

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Suatu pesan atau informasi yang bertujuan untuk memberi pemahaman kepada publik guna menumbuhkan kerja sama (*goodwill*), menumbuhkan saling pengertian (*mutual understanding*) dan terlebih menciptakan keuntungan bersama (*mutual favorable*) tentunya dapat disampaikan secara *verbal* dan *non verbal* atau lisan dan tulisan, maka terlihat jelas bahwa seorang PRO (*Public Relations Officer*) tidak hanya dituntut untuk menguasai keterampilan berbicara saja namun juga dituntut untuk menguasai keterampilan menulis. *Public relations writing* atau *PR writing* merupakan salah satu kegiatan yang cukup penting bagi *public relations*.

Keterampilan menulis tidak hanya berkaitan dengan dunia jurnalistik saja, keterampilan menulis merupakan suatu hal yang juga akan selalu berkaitan erat dengan dunia *public relations*. *PR writing* merupakan salah satu kegiatan *public relations*, dimana seorang *Public Relations Officer* melakukan kegiatan menulis baik itu menulis siaran pers (*press release*), membuat majalah, mengelola media internal, mempersiapkan naskah pidato hingga membuat laporan tahunan (*annual report*).

Lingkungan organisasi akan senantiasa berubah dari waktu ke waktu, bersifat tentatif dan fluktuatif, sehingga *public relations officer* perlu memperhatikan dan terlebih menanggapi hal-hal yang berkaitan dengan

kepentingan organisasi melalui proses dan tindakan yang tepat dan berkelanjutan. Bahan evaluasi menjadi sangat penting untuk diketahui oleh *public relations officer* karena bahan evaluasi dapat memberikan gambaran apakah organisasi mengalami *progress* atau mengalami *regress*.

Setiap organisasi baik itu perusahaan swasta ataupun milik Negara membutuhkan bahan evaluasi guna mengetahui sampai sejauhmana organisasi berjalan sehingga proses dan tindakan yang tepat dan berkelanjutan dapat diterapkan dengan baik. Bahan evaluasi dapat diketahui salah satunya melalui *annual report*.

Annual report atau laporan tahunan merupakan salah satu bentuk tulisan dari kegiatan *PR writing* yang berfungsi untuk memberikan evaluasi di tahun sebelumnya dan menjadi tolok ukur perkembangan organisasi, selain menjadi bahan evaluasi, *annual report* juga berguna sebagai media untuk mengkomunikasikan prospek atau target organisasi di masa mendatang. *Annual report* bagi organisasi, baik perusahaan swasta maupun Lembaga Milik Negara merupakan wujud dari *good corporate* atau *good government*, begitupun dengan yang diterapkan oleh Divisi Humas di Pusat Survei Geologi.

Pusat Survei Geologi merupakan Badan Usaha Milik Negara yang dibawahahi oleh Kementerian ESDM (Energi Sumber Daya Mineral). Divisi Humas Pusat Survei Geologi terdiri dari pegawai yang memiliki berbagai macam latar belakang pendidikan dan lingkup sosial yang berbeda sehingga masing-masing pegawai yang berada di divisi Humas akan memiliki pemahaman yang tentu

berbeda satu sama lain mengenai *PR writing*. Data pra penelitian dari ketua Divisi Humas Pusat Survei Geologi, yaitu Donny Hermana menyatakan bahwa:

“Menulis itu penting, itu berarti menunjukan eksistensi kita, berbagai jurnal dan laporan yang saya tulis merupakan salah dari pekerjaan saya di divisi humas yang merupakan bagian dari kegiatan *Public relations*. Humas selalu berhubungan dengan orang banyak, seorang humas harus segala tahu tentang semua urusan yang ada hubungannya dengan Organisasi dan pasti harus memiliki kemampuan menulis” (pra wawancara pada hari kamis 8 Oktober 2015 pukul 11: 40 AM).

Pernyataan yang disampaikan oleh ketua Divisi Humas Pusat Survei Geologi mengenai keterampilan menulis bagi seorang *Public relations officer*, disebabkan karena adanya pengalaman yang dialami dan dimiliki mengenai keterampilan menulis. Pengalaman dan pengetahuan ini membentuk konstruksi makna tersendiri mengenai *PR writing*.

Shelly dalam Grunig (1992:34) mengemukakan tentang sebuah studi yang dilakukan pada tahun 1980 terhadap 200 anggota *Public Relations Society of America* atau PRSA terbukti 90% praktisi *public relations* profesional menyatakan bahwa kemampuan dalam bidang penulisan naskah atau berita merupakan mata kuliah yang wajib dikuasai oleh mahasiswa PR, artinya terdapat tuntutan dari organisasi agar seorang praktisi PR memiliki kemampuan menulis.

Riset dari PRSA diperkuat oleh Wicaksono Noeradi dalam acara Musyawarah Besar Perhimpunan Hubungan Masyarakat Indonesia (Perhumas Indonesia) di Yogyakarta pada akhir tahun 2004, beliau menyatakan bahwa 70% aktivitas *public relations* adalah menulis yang menunjukkan bahwa kemampuan dan kemahiran menulis dalam praktik *public relations* menjadi hal yang sangat

penting begitupun dengan *annual report* yang merupakan produk kegiatan menulis yang dilakukan praktisi PR.

Annual report sesuai dengan namanya, diterbitkan setiap setahun sekali. *content* atau isi dari *annual report* dari organisasi *profit oriented* tentu akan berbeda dengan *content annual report* dari organisasi *nonprofit oriented* bahkan lembaga satu dengan lainnya juga dipastikan akan berbeda sesuai dengan regulasi organisasi masing-masing.

Annual report di Pusat Survei Geologi menurut hasil kegiatan *Job Training* yang dilakukan peneliti sebagai data pra observasi, berisi seputar sekilas profil Lembaga, struktur organisasi, tonggak sejarah, peristiwa penting di tahun pembuatan laporan, sambutan dari pimpinan-pimpinan organisasi, sumber daya manusia, sumber daya mineral, informasi kebumian, regulasi, hingga tinjauan kegiatan sosialisasi dan penelitian. Pembuatan *annual report* memakan waktu beberapa bulan mengingat bahwa isi dari *annual report* harus jelas dan melalui beberapa tahap di organisasi.

Annual report di Pusat Survei Geologi diterbitkan untuk publik Internal, berbeda dengan majalah geologi yang diterbitkan tidak terbatas pada publik internal saja melainkan mencakup publik eksternal organisasi. Salah satu staf Divisi Humas Pusat Survei Geologi, yaitu Nandan menyatakan bahwa laporan tahunan adalah alat penting dalam komunikasi organisasi, pernyataan ini mengindikasikan bahwa beliau ingin meluruskan pemahaman yang kurang tepat mengenai *annual report*.

Annual report bukan hanya sebagai laporan untuk formalitas semata karena melalui *Annual report*, publik akan mengetahui bagaimana tata kelola organisasi dijalankan, sebagaimana data pra penelitian dari Nandan yaitu: “*Annual report* itu laporan pertanggung jawaban yang dibuat atas dasar TOR atau *term of reference*. *Annual report* gunanya memperjelas kegiatan yang sudah dilaksanakan selama satu tahun, bukan buat formalitas saja” (pra wawancara pada hari Selasa 15 Desember 2015 pukul 12: 34 AM).

Pembuatan *Annual report* dilakukan oleh staf Divisi Humas Pusat Survei Geologi mengikuti tata cara penulisan yang sesuai dengan regulasi. *Annual report* yang dibuat menggunakan kalimat yang jelas dan padat, sehingga jarang ditemukan kalimat yang samar yang menyebabkan makna ganda. *Annual report* yang di buat oleh staf Divisi Humas Pusat Survei Geologi seringkali dijadikan sebagai bahan untuk rapat tahunan yang melibatkan seluruh Lembaga yang dibawah oleh Kementerian ESDM (Sumber Daya dan Mineral).

Penelitian ini menggunakan studi fenomenologi yang bermaksud untuk mengetahui pengalaman terdalam staf Divisi Humas Pusat Survei Geologi mengenai makna *annual report* berdasarkan motif kebelakang dan motif kedepan serta pemahaman dan makna *annual report* itu sendiri. Penelitian ini dilakukan dalam situasi yang alami sehingga tidak terdapat batasan dalam memaknai fenomena yang dikaji.

Teori konstruksi sosial atas realitas merupakan teori yang digunakan dalam penelitian ini, teori konstruksi sosial atas realitas menjelaskan bahwa realitas itu diciptakan bukan ditemukan. Konstruksi ini memberi tindakan

mencipta suatu makna dari apa yang dipelajari dan memeriksa pembentukan suatu makna yang ditampilkan oleh individu sesuai dengan *frame of experience* dan *frame of reference* masing-masing.

Fenomena *annual report* di Pusat Survei Geologi yang menginformasikan hasil dari satu tahun roda organisasi, menciptakan suatu konstruksi makna tersendiri bagi Staf Divisi Humas Pusat Survei Geologi mengenai *annual report* yang merupakan salah satu wujud dari kegiatan *PR writing*.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dipaparkan dalam latar belakang penelitian, maka peneliti mengambil rumusan masalah untuk membatasi wilayah penelitian, yaitu “Bagaimana Makna *Annual Report* bagi Staf Divisi Humas Pusat Survei Geologi”.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana Motif Staf Divisi Humas Pusat Survei Geologi dalam membuat *Annual report*?
2. Bagaimana Pemahaman Staf Divisi Humas Pusat Survei Geologi mengenai *Annual report*?
3. Bagaimana Makna *Annual report* bagi Staf Divisi Humas Pusat Survei Geologi?

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk menghasilkan data kualitatif melalui studi fenomenologi dalam meneliti Makna *Annual report* Bagi Staf *Public*

Relations Pusat Survei Geologi Jl. Diponegoro No. 57 Bandung. Tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui Motif Staf Divisi Humas Pusat Survei Geologi dalam membuat *Annual report*
2. Untuk mengetahui Pemahaman Staf Divisi Humas Pusat Survei Geologi mengenai *Annual report*
3. Untuk mengetahui Makna *Annual report* bagi Staf Divisi Humas Pusat Survei Geologi

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoretis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi yang faktual bagi perkembangan Ilmu Komunikasi yang didasarkan pada studi fenomenologi serta dapat menggambarkan tentang makna *Annual report* yang meliputi aspek motif, pemahaman dan makna *annual report* bagi staf *public relations*. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya studi-studi tentang *public relations writing* yang berbasis pada pendekatan studi fenomenologi dengan pendekatan kualitatif.

a. Kegunaan Penelitian bagi Institusi Pendidikan

Memberikan kontribusi, pengertian, dan pemahaman untuk institusi pendidikan mengenai pentingnya *public relations writing* berfokus pada *annual report* dengan mengetahui motif pembuatan *annual report*, pemahaman tentang *annual report* sehingga menghasilkan makna *Annual report* bagi Staf *Public Relations*.

b. Kegunaan Penelitian bagi Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan dapat memahami, mengenal serta menerapkan secara aplikatif teori dan konsep *PR writing* befokus pada *annual report*, dan meningkatkan keterampilan di bidang *PR writing*.

c. Kegunaan Penelitian bagi Penulis

Penulis mendapatkan pengalaman sehingga penulis dapat menganalisis penelitian ini dengan memperhatikan kesesuaian antara teori dan praktek serta penerapan *public relations writing* di lapangan.

1.5.2 Kegunaan Praktis**a. Kegunaan Penelitian Bagi Lembaga**

Penerapan konsep *public relations writing* diharapkan dapat memberikan pemahaman dan kesadaran akan pentingnya keterampilan menulis bagi *public relations officer* di dalam organisasi.

b. Kegunaan Penelitian Bagi Praktisi *Public Relations*

Aplikasi yang diterapkan oleh *public relations officer* di lapangan diharapkan dapat meningkatkan dan memperhatikan *PR writing* di ranah *public relations*.

c. Kegunaan Penelitian bagi Pembaca/ Masyarakat Luas

Memberikan pengetahuan kepada pembaca tentang konsep *PR writing*. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi masyarakat sehingga masyarakat dapat mengetahui pentingnya keterampilan menulis bagi *public relations officer*.

1.6 Penelitian Terdahulu

Peneliti mengawali penelitian dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan serta relevansi dengan penelitian yang dilakukan sehingga peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang memadai agar penelitian ini lebih kaya dan dapat memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang menghargai berbagai perbedaan yang ada serta cara pandang mengenai objek-objek tertentu, sehingga meskipun terdapat kesamaan maupun perbedaan adalah suatu hal yang wajar dan dapat disinergikan untuk saling melengkapi.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Zhazha Laila Qadarsih, mahasiswa Departemen Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran pada tahun 2013. Penelitian ini berjudul Makna Bisnis *Online* bagi Pengusaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Makna Bisnis *Online* bagi Pengusaha *Indie (Independent)*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengusaha *Indie* memaknai bisnis *online* via *facebook fan fage* berasal dari motif, pemaknaan dan pengalaman tindakan komunikasi diri pengusaha terhadap bisnis *online* via *facebook fan fage*, sehingga muncul pemaknaan masing-masing yang berbeda satu sama lain. Saran dari Penelitian ini yaitu para pelaku bisnis baru agar mengetahui terlebih dahulu tentang bisnis *online* dan media yang akan di gunakan sebagai sarana publikasinya.

Perbedaan penelitian Zhazha Laila Qadarsih terdapat pada tujuan penelitian yang di gunakan, Penelitian Zhazha Laila Qadarsih bertujuan untuk mengetahui Makna Bisnis *Online* bagi Pengusaha *Indie (Independent)*, sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Makna *Annual report* bagi Staf *Public relations*.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Rico Alfeus Lambert Tuerah, mahasiswa Departemen Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran pada tahun 2013. Penelitian ini berjudul Pemaknaan Penumpang Garuda Indonesia Terhadap Layanan Garuda Indonesia *Experience*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa penumpang memaknai layanan Garuda Indonesia *Experience* sebagai kesatuan konsep untuk memenuhi kebutuhan penumpang selama penerbangan dengan berlandaskan budaya Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis menyarankan agar Garuda Indonesia melakukan sosialisasi, melakukan perbaikan sistem, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, dan mengembangkan serta memperkuat aspek-aspek layanan sebelum, semasa, dan sesudah penerbangan agar suasana penerbangan yang Indonesia lebih terasa.

Perbedaan penelitian Rico Alfeus Lambert Tuerah terdapat pada tujuan penelitian yang di gunakan, penelitian Rico Alfeus Lambert Tuerah bertujuan bagaimana penumpang Garuda Indonesia memaknai layanan Garuda Indonesia *Experience*, sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Makna *Annual report* bagi Staf *Public relations*.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Widya Hafitasari, mahasiswa Departemen Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran pada tahun 2012. Penelitian ini berjudul Makna Kegiatan *Press Conference* Bagi Staf *Corporate Secretary Group* PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. Penelitian ini menggunakan studi fenomenologi dengan teori konstruksi sosial atas realitas.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Staf *Corporate Secretary Group* memaknai *Press conference* sebagai media penyampaian pesan, diperoleh berdasarkan realitas yang ada serta pengalaman yang dimiliki masing-masing staf. Makna *Corporate Secretary* oleh Staf *Corporate Secretary Group* adalah sebuah kinerja atau bagian terpenting di dalam perusahaan yang berfungsi sebagai humas atau *Public Relations* untuk menjaga *image* perusahaan.

Perbedaan penelitian Widya Hafitasari terdapat pada tujuan penelitian yang di gunakan, penelitian Widya Hafitasari bertujuan untuk mengetahui bagaimana Staf *Corporate Secretary Group* memaknai *Press conference*, sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Konstruksi makna *Annual report* bagi Staf *Public relations*.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Adisa Ittaqa Putri Diana Soedarso, mahasiswa Departemen Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran pada tahun 2012. Penelitian ini berjudul Pemaknaan Kegiatan Humas *Gathering* Di Pikiran Rakyat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif pendekatan studi kasus dengan teori konstruksi sosial atas realitas dan teori interaksi simbolik.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan Humas *Gathering* sebagai program *government relations* yang diadakan oleh pikiran Rakyat khususnya bagian Humas. Kegiatan ini merupakan program tahunan yang sudah terselenggara selama dua tahun untuk mengundang humas pemerintah daerah se-Jawa Barat. Penelitian ini menemukan fakta bahwa Humas *Gathering* Pikiran Rakyat memuat Lobi, strategi Komunikasi, dan strategi komunikasi bisnis.

Perbedaan penelitian Adisa Ittaqa Putri Diana Soedarso terdapat pada tujuan penelitian dan pendekatan penelitian yang di gunakan, penelitian Adisa Ittaqa Putri Diana Soedarso menggunakan pendekatan studi kasus dan bertujuan untuk mengetahui bagaimana Makna Kegiatan Humas *Gathering* sebagai Program *Government Relations* bagi Staf Humas Pikiran Rakyat, sedangkan pada penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi bertujuan untuk mengetahui Makna *Annual report* bagi Staf *Public relations*.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Arsi Rakhmanissazly, mahasiswa Departemen Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran pada tahun 2012. Penelitian ini berjudul Konstruksi Makna Profesi *Public Relations* oleh Praktisi Konsultan *Public relations*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif pendekatan studi fenomenologi dengan teori konstruksi sosial atas realitas dan teori interaksi simbolik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profesi PR menurut praktisi konsultan PR sangat tergantung pada keprofesionalismean yang mereka jalani sebagai praktisi konsultan PR. Profesi PR adalah profesi yang berhadapan dengan multi *stakeholders* dan memiliki *framework* yang jelas.

Perbedaan penelitian Arsi Rakhmanissazly terdapat pada tujuan penelitian yang di gunakan, penelitian Arsi bertujuan untuk mengetahui bagaimana Profesi *Public Relations* dalam Pandangan Paktisi Konsultas PR di Jakarta, sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Makna *Annual report* bagi Staf *Public relations*.

Tabel 1.1

Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Fokus Kajian	Metode Penelitian dan Teori	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian yang akan dilaksanakan
Zhazha Laila Qadarsih Tahun 2013	Makna Bisnis <i>Online</i> Bagi Pengusaha <i>Indie</i> (Independent)	Bagaimana Makna Bisnis <i>Online</i> bagi Pengusaha <i>Indie</i> (Independent)	Metode Kualitatif dengan Pendekatan Fenomenologi Paradigma Konstruktivisme	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa pengusaha <i>Indie</i> memaknai bisnis <i>online</i> via facebook fan page berasal dari motif, pemaknaan dan pengalaman tindakan komunikasi diri pengusaha terhadap bisnis <i>online</i> via facebook fan page, sehingga muncul pemaknaan masing-masing yang berbeda satu sama lain.	Perbedaan penelitian Zhazha Laila Qadarsih terdapat pada tujuan penelitian yang di gunakan, Penelitian Zhazha Laila Qadarsih bertujuan untuk mengetahui Makna Bisnis <i>Online</i> bagi Pengusaha <i>Indie</i> (Independent), sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Makna <i>Annual report</i> bagi Staf <i>Public relations</i> .
Rico Alfeus Lambert Tuerah Tahun 2013	Pemaknaan Penumpang Garuda Indones Terhadap Layanan Garuda Indonesia Experience	Bagaimana Penumpang Garuda Indonesia memaknai layanan Garuda Indonesia Experience	Metode Kualitatif dengan Pendekatan Fenomenologi	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa penumpang memaknai layanan Garuda Indonesia Experience sebagai kesatuan konsep untuk memenuhi kebutuhan	Perbedaan penelitian Rico Alfeus Lambert Tuerah terdapat pada tujuan penelitian yang di gunakan, Penelitian Rico Alfeus Lambert Tuerah bertujuan Bagaimana Penumpang Garuda Indonesia memaknai layanan Garuda Indonesia Experience, sedangkan

				penumpang selama penerbanga dengan berlanaskan budaya Indonesia	pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Konstuksi Makna <i>Annual report</i> bagi Staf <i>Public relations</i> .
Widya Hafitasari Tahun 2012	Makna Kegiatan Press Conference Bagi Staf Corporate Secretary Group PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	Bagaimana Konstuksi Makna Kegiatan Press Conference Bagi Staf Corporate Secretary Group PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	Metode Kualitatif Pendekatan Studi Kasus dan Teori Konstuksi Sosial atas Realita dan Interaksi Simbolik	Hasil Penelitian ini menunjukan bahwa Staf Corporate Secretary Group memaknai Press conference sebagai medai penyampaian pesan, diperoleh berdasarkan realita yang ada serta pengalaman yang dimiliki masing-masing staf. Makna Corporate Secretary oleh Staf Corporate Secretary Group adalah sebuah kinerja atau bagian terpenting di dalam perusahaan yang berfungsi sebagai humas atau <i>Public Relations</i> untuk menjaga image perusahaan.	Perbedaan penelitian Widya Hafitasari terdapat pada tujuan penelitian yang di gunakan, Penelitian Widya Hafitasari bertujuan untuk mengetahui Bagaimana Staf <i>Corporate Secretary Group</i> memaknai <i>Press conference</i> , sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Konstuksi Makna <i>Annual report</i> bagi Staf <i>Public relations</i> .
Adisa Ittaqa Putri Diana Soedarso Tahun 2012	Pemaknaan Kegiatan Humas <i>Gathering</i> Di Pikiran Rakyat	Bagaimana Makna Kegiatan Humas <i>Gathering</i> sebagai Program Government Relations bagi Staf Humas Pikiran Rakyat	Metode Kualitatif Pendekatan Studi Kasus dengan Teori Konstuksi Sosial atas Realitas dan Teori Interaksi Simbolik	Hasil Penelitian ini adalah baha kegiatan Humas <i>Gathering</i> sebagai program <i>government relations</i> yang diadakan oleh pikiran Rakyat khususnya bagian Humas. Kegiata ini merupakan Program tahunan yang sudah terselenggara selama dua tahun	Perbedaan penelitian Adisa Ittaqa Putri Diana Soedarso terdapat pada tujuan penelitian dan pendekatan penelitian yang di gunakan, Penelitian Adisa Ittaqa Putri Diana Soedarso menggunakan pendekatan studi kasus dan bertujuan untuk mengetahui Bagaimana Makna Kegiatan Humas <i>Gathering</i> sebagai Program <i>Government Relations</i>

				untuk mengundang humas pemerintah daerah se-Jawa Barat. Penelitian ini menemukan fakta bahwa Humas <i>Gathering</i> Pikiran Rakyat memuat Lobi, strategi Komunikasi, dan strategi komunikasi bisnis.	bagi Staf Humas Pikiran Rakyat, sedangkan pada penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi bertujuan untuk mengetahui Konstuksi Makna <i>Annual report</i> bagi Staf <i>Public relations</i>
Arsi Rakhmanisazly Tahun 2012	Konstruksi Makna Profesi <i>Public Relations</i> oleh Praktisi Konsultan <i>Public relations</i>	Bagaimana Profesi <i>Public Relations</i> dalam Pandangan Paktisi Konsultas PR di Jakarta	Metode Kualitatif dengan Pendekatan Fenomenologi dan Teori Konstruksi Sosial atas Realita serta Teori Interaksi Simbolik	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Profesi PR menurut praktisi konsultan PR sangat tergantung pada keprofesionalisme an yang mereka jalani sebagai praktisi konsultan PR. Profesi PR adalah profesi yang berhadapan dengan multi <i>stakeholders</i> dan memiliki <i>framework</i> yang jelas.	Perbedaan penelitian Arsi Rakhmanisazly terdapat pada tujuan penelitian yang di gunakan, Penelitian Arsi bertujuan untuk mengetahui Bagaimana Profesi <i>Public Relations</i> dalam Pandangan Paktisi Konsultas PR di Jakarta, sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Konstuksi Makna <i>Annual report</i> bagi Staf <i>Public relations</i> .

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

1.7 Kerangka Pemikiran

Penelitian membutuhkan sebuah landasan untuk mendasari berjalannya suatu penelitian, termasuk penelitian kualitatif. Penelitian dimulai dengan memetakan bahan-bahan pendukung penelitian melalui kerangka pemikiran. Kerangka pemikiran merupakan landasan yang menjadi dasar dalam melakukan penelitian agar peneliti dapat fokus dan tidak melenceng pada permasalahan pokok.

Penelitian ini berawal dari fenomena yang muncul dan memiliki kesan yang cukup kuat. Praktisi Humas atau *Public Relations Officer* identik dengan berbagai kegiatan *verbal* dan *front stage* seperti *public speaking* hingga penampilan yang baik. Pemahaman yang muncul dan tidaklah salah, hanya saja terkesan *segmented* atau terbagi-bagi, karena jika dikaji lebih lanjut maka Praktisi Humas atau *Public Relations Officer* juga berperan penting di *back stage* dan kegiatan non *verbal* lainnya, seperti kegiatan *PR Writing* yang diterapkan Staf Divisi Humas Pusat Survei Geologi.

Annual report merupakan salah satu bentuk tulisan yang dihasilkan dari kegiatan *PR Writing* dan merupakan alat yang berfungsi sebagai bahan evaluasi suatu organisasi baik perusahaan swasta maupun milik Negara untuk mempertahankan eksistensi organisasi. *Annual report* dianggap penting karena merupakan perwujudan dari pertanggung jawaban dan pengelolaan organisasi.

Pemahaman dan pemaknaan Staf Divisi Humas Pusat Survei Geologi mengenai *Annual report* muncul berdasarkan pengalaman, keseharian dan pengetahuan sehingga Staf Divisi Humas mengkonstruksi makna *Annual report* dalam diri masing-masing melalui realitas dan keseharian yang ada.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian Fenomenologi dengan paradigma konstruktivisme dan teori konstruksi sosial atas realitas. Konstruksi sosial atas realitas digunakan sebagai penopang dasar dari permasalahan yang diangkat mengenai makna *Annual Report* bagi Staf Divisi Humas Pusat Survei Geologi.

1.7.1 Kerangka Teoritis

a. Fenomenologi

Pendekatan fenomenologi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu fenomenologi Alferd Shuctz. Teori fenomenologi dari Alfred Schutz (1899-1959), dalam *The Penomenologi of Sosial World* (1970: 7) mengemukakan bahwa orang secara aktif menginterpretasikan pengalamannya dengan memberi tanda dan arti tentang apa yang mereka lihat. Interpretasi merupakan proses aktif dalam menandai dan mengartikan tentang sesuatu yang diamati, seperti bacaan, tindakan atau situasi bahkan pengalaman apapun.

Fenomenologi Schutz mengatakan bahwa pada hakikatnya peneliti mengasumsikan diri sebagai orang yang bukan bagian dari dunia yang diamatinya, dalam penelitian ini yaitu mengenai fenomena *annual report*. Fenomenologi tidak saja mengklasifikasikan setiap tindakan sadar yang dilakukan, namun juga meliputi prediksi terhadap tindakan di masa yang akan datang, dilihat dari aspek-aspek yang terkait.

Fenomenologi bersumber dari bagaimana seseorang memaknai objek dalam pengalamannya, oleh karena itu fenomenologi juga diartikan sebagai studi tentang makna, dimana makna itu lebih luas dari sekedar bahasa yang mewakilinya. Peneliti dapat mengetahui motif kebelakang dan motif kedepan dalam pembuatan *annual report* serta pemahaman dan maka *annual report* dari sisi Staf Divisi Humas Pusat Survei Geologi.

“Fenomenologi adalah pendekatan yang beranggapan bahwa suatu fenomena bukanlah realitas yang berdiri sendiri. Fenomena yang tampak merupakan objek yang penuh dengan makna yang transendental Dunia sosial keseharian tempat manusia hidup senantiasa merupakan suatu yang

intersubjektif dan sarat dengan makna. Dengan demikian, fenomena yang di pahami oleh manusia adalah refleksi dari pengalaman transedental dan pemahaman tentang makna” (John, 2005: 336).

Fenomenologi berasumsi bahwa orang-orang secara aktif menginterpretasi pengalaman-pengalamannya dan mencoba memahami dunia dengan pengalaman pribadinya. Schutz mengkhususkan perhatiannya kepada satu bentuk dari subyektivitas yang disebutnya: antar subyektivitas. Konsep ini menunjuk kepada pemisahan keadaan subyektif atau secara sederhana menunjuk kepada dimensi dari kesadaran umum ke kesadaran khusus kelompok sosial yang sedang saling berintegrasi.

Intersubyektivitas yang memungkinkan pergaulan sosial itu terjadi, tergantung kepada pengetahuan tentang peranan masing-masing yang diperoleh melalui pengalaman yang bersifat pribadi.

Konsep intersubyektivitas ini mengacu kepada suatu kenyataan bahwa kelompok-kelompok sosial saling menginterpretasikan tindakannya masing-masing dan pengalaman yang diperoleh melalui cara yang sama seperti yang dialami dalam interaksi secara individual.

Peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi karena pada penelitian ini berkaitan dengan pendekatan fenomenologi yang mencoba menjelaskan atau mengungkap makna konsep atau fenomena yang didasari oleh kesadaran yang terjadi pada individu.

Peneliti mengamati fenomena *annual report* yang ada di Pusat Survei Geologi, dimana Staf Divisi Humas yang terlibat dalam kegiatan *PR writing* terutama dalam pembuatan *annual report* memiliki motif, pemahaman yang

berbeda berdasarkan pengalaman yang dirasakan atau dialami masing-masing Staf.

b. Konstruksi Sosial atas Realitas

Konstruksi sosial atas realitas berakar dari paradigma konstruktivisme yang melihat realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu yang merupakan manusia bebas. Asumsi dasar teori konstruksi sosial atas realitas menurut Berger dan Luckman yaitu:

- 1) Realitas merupakan hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunia sosial di sekelilingnya.
- 2) Hubungan antara pemikiran manusia dan konteks sosial tempat pemikiran itu timbul, bersifat berkembang dan dilembagakan
- 3) Kehidupan masyarakat itu dikonstruksi secara terus-menerus
- 4) Membedakan antara realitas dengan pengetahuan. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat didalam kenyataan yang diakui sebagai memiliki keberadaan (*being*) yang tidak bergantung kepada kehendak kita sendiri. Sementara pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) yang memiliki karakteristik yang spesifik (Suparno, 1997: 24).

Berger dalam Bungin (2008:14) mengemukakan bahwa realitas itu tidak dibentuk secara ilmiah, tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan tetapi sebaliknya, realitas itu dibentuk dan dikonstruksi sehingga realitas yang ada memiliki wajah ganda/plural. Realitas sosial memisahkan pemahaman 'kenyataan dan pengetahuan'. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas yang diakui sebagai memiliki keberadaan (*being*) yang tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri. Pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata.

Setiap orang bisa mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas. Setiap orang yang mempunyai pengalaman, preferensi, pendidikan

tertentu, dan lingkungan pergaulan atau sosial tertentu akan menafsirkan realitas sosial itu dengan konstruksinya masing-masing. Konstruksi sosial atas realitas digunakan sebagai penopang dasar dari permasalahan yang diangkat mengenai makna *Annual Report* bagi Staf Divisi Humas Pusat Survei Geologi Jl. Diponegoro no. 57 Bandung.

1.7.2 Kerangka Konseptual

a. *Public Relations Writing*

Public relations writing atau *PR writing* adalah salah satu kegiatan *public relations* yang berfokus pada kegiatan menulis yang bertujuan untuk publisitas organisasi kepada publiknya sebagai teknik membangun *image* organisasi dan eksistensi organisasi.

“All public relations writing attempts to establish positive relations between an organization and its various publics, usually through image-building techniques. Most writing in the realm of public relations falls into two rather broad categories: uncontrolled information and controlled information” (Bivins, 2005: 3).

Kegiatan *PR writing* bertujuan untuk menstabilkan hubungan yang positif antar organisasi dan berbagai publiknya dengan menggunakan teknik pembangunan *image*, tujuan *PR writing* tidak jauh berbeda dengan tujuan *public relations* itu sendiri.

Kegiatan *PR writing* dalam sebuah organisasi memiliki tahapan proses dalam memproduksi bentuk-bentuk tulisan seperti yang dikemukakan oleh Bivins: *“All forms of writing for public relations have one thing in common : They should*

be written well. Beyond that, they are different in many ways. These differences are related primarily to purpose, strategy, medium, and style dan format” (Bivins,2005: 5).

Bentuk penulisan untuk *public relations* memiliki satu hal yang dianggap penting yaitu bentuk-bentuk tulisan harus ditulis dengan baik dari segi tujuan pokok, strategi, media, gaya serta format. *The tools of the public relations writer* menurut Bivins (2005: 3-4) yaitu: *news release, backrounders, public services announcement, advertising, articles and editorials, collateral publicatios, annual reports, speeches and presentations, the internet.*

Irianta (2006:20) *PR writing* memiliki dua pokok penting. Pertama, memiliki pemahaman atas teori dan konsep komunikasi dan kedua, memiliki kreativitas, kedua pokok ini saling menunjang dalam memperkaya kegiatan penulisan.

“Pemahaman atas teori dan konsep komunikasi diperlukan untuk menyusun langkah-langkah yang diperlukan agar komunikasi tertulis yang dilakukan organisasi bisa efektif atau mencapai tujuannya. Misalnya, agar komunikasi tertulis yang bermaksud membujuk khalayak bisa mencapai tujuan komunikasinya maka diperlukan pengetahuan dan pemahaman mengenai teori dan konsep komunikasi persuasif” (Irianta, 2006: 20).

Unsur Kreativitas maka seorang *public relations officer* dapat mengembangkan kosep yang ada yang diabadikan pada pencapaian tujuan, sehingga tercipta inovasi yang memberikan nilai positif bagi organisasi. *Public relations officer* dapat mengeksplorasi penggunaan bahasa dan media dengan memilih kata yang memiliki daya dan media yang ampuh.

“Dengan menambahkan unsur kreativitas itu maka kita tak menjadikan teori sebagai kacamata kuda, yang membuat pandangan kita terbatas dan merasa

benar dalam keterbatasan pandangan itu. Justru dengan teori kita membangun kreativitas yang diabdikan pada pencapaian tujuan” (Irianta, 2006: 21).

Public Relations Officer dalam membuat tulisan konteks *public relations* hendaknya harus berdasarkan fakta, namun tak hanya fakta yang dikomunikasikan karena terkadang publik membutuhkan data. Data merupakan fakta yang diolah melalui cara tertentu.

b. *Annual Report*

Annual report atau Laporan Tahunan merupakan laporan perkembangan dan pencapaian yang berhasil diraih organisasi dalam setahun. Isi dari laporan tahunan tersebut mencakup laporan keuangan dan prestasi akan kinerja organisasi selama setahun. “Laporan tahunan adalah laporan yang berisi perkembangan organisasi pada tahun tertentu. Biasanya dalam laporan tahunan itu disampaikan laporan perkembangan organisasi, peristiwa penting yang terjadi selama tahun tersebut dan perkembangan keuangan organisasi” (Irianta, 2006: 207).

Organisasi besar baik itu milik swasta maupun milik Negara seyognya wajib memiliki alat untuk menginformasikan kebijakan dan pengelolaan organisasi untuk berjalannya siklus organisasi dan mengetahui *progress* kegiatan atau program dari organisasi.

“Annual report: One of the most-produced organizational publications. Annual report is not only provide information on the organization’s financial situation, but also act as a vehicle for enhancing corporate image among its various internal publics”(Bivins, 2005: 4).

Isi dari *annual report* organisasi non-profit seperti Lembaga Milik Negara tidak jauh berbeda dengan *annual report* perusahaan. Empat poin yang cukup memberikan penjelasan perbedaan *annual report profit oriented* dan *non-profit oriented* menurut Thomas Bivins yaitu:

- 1) *Chairman of the board letter. The chairman of the board's letter is much the same as in a corporate report, except that: the focus is usually on human capital rather than financial capital. Accomplishment are usually described with broad strokes the next section will provide the detail*
- 2) *Descriptions sections. In this section, the activities of the organization are described: what it has accomplished over the past year and who has supported it*
- 3) *List of the directors and officers. Many public agencies and non-profits have boards of directors drawn, usually, from the local community. Listing the board members and agency officers gives an idea of the caliber of the individuals associated with the organization. Most agencies try to cull board members from a cross-section of the community. They often are officers in other, for non-profit organizations or are simply well-respected community members*
- 4) *Financial statement. As with the corporate annual report, the financial statement is one of the most important areas (Bivins, 2005 :144).*

c. Motif

Motif merupakan pengertian yang melingkupi penggerak. Alasan/dorongan di dalam manusia yang menyebabkan manusia itu berbuat sesuatu. Segala tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif. Motif manusia bisa bekerja secara sadar dan tidak sadar. Tingkah laku manusia bisa dimengerti dengan lebih sempurna dengan mengerti terlebih dahulu apa dan bagaimana motif-motifnya daripada tingkah lakunya.

Motif manusia merupakan dorongan, hasrat, keinginan, dan tenaga penggerak lainnya, berasal dari dalam dirinya, untuk lakukan sesuatu. Motif memberikan tujuan dan arah pada tingkah laku manusia. Istilah motif erat kaitannya dengan gerak, yaitu gerakan yang dilakukan oleh manusia/ perbuatan/

tingkah laku. Motif dalam psikologi berarti rangsangan, dorongan/ pembangkit tenaga bagi teradinya suatu tingkah laku.

Menyangkut motif, Schutz dalam (Kuswarno, 2000: 14) membaginya menjadi dua, yaitu :

- 1) Motif “untuk” (*in order to motives*), artinya bahwa sesuatu merupakan tujuan yang digambarkan sebagai maksud, rencana, harapan, minat, dan sebagainya yang berorientasi pada masa depan.
- 2) Motif “karena” (*because motives*), artinya sesuatu merujuk pada pengalaman masa lalu individu, karena itu berorientasi pada masa lalu.

d. Pemahaman

Definisi tentang pemahaman telah diungkapkan oleh para ahli. Nana Sudjana (1995: 25) menyatakan bahwa: pemahaman adalah hasil belajar, misalnya peserta didik dapat menjelaskan dengan susunan kalimatnya sendiri atas apa yang dibacanya atau didengarnya, memberi contoh lain dari yang telah dicontohkan guru dan menggunakan petunjuk penerapan pada kasus lain.

Winkel dan Mukhtar dalam Sudaryono (2012: 44) mengemukakan bahwa pemahaman adalah kemampuan seseorang untuk menangkap makna dan arti dari bahan yang dipelajari, yang dinyatakan dengan menguraikan isi pokok dari suatu bacaan atau mengubah data yang disajikan dalam bentuk tertentu ke bentuk yang lain. Benjamin S. Bloom dalam Anas Sudijono (2009: 50) mengatakan bahwa pemahaman (*Comprehension*) adalah kemampuan seseorang untuk mengerti atau memahami sesuatu setelah sesuatu itu diketahui dan diingat. Memahami adalah mengerti tentang sesuatu dan dapat melihatnya dari berbagai segi.

e. Makna

R. Brown dalam Sobur (2004: 256) mendefinisikan makna sebagai kecenderungan (disposisi) total untuk menggunakan atau bereaksi terhadap suatu bentuk bahasa. Komponen dalam makna yang membangkitkan suatu kata atau kalimat.

Kempson dalam Sobur (2004: 256) menyatakan bahwa ada tiga hal yang coba dijelaskan oleh para filsuf dan linguis sehubungan dengan usaha menjelaskan makna dalam proses komunikasi, ketiga hal tersebut yakni:

- 1) menjelaskan makna kata secara ilmiah,
- 2) mendeskripsikan kalimat secara alamiah,
- 3) menjelaskan makna dalam proses komunikasi.

Fisher dalam Alex Sobur menjelaskan hal yang berkaitan tentang makna bahwa: “Makna yang berkaitan dengan komunikasi pada hakikatnya merupakan fenomena sosial. Makna sebagai konsep komunikasi mencakup lebih daripada sekedar penafsiran atau pemahaman seorang individu saja. Makna selalu mencakup banyak pemahaman aspek-aspek secara bersama dimiliki para komunikator” (Sobur, 2004: 346).

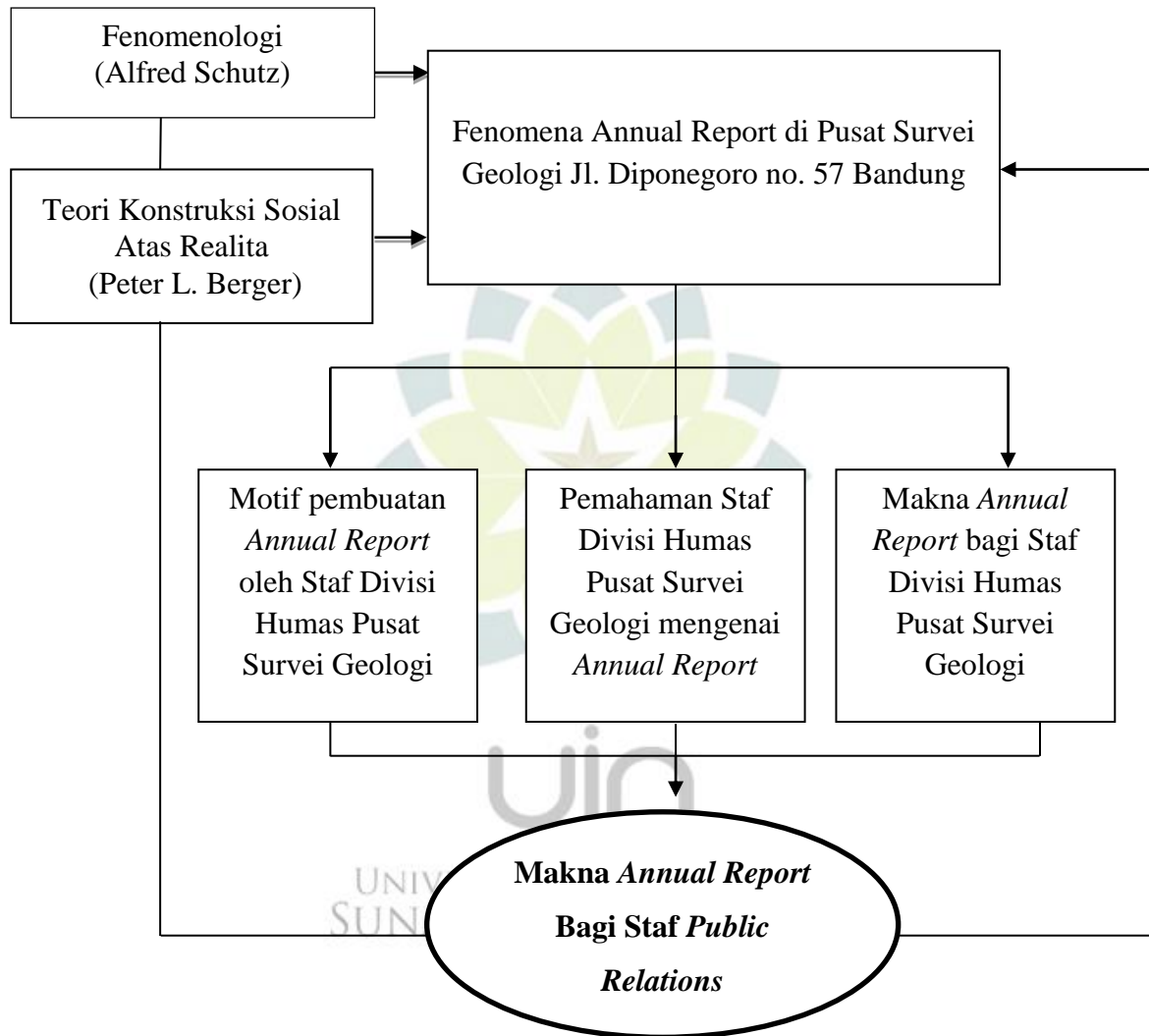
Makna adalah suatu bentuk kebahasaan yang harus dianalisis dalam batas-batas atau unsur-unsur penting situasi di mana penutur mengujarnya. Makna merupakan hubungan antara bahasa dengan bahasa luar yang disepakati bersama oleh pemakai bahasa sehingga dapat saling dimengerti. Batasan tentang pengertian makna sangat sulit ditentukan karena setiap pemakai bahasa memiliki

kemampuan dan cara pandang yang berbeda dalam memaknai sebuah ujaran atau kata.

Pandangan lain yang menjelaskan konsep makna menurut Wendell Jhonson dalam Sobur (2004: 258-259) tentang model proses makna yang menawarkan sejumlah implikasi bagi komunikasi antar manusia, yaitu:

- 1) Makna ada dalam diri manusia. Makna tidak terletak pada kata-kata melainkan pada manusia
- 2) Makna berubah. Kata-kata relatif statis, banyak dari kata-kata yang digunakan sejak 200-300 tahun yang lalu, tetapi makna dari kata-kata terus berubah khususnya terjadi dalam dimensi emosional dari makna
- 3) Makna membutuhkan acuan, meski tidak semua komunikasi mengacu pada dunia nyata, komunikasi hanya masuk akal bila mempunyai ikatan dengan dunia atau lingkungan eksternal
- 4) Penyingkatan yang berlebihan akan merubah makna
- 5) Makna tidak terbatas jumlahnya. Jumlah kata-kata suatu bahasa terbatas, tetapi maknanya tidak terbatas
- 6) Makna dikomunikasikan hanya sebagian. Makna yang diperoleh dari suatu kejadian bersifat multiaspek dan sangat kompleks tetapi hanya sebagian saja dari makna-makna yang dapat dijelaskan.

Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran



Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Olahan Penulis

1.8 Langkah Penelitian

1.8.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Kantor Pusat Survei Geologi yang dibawah oleh Kementrian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) Jalan Diponegoro No. 57 Bandung. Peneliti memilih Pusat Survei Geologi sebagai lokasi penelitian karena di Divisi Humas Pusat Survei Geologi berkaitan dengan disiplin keilmuan peneliti dan Pusat Survei Geologi memiliki ketersediaan data yang dibutuhkan peneliti.

Alasan lain yang mendasari peneliti memilih Pusat Survei Geologi sebagai lokasi penelitian yaitu atas pertimbangan bahwa Pusat Survei Geologi merupakan Lembaga yang sudah berdiri cukup lama, sehingga data-data pendukung yang dimiliki akan lebih lengkap dan lebih kaya.

1.8.2 Metode Penelitian

Jhon Creswell menyatakan bahwa definisi penelitian kualitatif adalah: Penelitian kualitatif sebagai sebuah proses penelitian yang mengeksplorasi masalah sosial dan manusia, dimana peneliti membangun gambaran yang kompleks dan menyeluruh, menganalisa kata-kata, melaporkan secara detail pandangan reponden dan melakukannya dalam sebuah setting penelitian yang naturalistik (Creswell, 1998: 15).

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan maksud untuk memahami dan menggali lebih dalam mengenai fenomena *annual report* sehingga dapat diketahui motif dari pembuatan *annual report*, pemahaman mengenai *annual report*, sampai kepada makna terdalam mengenai *annual report* bagi Staf *Pubic relations* di Pusat Survei Geologi.

Data penelitian kualitatif yang berhasil dikumpulkan merupakan data deskriptif yang berupa kata, kalimat, pernyataan dari narasumber atau informan langsung, dan konsep bukan berupa angka. Penelitian kualitatif merupakan metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap melibatkan upaya-upaya yang penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan prosedur-prosedur pengumpulan data.

1.8.3 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi kepada dua bagian, yaitu sebagai berikut:

- a. Sumber data primer, yang menjadi sumber rujukan pertama dan utama yaitu para staf atau anggota Divisi Humas Pusat Survei Geologi Jl Diponegoro no. 57 Bandung.
- b. Sumber data sekunder, data sekunder dalam penelitian ini berupa literatur dan data penunjang dimana satu sama lain saling mendukung, yaitu buku-buku, makalah, tesis dan sumber ilmiah lain yang berhubungan dengan karya ilmiah ini.

1.8.4 Teknik Pemilihan Informan

Peneliti menggunakan teknik penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan. Pertimbangan ini misalnya orang yang dijadikan narasumber merupakan orang yang dianggap paling tahu dan mengerti tentang apa yang diharapkan peneliti sehingga memudahkan peneliti menjelajahi situasi yang akan diteliti. Narasumber yang dijadikan objek penelitian merupakan orang yang

berkaitan langsung dan memiliki pengetahuan di bidangnya, yaitu Staf Divisi Humas yang melakukan kegiatan penulisan *Annual report*.

Subjek penelitian yang dijadikan sebagai informan adalah Humas Pusat Survei Geologi Jl. Diponegoro No. 57 Bandung dengan kriteria:

- a. Informan adalah Staf Divisi Humas Pusat Survei Geologi. Peneliti menentukan kriteria ini dengan alasan bahwa informan merupakan individu-individu yang berhubungan langsung dalam kegiatan kehumasan.
- b. Informan adalah Staf Divisi Humas Pusat Survei Geologi yang memiliki masa kerja minimal 3 Tahun. Peneliti menganggap bahwa dalam jangka waktu selama 3 tahun seseorang yang berkerja di bidang Humas sudah dapat memahami fungsi dan ruang lingkup kerja *public relations*.
- c. Informan adalah Staf Pusat Survei Geologi yang paham atau ikut terlibat dalam pembuatan *annual report* yang sesuai dengan penelitian yang dikaji yaitu mengenai makna *annual report* bagi Staf *Pubic Relations*.

1.8.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk menghimpun data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Observasi Partisipatori Pasif

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang difokuskan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan fenomena penelitian, fenomena ini mencakup interaksi (perilaku) dan percakapan yang terjadi diantara subjek yang diteliti. “Karl Weick mendefinisikan observasi sebagai

pemilihan, perubahan, pencatatan, dan pengodean serangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan organisme *in situ*, sesuai dengan tujuan-tujuan empiris” (Rakhmat, 2007: 24).

Pengamatan langsung di lapangan akan diterapkan oleh peneliti dalam rangka untuk mendapatkan data dan fakta yang berkembang di lapangan. Peneliti mengamati kegiatan *public relations* dalam menerapkan *public relations writing*

Peneliti menerapkan observasi partisipatori pasif, yaitu peneliti terjun langsung ke lapangan dalam memperoleh informasi dan data yang diperlukan namun tidak ikut terlibat dalam kegiatan *PR writing* terutama dalam pembuatan *annual report*. Observasi partisipatori pasif menurut Marshall “*Mean the research is present at the scene of action but does not interact or participate*” (Sugiyono, 2011: 27).

Teknik observasi partisipatori pasif digunakan peneliti selain mengingat bahwa dalam pembuatan *annual report* di Pusat Survei Geologi membutuhkan informasi-informasi yang jelas sesuai dengan tahapan regulasi yang ada dan biasanya di buat oleh pihak internal yaitu Divisi Humas Pusat Survei Geologi, peneliti juga ingin mendapatkan data observasi yang alami dan sesungguhnya (*real*) sesuai objek penelitian yaitu Staf Divisi Humas Pusat Survei Geologi

b. Wawancara Mendalam

Wawancara merupakan bentuk komunikasi dua arah yang dilakukan biasanya oleh dua orang secara tatap muka langsung. Kegunaan dari teknik

ini yaitu selain memperoleh data otentik, peneliti dapat menganalisis dan mengamati respon yang ditunjukkan informan, baik dari mimik wajah maupun *gesture* tubuh. “Wawancara mendalam (*intensive/depth interview*) adalah teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam” (Ardianto, 2010: 178).

Lincoln dan Guba dalam Sanipah Faisal, mengemukakan 7 langkah dalam penggunaan wawancara untuk mengumpulkan data dalam penelitian kualitatif, yaitu:

- 1) Menetapkan kepada siapa wawancara itu dilakukan
- 2) Menyiapkan pokok-pokok masalah yang akan menjadi bahan pembicaraan
- 3) Mengawali atau membuka alur wawancara
- 4) Melangsungkan alur wawancara
- 5) Mengkonfirmasi ikhtisar hasil wawancara dan mengakhirinya
- 6) Menuliskan hasil wawancara ke dalam catatan lapangan
- 7) Mengidentifikasi tindak lanjut hasil wawancara yang telah diperoleh (Sugiyono, 2011: 235)

Alasan yang mendasari penggunaan teknik wawancara mendalam yang dilakukan kepada Staf *Public Relations* Pusat Survei Geologi, karena peneliti ingin memahami data secara otentik dan terbuka sehingga peneliti dapat menganalisa data dan informasi mengenai *annual report* secara tajam dengan referensi yang kaya. Beberapa pertanyaan yang akan diajukan peneliti diantaranya:

- 1) Pertanyaan tentang Motif
 - a) Motif apa yang melatar belakangi pembuatan *annual report*?

b) Motif apa yang menjadi acuan atau tujuan dalam pembuatan *annual report*?

2) Pertanyaan tentang Pemahaman

a) Bagaimana pemahaman tentang *annual report*?

b) Bagaimana deskripsi mengenai *annual report*?

3) Pertanyaan tentang Makna

a) Apa Makna *annual report*?

b) Mengapa *annual report* menjadi begitu penting?

c) Apa esensi dari *annual report*?

c. Studi Dokumen

Studi dokumen merupakan salah satu sumber pengumpulan data dimana sumber sekunder ini diperoleh dari beberapa dokumen, buku, surat kabar, internet dan dokumen-dokumen lain yang terkait penelitian, seperti *PR writing* dan *annual report*, sehingga peneliti dapat melakukan analisa lebih tajam dari berbagai data dan informasi yang diperoleh “Data adalah bahan keterangan tentang sesuatu obyek penelitian yang lebih menekankan pada aspek materi, segala sesuatu yang hanya berhubungan dengan keterangan tentang suatu fakta yang ditemui peneliti di daerah penelitian” (Bungin, 2001: 123).

Peneliti mengacu pada buku-buku maupun literatur yang berhubungan dengan penelitian terutama seperti laporan tahunan atau *annual report*, sehingga dalam penelitian ini tidak hanya berdasarkan pandangan peneliti, melainkan diperkaya dengan adanya kontribusi dari

buku-buku, laporan literatur dan dokumen-dokumen lain yang terkait penelitian.

1.8.6 Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa kualitatif, yaitu metode penelitian yang memiliki fokus kompleks dan luas bersifat subyektif dan menyeluruh. Analisis data kualitatif dimulai dengan menganalisis berbagai data yang didapat penulis dari lapangan yaitu berupa kalimat-kalimat atau pernyataan-pernyataan, dokumen-dokumen maupun catatan. Salah satu yang dianjurkan ialah mengikuti langkah seperti yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman dalam Bungin (2001: 145) yaitu sebagai berikut:

a. Reduksi data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian dan pentransformasi data kasar dari lapangan. Proses ini berlangsung selama penelitian dilakukan, bermula dari awal sampai akhir periode penelitian.

Peneliti melakukan reduksi data dengan cara membuat ringkasan data, menelusuri temuan yang tersebar mengenai *annual report* dari hasil wawancara dengan informan dan studi literatur, kemudian membuat gugus atau merumuskan memo sebagai dasar penyajian informasi data dan analisis selanjutnya. Analisis secara kualitatif terhadap hasil wawancara, kemudian peneliti melakukan interpretasi secara mendalam mengenai hubungan antara teori dan fakta yang terjadi dan mengikutsertakan

kutipan-kutipan (*direct quotations*) dari para narasumber (Bungin, 2001: 145).

b. Penyajian data

Sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan untuk mengambil simpulan dan pengambilan data berupa tabel dan bagan, tujuannya adalah untuk memudahkan membaca dan mengambil simpulan dan saran yang tepat, oleh karena itu sajian data harus tertata secara apik.

Peneliti melakukan penyajian data dengan menyusun sekumpulan informasi tentang *annual report* menjadi suatu pernyataan yang memungkinkan penarikan simpulan dan pengambilan tindakan. Peneliti menyajikan data kualitatif dalam bentuk teks naratif, yang pada mulanya terpecah dan terpisah menurut sumber informasi dan saat diperoleh informasi itu, kemudian peneliti membuat klasifikasi menurut isu dan kebutuhan analisis.

Tujuan dari tahap ini adalah membuat data tersistematis dan menyederhanakan informasi yang beragam dalam kesatuan bentuk yang disederhanakan, selektif atau konfiguratif sehingga lebih mudah dipahami. Langkah ini memungkinkan peneliti memahami hal-hal yang terjadi dan sedang terjadi yang muncul dalam kurun waktu penelitian dilakukan (Bungin, 2001: 145).

c. Mengambil Simpulan/ Verifikasi

Peneliti menggunakan penelitian kualitatif memutuskan apakah makna sesuatu, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi

yang memungkinkan. Kesimpulan penelitian diambil berdasarkan reduksi dan penyajian data yang telah peneliti lakukan di tahap sebelumnya. Tahap awal simpulan masih bersifat longgar, kemudian diringkas lagi menjadi rinci dan mengakar. Simpulan yang masih longgar yang sudah dirumuskan pada tahap reduksi data, disimpulkan lagi pada tahap penyajian dan akhirnya menjadi final pada tahap penarikan simpulan (Bungin, 2001: 145).

Proses analisis data dilakukan secara terus menerus dan menggunakan metode induktif karena itu penelitian ini tidak membuktikan hipotesis, tetapi lebih merupakan pembentukan abstraksi berdasarkan bagian-bagian yang telah dikumpulkan dan dikelompokkan. Berdasarkan proses ini, data dapat ditafsirkan dan diolah menjadi hasil penelitian.

Tahap reduksi dan penyajian data merupakan pengumpulan informasi yang tersusun dan memberikan kemungkinan adanya penarikan simpulan dan pengambilan tindakan, sedangkan tahap kesimpulan atau verifikasi merupakan makna-makna yang muncul dari data, data yang terhimpun harus diuji kebenarannya atau validitasnya.

1.8.7 Validasi Data

Teknik validasi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi data. Triangulasi menurut Patton dalam Moleong (2012:330) menjelaskan bahwa triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain, diluar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

Peneliti melakukan validasi data menggunakan triangulasi teknik dalam Sugiyono (2011: 242), triangulasi teknik yaitu mengumpulkan data dengan menanyakan hal yang sama melalui teknik yang berbeda. Pengumpulan data dilakukan kepada informan yaitu Staf Divisi Humas Pusat Survei Geologi dengan melakukan wawancara mendalam, observasi partisipan pasif, dan dokumentasi.

Peneliti juga melakukan validasi data menggunakan triangulasi dengan sumber, dalam Sugiyono (2011:242), teknik triangulasi sumber adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menanyakan hal yang sama melalui sumber yang berbeda, penelitian ini dilakukan di Pusat Survei Geologi Jl. Diponegoro no. 57 Bandung kepada:

- a. Bidang Tata Usaha Pusat Survei Geologi
- b. Bidang Informasi Pusat Survei Geologi

Teknik pemeriksaan keabsahan data dan sumber data dilakukan dengan membandingkan dengan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif, yang dapat dicapai dengan:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi
- c. Mengecek konsistensi dari apa yang orang katakan mengenai hal yang sama dalam waktu yang berbeda
- d. Membandingkan perspektif seseorang dari sudut pandang yang berbeda
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang

4	Tahap Keempat : Sidang Skripsi									
	Bimbingan Akhir Skripsi									
	Sidang Skripsi									
	Revisi Skripsi									

Tabel 1.2
Rencana Jadwal Penelitian

