnya disingkat SKKNI) yang menjadi acuan pokok dalam penelitian ini. Data bab ini antara lain berasal dari website Kementerian BUMN, dokumen SKKNI sektor komunikasi dan informatika Bidang Kehumasan serta sumber pendukung lain.

A. Gambaran Badan Usaha Milik Negara.

Badan Usaha Milik Negara merupakan perusahaan berdasarkan Undang-undang No. 19 tahun 2003 merupakan badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh negara melalui pengertaaan langsung yang berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan. Maksud dan tujuan pendirian BUMN adalah :

- a. Memberikan sumbangan bagi perkembangan perekonomian nasional pada umumnya dan penerimaan negara pada khususnya;
- b. Mengejar keuntungan;
- c. Menyelenggarakan kemanfaatan umum berupa penyediaan barang dan/atau jasa yang bermutu tinggi dan memadai bagi pemenuhan hajat hidup orang banyak;
- d. Menjadi perintis kegiatan-kegiatan usaha yang belum dapat dilaksanakan oleh sektor swasta dan koperasi;
- e. Turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan ekonomi lemah, koperasi, dan masyarakat.

Terdapat tiga macam BUMN

- a. Perusahaan Perseroan, yang selanjutnya disebut Persero, adalah BUMN yang berbentuk perseroan terbatas yang modalnya terbagi dalam saham yang seluruh atau paling sedikit 51% (lima puluh satu persen) sahamnya dimiliki oleh Negara Republik Indonesia yang tujuan utamanya mengejar keuntungan.
- b. Perusahaan Perseroan Terbuka, yang selanjutnya disebut Persero Terbuka, adalah Persero yang modal dan jumlah pemegang sahamnya memenuhi kriteria tertentu atau Persero yang melakukan penawaran umum sesuai dengan peraturan perundang-undangan di bidang pasar modal.

- c. Perusahaan Umum, yang selanjutnya disebut Perum, adalah BUMN yang seluruh modalnya dimiliki negara dan tidak terbagi atas saham, yang bertujuan untuk kemanfaatan umum berupa penyediaan barang dan/atau jasa yang bermutu tinggi dan sekaligus mengejar keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan perusahaan

Selanjutnya BUMN dibagi menjadi 13 sektor, yang tiap sektornya berisi perusahaan-perusahaan sebagai berikut :

1. Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan

- Perum Perhutani(Persero)
- Perum Prasarana Perikanan Samudera
- PT Inhutani (Persero)
- PT Perikanan Nusantara(Persero)
- PT Perkebunan Nusantara (Persero)
- PT Pertani (Persero)
- PT Rajawali Nusantara Indonesia (Persero)
- PT Sang Hyang Seri (Persero)

2. Pertambangan dan Penggalian

- PT Aneka Tambang (Persero) Tbk
- PT Bukit Asam (Persero) Tbk
- PT Pertamina (Persero)
- PT Sarana Karya(Persero)
- PT Timah (Persero) Tbk

3. Industri Pengolahan

- Perum Percetakan Negara Indonesia
- Perum Percetakan Uang Republik Indonesia
- PT Balai Pustaka (Persero)
- PT Barata Indonesia (Persero)
- PT Batan Teknologi (Persero)
- PT Bio Farma (Persero)
- PT Boma Bisma Indra (Persero)
- PT Cambrics Primiissima (Persero)
- PT Dahana (Persero)
- PT Dirgantara Indonesia (Persero)
- PT Dok & Perkapalan Kodja Bahari (Persero)

- PT Dok dan Perkapalan Surabaya (Persero)
 - PT Garam (Persero)
 - PT Indofarma (Persero) Tbk
 - PT Industri Gelas (Persero)
 - PT Industri Kapal Indonesia (Persero)
 - PT Industri Kereta Api (Persero)
 - PT Industri Sandang Nusantara (Persero)
 - PT Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero)
 - PT Kertas Kraft Aceh (Persero)
 - PT Kertas Leces (Persero)
 - PT Kimia Farma (Persero) Tbk
 - PT Krakatau Steel (Persero) Tbk
 - PT LEN Industri (Persero)
 - PT PAL Indonesia (Persero)
 - PT Pindad (Persero)
 - PT Pradnya Paramita (Persero)
 - PT Pupuk Indonesia Holding Company (Persero)
 - PT Semen Baturaja (Persero)
 - PT Semen Gresik (Persero) Tbk
 - PT Semen Kupang (Persero)
4. Pengadaan Listrik, Gas, Uap/Air Panas dan Udara Dingin
- PT Perusahaan Gas Negara (Persero)Tbk
 - PT Perusahaan Listrik Negara (Persero)
5. Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, dan Daur Ulang, Pembuangan Pembersihan Limbah dan Sampah
- Perum Jasa Tirta I
6. Konstruksi Perum Pembangunan Perumahan Nasional
- PT Adhi Karya (Persero) Tbk
 - PT Amarta Karya(Persero)
 - PT Brantas Abipraya (Persero)
 - PT Hutama Karya (Persero)
 - PT Istaka Karya(Persero)

- PT Nindya Karya (Persero)
 - PT Pembangunan Perumahan (Persero)
 - PT Pengerukan Indonesia (Persero)
 - PT Wijaya Karya (Persero) Tbk
7. Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi dan Perawatan Mobil dan Motor Perum Bulog
- PT Perusahaan Perdagangan Indonesia (Persero)
 - PT PP Berdikari (Persero)
 - PT Sarinah (Persero)
8. Transportasi dan Pergudangan
- Perum DAMRI
 - Perum Pengangkutan Penumpang Djakarta
 - PT Angkasa Pura (Persero)
 - PT ASDP Indonesia Ferry (Persero)
 - PT Bhanda Ghara Reksa (Persero)
 - PT Djakarta Lloyd (Persero)
 - PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk
 - PT Jasa Marga (Persero) Tbk
 - PT Kawasan Berikat Nusantara (Persero)
 - PT Kawasan Industri Makasar (Persero)
 - PT Kawasan Industri Medan (Persero)
 - PT Kawasan Industri Wijaya Kusuma (Persero)
 - PT Kereta Api Indonesia (Persero)
 - PT Merpati Nusantara Airlines (Persero)
 - PT Pelabuhan Indonesia (Persero)
 - PT Pelayaran Nasional Indonesia (Persero)
 - PT Pengembangan Daerah Industri Pulau Batam (Persero)
 - PT Pos Indonesia (Persero)
 - PT Varuna Tirta Prakasya (Persero)
9. Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum
- PT Hotel Indonesia Natour (Persero)
10. Informasi dan Komunikasi

- Perum LKBN ANTARA
 - Perum Produksi Film Negara
 - PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk
11. Jasa Keuangan dan Asuransi
- Perum Jamkrindo
 - PT Asabri (Persero)
 - PT Askrindo (Persero)
 - PT Asuransi Ekspor Indonesia (Persero)
 - PT Asuransi Jasa Indonesia (Persero)
 - PT Asuransi Jasa Rahardja (Persero)
 - PT Asuransi Jiwasraya (Persero)
 - PT Asuransi Kesehatan Indonesia (Persero)
 - PT Bahana PUI (Persero)
 - PT Bank Mandiri (Persero) Tbk
 - PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk
 - PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk
 - PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk
 - PT Biro Klasifikasi Indonesia (Persero)
 - PT Danareksa (Persero)
 - PT Kliring Berjangka Indonesia (Persero)
 - PT PANN Multi Finance (Persero)
 - PT Pegadaian(Persero)
 - PT Permodalan Nasional Madani (Persero)
 - PT Perusahaan Pengelola Aset (Persero)
 - PT Reasuransi Umum Indonesia (Persero)
 - PT Taspen (Persero)
 - PT Jamsostek
12. Real Estate
- PT Bali Tourism & Development Corporation (Persero)
 - PT TWC Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko (Persero)
13. Jasa Profesional, Ilmiah dan Teknis
- PT Bina Karya (Persero)

- PT Biro Klasifikasi Indonesia (Persero)
- PT Energy Management Indonesia (Persero)
- PT Indah Karya (Persero)
- PT Indra Karya (Persero)
- PT Sucofindo (Persero)
- PT Survey Udara Penas (Persero)
- PT Surveyor Indonesia (Persero)
- PT Virama Karya (Persero)
- PT Yodya Karya (Persero)

(Daftar BUMN <http://www.bumn.go.id/daftar-bumn/>)

Dari sekian banyak perusahaan hanya sedikit yang berkantor di kota Semarang. Yang berkantor di kota Semarang tidak semuanya menjalankan fungsi komunikasi (Humas). Dalam penelitian ini hanya 7 perusahaan yang menjadi obyek penelitian yaitu

1. Perum Perhutani (Persero)
2. Perum Damri
3. PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk
4. PT Pelabuhan Indonesia (Persero)
5. PT Pertamina (Persero)
6. PT Jamsostek
7. PT Jasa Marga (Persero) Tbk
8. PT Kereta Api Indonesia (Persero)

B. Standar Kompetensi Humas Indonesia

Dasar hukum Standar Kompetensi Humas Indonesia adalah Keputusan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor : Kep.39/MEN/II/2007 tentang penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Sektor Komunikasi dan Informatika Bidang Kehumasan. Berikut adalah penjelasan tentang SKKNI yang berasal dari dokumen Lampiran Keputusan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia No. KEP. 39/MEN/II/2007

Pada 12 Maret 2006 bertempat di Hotel Bidakara, Jakarta, Perhumas memfasilitasi semi loka tentang kompetensi praktisi PR Indonesia. Pokok bahasannya, “Kurikulum Program Komunikasi Perguruan Tinggi dan Kenyataan Kompetensi yang Dibutuhkan oleh Dunia Industri”. Semiloka tersebut dihadiri perwakilan Perguruan Tinggi yang mempunyai Fakultas/Jurusan Ilmu Komunikasi dan industri. Wakil perguruan tinggi yang hadir adalah

Universitas Paramadina, Universitas Indonesia, Universitas Mercu Buana, Universitas Brawijaya, London School of Public Relations, Universitas Gadjah Mada, Universitas Hasanuddin, Universitas Diponegoro, Universitas Petra Surabaya, dan Universitas Padjajaran. Di pihak industri diwakili oleh Bank Mandiri Tbk, Metro TV, Konsultan PR AAJ Komunika, ExxonMobil, Sun Hope, dan Majalah Cakram. Semiloka itu menyimpulkan adanya kesenjangan antara pendidikan yang diberikan dan kebutuhan kompetensi para praktisi PR.

Badan Pengurus Pusat Perhumas telah membentuk Panitia Kerja Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP), dan mengajukan Permohonan Lisensi LSP kepada Badan Nasional Sertifikasi Profesi pada 16 Januari 2007. LSP dan struktur organisasinya harus memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP) dan harus dapat memberikan kepercayaan kepada *stakeholders* atas kompetensi, ketidakberpihakan dan integritasnya.

Panitia Kerja Lembaga Sertifikasi Profesi Humas yang dibentuk mengadakan *research* awal (*preliminary research*) dan mengadakan beberapa kali pertemuan internal, dan dilanjutkan rapat dengan Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP) pada 26 Januari 2007.

Pada 19 Pebruari 2007, Perhumas dan Bakohumas melakukan pertemuan pertama di Hotel Bidakara dengan topik utama “Menyusun Standar Kompetensi Humas Indonesia”. Peserta yang hadir dalam pertemuan itu meliputi organisasi profesi, pemerintah, akademisi (perguruan tinggi), praktisi humas, dan industri. Proses kegiatan tersebut selanjutnya difasilitasi oleh Departemen Komunikasi dan Informatika melalui Surat Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor : 271/KEP/M.KOMINFO/5/2007 Tentang Pembentukan Panitia Kerja Penyusunan Rancangan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) Bidang Keahlian Kehumasan dan Pembentukan Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) Kehumasan Indonesia, tanggal 21 Mei 2007

Berdasar pada arti estimologi kompetensi diartikan sebagai kemampuan yang dibutuhkan untuk melakukan atau melaksanakan pekerjaan yang dilandasi oleh pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja. Sehingga dapatlah dirumuskan bahwa kompetensi diartikan sebagai kemampuan seseorang yang dapat terobservasi mencakup atas pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja dalam menyelesaikan suatu pekerjaan atau tugas sesuai dengan standar performa yang ditetapkan.

Berdasar pada arti bahasa, standar kompetensi kerja terbentuk atas kata standar dan kompetensi kerja. Standar diartikan sebagai "ukuran" tertentu yang disepakati dipakai sebagai patokan, sedangkan kompetensi diartikan sebagai kemampuan yang dibutuhkan untuk

melakukan atau melaksanakan pekerjaan yang dilandasi oleh pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja.

Dengan kata lain, yang dimaksud dengan Standar Kompetensi adalah rumusan tentang kemampuan yang harus dimiliki seseorang untuk melakukan suatu tugas atau pekerjaan yang didasari atas pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja sesuai dengan unjuk kerja yang dipersyaratkan.

SKKNI adalah rumusan kemampuan kerja yang mencakup aspek pengetahuan, keterampilan dan/atau keahlian serta sikap kerja yang relevan dengan pelaksanaan tugas dan syarat jabatan yang ditetapkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Dengan dikuasainya standar kompetensi tersebut oleh seseorang, maka yang bersangkutan akan mampu:

- bagaimana mengerjakan suatu tugas atau pekerjaan
- bagaimana mengorganisasikannya agar pekerjaan tersebut dapat dilaksanakan
- apa yang harus dilakukan bilamana terjadi sesuatu yang berbeda dengan rencana semula
- bagaimana menggunakan kemampuan yang dimilikinya untuk memecahkan masalah atau melaksanakan tugas dengan kondisi yang berbeda.

Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia yang telah disusun dan telah mendapatkan pengakuan oleh para pemangku kepentingan akan dirasa bermanfaat apabila telah terimplementasi secara konsisten. Standar Kompetensi Kerja digunakan sebagai acuan untuk :

- Menyusun uraian pekerjaan
- Menyusun dan mengembangkan program pelatihan dan sumber daya manusia
- Menilai unjuk kerja seseorang
- Sertifikasi profesi di tempat kerja

Dengan dikuasainya kompetensi sesuai dengan standar yang telah ditetapkan maka seseorang mampu :

- Mengerjakan suatu tugas atau pekerjaan
- Mengorganisasikan agar pekerjaan dapat dilaksanakan
- Menentukan langkah apa yang harus dilakukan pada saat terjadi sesuatu yang berbeda dengan rencana semula

- Menggunakan kemampuan yang dimilikinya untuk memecahkan masalah atau melaksanakan tugas dengan kondisi yang berbeda

BAB III

Kemampuan dan Kegiatan Yang Pernah Dilakukan

Pada bab ini dipaparkan data dalam bentuk frekuensi yang menggambarkan kemampuan para petugas Human di Badan Usaha Milik Negara yang berkantor di kota Semarang. Disamping itu juga disajikan data dalam bentuk frekuensi kegiatan yang pernah dilakukan para petugas Humas dalam rangka menjalankan pekerjaan yang berkaitan dengan kemampuannya. Data dipaparkan dibagi menjadi tiga bagian yaitu dimulai dari kompetensi umum, inti dan khusus. Paparan data ini juga memperhatikan deskripsi unit dan batasan variabel yang terdapat pada Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) bidang Kehumasan. Pelaksanaan Unit Kompetensi berpedoman pada Kode Etik Humas/*Public Relations* Indonesia yang berlaku.

A. Kompetensi Umum

Kompetensi ini adalah kemampuan yang harus dikuasai oleh semua jenjang kualifikasi pekerjaan/ jabatan Humas.

Tabel III. 1
Dapat membuat dan mengakses dokumen di komputer

	Frekuensi	%
Dapat	19	100.0
Tidak Dapat	0	0.0
Total	19	100.0

Tabel III. 2
Pernah membuat dan mengakses dokumen di komputer

	Frekuensi	%
Pernah	19	100.0
Tidak Pernah	0	0.0
Total	19	100.0

Unit ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap untuk membuat dan mengakses dokumen yang sederhana dengan menggunakan komputer aplikasi pengolahan data. Kemampuan untuk membuat format dokumentasi akurat secara berkesinambungan yang

dibutuhkan tepat waktu yang diterima organisasi/institusi

- Memahami berbagai aplikasi perangkat lunak
- Kecepatan dan ketepatan sesuai dengan standar organisasi/institusi.

Hasil riset menunjukkan bahwa 100% responden mampu dan pernah melakukan kegiatan membuat dan mengakses dokumen dengan menggunakan komputer. Penggunaan komputer untuk membuat dan mengakses dokumen adalah kemampuan yang sangat dasar dalam pekerjaan perkantoran yang wajib dimiliki oleh setiap petugas Humas pada masa sekarang ini yang semua informasi dan data dalam format digital (computerized).

Tabel III. 3

Dapat merancang dan mengembangkan dokumen, laporan dan lembar kerja dengan komputer

	Frekuensi	%
Tidak dapat	5	26.3
Dapat	14	73.7
Total	19	100.0

Tabel III. 4

Pernah merancang dan mengembangkan dokumen, laporan dan lembar kerja dengan computer

	Frekuensi	%
Tidak pernah	7	36.8
Pernah	12	63.2
Total	19	100.0

Unit ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang dibutuhkan untuk bertanggung jawab atas pengaturan dan pembuatan dokumen komputer dengan menggunakan jenis aplikasi perangkat lunak. Aplikasi dapat terdiri dari *word processing*, *desktop publishing* atau aplikasi *spreadsheet*. Hasil menunjukkan bahwa 73,7% yang mampu dan 63,2 % pernah merancang dan mengembangkan dokumen, laporan dan lembar kerja dengan komputer. Hal ini lebih banyak disebabkan oleh penggunaan komputer yang hanya digunakan untuk menulis dan menyimpan data saja tanpa ada usaha untuk memanfaatkannya secara maksimal.

Tabel III. 5

Dapat merencanakan Penggunaan Teknologi Informasi di Bagian Humas

	Frekuensi	%
Tidak dapat	7	36.8
Dapat	12	63.2
Total	19	100.0

Tabel III. 6

Pernah Merencanakan Penggunaan Teknologi Informasi di Bagian Humas

	Frekuensi	%
Tidak pernah	8	42.1
Pernah	11	57.9
Total	19	100.0

Unit ini mendeskripsikan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang dibutuhkan dalam pemanfaatan teknologi informasi pada kegiatan kehumasan. Sebagian besar responden menyatakan bahwa mampu dan dapat merencanakan penggunaan teknologi informasi, hal ini berkaitan dengan. Dalam Unit ini berlaku untuk seluruh praktisi dan pejabat humas dalam organisasi /institusi maupun pihak-pihak yang berhubungan dengan pemanfaatan teknologi informasi. Pemanfaatan teknologi informasi dalam kegiatan kehumasan baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung namun juga mencakup: Mendukung aktivitas komunikasi kehumasan; komunikasi yang bersifat personal dan kelembagaan; komunikasi terhadap pihak internal dan eksternal

Tabel III. 7

Dapat menulis dalam bahasa Inggris

	Frekuensi	%
Tidak dapat	6	31.6
Dapat	13	68.4
Total	19	100.0

Tabel III. 8

Pernah menulis dalam bahasa Inggris

	Frekuensi	%
Tidak pernah	11	57.9
Pernah	8	42.1
Total	19	100.0

Unit ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang dibutuhkan oleh seseorang yang bekerja di bidang humas (*public relations*), yang berhubungan dengan laporan-laporan yang perlu ditulis dalam bahasa Inggris baik untuk kebutuhan internal maupun eksternal, menggunakan Bahasa Inggris dalam menulis pada tingkat lanjutan/advanced. Tentang topik yang berkaitan dengan kehumasan baik pada tingkat institusi dimana yang membuat laporan bekerja maupun pada tingkat yang lebih luas. Berhubungan dengan penerima laporan baik internal maupun eksternal, dengan publikasi dan penggunaan yang akurat baik gramatika maupun struktur. Data menunjukkan walau sebagian besar responden menyatakan bahwa yang bersangkutan mampu menulis dalam bahasa Inggris namun sebanyak 57,9 % tidak pernah melakukan pekerjaan tersebut.

Tabel III. 9

Dapat menyampaikan presentasi lisan dalam bahasa Inggris

	Frekuensi	%
Tidak dapat	12	63.2
Dapat	7	36.8
Total	19	100.0

Tabel III. 10

Pernah menyampaikan presentasi lisan dalam bahasa Inggris

	Frekuensi	%
Tidak pernah	14	73.7
Pernah	5	26.3
Total	19	100.0

Unit ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang dibutuhkan profesi humas (*public relations*) yang menggunakan bahasa Inggris. Data menunjukkan bahwa

sebagian besar (63,3%) tidak mampu melakukan dan 73,7 % tidak pernah melakukan penyampaian presentasi lisan dalam bahasa Inggris. Dalam unit ini berlaku untuk seluruh presentasi dalam profesi humas (*public relations*) baik untuk kebutuhan internal maupun eksternal tentang topik aktual yang berkaitan/familiar, topik tertentu atau issue tertentu dalam dunia pekerjaan kehumasan, dengan bantuan materi pendukung seperti laptop, vcd dan lain-lain sesuai dengan situasi dan menggunakan materi atau sumber-sumber referensi

Tabel III. 11

Dapat melaksanakan koordinasi lintasfungsi dalam organisasi

	Frekuensi	%
Dapat	19	100.0
Tidak Dapat	0	0.0
Total	19	100.0

Tabel III. 12

Pernah melaksanakan koordinasi lintasfungsi dalam organisasi

	Frekuensi	%
Tidak pernah	3	15.8
Pernah	16	84.2
Total	19	100.0

Unit ini berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang diperlukan untuk melaksanakan koordinasi lintas fungsi dalam organisasi/institusi. Seluru responden menyatakan dapat melaksanakan koordimasi lintas fungsi dalam organisasi dan hanya 15,8 % responden yang tidak pernah melaksanakan. Dalam unit ini berlaku untuk seluruh praktisi dan pejabat humas dalam organisasi /institusi maupun pihak yang melaksanakan koordinasi lintas fungsi dalam organisasi/institusi. Pelaksanaan koordinasi lintas fungsi meliputi semua fungsi dan unit dalam organisasi/institusi.

B. Kompetensi Inti

Tabel III. 13

Dapat membuat klipping

	Frekuensi	%
Dapat	19	100.0
Tidak Dapat	0	0.0
Total	19	100.0

Tabel III. 14

Pernah membuat klipping

	Frekuensi	%
Tidak pernah	4	21.1
Pernah	15	78.9
Total	19	100.0

Unit ini berhubungan dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk membuat klipping berita-berita dari media cetak, elektronik, dan *cyber*. 100% responden menyatakan dapat membuat klipping namun tidak semua responden menyatakan pernah melakukan klipping (21,1% tidak pernah). Pada unit ini berlaku untuk seluruh praktisi humas dalam organisasi /institusi maupun pihak yang berhubungan dengan pembuatan klipping. Pembuatan klipping menitik beratkan pada pemberitaan isu-isu organisasi/institusi baik langsung maupun tidak langsung

Tabel III. 15

Dapat membuat dokumentasi kegiatan

	Frekuensi	%
Dapat	19	100.0
Tidak Dapat	0	0.0
Total	19	100.0

Tabel III. 16

Pernah membuat dokumentasi kegiatan

	Frekuensi	%
Tidak pernah	3	15.8
Pernah	16	84.2
Total	19	100.0

Unit ini berlaku untuk seluruh praktisi dan pejabat humas dalam organisasi /institusi maupun pihak yang berhubungan dengan pembuatan dokumentasi kegiatan formal dan informal dalam bentuk foto, rekaman *audio* dan *audio visual*. Pembuatan dokumentasi seperti ini berdasar pada data yang ada merupakan pekerjaan yang dianggap wajib oleh petugas Humas. Hal ini dapat dibuktikan dengan dengan 100 % responden menyatakan dapat membuat dan 84,2% pernah membuat dokumentasi kegiatan perusahaan dimana mereka bekerja.

Tabel III. 17

Dapat melaksanakan kegiatan open house

	Frekuensi	%
Tidak dapat	3	15.8
Dapat	16	84.2
Total	19	100.0

Tabel III. 18

	Frekuensi	%
Tidak pernah	8	42.1
Pernah	11	57.9
Total	19	100.0

Unit ini berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap dan yang diperlukan dalam melaksanakan aktivitas *open house*. Sebagian responden menyatakan dapat dan pernah melakukan kegiatan *open house* yang tidak hanya mencakup *indoor* ataupun *outdoor* tetapi juga tidak terbatas pada: hari-hari besar organisasi/institusi, hari-hari besar nasional dan keagamaan dan sosialisasi organisasi/institusi

Tabel III. 19

	Frekuensi	%
Tidak dapat	2	10.5
Dapat	17	89.5
Total	19	100.0

Tabel III. 20

Pernah melakukan kegiatan internal gathering

	Frekuensi	%
Tidak pernah	3	15.8
Pernah	16	84.2
Total	19	100.0

Unit ini berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang diperlukan dalam melaksanakan aktivitas *Internal Gathering*. Sebagian besar responden menyatakan dapat dan pernah melakukan kegiatan internal gathering. Dalam SKKNI bidang Kehumasan Unit ini berlaku untuk berbagai kegiatan *internal gathering* bukan saja yang dilaksanakan oleh praktisi/petugas humas tetapi juga oleh profesi lain dan berlaku untuk semua sektor dalam setiap organisasi dan institusi. Internal gathering dapat meliputi tapi tidak terbatas pada: Dilaksanakan dilokasi kerja atau di luar lokasi kerja, *Cocktail party* dan Peluncuran produk.

Tabel III. 21

Dapat menyelenggarakan kompetisi

	Frekuensi	%
Tidak dapat	1	5.3
Dapat	18	94.7
Total	19	100.0

Tabel III. 22

Pernah menyelenggarakan kompetisi

	Frekuensi	%
Tidak pernah	4	21.1
Pernah	15	78.9
Total	19	100.0

Unit ini berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang diperlukan dalam menyelenggarakan kompetisi / pertandingan. Sebagian responden dapat dan pernah menyelenggarakan kompetisi. Unit ini berlaku untuk semua praktisi dan pejabat humas, maupun pihak-pihak lain yang berkepentingan dalam mengorganisir suatu kompetisi yang merupakan salah satu program humas (*public relations*). Dalam melaksanakan kompetisi tidak hanya bersifat internal maupun eksternal tetapi juga mencakup : menumbuhkan hubungan harmonis dilingkungan internal dan dengan eksternal, motivasi, *spirit fairness*, sportivitas dan rasa memiliki, dan semangat dan kerja sama tim

Tabel III. 23

Dapat melaksanakan aktivitas protokoler

	Frekuensi	%
Tidak dapat	1	5.3
Dapat	18	94.7
Total	19	100.0

Tabel III. 24

Pernah melaksanakan aktivitas protokoler

	Frekuensi	%
Tidak pernah	4	21.1
Pernah	15	78.9
Total	19	100.0

Unit ini berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang diperlukan dalam melaksanakan aktivitas protokoler. Pada unit ini berlaku untuk semua praktisi dan pejabat humas, serta profesi lain dalam melaksanakan aktifitas protokoler. Kompetensi ini dapat juga

meliputi: setiap acara formal dan informal yang berlangsung atau acara yang dilakukan *public relations* baik di dalam maupun di luar organisasi/institusi dan kegiatan pimpinan organisasi/institusi yang diundang dalam suatu acara. Berdasar data menunjukkan sebagian besar responden menyatakan mampu dan pernah melaksanakan aktivitas protokoler. Aktivitas ini di kalangan Humas BUMN berkaitan salah satu tugas pokok dan fungsi.

Tabel III. 25

Dapat menyeleksi proposal sponsorship

	Frekuensi	%
Tidak dapat	1	5.3
Dapat	18	94.7
Total	19	100.0

Tabel III. 26

Pernah menyeleksi proposal sponsorship

	Frekuensi	%
Tidak pernah	6	31.6
Pernah	13	68.4
Total	19	100.0

Salah satu tugas Humas adalah menyeleksi proposal sponsorship, hal ini berkaitan dengan hubungan external. Pada unit ini berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap dalam menyeleksi proposal sponsorship. Data menunjukkan bahwa sebagian responden menyatakan dapat dan pernah menyeleksi proposal sponsorship dalam tugasnya sebagai Humas. Unit ini juga berlaku untuk seluruh pengajuan proposal sponsorship bagi semua kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi/institusi yang akan diseleksi oleh petugas/praktisi Humas. Proposal sponsorship merupakan proposal yang berisi penawaran dana kegiatan yang akan dibiayai seluruhnya atau sebagian tertentu oleh organisasi. Kemampuan menyeleksi proposal ini juga berlaku bagi fungsi fungsi lain dalam organisasi/institusi yang berhubungan dengan seleksi proposal sponsorship yang diajukan.

Tabel III. 27

Dapat melaksanakan ajang khusus (special event)

	Frekuensi	%
Tidak dapat	1	5.3
Dapat	18	94.7
Total	19	100.0

Tabel III. 28

Pernah melaksanakan ajang khusus (special event)

	Frekuensi	%
Tidak pernah	3	15.8
Pernah	16	84.2
Total	19	100.0

Unit ini mendeskripsikan pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang dibutuhkan untuk melaksanakan ajang khusus suatu organisasi/institusi. Unit ini berlaku untuk seluruh praktisi dan pejabat humas dalam organisasi dan institusi maupun per orang yang berkaitan dengan melaksanakan ajang khusus. Petugas Humas BUMN di kota Semarang sebagian besar mampu dan pernah melakukan ajang khusus untuk perusahaannya. Dalam melaksanakan ajang khusus tidak hanya mencakup indoor ataupun outdoor tetapi juga mencakup: membina hubungan dengan pihak sponsor, kemampuan negosiasi, penganggaran, koordinasi dengan unit terkait, kerjasama dengan media atau peluncuran produk.

Tabel III. 29

Dapat melaksanakan kegiatan seminar, konferensi dan lokakarya

	Frekuensi	%
Tidak dapat	2	10.5
Dapat	17	89.5
Total	19	100.0

Tabel III. 30

Pernah melaksanakan kegiatan seminar, konferensi dan lokakarya

	Frekuensi	%
Tidak pernah	2	10.5
Pernah	17	89.5
Total	19	100.0

Kemampuan ini berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang diperlukan dalam melaksanakan kegiatan seminar, lokakarya, dan konferensi. Sebagian responden menyatakan dapat dan pernah melakukannya. Unit ini biasanya berkaitan dengan organisasi/institusi dalam melaksanakan lokakarya, konperensi dan seminar, untuk : program internal, program yang melibatkan pihak-pihak lain dan sebagai EO (*event organizer*)

Tabel III. 31

Dapat membuat materi ringkasan (briefing material)

	Frekuensi	%
Tidak dapat	2	10.5
Dapat	17	89.5
Total	19	100.0

Tabel III. 32

Pernah membuat materi ringkasan (briefing material)

	Frekuensi	%
Tidak pernah	5	26.3
Pernah	14	73.7
Total	19	100.0

Pada unit ini menjelaskan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang dibutuhkan untuk membuat materi ringkasan (*briefing material*). Unit ini berlaku untuk kegiatan organisasi/institusi yang dilakukan oleh praktisi dan pejabat humas atau pihak lain yang membuat dan menyusun ringkasan materi, yang dipergunakan untuk: memenuhi kebutuhan komunikasi pimpinan, mendukung tujuan kegiatan kehumasan tertentu, mendukung pembuatan database, kebutuhan hubungan dengan pemerintah dan institusi lainnya serta kebutuhan rapat,

pertemuan, diskusi baik di lingkungan internal maupun eksternal. Hasilnya adalah sebagian besar responden mampu dan pernah membuat materi ringkasan.

Tabel III. 33

Dapat memetakan media

	Frekuensi	%
Tidak dapat	2	10.5
Dapat	17	89.5
Total	19	100.0

Tabel III. 34

Pernah memetakan media

	Frekuensi	%
Tidak pernah	5	26.3
Pernah	14	73.7
Total	19	100.0

Unit ini berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang diperlukan dalam memetakan media untuk kebutuhan tertentu. Pada unit kompetensi memetakan media massa ini berkaitan dengan semua profil media cetak, audio, visual dan *cyber*. Hasil penelitian menunjukkan bahwasebagian besar responden menyatakan mampu dan pernah memetakan media untuk kepentingan Humas. Dalam melaksanakan unit ini didukung dengan tersedianya database semua jenis media massa.

Tabel III. 35

Dapat memonitoring media

	Frekuensi	%
Tidak dapat	2	10.5
Dapat	17	89.5
Total	19	100.0

Tabel III. 36

Pernah memonitoring media

	Frekuensi	%
Tidak pernah	3	15.8
Pernah	16	84.2
Total	19	100.0

Unit ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang diperlukan untuk melaksanakan aktivitas monitoring dan analisa berita-berita dari media cetak, elektronik, dan *cyber* yang berhubungan dengan isu-isu yang terkait/*relevant* dengan organisasi/institusi. Pada unit ini berlaku untuk seluruh praktisi dan pejabat humas dalam organisasi /institusi maupun pihak yang berhubungan dengan monitoring media massa. Sejalan dengan hal tersebut hasil penelitian juga menunjukkan sebagian besar responden menyatakan mampu dan pernah melakukan monitoring media. Monitoring dan analisis media mencakup : kemampuan menganalisis kecenderungan/*trend* isu di media massa dan kemampuan menganalisa/*analytical thinking*.

Tabel III. 37

Dapat membuat siaran pers

	Frekuensi	%
Tidak dapat	2	10.5
Dapat	17	89.5
Total	19	100.0

Tabel III. 38

Pernah melakukan siaran pers

	Frekuensi	%
Tidak pernah	1	5.3
Pernah	18	94.7
Total	19	100.0

Pada unit ini berlaku untuk semua penulisan siaran pers yang dibuat oleh praktisi dan pejabat humas, maupun profesi lain yang berhubungan dengan pembuatan siaran pers. Siaran Pers dibuat tidak terbatas pada menyampaikan informasi organisasi/institusi kepada media, tetapi

juga melingkupi : pembentukan pendapat umum, melakukan klarifikasi atas isu, memperkenalkan produk dan jasa dan sosialisasi program dan kegiatan organisasi/institusi. Hanya sedikit dari responden yang menyatakan tidak mampu dan belum pernah melakukan siaran pers. Sebagian besar mampu dan pernah melakukan siaran pers.

Tabel III. 39

Dapat melakukan konferensi pers

	Frekuensi	%
Tidak dapat	1	5.3
Dapat	18	94.7
Total	19	100.0

Tabel III. 40

Pernah melakukan konferensi pers

	Frekuensi	%
Tidak pernah	3	15.8
Pernah	16	84.2
Total	19	100.0

Unit ini berlaku untuk seluruh praktisi dan pejabat humas dalam organisasi dan institusi maupun pihak-pihak yang melaksanakan konferensi pers mencakup pengetahuan, keterampilan dan sikap yang dibutuhkan untuk melaksanakan konferensi pers suatu organisasi/institusi. Melaksanakan konferensi pers meliputi inisiatif internal atau atas inisiatif eksternal (insan pers) dan mencakup: *rundown* acara konferensi pers, pemahaman bidang jurnalistik, koordinasi, komunikasi lisan dan tulisan. Sama halnya dengan siaran pers, sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka mampu dan pernah melakukan konferensi pers sebagai salah satu tools dalam media relations.

Tabel III. 41

Dapat melaksanakan media tour

	Frekuensi	%
Tidak dapat	2	10.5
Dapat	17	89.5
Total	19	100.0

Tabel III. 42

Pernah melaksanakan media tour

	Frekuensi	%
Tidak pernah	7	36.8
Pernah	12	63.2
Total	19	100.0

Sebagai bagian dari *tools media relations* melaksanakan *media tour* tidak hanya meliputi *media tour* atas permintaan internal atau atas inisiatif eksternal (insan pers) tetapi juga mencakup: perjalanan jurnalistik, kunjungan lokasi oleh pers dan pendampingan jurnalistik. Unit ini mendeskripsikan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang dibutuhkan untuk melaksanakan *media tour* yang dilakukan organisasi / institusi. Hasil yang didapatkan adalah sebagian besar responden menyatakan mampu dan pernah melaksanakan media tour.

Tabel III. 43

Dapat menjalin hubungan dengan media

	Frekuensi	%
Tidak dapat	1	5.3
Dapat	18	94.7
Total	19	100.0

Tabel III. 44

Pernah menjalin hubungan dengan media

	Frekuensi	%
Tidak pernah	3	15.8
Pernah	16	84.2
Total	19	100.0

Unit ini berlaku untuk semua kegiatan menjalin hubungan inter personal dengan media yang dilakukan oleh petugas/praktisi humas, maupun profesi lain yang berhubungan dengan media. Menjalinkan hubungan dengan media bukan saja inter personal, tetapi juga mencakup : hubungan formal dan tidak formal, hubungan antar lembaga dan terbinanya hubungan baik dengan media. Data menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa sebagian besar menyatakan mampu dan pernah menjalin hubungan dengan media. Fakta ini mengindikasikan bahwa petugas Humas BUMN di kota Semarang menganggap penting berhubungan dengan media untuk kepentingan publisitas perusahaan untuk kepentingan menjaga citra dan reputasi.

Tabel III. 45

Dapat melaksanakan program darurat

	Frekuensi	%
Tidak dapat	3	15.8
Dapat	16	84.2
Total	19	100.0

Tabel III. 46

Pernah melaksanakan program darurat

	Frekuensi	%
Tidak pernah	19	100.0
Pernah	0	0.0
Total	19	100.0

Ada hal yang menarik dari data yang didapatkan di lapangan, bahwa sebagian responden menyatakan mampu melaksanakan program darurat namun seluruh responden menyatakan belum pernah melaksanakan program darurat. Hal ini berdasarkan data kualitatif yang didapatkan dari hasil wawancara menyatakan bahwa program darurattersebut biasanya dilaksanakan langsung oleh kantor pusat.

Adapun deskripsi unit ini berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap dalam melaksanakan program darurat yaitu program yang berhubungan dengan keadaan darurat, misalnya bencana alam/musibah. Pengetahuan dan keterampilan yang harus dikuasai mencakup : pengetahuan dasar tentang keadaan darurat, pemahaman tentang relevansi dan urgensi

penanganan bencana terhadap organisasi / institusi, kemampuan pemetaan pihak eksternal yang terkait dengan program penanganan darurat dan kemampuan mengevaluasi dan menentukan jenis bantuan yang tepat guna dan tepat sasaran

Tabel III. 47

Dapat membuat laporan program kehumasan

	Frekuensi	%
Tidak dapat	2	10.5
Dapat	17	89.5
Total	19	100.0

Tabel III. 48

Pernah membuat laporan program kehumasan

	Frekuensi	%
Tidak pernah	3	15.8
Pernah	16	84.2
Total	19	100.0

Sebagai kegiatan yang bersifat administratif, petugas Humas berdasarkan data di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan mampu dan pernah membuat laporan program kehumasan . Unit ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dibutuhkan untuk membuat Laporan Program Kehumasan. Deskripsi unit ini untuk melaksanakan kompetensi ini memerlukan bukti pengetahuan dan keterampilan yang mencakup : pemahaman tentang proses dan tahap tahap pengelolaan program dari tahap identifikasi fakta, perencanaan sampai tahap evaluasi, pemahaman materi yang akan ditulis dalam bentuk laporan pendahuluan, isi dan penutupan, keterampilan memilih dan membuat format laporan dan pemahaman sistematika dan teknis menulis.

Tabel III. 49

Dapat membuat proposal/kegiatan kehumasan

	Frekuensi	%
Tidak dapat	1	5.3
Dapat	18	94.7
Total	19	100.0

Tabel III. 50

Pernah membuat proposal/kegiatan kehumasan

	Frekuensi	%
Tidak pernah	5	26.3
Pernah	14	73.7
Total	19	100.0

Dalam melakukan kegiatan Humas rutin maupun insidental memerlukan proposal sebagai bentuk dari proses administrasi. Sebagian besar responden menyatakan mampu dan pernah membuat proposal kegiatan kehumasan. Adapun unit kompetensi ini berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang diperlukan untuk menyusun proposal program/kegiatan tematis humas. Unit ini berlaku untuk seluruh praktisi dan pejabat humas dalam organisasi dan institusi maupun pihak-pihak yang berhubungan dengan penyusunan proposal program/kegiatan kehumasan.

Pelaksanaan penyusunan proposal program/kegiatan tematis kehumasan dapat dilakukan untuk tetapi tidak terbatas pada : untuk memperoleh gambaran pencapaian tujuan program/kegiatan dan organisasi/institusi secara umum, untuk pedoman awal dan penyusunan anggaran pelaksanaan program/kegiatan humas dalam periode tertentu serta untuk memberikan gambaran kepada manajemen tentang langkah-langkah pelaksanaan rencana umum fungsi humas

Tabel III. 51

Dapat membuat perencanaan program kehumasan

	Frekuensi	%
Tidak dapat	1	5.3
Dapat	18	94.7
Total	19	100.0

Tabel III. 52

Pernah membuat perencanaan program kehumasan

	Frekuensi	%
Tidak pernah	4	21.1
Pernah	15	78.9
Total	19	100.0

Perencanaan dalam proses manajemen merupakan titik yang krusial yang harus mendapatkan perhatian khusus. Sukses tidaknya pekerjaan Humas dalam menjaga image dan reputasi perusahaan ditentukan dengan perencanaan yang baik dan matang. Sebagian besar responden menyatakan mampu dan pernah membuat perencanaan program kehumasan. Unit kompetensi ini berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap dan yang diperlukan untuk membuat perencanaan program kehumasan.

Pada unit ini berlaku untuk seluruh praktisi dan pejabat humas dalam organisasi dan institusi maupun pihak-pihak yang berhubungan dengan perencanaan program kehumasan tahunan. Pelaksanaan perencanaan program kehumasan tahunan dapat dilakukan untuk tetapi tidak terbatas pada : untuk memperoleh gambaran kondisi dan prospektif organisasi/institusi, untuk memperoleh gambaran *trend* ekspektasi publik, relasi bisnis, dan pesaing terhadap organisasi/institusi, untuk memperoleh gambaran pencapaian tujuan program/kegiatan dan organisasi/institusi secara umum, untuk panduan penyusunan program/kegiatan humas dalam satu tahun serta untuk memberikan perspektif kepada manajemen tentang langkah-langkah pelaksanaan rencana umum fungsi humas

Tabel III. 53

Dapat melakukan presentasi

	Frekuensi	%
Tidak dapat	3	15.8
Dapat	16	84.2
Total	19	100.0

Tabel III. 54

Pernah melakukan presentasi

	Frekuensi	%
Tidak pernah	6	31.6
Pernah	13	68.4
Total	19	100.0

Unit ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dibutuhkan untuk membuat presentasi efektif. Presentasi dapat bersifat internal ataupun eksternal dan meliputi namun tidak terbatas kepada: presentasi tentang organisasi atau institusi, penyampaian

pelatihan, presentasi dalam rapat, presentasi dalam konferensi, presentasi untuk para *stakeholders* (pemangku kepentingan) dan penjelasan secara singkat kepada staf. Dari hasil survey yang dilakukan, sebagian besar responden menyatakan mampu dan pernah melakukan presentasi.

Tabel III. 55

Dapat melakukan pidato

	Frekuensi	%
Tidak dapat	4	21.1
Dapat	15	78.9
Total	19	100.0

Tabel III. 56

Pernah melakukan pidato

	Frekuensi	%
Tidak pernah	11	57.9
Pernah	8	42.1
Total	19	100.0

Pada unit ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang dibutuhkan untuk melakukan pidato yang baik dan memenuhi tujuan. Unit ini berlaku untuk praktisi atau pejabat humas senior atau yang berhubungan dengan publik. Melakukan pidato berlaku bukan saja dengan pihak eksternal tetapi juga internal. Sejalan dengan hal tersebut, data di lapangan menyatakan bahwa sebagian besar dapat melakukan pidato, namun hanya setengah dari responden pernah melakukan. Hal ini dimungkinkan karena kesempatan untuk melakukan pidato biasanya hanya dimiliki oleh pejabat Humas senior yang mempunyai akses yang lebih luas dalam penyampaian informasi dengan menggunakan metode pidato.

Tabel III. 57

Dapat menyusun naskah pidato

	Frekuensi	%
Tidak dapat	3	15.8
Dapat	16	84.2
Total	19	100.0

Tabel III. 58

Pernah menyusun naskah pidato

	Frekuensi	%
Tidak pernah	6	31.6
Pernah	13	68.4
Total	19	100.0

Kemampuan menulis petugas Humas menjadi hal yang mutlak, pada unit ini mendeskripsikan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang dibutuhkan untuk mempersiapkan dan menyusun naskah pidato. Sebagian besar responden menyatakan mampu dan pernah menyusun naskah pidato. Keterampilan ini biasanya dilakukan untuk memberi input kepada atasan atas informasi yang diperlukan untuk khalayak. Dalam menyusun naskah pidato memerlukan pengetahuan dan keterampilan yang harus dikuasai antara lain mencakup

Pemahaman tentang proses pelaksanaan pidato yang meliputi pengetahuan tentang tema, tujuan, khalayak dan pengelolaan berbicara di depan umum, pemahaman tentang tema dan materi yang akan disampaikan dari aspek pembukaan, isi dan penutupan serta, keterampilan memilih format tulisan sesuai dengan tema dan khalayak

Tabel III. 59

Dapat melakukan wawancara

	Frekuensi	%
Tidak dapat	2	10.5
Dapat	17	89.5
Total	19	100.0

Tabel III. 60

Pernah melakukan wawancara

	Frekuensi	%
Tidak pernah	2	10.5
Pernah	17	89.5
Total	19	100.0

Dalam rangka tugas Humas dalam pengumpulan data dan informasi, petugas humas harus menguasai hal yang berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang dibutuhkan untuk melakukan wawancara. Data menunjukkan sebagian besar responden mampu dan pernah melakukan wawancara. Yang melaksanakan wawancara dan yang diwawancarai dapat bekerja dalam organisasi atau institusi yang sama atau dalam organisasi/institusi yang berbeda.

Proses pelaksanaan wawancara dapat diterapkan pada para *stakeholders* atau pemangku kepentingan. Pengetahuan dan keterampilan wawancara yang mencakup: teknik wawancara termasuk komunikasi dalam hubungan dengan pendengaran, pertanyaan dan komunikasi non-verbal dan pengetahuan tentang bidang dimana yang akan diwawancarai bekerja atau berusaha.

Tabel III. 61

Dapat membuat publikasi internal

	Frekuensi	%
Tidak dapat	1	5.3
Dapat	18	94.7
Total	19	100.0

Tabel III. 62

Pernah membuat publikasi internal

	Frekuensi	%
Tidak pernah	1	5.3
Pernah	18	94.7
Total	19	100.0

Tujuan pembuatan publikasi internal adalah : untuk pertukaran informasi dan menciptakan rasa memiliki dari seluruh *stakeholders* internal, untuk menumbuhkan motivasi kerja karyawan serta untuk memperoleh *positioning* organisasi/institusi dalam lingkungan tertentu. Melihat pentingnya pekerjaan ini maka sesuai dengan data di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan mampu dan pernah membuat publikasi internal.

Dalam membuat publikasi internal diperlukan beberapa kemampuan yang harus dimiliki oleh petugas Humas yaitu : kemampuan membentuk tim publikasi, kemampuan menetapkan sasaran kelompok publik internal, kemampuan dan keterampilan jurnalisme, pemahaman etika

jurnalistik, kemampuan dan keterampilan disain dan cetak, kemampuan dan keterampilan fotografi serta kemampuan untuk memonitor sirkulasi dan distribusi

Tabel III. 63

Dapat membuat publikasi external

	Frekuensi	%
Tidak dapat	3	15.8
Dapat	16	84.2
Total	19	100.0

Tabel III. 64

Pernah membuat publikasi external

	Frekuensi	%
Tidak pernah	3	15.8
Pernah	16	84.2
Total	19	100.0

Pada unit kompetensi ini berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang diperlukan untuk membuat publikasi eksternal. Unit ini berlaku untuk seluruh praktisi dan pejabat humas dalam organisasi dan institusi maupun pihak-pihak yang berhubungan dengan membuat publikasi eksternal. Sebagian responden dalam penelitian ini menyatakan mampu dan pernah membuat publikasi external. Perlu diketahui bahwa pelaksanaan membuat publikasi eksternal dapat dilakukan dengan tujuan meliputi : untuk memperoleh dukungan dan masukan publik, untuk membangun citra positif organisasi/institusi, untuk memperoleh positioning organisasi/institusi dalam lingkungan tertentu, untuk pertukaran informasi dan menciptakan rasa memiliki dari seluruh *stakeholders* internal dan eksternal dan untuk mendapatkan citra positif dari para investor (*investor relations*)

Tabel III. 65

Dapat menyusun data dan informasi strategis

	Frekuensi	%
Tidak dapat	4	21.1
Dapat	15	78.9
Total	19	100.0

Tabel III. 66

Pernah menyusun data dan informasi strategis

	Frekuensi	%
Tidak pernah	6	31.6
Pernah	13	68.4
Total	19	100.0

Sebagai fungsi penyedia informasi Humas dituntut untuk dapat menyusun data dan informasi strategis. Adapun unit ini menjelaskan pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang dibutuhkan untuk menyusun data dan informasi strategis yang berhubungan dengan organisasi/institusi pada saat tertentu. Unit ini berlaku untuk semua penyusunan data dan informasi strategis yang dibuat oleh petugas/praktisi humas, maupun profesi lain yang berhubungan dengan proses penyusunan informasi strategis dan pengambilan keputusan.

Dalam penelitian ini responden sebagian besar menyatakan mampu dan pernah menyusun data dan informasi strategis. Adapun waktu dan kondisi penggunaan kompetensi unit ini meliputi : kondisi krisis maupun normal, pendukung kompetensi lain yang akan menggunakan data dan informasi untuk pengelolaan program, serta data diolah menjadi informasi strategis sesuai tingkat kepentingan dan kelengkapan bagi organisasi.

Tabel III. 67

Dapat membuat company profile

	Frekuensi	%
Tidak dapat	4	21.1
Dapat	15	78.9
Total	19	100.0

Tabel III. 68

Pernah membuat company profile

	Frekuensi	%
Tidak pernah	6	31.6
Pernah	13	68.4

	Frekuensi	%
Tidak pernah	6	31.6
Pernah	13	68.4
Total	19	100.0

Sebagai salah satu alat komunikasi perusahaan kepada stakeholdernya diperlukan media yang disebut dengan *company profile*. Humas harus memiliki pengetahuan, keterampilan dan sikap yang dibutuhkan untuk membuat *company profile* organisasi. Sebagian besar responden dalam penelitian ini menyatakan mampu dan pernah membuat *company profile* untuk kepentingan komunikasi perusahaan.

Company profile berguna tidak hanya untuk mendokumentasikan semua kegiatan organisasi yang meliputi kegiatan internal dan eksternal, namun juga untuk mendukung terbentuknya kinerja kehumasan yang berorientasi pada terpenuhinya informasi khalayak. Pengetahuan dan keterampilan yang harus dikuasai adalah mencakup pemahaman dan keterampilan mengenai : proses pengelolaan materi *company profile*, tentang tema dan materi yang akan ditulis, mengelola format penulisan, menetapkan atau menyusun format desain, tata letak, rubrikasi dan foto dan keterampilan untuk berkoordinasi dan berkomunikasi dengan pihak lain

Tabel III. 69

Dapat melaksanakan fungsi juru bicara / spoke person

	Frekuensi	%
Tidak dapat	4	21.1
Dapat	15	78.9
Total	19	100.0

Tabel III. 70

Pernah melaksanakan fungsi juru bicara/ spoke person

	Frekuensi	%
Tidak pernah	10	52.6
Pernah	9	47.4
Total	19	100.0

Salah satu tugas Humas adalah menjalankan fungsi juru bicara. Sebagian besar responden menyatakan mampu melaksanakan. Namun sebagian besar responden tidak pernah melaksanakan fungsi sebagai juru bicara perusahaan. Hal ini bisa dipahami karena juru bicara biasanya adalah petugas Humas yang senior atau bahkan langsung para pimpinan yang mendapat masukan dari Humas. Unit ini mendeskripsikan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang dibutuhkan untuk melaksanakan fungsi juru bicara/ *spoke person* mewakili organisasi/institusi.

Unit ini berlaku untuk kegiatan organisasi/institusi yang dilakukan oleh praktisi dan pejabat humas yang dipergunakan untuk: mewakili organisasi / institusi dalam berkomunikasi dengan pihak pihak tertentu internal dan eksternal secara lisan maupun tulisan, mewakili organisasi / institusi dalam menyampaikan ide / kebijakan dengan media massa serta mewakili top manajemen / atasan dalam organisasi / institusi dalam berbagai kegiatan organisasi / institusi baik pada saat situasi normal maupun krisis. Keterampilan yang harus dikuasai dalam pelaksanaan fungsi juru bicara adalah : proses / tahap tahap komunikasi lisan dan tulisan kepada khalayak, menganalisa masalah / isu yang berkaitan dengan organisasi/institusi, mengkomunikasikan tema dan materi secara lisan dan tulisan, pemetaan aktivitas kehumasan yang memerlukan fungsi *spoke person*/juru bicara, berkomunikasi lintas budaya, komunikasi persuasif dan *public speaking*

Tabel III. 71

Dapat mengikuti pameran

	Frekuensi	%
Tidak dapat	3	15.8
Dapat	16	84.2
Total	19	100.0

Tabel III. 72

Pernah mengikuti pameran

	Frekuensi	%
Tidak pernah	4	21.1
Pernah	15	78.9
Total	19	100.0

Unit ini berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang diperlukan dalam berpartisipasi sebagai peserta pameran untuk institusi/organisasi. Kompetensi ini dapat juga

meliputi: setiap acara yang bermaksud untuk mempromosikan dan mensosialisasikan produk/jasa suatu organisasi/institusi dan Kegiatan organisasi/institusi yang membutuhkan strategi komunikasi dua arah yang lebih intensif. Berdasarkan hasil survey, sebagian responden menyatakan mampu dan pernah mengikuti pameran untuk kepentingan perusahaan.

Untuk menunjukkan kompetensi, bukti pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan dalam menyelenggarakan pameran sebagai berikut; pengetahuan tentang tehnik pengelolaan pameran, pengetahuan tentang komunikasi yang efektif, pengetahuan tentang personality dan bahasa tubuh (*gesture*) yang baik, kepekaan dalam membaca situasi, kemampuan menerapkan *human relations*, Keterampilan melaksanakan pelayanan prima (*excellence service*) serta keterampilan melaksanakan protokoler.

Tabel III. 73

Dapat merancang identitas organisasi / institusi

	Frekuensi	%
Tidak dapat	19	100.0
Dapat	0	0.0
Total	19	100.0

Tabel III. 74

Pernah merancang identitas organisasi / institusi

	Frekuensi	%
Tidak pernah	19	100.0
Pernah	0	0.0
Total	19	100.0

Pada unit ini berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang diperlukan dalam merancang identitas organisasi/ institusi. Unit ini berlaku untuk semua praktisi dan pejabat humas, serta profesi lain yang berhubungan dengan pembuatan identitas suatu organisasi/institusi. Kompetensi ini juga meliputi : rencana merubah identitas organisasi/institusi dan kegiatan yang bertujuan meningkatkan reputasi dan citra organisasi/institusi. Pengetahuan dan keterampilan yang harus dikuasai dalam membuat identitas organisasi/institusi sebagai berikut: teknik komunikasi visual, komunikasi persuasif, teknik lobby dan *pre-testing*. Dari definisi dan syarat kemampuan yang harus dimiliki, semua responden menyatakan tidak mampu

dan tidak pernah merancang identitas perusahaan. Merancang identitas perusahaan menurut para responden lebih banyak dilakukan di tingkatan kantor pusat.

Tabel III. 75

Dapat membuat laporan tahunan

	Frekuensi	%
Tidak dapat	1	5.3
Dapat	18	94.7
Total	19	100.0

Tabel III. 76

Pernah membuat laporan tahunan

	Frekuensi	%
Tidak pernah	3	15.8
Pernah	16	84.2
Total	19	100.0

Sebagai bentuk pertanggung jawaban pekerjaan, manajemen perusahaan selalu membuat laporan tahunan, demikian juga dengan Humas. Unit kompetensi ini berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap dan yang diperlukan untuk membuat laporan tahunan. Sebagian besar responden mampu dan pernah membuat laporan tahunan. Dalam pelaksanaan pembuatan laporan tahunan dapat dilakukan untuk membangun hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan (*stakeholders*), memberikan gambaran pengembangan dan prospek organisasi/ institusi dalam jangka waktu tertentu serta publikasi organisasi/institusi pada pemangku kepentingan (*stakeholders*).

Dalam membuat laporan tahunan diperlukan kemampuan menyusun tim, pemilihan referensi yang relevan, kemampuan berfikir analitis, kemampuan membuat rancangan pembuatan laporan tahunan yang inovatif, kemampuan menetapkan sasaran khalayak serta kemampuan memonitor distribusi

Tabel III. 77

Dapat melaksanakan program kemanusiaan

	Frekuensi	%
Tidak dapat	1	5.3

Dapat	18	94.7
Total	19	100.0

Tabel III. 78

Pernah melaksanakan program kemanusiaan

	Frekuensi	%
Tidak pernah	2	10.5
Pernah	17	89.5
Total	19	100.0

Sebagai salah satu bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat, program kemanusiaan digunakan Humas untuk membuat citra dan reputasi yang baik atas keberadaan perusahaan dimana dia bekerja. Unit ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang dituntut untuk melaksanakan aktivitas program kemanusiaan dalam rangka membangun kebersamaan dan solidaritas sosial dengan masyarakat yang sedang mengalami krisis, dilanda musibah, dan bencana alam, terutama masyarakat sekitar. Sebagian besar responden menyatakan mampu dan pernah melaksanakan program kemanusiaan.

Dalam melaksanakan program kemanusiaan kompetensi yang diharapkan meliputi : kegiatan yang berkaitan dengan kesadaran lingkungan fisik dan sosial, kegiatan penanganan masalah kemanusiaan serta kegiatan pemeliharaan kondisi lingkungan fisik dan sosial. Pengetahuan dan ketrampilan yang harus dikuasai dalam pelaksanaan kegiatan kemanusiaan adalah : prinsip-prinsip manajemen kebencanaan, termasuk krisis dan musibah, prinsip-prinsip *Good Governance* sebagai unsur citra dan reputasi, prinsip-prinsip kebersamaan dan solidaritas sebagai tanggungjawab sosial dan lingkungan, mencari dan mengevaluasi data/informasi krisis/musibah/ bencana dari berbagai sumber, termasuk internet serta *Human relations* dan komunikasi.

Tabel III. 79

Dapat merancang evaluasi program kehumasan

	Frekuensi	%
Tidak dapat	3	15.8
Dapat	16	84.2
Total	19	100.0

Tabel III. 80

Pernah merancang evaluasi program kehumasan

	Frekuensi	%
Tidak pernah	5	26.3
Pernah	14	73.7
Total	19	100.0

Sebagai bagian dari proses manajemen, evaluasi adalah tahapan yang penting untuk mengetahui berhasil tidaknya program komunikasi yang dilakukan oleh Humas. Unit ini berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang diperlukan untuk merancang evaluasi program kehumasan. Sebagian besar responden menyatakan mampu dan pernah merancang evaluasi program kehumasan. Adapun kompetensi ini meliputi: semua evaluasi program organisasi/institusi, efektivitas program organisasi/institusi, penentuan arah program selanjutnya serta perbaikan kinerja program selanjutnya.

Pada unit ini Pengetahuan dan keterampilan yang harus dikuasai dalam merancang evaluasi program kehumasan sebagai berikut: lingkup humas, organisasi/institusi dan program, jenis metode evaluasi dan membuat laporan dan presentasi.

Tabel III. 81

Dapat melaksanakan pendekatan human relations

	Frekuensi	%
Tidak dapat	4	21.1
Dapat	15	78.9
Total	19	100.0

Tabel III. 82

Pernah melaksanakan pendekatan human relations

	Frekuensi	%
Tidak pernah	4	21.1
Pernah	15	78.9
Total	19	100.0

Humas dalam melakukan pekerjaannya harus mempunyai pengetahuan, keterampilan dan sikap yang diperlukan dalam menjalankan hubungan antar manusia. Dalam temuan, sebagian

besar responden menyatakan mampu dan pernah melaksanakan pendekatan human relation.

Unit ini dapat diaplikasikan pada semua sektor hubungan antar manusia. Melaksanakan human relation dapat dilakukan di dalam situasi kerja, maupun dalam hubungan antar manusia di berbagai situasi kehidupan untuk menciptakan kepuasan baik dalam situasi kerja serta situasi hubungan antar manusia dalam kehidupan sehari-hari. Pengetahuan dan keterampilan yang harus dikuasai dalam melaksanakan pendekatan *human relations* maka diperlukan: pemahaman tentang tingkah laku/tabi'at manusia serta prinsip-prinsip komunikasi yang efektif

Tabel III. 83

Dapat memberikan konseling

	Frekuensi	%
Tidak dapat	7	36.8
Dapat	12	63.2
Total	19	100.0

Tabel III. 84

Pernah memberikan konseling

	Frekuensi	%
Tidak pernah	11	57.9
Pernah	8	42.1
Total	19	100.0

Salah satu peran Humas adalah memberikan konseling. Konseling berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang dibutuhkan untuk bertindak sebagai penasehat dan memberikan konseling baik untuk kebutuhan internal organisasi maupun untuk orang lain di luar organisasi (*external*). Temuan dilapangan menunjukkan bahwa sebagian besar responden mampu namun sebagian besar pula tidak pernah memberikan konseling. Konseling dalam hal ini batasannya adalah pemberi konseling dan penerima konseling dapat bekerja dalam organisasi atau institusi yang sama atau dalam organisasi/institusi yang berbeda, proses pemberian konseling dapat diterapkan pada para stakeholders atau pemangku kepentingan, serta proses pemberian nasehat dapat diterapkan pada institusi pemerintahan, industri, organisasi, maupun usaha profesional.

Dalam memberikan konseling terdapat syarat pengetahuan dan ketrampilan yang

mencakup; pemberian konseling, peranan dan keuntungan potensialnya, komunikasi dalam hubungan dengan pendengaran, pertanyaan dan komunikasi non-verbal dan pengetahuan dan pengalaman bidang dimana yang diberi nasehat bekerja atau berusaha.

Tabel III. 85

Dapat melakukan lobby

	Frekuensi	%
Tidak dapat	2	10.5
Dapat	17	89.5
Total	19	100.0

Tabel III. 86

Pernah melakukan lobby

	Frekuensi	%
Tidak pernah	5	26.3
Pernah	14	73.7
Total	19	100.0

Sebagai salah satu bentuk komunikasi, lobby juga merupakan pekerjaan Humas dalam menjalin komunikasi dengan stakeholder. *Lobby* dapat dilakukan kepada internal dan eksternal untuk kepentingan: pengembangan bisnis, politik, *sponsorship*, dukungan dan situasi krisis. Humas BUMN di kota Semarang sebagian besar mampu dan pernah melakukan lobby. Adapun pengetahuan dan keterampilan yang harus dikuasai adalah pengetahuan tentang maksud dan tujuan *lobby*, keterampilan dan etika komunikasi interpersonal serta penerapan prinsip-prinsip *human relations*.

Tabel III. 87

Dapat melakukan negosiasi

	Frekuensi	%
Tidak dapat	2	10.5
Dapat	17	89.5
Total	19	100.0

Tabel III. 88

Pernah melakukan negosiasi

	Frekuensi	%
Tidak pernah	4	21.1
Pernah	15	78.9
Total	19	100.0

Sama halnya dengan kemampuan dan kesempatan melakukan lobby, Humas BUMN di kota Semarang sebagian besar menyatakan bahwa mampu dan pernah melakukan negosiasi. Negosiasi dapat dilakukan oleh Humas kepada internal maupun eksternal yang mencakup dan tidak terbatas pada: negosiasi harga, negosiasi dukungan politik dan publik serta negosiasi kebijakan dan program organisasi. Perlu diketahui bahwa pengetahuan dan keterampilan yang harus dikuasai antara lain mengerti maksud dan tujuan negosiasi, pemahaman (SWOT) tentang subyek dan obyek pihak yang bernegosiasi, melakukan negosiasi dalam situasi normal dan krisis dan berkomunikasi lintas budaya

Tabel III. 89

Dapat melakukan komunikasi dengan kelompok tertentu

	Frekuensi	%
Tidak dapat	1	5.3
Dapat	18	94.7
Total	19	100.0

Tabel III. 90

Pernah melakukan komunikasi dengan kelompok tertentu

	Frekuensi	%
Tidak pernah	4	21.1
Pernah	15	78.9
Total	19	100.0

Komunikasi yang dilakukan oleh Humas harus mampu mengatasi hambatan yang berasal dari bermacam aspek. Hasil survey menyatakan bahwa sebagian Humas BUMN di kota Semarang mampu dan pernah melakukan komunikasi dengan kelompok tertentu. Unit ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang dibutuhkan untuk melakukan

komunikasi dengan kelompok tertentu. Kelompok tertentu yang dimaksud adalah kelompok berdasarkan perbedaan ras, bahasa, cacat (kekurangan), struktur keluarga, jenis kelamin dan umur. Agar dapat melakukan komunikasi dengan kelompok tertentu diperlukan dibidang berikut ini: pengetahuan tentang komunikasi lintas budaya, pengetahuan tentang komunikasi persuasif, kemampuan komunikasi interpersonal serta keterampilan melaksanakan pendekatan *human relations*.

Tabel III. 91
Dapat memberikan sosialisasi dan edukasi stakeholders

	Frekuensi	%
Tidak dapat	4	21.1
Dapat	15	78.9
Total	19	100.0

Tabel III. 92
Pernah memberikan sosialisasi dan edukasi stakeholders

	Frekuensi	%
Tidak pernah	5	26.3
Pernah	14	73.7
Total	19	100.0

Sebagian besar responden menyatakan mampu dan pernah memberikan sosialisasi dan edukasi stakeholders. Unit ini berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang diperlukan dalam memberikan sosialisasi dan edukasi kepada pemangku kepentingan mengenai visi, misi dan tujuan organisasi/institusi untuk mendapatkan saling pengertian. Adapun kompetensi ini meliputi: semua kegiatan komunikasi yang memberikan/meningkatkan *awareness* bagi organisasi/institusi dan pemberian informasi yang bertujuan meningkatkan saling pengertian dan citra positif bagi organisasi/institusi. Untuk menunjukkan kompetensi, bukti pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan dalam memberikan sosialisasi dan edukasi pada *stakeholders* adalah komunikasi interpersonal dan *stakeholders*, komunikasi massa, menulis yang efektif, kemampuan teknik *public speaking* serta keterampilan pendekatan *human relations*

Tabel III. 93

Dapat melaksanakan community relations

	Frekuensi	%
Tidak dapat	2	10.5
Dapat	17	89.5
Total	19	100.0

Tabel III. 94

Pernah melaksanakan community relations

	Frekuensi	%
Tidak pernah	3	15.8
Pernah	16	84.2
Total	19	100.0

Unit ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang diperlukan untuk membangun / membina hubungan dengan masyarakat sekitar. Dalam melaksanakan *community relations* meliputi kegiatan-kegiatan yang melibatkan masyarakat sekitar, perolehan dukungan dari masyarakat terhadap organisasi/institusi, wujud kepedulian organisasi/institusi kepada masyarakat sekitar serta pengejawantahan nilai-nilai *good corporate citizenship*. Pada pelaksanaan *community relations* sebagian besar responden menyatakan mampu dan pernah melakukan. Adapun pengetahuan dan keterampilan yang harus dikuasai adalah : prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR), prinsip-prinsip pembangunan parsipatoris, prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan, metode riset dan pemetaan sosial, menyusun proposal pemetaan sosial, berkoordinasi dengan Tim Ahli (*outsourcing*) dan berkomunikasi dengan publik eksternal

Tabel III. 95

Dapat melaksanakan investor relations

	Frekuensi	%
Tidak dapat	7	36.8
Dapat	12	63.2
Total	19	100.0

Tabel III. 96

Pernah melaksanakan investor relations

	Frekuensi	%
Tidak pernah	13	68.4
Pernah	6	31.6
Total	19	100.0

Salah satu bentuk hubungan di Humas adalah investor relations, untuk itu Humas dituntut untuk mempunyai pengetahuan, keterampilan dan sikap yang dibutuhkan untuk melaksanakan aktivitas program membina hubungan dan komunikasi dengan investor dan calon investor. Sebagian responden menyatakan mampu melaksanakan investor relations namun sebagian besar tidak pernah melakukan investor relations. Hal ini dapat dipahami karena karakter BUMN yang tidak banyak melakukan komunikasi dengan investor.

Investor relations dipahami sebagai kegiatan-kegiatan pertumbuhan ekonomi dan penyajian data / informasi potensi sumber daya. Untuk itu diperlukan pengetahuan dan keterampilan antara lain : prinsip-prinsip manajemen komunikasi korporat & komunikasi strategis, prinsip-prinsip *Good Corporate Govenance* sebagai unsur citra dan reputasi, prinsip-prinsip peningkatan citra dan reputasi sebagai *intangible asset / soft capital*, pengetahuan tentang prinsip-prinsip investasi, perusahaan emiten, bursa efek, keterampilan mencari dan mengevaluasi data/informasi dari berbagai sumber, termasuk internet, keterampilan menyelenggarakan acara *investor gathering* dan keterampilan berkomunikasi dengan publik .

Tabel III. 97

Dapat melakukan komunikasi dalam situasi krisis

	Frekuensi	%
Tidak dapat	2	10.5
Dapat	17	89.5
Total	19	100.0

Tabel III. 98

Pernah melakukan komunikasi dalam situasi krisis

	Frekuensi	%
Tidak pernah	6	31.6
Pernah	13	68.4
Total	19	100.0

Berkomunikasi dalam kondisi krisis sangat diperlukan untuk mengurangi kesalahpahaman yang bisa memicu krisis selanjutnya. Sebagai seorang Humas harus memiliki pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang dibutuhkan untuk melakukan komunikasi dalam situasi krisis. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa sebagian besar responden menyatakan mampu dan pernah melakukan komunikasi dalam situasi krisis. Komunikasi dalam situasi krisis dapat bersifat internal maupun eksternal yang meliputi: internal lintas fungsi: Horizontal, Vertikal dan Diagonal, eksternal: komunitas, media massa, pemerintah, dan *stakeholders* lainnya dan kelembagaan. Dibutuhkan pengetahuan dan keterampilan dalam bidang berikut ini: pengenalan sifat serta lingkup situasi krisis, pengumpulan fakta dan data, perencanaan komunikasi krisis serta koordinasi dengan *crisis center* dan unit lain

Tabel III. 99

Dapat mengelola isu negatif

	Frekuensi	%
Tidak dapat	1	5.3
Dapat	18	94.7
Total	19	100.0

Tabel III. 100

Pernah mengelola isu negatif

	Frekuensi	%
Tidak pernah	4	21.1
Pernah	15	78.9
Total	19	100.0

Isu negatif hampir tidak bisa terelakkan dalam berorganisasi dan berhubungan dengan stakeholder. Pengelolaan isu negatif antara lain meliputi: mengidentifikasi kecenderungan / arah

isu, mengelola isu agar menguntungkan organisasi / institusi, memproyeksi gradasi dampak negatif dan relevansinya bagi upaya penyusunan strategi penanganan isu negatif untuk memulihkan citra serta reputasi organisasi / institusi. Sebagian besar responden dalam penelitian ini menyatakan mampu dan pernah mengelola isu negatif. Adapun pengetahuan dan ketrampilan yang harus dikuasai adalah sebagai berikut prinsip-prinsip manajemen strategis, kriteria, ruang lingkup, mekanisme penyebaran isu negatif, dampak isu negatif terhadap kinerja dan ketersediaan sumberdaya organisasi / institusi, metode pemetaan serta penyebaran isu negatif, menyusun proposal pengelolaan isu negatif, melakukan pemetaan, serta menyusun alternatif solusi secara efektif dan efisien, berkomunikasi dengan publik baik internal maupun eksternal dan terampil dalam melakukan lobby, serta bernegosiasi untuk bekerjasama dengan pihak-pihak terkait di internal dan eksternal.

Tabel III. 101

Dapat membuat opini untuk media massa

	Frekuensi	%
Tidak dapat	3	15.8
Dapat	16	84.2
Total	19	100.0

Tabel III. 102

Pernah membuat opini untuk media massa

	Frekuensi	%
Tidak pernah	17	89.5
Pernah	2	10.5
Total	19	100.0

Unit ini berlaku untuk semua penulisan opini (artikel, karangan khas, dan kolom) di media massa yang dibuat oleh praktisi dan pejabat humas, maupun profesi lain yang berhubungan dengan penulisan opini. Penulisan opini dibuat tidak terbatas pada menyampaikan informasi organisasi/institusi kepada media, tetapi juga melingkupi : pembentukan pendapat umum, melakukan klarifikasi atas isu, memperkenalkan produk dan jasa serta sosialisasi program dan kegiatan organisasi/institusi. Hal yang menarik pada unit ini adalah hanya sedikit responden

yang pernah membuat opini untuk media massa walaupun sebagian besar dari mereka mampu membuat.

Penulisan opini dalam kompetensi ini mencakup: artikel ditulis berdasarkan struktur deduktif atau induktif secara argumentatif dan menonjolkan hal baru dengan menawarkan saran dan atau solusi, karangan khas ditulis berdasarkan struktur kronologis dengan menonjolkan subjektifitas penulis dalam bahasa imajinatif dan kolom ditulis dengan gaya bahasa populer sesuai kaidah jurnalistik dengan menonjolkan analisis penulis terhadap persoalan yang ditulis. Pengetahuan dan keterampilan yang harus dikuasai penulisan artikel, karangan khas, dan kolom, peraturan yang berlaku, bahasa jurnalistik, menulis artikel yang sesuai struktur deduktif atau induktif, kemampuan analisis dan argumentasi, serta membuat saran atau solusi, menulis karangan khas sesuai struktur kronologis, bahasa yang imajinatif, dan mampu menonjolkan subjektifitas penulis serta menulis kolom dengan bahasa populer dengan memaparkan analisis penulis, dan data hanya sebagai pendukung.

Tabel III. 103

Dapat me-manage isu dan pendapat umum

	Frekuensi	%
Tidak dapat	4	21.1
Dapat	15	78.9
Total	19	100.0

Tabel III. 104

Pernah me-manage isu dan pendapat umum

	Frekuensi	%
Tidak pernah	6	31.6
Pernah	13	68.4
Total	19	100.0

Humas dalam melaksanakan fungsi komunikasi harus mempunyai pengetahuan, keterampilan dan sikap yang dibutuhkan dalam menangani manajemen isu dan pendapat umum. Manajemen isu dan pendapat umum antara lain meliputi : mengidentifikasi kecenderungan / arah isu dan pendapat umum, mengelola isu dan pendapat umum agar menguntungkan organisasi / institusi dan memproyeksi dampak (positif atau negatif) dan relevansinya bagi upaya

peningkatan citra serta reputasi organisasi / institusi. Pada penelitian ini sebagian besar responden menyatakan mampu dan pernah melakukan manajemen isu dan pendapat umum.

Adapun pengetahuan dan ketrampilan yang harus dikuasai petugas Humas dalam manajemen isu dan pendapat umum antara lain adalah : prinsip-prinsip manajemen strategis, kriteria, ruang lingkup, mekanisme penyebaran isu dan pendapat umum, dampak isu dan pendapat umum terhadap kinerja dan ketersediaan sumberdaya organisasi / institusi, metode pemetaan serta penyebaran isu dan pendapat umum, menyusun proposal pengelolaan isu dan pendapat umum, melakukan pemetaan, serta menyusun alternatif solusi secara efektif dan efisien, berkomunikasi dengan publik baik internal maupun eksternal serta melakukan *lobby*, serta bernegosiasi untuk bekerjasama dengan pihak-pihak terkait di internal dan eksternal.

Tabel III. 105

Dapat menyelenggarakan pameran

	Frekuensi	%
Tidak dapat	1	5.3
Dapat	18	94.7
Total	19	100.0

Tabel III. 106

Pernah menyelenggarakan pameran

	Frekuensi	%
Tidak pernah	6	31.6
Pernah	13	68.4
Total	19	100.0

Selain mengikuti pameran salah satu unit kompetensi Humas adalah menyelenggarakan pameran atau eksebisi. Tujuan dari penyelenggaraan pameran tersebut adalah untuk mempromosikan dan mensosialisasikan produk/jasa suatu organisasi/institusi karena kegiatan organisasi/institusi yang membutuhkan strategi komunikasi dua arah. pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan dalam menyelenggarakan pameran sebagai berikut: teknik pengelolaan pameran, komunikasi yang efektif dan pengetahuan marketing, personality dan bahasa tubuh (*gesture*) yang baik, kepekaan dalam membaca situasi, kemampuan menerapkan *human relations*, melaksanakan pelayanan prima (*excellence service*) dan melaksanakan

protokoler. Dari 19 responden penelitian ini sebagian besar menyatakan mampu dan pernah menyelenggarakan pameran dengan tujuan seperti dikemukakan di atas.

Tabel III. 107
Dapat menyelenggarakan cyber public relations

	Frekuensi	%
Tidak dapat	11	57.9
Dapat	8	42.1
Total	19	100.0

Tabel III. 108
Pernah menyelenggarakan cyber public relations

	Frekuensi	%
Tidak pernah	14	73.7
Pernah	5	26.3
Total	19	100.0

Pada era informasi sekarang ini, penguasaan teknologi informasi khususnya melalui cyber media menjadi hal yang penting bagi Humas. Unit ini berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang diperlukan untuk menyelenggarakan kegiatan humas melalui media virtual atau maya. Hal-hal yang dikerjakan dalam penyelenggaraan cyber public relations antara lain publikasi dan pencitraan organisasi/insitusi melalui *cyber public relations* dan mengikuti perkembangan teknologi informasi. Dalam hal ini sebagian besar responden menyatakan tidak mampu dan tidak pernah menyelenggarakan cyber public relations.

Perlu kiranya diketahui pengetahuan dan keterampilan yang harus dikuasai dalam menyelenggarakan *cyber public relations* sebagai berikut: pengetahuan tentang teknologi informasi, pengetahuan tentang fungsi dan peranan *public relations* khususnya komunikasi yang efektif melalui media *cyber*, keterampilan menulis dan merancang komunikasi *audio visual* serta keterampilan melaksanakan pelayanan prima (*excellence service*).

Tabel III. 109

Dapat melaksanakan survey khalayak

	Frekuensi	%
Tidak dapat	2	10.5
Dapat	17	89.5
Total	19	100.0

Tabel III. 110

Pernah melaksanakan survey khalayak

	Frekuensi	%
Tidak pernah	6	31.6
Pernah	13	68.4
Total	19	100.0

Untuk mengetahui kebutuhan dan pendapat khalayak dalam rangka penyusunan program kehumasan, perlu kiranya Humas melakukan kegiatan survey khalayak. Survey khalayak dapat meliputi tujuan deskriptif dan korelasional serta mencakup pemetaan khalayak. Sebagian responden pada penelitian ini menyatakan mampu dan pernah melaksanakan survey khalayak yang menuntut pengetahuan dan keterampilan di bidang berikut ini: metodologi penelitian, menyusun instrumen, menetapkan sampel, keterampilan menganalisis dan menginterpretasikan data kuantitatif serta keterampilan menyusun laporan penelitian

Tabel III. 111

Dapat melaksanakan FGD

	Frekuensi	%
Tidak dapat	5	26.3
Dapat	14	73.7
Total	19	100.0

Tabel III. 112

Pernah melaksanakan FGD

	Frekuensi	%
Tidak pernah	9	47.4
Pernah	10	52.6
Total	19	100.0

Salah satu metode penelitian untuk mendapatkan data dan informasi adalah dengan melakukan Diskusi Kelompok Terfokus/*Focused Group Discussion*(FGD). Pelaksanaan *focus group discussion* (FGD) dapat dilakukan untuk memperoleh partisipasi dan masukan publik, memperoleh gambaran perilaku publik terhadap organisasi/institusi, memperoleh gambaran *positioning* organisasi/institusi dalam lingkungan tertentu serta memperoleh gambaran *trend* ekspektasi publik terhadap organisasi/ institusi. Responden dalam penelitian ini sebagian besar mampu melaksanakan FGD namun hampir 50% tidak pernah melaksanakannya.

Sebagai gambaran kegiatan tersebut, petugas Humas harus memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan dalam penelitian *Focused Group Discussion* (FGD) sebagai berikut: prinsip-prinsip metodologi kualitatif, prinsip-prinsip instrumen kunci, pemilihan peserta FGD yang relevan, memilih atau sebagai moderator, mencatat dan memantau jalannya FGD, prinsip-prinsip analisis data kualitatif, menyusun proposal *Focused Group Discussion* (FGD) menyusun laporan hasil *Focused Group Discussion* (FGD) serta bekerjasama dengan Tim Ahli (*outsourcing*) kalau diperlukan.

Tabel III. 113

Dapat melaksanakan penelitian keterbacaan (readability study)

	Frekuensi	%
Tidak dapat	14	73.7
Dapat	5	26.3
Total	19	100.0

Tabel III. 114

Pernah melaksanakan penelitian keterbacaan (readability study)

	Frekuensi	%
Tidak pernah	16	84.2
Pernah	3	15.8
Total	19	100.0

Batasan variabel dari unit ini adalah berlaku untuk seluruh praktisi dan pejabat humas dalam organisasi /institusi maupun pihak-pihak yang berhubungan dengan pelaksanaan penelitian dengan menggunakan *Procedure Test Cloze* dari Taylor. Data responden menunjukkan bahwa kompetensi ini jarang dikerjakan oleh petugas Humas hal ini ditunjukkan

dengan sebagian besar responden tidak dapat dan tidak pernah melaksanakan penelitian keterbacaan. Untuk menunjukkan kompetensi, bukti pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan dalam penelitian keterbacaan sebagai berikut: prinsip-prinsip penentuan sampel teks yang akan dijadikan instrumen penelitian, prinsip-prinsip penentuan sampel khalayak yang akan dijadikan responden, prinsip-prinsip uji instrumen, prinsip-prinsip analisis data, menyusun proposal penelitian keterbacaan serta menyusun laporan penelitian keterbacaan

Tabel III. 115

Dapat melaksanakan pengumpulan pendapat umum (polling)

	Frekuensi	%
Tidak dapat	2	10.5
Dapat	17	89.5
Total	19	100.0

Tabel III. 116

Pernah melaksanakan pengumpulan pendapat umum (polling)

	Frekuensi	%
Tidak pernah	7	36.8
Pernah	12	63.2
Total	19	100.0

Selain FGD dan survey khalayak, terdapat metode penelitian lain yang disebut dengan polling. Dalam melakukan polling petugas Humas harus menunjukkan kompetensi, bukti pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan dalam penelitian *polling* sebagai berikut: wawasan tentang pendapat umum, prinsip-prinsip sampling, instrument, analisis data, dan generalisasi, menyusun proposal *polling*, mengorganisir pelaksanaan *polling* serta Menyusun laporan hasil. Responden dalam penelitian ini sebagian besar menyatakan mampu dan pernah melakukan polling.

Tabel III. 117

Dapat melaksanakan analisis isi/pesan (content analysis)

	Frekuensi	%
Tidak dapat	4	21.1
Dapat	15	78.9
Total	19	100.0

Tabel III. 118

Pernah melaksanakan analisis isi/pesan (content analysis)

	Frekuensi	%
Tidak pernah	7	36.8
Pernah	12	63.2
Total	19	100.0

Sebagai bagian dari pekerjaan media relations analisis isi merupakan metode penelitian yang dapat melihat sikap media maupun kecenderungan berita. Melaksanakan analisis isi tidak hanya mencakup semua media cetak, elektronik, cyber tetapi juga mencakup: naskah pidato, pengumuman-pengumuman dan publikasi lainnya. Sebagian besar responden dalam penelitian ini menyatakan mampu dan pernah melaksanakan analisis isi. Adapun pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan dalam evaluasi kegiatan humas dengan audit humas sebagai berikut: prinsip-prinsip unit analisis, prinsip-prinsip kategori dan definisi kategori, prinsip-prinsip uji kategori dan penentuan koder, prinsip-prinsip sampling, prinsip-prinsip analisis data, menyusun proposal analisis isi serta menyusun laporan hasil analisis isi

Tabel III. 119

Dapat membuat mekanisme tatalaksana Humas

	Frekuensi	%
Tidak dapat	9	47.4
Dapat	10	52.6
Total	19	100.0

Tabel III. 120

Pernah membuat mekanisme tatalaksana Humas

	Frekuensi	%
Tidak pernah	10	52.6
Pernah	9	47.4
Total	19	100.0

Mekanisme tatalaksana Humas mencakup proses pencapaian tujuan organisasi, disusun untuk, menyelaraskan kebutuhan Humas dan organisasi, koordinasi antar fungsi dengan bagian Humas untuk proses pelaksanaan serta melihat keberhasilan kegiatan Humas sesuai indikator keberhasilan program. Dalam pembuatan mekanisme tatalaksana Humas hampir 50% responden menyatakan mampu dan pernah. Dalam melaksanakan unit ini didukung dengan tersedianya mekanisme kerja Humas dalam bentuk SOP/*Manual*, *Job desk*, program Kegiatan per periode, susunan anggaran per periode, penentuan *time table* dan penentuan *Person In charge* dalam masing-masing kegiatan. Adapun pengetahuan dan Keterampilan yang harus dikuasai antara lain tahapan proses kerja humas, mengelola proses kerja humas dan melakukan koordinasi

Tabel III. 121

Dapat mengelola bidang pekerjaan Humas

	Frekuensi	%
Tidak dapat	2	10.5
Dapat	17	89.5
Total	19	100.0

Tabel III. 121

Pernah mengelola bidang pekerjaan Humas

	Frekuensi	%
Tidak pernah	3	15.8
Pernah	16	84.2
Total	19	100.0

Cakupan pengelolaan pekerjaan Humas mencakup : bidang manajemen dan kepemimpinan, pengelolaan visi dan misi organisasi/institusi serta ruang lingkup kehumasan. Sebagian besar responden menyatakan mampu dan pernah mengelola bidang pekerjaan Humas.

Adapun pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan dalam mengelola bidang pekerjaan kehumasan sebagai berikut: prinsip-prinsip manajemen, melakukan motivasi, merancang program, melakukan evaluasi program dan menyusun anggaran

C. Kompetensi Khusus

Tabel III. 122

Dapat melaksanakan master of ceremony

	Frekuensi	%
Tidak dapat	9	47.4
Dapat	10	52.6
Total	19	100.0

Tabel III. 123

Pernah melaksanakan master of ceremony

	Frekuensi	%
Tidak pernah	11	57.9
Pernah	8	42.1
Total	19	100.0

Dari data di atas menunjukkan bahwa hampir 50% responden mampu melaksanakan pekerjaan MC namun lebih dari 50% belum pernah melaksanakan pekerjaan MC. Unit ini berlaku untuk praktisi dan pejabat humas dalam organisasi/institusi yang mencakup tidak hanya kepada kegiatan formal dan informal, namun juga mengarahkan acara organisasi/institusi sesuai dengan tujuan, tema dan khalayak acara, sekaligus untuk menjaga konsistensi acara. Pengetahuan dan keterampilan yang harus dikuasai yang mencakup :kemampuan untuk menerapkan prinsip prinsip komunikasi langsung dan teknik *public speaking*, pemahaman terhadap proses pelaksanaan acara yang meliputi tema, tujuan dan khalayak serta keterampilan penyusunan *rundown* acara

Tabel III. 124

Dapat melaksanakan peran moderator

	Frekuensi	%
Tidak dapat	5	26.3

Dapat	14	73.7
Total	19	100.0

Tabel III. 125

Pernah melaksanakan peran moderator

	Frekuensi	%
Tidak pernah	12	63.2
Pernah	7	36.8
Total	19	100.0

Sebagian besar responden menyatakan dapat melaksanakan peran sebagai moderator, namun sebagian besar 63,2% tidak pernah melaksanakan peran sebagai moderator. Unit ini berlaku untuk praktisi dan pejabat humas organisasi/institusi, khususnya yang tidak hanya berkaitan dengan: membawakan moderator dalam kegiatan formal dan informal. Mengarahkan dan mengatur acara dalam konteks seminar, lokakarya, workshop, semiloka dan lain sebagainya, sesuai dengan tema dan tujuan acara. Sekaligus mengatur mekanisme diskusi yang meliputi tanya jawab, diskusi, mengelola waktu dan menyimpulkan serta menyusun rekomendasi. Pengetahuan dan keterampilan yang harus dikuasai mencakup : tema dan materi yang akan dibahas oleh narasumber, mengelola acara yang meliputi tema, tujuan, khalayak dan mekanisme diskusi serta berbicara di depan umum.

Tabel III. 126

Dapat merencanakan dan melaksanakan rapat

	Frekuensi	%
Tidak dapat	1	5.3
Dapat	18	94.7
Total	19	100.0

Tabel III. 127

Pernah merencanakan dan melaksanakan rapat

	Frekuensi	%
Tidak pernah	4	21.1
Pernah	15	78.9
Total	19	100.0

Sebagian besar responden menyatakan mampu dan pernah merencanakan dan melaksanakan rapat. Jenis-jenis rapat meliputi namun tidak terbatas pada: informal, formal, *One off* (sekali) atau reguler. Pengetahuan dan keterampilan penunjang yang diperlukan antara lain prosedur dan protokol rapat standar, pengaturan rapat serta berkomunikasi lisan dan tulisan dalam kaitan khusus dengan pelaksanaan rapat.

Tabel III. 128

Dapat menyusun anggaran dan laporan keuangan

	Frekuensi	%
Tidak dapat	3	15.8
Dapat	16	84.2
Total	19	100.0

Tabel III. 129

Pernah menyusun anggaran dan laporan keuangan

	Frekuensi	%
Tidak pernah	5	26.3
Pernah	14	73.7
Total	19	100.0

Sebagian besar responden menyatakan mampu dan pernah menyusun anggaran dan laporan keuangan berkaitan dengan kegiatan kehumasan. Unit ini berlaku untuk seluruh praktisi/pejabat humas khususnya yang menangani penyusunan anggaran dan juga berlaku untuk profesi lain yang bukan merupakan pejabat bidang keuangan tetapi menangani proyek-proyek tertentu. Penyusunan anggaran mencakup namun tidak terbatas pada: program-program kehumasan, anggaran kas, anggaran departemen, neraca rugi laba yang dianggarkan, anggaran upah dan anggaran proyek serta mekanisme / sistem pencatatan dapat secara manual maupun komputerisasi.

Pengetahuan dan keterampilan yang harus dikuasai meliputi pengetahuan mengenai program-program humas dan kemampuan untuk mengumpulkan data, baik pihak ketiga (vendor) maupun kemampuan untuk membuat estimasi biaya, keterampilan dalam melakukan negosiasi dengan pihak lain baik internal maupun eksternal serta keterampilan dalam membuat laporan keuangan.

Tabel III. 130

Dapat mengelola tim dan staf

	Frekuensi	%
Tidak dapat	7	36.8
Dapat	12	63.2
Total	19	100.0

Tabel III. 131

Pernah mengelola tim dan staf

	Frekuensi	%
Tidak pernah	6	31.6
Pernah	13	68.4
Total	19	100.0

Unit ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang dibutuhkan untuk mengelola tim dan staf di tempat kerja. Juga termasuk aspek kepemimpinan, motivasi dan kerja tim. Tim dapat berupa: berdasarkan proyek atau program kehumasan tertentu dan tim tetap. Pada penelitian ini sebagian besar responden mampu dan pernah mengelola tim dan staf. Pengetahuan dan ketrampilan yang harus dikuasai antara lain adalah kemampuan penerapan prinsip-prinsip manajemen dan kepemimpinan, prinsip-prinsip kerja tim, motivasi dan pemberdayaan (*empowerment*), pemecahan konflik dalam hubungan khusus dengan pimpinan serta masalah hubungan industrial dalam manajemen personalia

Tabel III. 132

Dapat memonitor kinerja staf

	Frekuensi	%
Tidak dapat	8	42.1
Dapat	11	57.9
Total	19	100.0

Tabel III. 133

Pernah memonitor kinerja staf

	Frekuensi	%
Tidak pernah	7	36.8

Pernah	12	63.2
Total	19	100.0

Pada penelitian ini 57,9% responden menyatakan mampu memonitor dan 63,2% pernah memonitor staf. Pengetahuan dan keterampilan penunjang yang harus dimiliki antara lain : teknik dan sistem penilaian kinerja (*performance appraisal*), pengetahuan mengenai hubungan industrial dan undang-undang yang relevan dan pengetahuan pengawasan staff atau teknik-teknik managerial.

Tabel III. 134

Jabatan/posisi

	Frekuensi	%
Manajer/kepala	5	26.3
Supervisor	6	31.6
Staf/pelaksana	8	42.1
Total	19	100.0

BAB IV
KOMPETENSI PETUGAS HUMAS BUMN DI KOTA SEMARANG

Pada bab ini dipaparkan hasil perhitungan frekuensi kemampuan dan intensitas melakukan kemampuan petugas Humas berdasarkan area pekerjaan yang berdasarkan SKKNI bidang Kehumasan.

A. Humas Junior

Tabel IV. 1 merupakan gambaran kompetensi pada area pekerjaan Humas Junior. Berdasarkan data, petugas Humas BUMN di kota Semarang pada area pekerjaan Humas Junior menunjukkan bahwa sebagian besar (89,5 %) pada kategori kompeten.

Tabel IV. 1

Kompetensi Humas Junior

	Frekuensi	%
Kompeten	17	89.5
Cukup Kompeten	2	10.5
Kurang Kompeten	0	0.0
Tidak Kompeten	0	0.0
Total	19	100.0

Berhubungan dengan kompetensi, petugas Humas Junior dalam melakukan tugasnya berdasar data menunjukkan bahwa sebagian besar (68,4%) Humas Junior melakukan pekerjaan dalam ketegori tinggi.

Tabel IV.2

Intensitas Melakukan Kemampuan Humas Junior

	Frekuensi	%
Tinggi	13	68.4
Cukup	4	21.1
Kurang	2	10.5
Tidak Pernah	0	0.0
Total	19	100.0

Data di atas menunjukkan bahwa pada tingkatan Humas Junior petugas Humas BUMN di kota Semarang berkompeten dan berintensitas tinggi dalam melakukan pekerjaan. Pada tingkatan ini unit kompetensi yang dipersyaratkan sebagai berikut :

1. Membuat dan mengakses dokumen di computer
2. Pertukaran informasi lisan dalam bahasa Inggris
3. Membuat klipping

4. Membuat dokumentasi kegiatan
5. Melaksanakan kegiatan open house
6. Melaksanakan kegiatan *internal gathering*

B. Kompetensi Humas Madya

Tabel IV. 3 merupakan gambaran kompetensi pada area pekerjaan Humas Madya. Berdasarkan data, petugas Humas BUMN di kota Semarang pada area pekerjaan Humas Junior menunjukkan bahwa sebagian besar (78,9 %) pada kategori kompeten dan namun ada 5,3% tidak berkompeten pada tingkatan Humas Madya.

Tabel IV.3

Kompetensi Humas Madya

	Frekuensi	%
Kompeten	15	78.9
Cukup Kompeten	3	15.8
Kurang Kompeten	0	0.0
Tidak Kompeten	1	5.3
Total	19	100.0

Berhubungan dengan kompetensi, petugas Humas Madya dalam melakukan tugasnya berdasar data menunjukkan bahwa petugas Humas BUMN dalam melakukan tugasnya berintensitas pada kisaran tinggi dan cukup.

Tabel IV.4

Intensitas Melakukan Kemampuan Humas Madya

	Frekuensi	%
Tinggi	8	42.1
Cukup	9	47.4
Kurang	1	5.3
Tidak Pernah	1	5.3
Total	19	100.0

Data di atas menunjukkan bahwa pada tingkatan Humas Madya petugas Humas BUMN di kota Semarang berkompeten dan berintensitas pada kisaran tinggi dan cukup dalam melakukan pekerjaan. Pada tingkatan ini unit kompetensi yang dipersyaratkan sebagai berikut :

1. Merancang dan mengembangkan dokumen, laporan dan lembar kerja dengan computer
2. Menulis dalam bahasa Inggris
3. Menyelenggarakan kompetisi

4. Melaksanakan aktifitas protokoler
5. Menyeleksi proposal sponsorship
6. Melaksanakan ajang khusus (*special event*)
7. Melaksanakan kegiatan seminar, konferensi, dan lokakarya
8. Membuat materi ringkasan (*briefing material*)
9. Memetakan media
10. Monitoring media
11. Membuat siaran pers
12. Melaksanakan konferensi pers
13. Melaksanakan *media tour*
14. Menjalin hubungan dengan media
15. Melaksanakan program darurat
16. Membuat laporan program kehumasan
17. Melaksanakan *Master of Ceremony*
18. Melaksanakan fungsi moderator

C. Kompetensi Humas Ahli

Tabel IV. 5 merupakan gambaran kompetensi pada area pekerjaan Humas Ahli. Berdasarkan data, petugas Humas BUMN di kota Semarang pada area pekerjaan Humas Ahli menunjukkan bahwa sebagian besar (68,4 %) pada kategori kompeten.

Tabel IV.5

Kompetensi Humas Ahli

	Frekuensi	%
Kompeten	13	68.4
Cukup Kompeten	4	21.1
Kurang Kompeten	2	10.5
Tidak Kompeten	0	0.0
Total	19	100.0

Berhubungan dengan kompetensi, petugas Humas Ahli dalam melakukan tugasnya berdasar data menunjukkan bahwa petugas Humas BUMN dalam melakukan tugasnya berintensitas pada kisaran tinggi dan cukup.

Tabel IV.6

Intensitas Melakukan Kemampuan Humas Ahli

	Frekuensi	%
Tinggi	8	42.1
Cukup	9	47.4
Kurang	0	0.0
Tidak Pernah	2	10.5
Total	19	100.0

Data di atas menunjukkan bahwa pada tingkatan Humas Ahli petugas Humas BUMN di kota Semarang berkompeteren dan berintensitas pada kisaran tinggi dan cukup dalam melakukan pekerjaan. Pada tingkatan ini unit kompetensi yang dipersyaratkan sebagai berikut:

1. Menyampaikan presentasi lisan dalam bahasa Inggris
2. Merencanakan penggunaan TI di bagian humas
3. Melaksanakan koordinasi lintas fungsi dalam organisasi
4. Membuat proposal/kegiatan kehumasan
5. Membuat perencanaan program kehumasan
6. Melakukan presentasi
7. Melakukan pidato
8. Menyusun naskah pidato
9. Melakukan wawancara
10. Membuat publikasi internal
11. Membuat publikasi eksternal
12. Meyusun data dan informasi strategis
13. Membuat *company profile*
14. Melaksanakan fungsi juru bicara/*spokeperson*
15. Mengikuti pameran
16. Merancang identitas organisasi/institusi
17. Membuat laporan tahunan
18. Melaksanakan program kemanusiaan
19. Merancang evaluasi program kehumasan
20. Melaksanakan pendekatan *human relations*
21. Memberikan konselling
22. Melakukan *lobby*
23. Melakukan negosiasi

24. Melakukan komunikasi dengan kelompok tertentu
25. Memberikan sosialisasi dan edukasi *stakeholders*
26. Melaksanakan *community relations*
27. Melaksanakan *investor relations*
28. Melakukan komunikasi dalam situasi krisis
29. Mengelola isu negatif
30. Membuat opini untuk media massa
31. Manajemen isu dan pendapat umum
32. Menyelenggarakan *cyber public relations*
33. Merencanakan dan melaksanakan rapat
34. Menyusun anggaran dan laporan keuangan

D. Kompetensi Humas Manajerial

Tabel IV. 5 merupakan gambaran kompetensi pada area pekerjaan Humas Manajerial. Berdasarkan data, petugas Humas BUMN di kota Semarang pada area pekerjaan Humas Manajerial menunjukkan bervariasi dari kompeten sampai kurang kompeten, hanya 5,3% yang tidak berkompeten.

Tabel IV.7

Kompetensi Humas Manajerial

	Frekuensi	%
Kompeten	9	47.4
Cukup Kompeten	5	26.3
Kurang Kompeten	4	21.1
Tidak Kompeten	1	5.3
Total	19	100.0

Berhubungan dengan kompetensi, petugas Humas Manajerial dalam melakukan tugasnya berdasar data menunjukkan bahwa petugas Humas BUMN dalam melakukan tugasnya berintesitas pada kisaran cukup.

Tabel IV. 8

Intensitas Melakukan Kemampuan Humas Manajerial

	Frekuensi	%
Tinggi	5	26.3
Cukup	7	36.8
Kurang	5	26.3
Tidak Pernah	2	10.5
Total	19	100.0

Data di atas menunjukkan bahwa pada tingkatan Humas Manajerial petugas Humas BUMN di kota Semarang bervariasi dan berintensitas bervariasi juga dalam melakukan pekerjaan. Pada tingkatan ini unit kompetensi yang dipersyaratkan sebagai berikut:

1. Menerapkan kepemimpinan (*leadership*)
2. Melaksanakan prinsip-prinsip tata kelola organisasi yang baik (*good governance*)
3. Melaksanakan survey khalayak
4. Melaksanakan FGD (*focus group discussion*)
5. Melaksanakan penelitian keterbacaan (*study readability*)
6. Melaksanakan pengumpulan pendapat umum (*Polling*)
7. Melaksanakan analisis isi (*content analysis*)
8. Membuat mekanisme tatalaksana humas
9. Mengelola bidang pekerjaan kehumasan
10. Melaksanakan evaluasi kegiatan humas
11. Mengelola tim dan staf
12. Memonitor kinerja staf

BAB V

PENUTUP

KESIMPULAN

Berdasar temuan penelitian bahwa petugas Humas BUMN di kota Semarang pada kategori :

1. Humas Junior, berkompeten dan berintensitas tinggi dalam melakukan pekerjaan
2. Humas Madya, berkompeten dan berintensitas pada kisaran tinggi dan cukup dalam melakukan pekerjaan.
3. Humas Ahli, berkompeten dan berintensitas pada kisaran tinggi dan cukup dalam melakukan pekerjaan
4. Humas Manajerial memiliki kompetensi yang bervariasi dan intensitas yang bervariasi pula dalam melakukan pekerjaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananto, Elizabeth Goenawan, 2004, *Public Relations Sebagai Koalisi Dominan, Mungkinkan?*, Jurnal Public Relations Indonesia, Jakarta, BPP PERHUMAS
- Cornelissen, Joep, 2004, *Corporate Communications, Theory and Practice*, New Delhi, Sage Publication
- Cutlip, Scott M. et al., 2000, *Effective Public Relations, 8th edition*, New Jersey, Prentice Hall
- Jeffkins, Frank, 1992, *Public Relations*, MacDonal and Evant, Englanf Rept
- Muktiyo, Widodo, 2009, *Praktik Public Relations (PR) di Indonesia (Masa Lalu, Masa Kini dan Masa Datang*, Jurnal Komunikasi, Yogyakarta, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonsia
- Otis Baskin, Craig Aronoff, Dan Lattimore, 1997 *Public Relations: The Profession and The Practice*, New York, Mc Graw Hill
- Ruslan, Rosady, 2008, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi-Konsepsi dan Aplikasi*, Jakarta, Raja Grafindo Persada
- Seitel, Fraser P., 2001, *The Practice of Public Relations*, 8th ed, New Jersey, Prentice Hall.
- Sengupta, Sailesh, 2001, *Management of Pulic Relations and Communication*, New Delhi, Vikas.
- Straubhaar, Joseph & LaRose, Robert, 2006, *Media Now, Understanding Media, Culture, and Technology*, Belmont, Thomson.
- Wilcox, Dennis L. & Cameron, Glen T., 2006, *Public Relations, Strategies and Tactics 8th ed*, Boston, Pearson Allyn & Bacon.
- Wahyuni Pudjiastuti dan Henny Widyaningsih, 2007, Laporan Penelitian Pemetaan Humas Pemerintah di Indonesia
- Wasesa, Silih Agung & Macnamara, Jim. 2010, *Strategi Public Relations*, Gramedia, Jakarta

Majalah Business Review Edisi 1 Tahun 7 April 2008

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 19 tahun 2003, tentang Badan Usaha Milik Negara <http://www.djkn.depkeu.go.id/application/media/file/content-8498.pdf>

Surat Keputusan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor : Kep.39/MEN/II/2007 tentang penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Sektor Komunikasi dan Informatika Bidang Kehumasan
Daftar BUMN <http://www.bumn.go.id/daftar-bumn/>

BIODATA PENELITI

I. Identitas Diri

1. Nama Lengkap (dengan gelar) :
2. Jabatan Fungsional : Yanuar Luqman, S.Sos, M.Si
3. NIP : 197601302003121002
4. Tempat dan Tanggal Lahir : Semarang, 30 Januari 2012
5. Alamat Rumah : Perum Tembalang Pesona Asri Blok Q No. 8
Semarang
6. Telp./Fax : 024-76481464
7. Nomor HP : 081325616652
8. Alamat Kantor : Jl. Prof. Sudarto, SH Tembalang
9. Telp./Fax : 024-7465408
10. Email : yanuar@undip.ac.id
11. Mata Kuliah yang diampu : 1. Manajemen Public Relations
2. Teknologi Informasi
3. Manajemen Krisis
4.

II. Riwayat Pendidikan

Program	S1	S2	S3
Nama Perguruan Tinggi	Univ. Diponegoro	Univ. Indonesia	
Bidang Ilmu	Ilmu Komunikasi	Manajemen Komunikasi	
Tahun Masuk	1994	2001	
Tahun Lulus	1999	2003	
Judul Skripsi/Tesis/ Disertasi	Kepedulian Pers Terhadap Lingkungan Hidup	Iklm Komunikasi Sebagai Dampak Kondisi Perusahaan Studi Kasus di PT Citra Marga Nusaphala Persada Tbk	
Nama Pembimbing/ Promotor	Dr. Hedi PS Drs. Achmad Noor PH, SU	Drs. Eduard Lukman, MA	

III. Pengalaman Penelitian (5 tahun terakhir)

No	Tahun	Judul Penelitian	Ketua/ Anggota	Sumber Dana, Jumlah (Rp.)
1	2008	Kemandirian Lembaga Public Relations (Studi Lembaga Public Relations Dalam Manajemen Perusahaan Kategori Hospitality Industry di Semarang)	Ketua	DIPA 2008 Rp. 6.470.586,-
2	2009	Penerapan Konsep Citizen Journalism (CJ) dan Perkembangannya di Indonesia (Studi Kasus pada Online Journalism di www.kompas.com,	Anggota	DIPA 2009 Rp. 6.470.586,-

		www.kabarindonesia.com dan inilah.com)		
3	2009	Pendidikan Media untuk Anak-anak	Anggota	UNICEF
4	2011	Peran dan Posisi Hubungan Masyarakat Sebagai Fungsi Manajemen Perguruan Tinggi Negeri di Semarang	Ketua	DIPA 2011 Rp. 3.684.211,-

IV. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat

No	Tahun	Judul Penelitian	Ketua/ Anggota	Sumber Dana, Jumlah (Rp.)
1	2009	Pendidikan Media Bagi Masyarakat Desa Sidodadi Kab. Kendal	Anggota	DIPA FISIP
2	2010	Pendidikan Aplikasi Komputer Perkantoran Desa Sidodadi Kabupaten Kendal	Ketua	DIPA FISIP

V. Pengalaman Penulisan Artikel Ilmiah dalam Jurnal (5 tahun terakhir)

No	Tahun	Judul Artikel	Penulis Utama/ Anggota	Nama Jurnal, Vol., No, him	Terakreditasi/ Belum terakreditasi

VI. Pengalaman Penulisan Buku (5 tahun terakhir)

No	Tahun	Judul Buku	Penulis Utama / Anggota	Penerbit	Jumlah halaman
1	2011	Mix Metodologi Penelitian Komunikasi	Anggota	ASPIKOM	

Biodata sebagai salah satu syarat dalam pengajuan usul penelitian DIPA FISIP UNDIP dan apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian, saya sanggup menerima sanksinya.

Semarang 20-4-2012

Pengusul,

(Yanuar Luqman)