

**PERAN HUMAS DALAM MENCAPAI FILOSOFI  
METAMORFOSIS ORGANISASI**



**Oleh :**

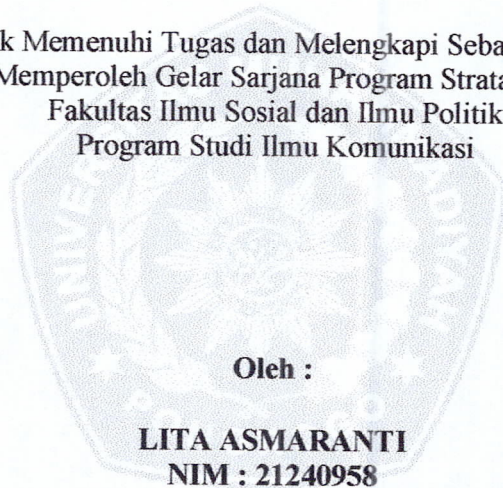
**NAMA: LITA ASMARANTI  
NIM : 21240958**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2023**

**PERAN HUMAS DALAM MENCAPAI FILOSOFI METAMORFOSIS  
ORGANISASI**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Sebagian Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1)  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Komunikasi



**Oleh :**

**LITA ASMARANTI  
NIM : 21240958**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2023**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas oleh Lita Asmaranti / 21240958 ini,  
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

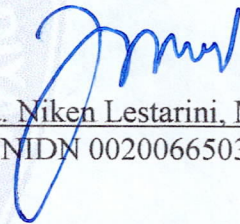
Ponorogo, 26 Januari 2023

Pembimbing I

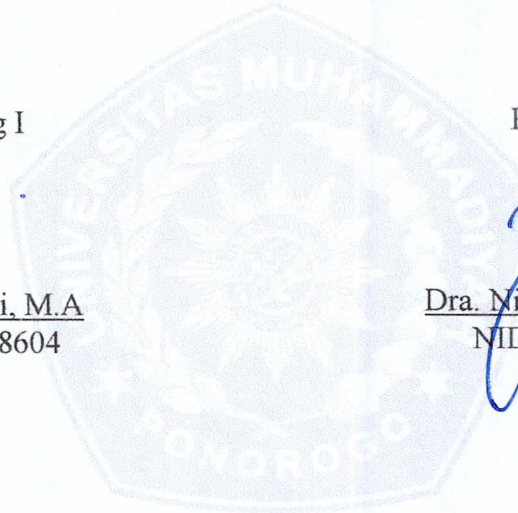


Krisna Megantari, M.A  
NIDN. 0724048604

Pembimbing II



Dra. Niken Lestarini, M.Si  
NIDN 0020066503



## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas oleh Lita Asmaranti / 21240958 ini,

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada Hari : Selasa

Tanggal : 07 Februari 2023

Pukul. : 11.00-12.00 WIB

### DEWAN PENGUJI

Penguji I

Deny Wahyu Tricana, M.IKom  
NIDN. 0707078204

Penguji II

Dra. Niken Lestarini, M.Si  
NIDN. 0020066503

Penguji III

Krisna Megantari, M.A  
NIDN. 0724048604

Mengetahui  
Dekan,



Ayub Dwi Anggoro, Ph.D  
NIK : 1986032520130912

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena dengan rahmat, karunia, serta hidayah-Nya saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Strata-1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Muhammadiyah.

Selama masa pengerjaan skripsi ini peneliti mendapat banyak doa dan dukungan serta bantuan dari orang-orang sekitar. Peneliti ingin berterima kasih kepada Keluarga yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, dan doa tiada henti.

Saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada keluarga saya suami Yayan Harfiyan Husaini dan anak-anak saya Shallu, Farthir, Rafif, Umair dan saudara-saudara saya yang selalu mendoakan saya, beserta semua pihak yang telah terlibat dalam penyusunan skripsi ini, semoga semua kebaikan mereka mendapat ridho Allah SWT.

Serta semua yang telah membantu saya yang tidak dapat disebutkan satu per satu Akhirul kalam, penulis menyadari bahwa makalah ini masih jauh dari sempurna. Besar harapan penulis agar pembaca berkenan memberikan umpan balik berupa kritik dan saran. Semoga laporan ini bisa memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Aamiin.

Ponorogo, 26, Januari 2023

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya Yang bertanda Tangan dibawah ini

Nama : Lita Asmaranti

Alamat : Kaponan I, Desa Kaponan, Kecamatan Mlarak,  
Kabupaten Ponorogo

NIM : 21240958

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul **PERAN HUMAS DALAM MENCAPAI FILOSOFI METAMORFOSIS ORGANISASI** adalah hasil pengamatan penelitian dan observasi pemikiran serta pemaparan asli yang merupakan hasil karya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberi kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat sesuai dengan desain penulisan.

Demikian Pernyataan ini saya nyatakan secara benar dan penuh tanggung jawab dan integritas

Ponorogo, 26 Januari 2023

Yang menyatakan



Lita Asmaranti

## DAFTAR ISI

<i>COVER</i> .....	1
<i>JUDUL</i> .....	2
<i>HALAMAN PERSETUJUAN</i> .....	3
<i>HALAMAN PENGESAHAN</i> .....	4
<i>KATA PENGANTAR</i> .....	5
<i>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH</i> .....	6
<i>DAFTAR ISI</i> .....	7
<i>BAB I</i> .....	8
<i>PENDAHULUAN</i> .....	8
<i>1.1 Latar Belakang</i> .....	8
<i>1.2 Rumusan Masalah</i> .....	9
<i>1.3 Tujuan</i> .....	9
<i>BAB II</i> .....	11
<i>KAJIAN PUSTAKA</i> .....	11
<i>2.1 Kajian Pustaka</i> .....	11
<i>2.2 Tinjauan Pustaka</i> .....	13
<i>BAB III</i> .....	17
<i>KESIMPULAN DAN SARAN</i> .....	17
<i>3.1 Kesimpulan</i> .....	17
<i>3.2 Saran</i> .....	17
<i>DAFTAR PUSTAKA</i> .....	18

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### ***1.1 Latar Belakang***

Organisasi pada dasarnya digunakan sebagai tempat atau wadah dimana orang-orang berkumpul, bekerjasama secara rasional dan sistematis, terencana, terorganisir, dipimpin, dan terkendali, dalam memanfaatkan sumber daya (uang, material, mesin, metode, lingkungan), sarana-prasarana, data, dan lain sebagainya yang digunakan secara efisien dan efektif untuk mencapai tujuan organisasi. Untuk mencapai suatu tujuan, suatu organisasi tidak langsung dapat menjadi besar atau terkenal. Ada proses yang dilalui, seperti bagaimana ulat bermetamorfosa menjadi kupu-kupu yang disini dapat kita jadikan sebagai filosofi organisasi.

Organisasi merupakan sebuah kesatuan yang utuh dan kompleks. Didalamnya terdapat berbagai elemen yang saling berkaitan. Antara elemen memerlukan interaksi agar organisasi sebagai sistem dapat mencapai tujuannya. Akan tetapi organisasi tidak luput dari permasalahan baik masalah dari internal maupun eksternal organisasi yang menyebabkan sulit berkembangnya suatu organisasi.

Masalah internal dapat muncul karena adanya masalah antar karyawan, kurangnya koordinasi baik antar pimpinan, pimpinan ke karyawan ataupun suasana kerja yang kurang kondusif. Sedangkan masalah eksternal bisa dari persaingan antar organisasi.

Humas adalah salah satu aspek dari elemen organisasi untuk ikut serta membantu mengelola interaksi organisasi dengan komponen-komponennya.



Peran utama seorang humas adalah membangun citra positif tempatnya bernaung di mata publik. Maka dari itu, seorang humas wajib untuk memahami secara detail seluk beluk dan segala informasi yang berkaitan dengan perusahaan atau organisasinya. Menurut Effendy, Uchjana [6], humas menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan **organisasi**, membina hubungan harmonis antara **organisasi** dan publik, menciptakan komunikasi timbal balik dengan menyebarkan informasi dari **organisasi** dan menyalurkan opini publik kepada organisasi, serta melayani publik, memberikan masukan pada organisasi untuk kepentingan umum.

### ***1.2 Rumusan Masalah***

1. Bagaimana humas dapat membuat suatu organisasi dapat bermetamorfosa/ merubah citra organisasi sesuai filosofi organisasi?
2. Apa strategi yang dapat digunakan oleh humas dalam membangun citra organisasi?

### ***1.3 Tujuan***

Kesuksesan sebuah organisasi sangat ditentukan oleh keberhasilan seorang humas atau publik relations dalam mempertahankan reputasi, citra positif di masyarakat. Seperti saat ini, keterbukaan akan informasi ke pada publik menjadi hal yang sudah umum adanya. Namun, tentunya peran humas sangat krusial. Dalam hal ini humas harus memberikan informasi berdasarkan fakta dan keakuratan tentang segala informasi dalam sebuah organisasi. Tentunya dengan

penyampaian yang benar dan tetap menjunjung tinggi etika maka informasi itu akan bisa diterima dengan mudah oleh publik.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### *2.1 Kajian Pustaka*

Pengertian organisasi menurut Edgar Schein: "Suatu organisasi adalah koordinasi yang rasional dari aktivitas-aktivitas sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan yang jelas, melalui pembagian kerja dan fungsi dan melalui jenjang wewenang dan tanggung jawab

Cyril Soffer: "Organisasi adalah perserikatan orang-orang yang berkelompok bersama-sama sekitar pencapaian tujuan tertentu

Alvin Brown: "Organisasi merumuskan bagian pekerjaan yang diharapkan dilakukan masing-masing anggota dari suatu badan dan hubungan-hubungan di antara para anggota dengan maksud agar usaha bersama mereka akan menjadi paling efektif bagi tujuan badan usaha persekutuan komanditer, perseroan terbatas itu seperti dengan penyelenggara Negara" [5]

Dalam arti luas, filosofi adalah kegiatan yang dilakukan orang ketika mereka berusaha memahami kebenaran mendasar tentang diri mereka sendiri, dunia tempat mereka tinggal, dan hubungan mereka dengan dunia dan satu sama lain. Filosofi adalah cara berpikir tentang subjek tertentu seperti etika, pemikiran, keberadaan, waktu, makna dan nilai. [1]

Edward L. Bernays menyatakan bahwa Humas adalah suatu manajemen yang berfungsi untuk memberikan penjelasan kepada masyarakat atau publik, membujuk secara langsung kepada masyarakat supaya dapat mengubah sikap dan tindakan, berusaha mengintegrasikan tindakan dan sikap dari suatu masalah yang

terjadi dengan masyarakat serta dari masyarakat terhadap suatu masalah tersebut.

Cutlip, Center, dan Broom mereka menyatakan bahwa Humas adalah suatu fungsi manajemen yang dibentuk untuk menciptakan dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang bisa menghasilkan dampak positif terhadap keberhasilan atau kegagalan dalam sebuah organisasi.

Menurut W. Emerson Rec, Humas adalah sebuah hal yang berkesinambungan dari proses penetapan suatu penentuan pelayanan, sikap, dan kebijaksanaan yang disesuaikan dengan kepentingan dari orang banyak atau kelompok supaya orang atau lembaga tersebut mendapatkan kepercayaan dan sebuah citra positif dari mereka (orang banyak atau kelompok).[4]

Menurut Howard Bonham, Humas adalah seni yang bertujuan untuk membangun sebuah pengertian publik agar menjadi lebih baik dengan harapan agar rasa percaya publik atau pemberdayaan terhadap sebuah lembaga atau organisasi lebih tinggi.

Crisis Public Relations: Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan (2009) karya Firsan Nova: Membuat analisis tren masa depan serta akibatnya bagi organisasi. Melakukan riset pendapat, sikap, serta harapan publik terhadap organisasi. Menciptakan serta membina komunikasi dua arah, antara organisasi dengan publik, yang didasarkan pada kebenaran serta informasi yang utuh. Mencegah konflik serta salah pengertian. Mengusahakan untuk memperoleh laba yang maksimal. Memberi saran atau masukan tentang tindakan yang perlu dilakukan [2]

Tugas-tugas humas menurut Hadari Nawawi dan Martini Hadari, 1994, 193 yaitu:

- Menyebarluaskan informasi tentang suatu gagasan “idea”, agar diketahui maksud atau tujuannya dan manfaatnya oleh berbagai pihak di masyarakat.
- Mempersiapkan bahan-bahan yang up to date mengenai sesuatu yang akan dikomunikasikan pemimpin pada masyarakat atau pihak-pihak tertentu dalam kegiatan pidato, wawancara, menyajikan ceramah, pemasaran seminar dan lain-lain. Bahan tersebut bahkan dapat berbentuk konsep atau makalah yang sebelumnya telah dibaca dan diketahui isinya oleh pimpinan.
- Memberikan kejelasan tentang informasi yang telah disampaikan administrator/pemimpin pada masyarakat atau pihak-pihak yang terkait.
- Menyusun dan mengembangkan rencana yang berhubungan dengan pelayanan masyarakat “public service” yang disampaikan pada administrator/pemimpin untuk mendapatkan persetujuan [3]

## ***2.2 Tinjauan Pustaka***

### ***2.2.1 Filosofi organisasi***

Organisasi adalah sekumpulan orang atau kelompok untuk mencapai tujuan tertentu, yang dimana ada aturan dan sistem yang dijalankan. Bagian-bagian dari organisasi menjalankan sistem yang telah diatur untuk mewujudkan tujuan organisasi. Adanya hal tersebut wajar karena tujuan atau maksud bersama yang dibangun pada saat berdirinya sebuah organisasi. Oleh karena itu setiap masing-masing anggota organisasi harus paham dan teliti dalam menjalankan pembangunan visi dan misi organisasi.

Filosofi organisasi adalah tolak ukur organisasi atau perusahaan agar organisasi dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan tujuan dibentuknya organisasi atau patokan yang dijadikan tolak ukur organisasi dalam suatu badan ataupun perusahaan agar perusahaan tersebut berjalan dengan baik. Pada dasarnya, filosofi organisasi mencakup rencana awal operasi dari organisasi atau perusahaan. Filosofi ini menjelaskan apa tujuan umum dari dibentuknya organisasi atau perusahaan. Ini juga menggambarkan nilai dan tujuan mana yang paling penting bagi perusahaan. Memiliki filosofi organisasi yang baik dan solid adalah salah satu cara yang baik untuk memandu anggota organisasi dalam pengambilan keputusan selain itu juga dapat menjadi alat untuk memperkuat branding organisasi dan dapat membuat membuat suasana kerja lebih menyenangkan. Begitu sebuah organisasi menciptakan filosofi organisasi, maka harus memperkenalkan dan menanamkan filosofi organisasi kepada anggota. Memiliki filosofi organisasi yang sehat adalah landasan untuk mencapai tujuan organisasi. Proses mengembangkan, dan memahami filosofi organisasi dapat membantu membangun organisasi yang kohesif dan produktif sehingga dapat melewati setiap tantangan yang mungkin dihadapinya.

### *2.2.2 Metamorfosa Organisasi*

Secara umum arti metamorfosa adalah perubahan bentuk. Sedangkan metamorfosa organisasi adalah perubahan terhadap perilaku dan budaya organisasi yang dapat mengakibatkan perubahan terhadap organisasi dan hasil yang didapat oleh organisasi sesuai filosofi organisasi. Dalam perjalanannya organisasi tidaklah langsung menjadi besar atau terkenal. Ada proses yang dilalui sehingga suatu organisasi bisa menjadi seperti apa sesuai tujuan organisasi

### *2.2.3 Peran Humas Dalam Mendukung Metamorfosa Organisasi*

Peran utama seorang humas adalah membangun citra positif dan kepercayaan terhadap organisasi atau perusahaan di mata publik. Maka dari itu, seorang humas wajib untuk memahami semua hal dan segala informasi yang berkaitan dengan perusahaan atau organisasinya. Humas memiliki peran dalam menciptakan citra baik organisasi, mengkomunikasikan segala bentuk informasi tentang organisasi baik kepada semua stake holders.

Apabila terjadi masalah di suatu organisasi, maka humas harus segera memberikan pernyataan kepada publik agar citra perusahaan tetap terjaga. Peralnya, kesuksesan suatu organisasi atau perusahaan dalam membangun reputasi yang positif ada di tangan seorang humas.

Untuk menyampaikan pernyataan atau membangun citra untuk organisasi atau perusahaan, humas dapat menggunakan berbagai macam media. Baik media konvensional ataupun media baru. Media konvensional termasuk didalamnya adalah media cetak maupun elektronik. Media cetak adalah

sebuah media yang dibuat memakai bahan dasar kertas (bisa juga dengan kain) yang bertujuan untuk menyampaikan pesan atau informasi. Contoh media cetak adalah koran, majalah dan tabloid. Bisa juga menggunakan flyer, pamflet, booklet, leaflet, poster, spanduk. Sedangkan untuk media elektronik adalah televisi dan radio.

Sedangkan media baru adalah media yang menggunakan sarana komunikasi yang menggunakan teknologi digital. Termasuk didalamnya adalah sosial media, surat kabar online, game online. Dan yang paling mudah seorang humas dapat menggunakan sosial media sebagai sarana untuk membangun branding organisasi atau perusahaan. Sosial media antara lain Facebook, Instagram, Youtube, Tiktok.



## **BAB III**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### ***3.1 Kesimpulan***

- a) Humas adalah ujung tombak bagi organisasi atau perusahaan untuk menciptakan citra positif perusahaan atau organisasi. Humas mengkomunikasikan tentang organisasi baik kepada publik, klien, maupun investor dengan tujuan tercapainya filosofi organisasi. Humas dapat mengawal organisasi sehingga dapat bermetamorfosa sesuai visi dan misi organisasi.

#### ***3.2 Saran***

- a ) Humas harus menguasai seluk beluk organisasi. Hal ini akan memudahkan humas dalam memberikan jawaban atau memberikan informasi kepada publik
- b) Seorang humas juga harus kreatif, karena kreatif merupakan komponen yang penting dari sukses atau tidaknya branding organisasi atau perusahaan.
- c) Seorang humas harus mempunyai kemampuan berkomunikasi yang baik, bisa menjalin relasi, serta mempunyai kemampuan manajemen krisis dan manajemen waktu.
- d) Seorang humas harus menguasai teknologi terkini ( dalam arti tidak gagap teknologi)

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] *Filosofi dan filsafat, ketahui pengertian dan cabangnya* Anugerah Ayu Sendari, 28 Jun 2021, [www.liputan6.com](http://www.liputan6.com)
- [2] *Mengenal Fungsi Humas dalam Organisasi*, *Kompas.com* 9/12/2021
- [3] *Pengertian Humas – Tugas, Tujuan, Prinsip, Fungsi, Kegiatan, Manfaat, Media, Para Ahli Oleh samhis setiawan*, 3 Desember 2022, [www.gurupendidikan.co.id](http://www.gurupendidikan.co.id)
- [4] *Hubungan masyarakat*, 8 Januari 2023, [id.wikipedia.org/wiki/Hubungan masyarakat](https://id.wikipedia.org/wiki/Hubungan_masyarakat)
- [5] *Organiasi*, 8 Januari 2023, [id.wikipedia.org](https://id.wikipedia.org)
- [6] Effendi, O. U., & Surjaman, T. (1986). *Dinamika komunikasi*. Remadja Karya.