

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Komunikasi

a) Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu proses interaksi antara sesama makhluk Tuhan baik dengan menggunakan simbol-simbol, sinyal-sinyal, maupun perilaku dan tindakan. Pengertian komunikasi ini paling tidak melibatkan dua orang atau lebih dengan menggunakan cara-cara berkomunikasi yang biasa dilakukan oleh seseorang seperti melalui lisan, tulisan maupun sinyal-sinyal non verbal (Zamzami, 2021).

b) Jenis-Jenis Komunikasi

Secara umum jenis komunikasi dibagi menjadi dua, yakni komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal.

1) Komunikasi Verbal

Menurut Djoko Purwanto dalam (Mukarom, 2020) mengartikan komunikasi verbal atau *verbal communication* adalah salah satu bentuk komunikasi yang disampaikan kepada pihak penerima melalui lisan atau tulisan. Contoh komunikasi verbal yakni berbicara dengan orang lain, melakukan presentasi, membaca surat kabar, mendengarkan radio serta menonton televisi. Dengan adanya komunikasi verbal ini diharapkan orang akan memahami pesan yang disampaikan komunikator secara apa adanya. Dan komunikasi diharapkan membaca atau mendengar apa yang dikatakan.

2) Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal memiliki bentuk komunikasi yang sifatnya kurang terstruktur sehingga cenderung sulit untuk dipelajari. Hal tersebut dikarenakan adanya perbedaan daerah, pendidikan, runag lingkup sosial yang berdampak pada perbedaan latar belakang, sehingga menyebabkan penafsiran atas sesuatu yang tidak samapula (Mukarom, 2020). Meskipun demikian komunikasi nonverbal tetaplah menjadi suatu kondisi yang harus dipelajari. Pentingnya komunikasi nonverbal antara lain :

- a. Penyampaian pesan yang didasarkan akan perasaan dan emosi akan sangat kelihatan alami
- b. Dengan memperhatikan isyarat nonverbal seseorang dapat mendeteksi atau mengaskan kejujuran pembicara
- c. Bersifat efisien

Bentuk-bentuk komunikasi non verbal yakni isyarat, simbol, warna, gesture, mimik muka, intonasi suara, dsb.

2. Public Relations

a) Pengertian Public Relations

Public relations adalah disiplin ilmu yang menangani reputasi, dengan tujuan memperoleh pemahaman, dukungan, dan mempengaruhi opini serta perilaku. *Public relations* adalah usaha yang terencana dan

berkesinambungan untuk membangun dan mempertahankan hubungan baik serta saling pengertian antara sebuah organisasi dengan publiknya (Gregory, 2022).

Menurut Keller & Kotler perusahaan tidak hanya harus berhubungan secara konstruktif dengan pelanggan, pemasok, dan penyalur. Melainkan juga harus berhubungan dengan sejumlah besar masyarakat yang berkepentingan. *Public relations* meliputi berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan dan masing-masing produknya. Sedangkan menurut Frank Jefkins dalam (Bsi, 2018) "*Public relations* yaitu sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik ke dalam maupun ke luar organisasi dengan publiknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang dilandaskan pada saling pengertian. Selanjutnya menurut J.C Seidel mengatakan bahwa "*Public relations* adalah proses kontinu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh *goodwill* (itikad baik) dan pengertian dari pelanggan, pegawai, dan publik yang lebih luas (Bsi, 2018).

b) Ruang Lingkup *Public Relations*

Menurut Dozier & Broom buku Manajemen *Public Relations* & media komunikasi: konsepsi & aplikasi, ruang lingkup *public relations* dalam sebuah organisasi atau lembaga antara lain meliputi :

1. Membina hubungan ke dalam (*public internal*)

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

2. Membina hubungan keluar (*public eksternal*)

Yang dimaksud dengan *public eksternal* yakni *public* umum (masyarakat) yang mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran *public* yang positif terhadap lembaga yang diwakili.

c) Peran dan Fungsi *Public Relations*

Menurut Ibid dalam empat peran utama humas adalah sebagai berikut :

1. Sebagai *cummunicator* atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publik
2. Membina *relationship* yakni berupaya membina hubungan positif dan saling menguntungkan dengan pihak publik
3. Perananan *back up* pariwisata, yakni sebagai pendukung dalam fungsi pariwisata organisasi atau perusahaan
4. Membentuk *corporate image*, yang artinya peranan humas berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya

Sedangkan fungsi dari *public relations* menurut Edward L. Benay terdapat tiga utama fungsi humas, yakni :

1. Memberikan penerangan kepada masyarakat
2. Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung
3. Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan atau lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya

Dari penjelasan di atas mengenai peran dan fungsi *public relations* maka dapat disimpulkan bahwa peran dari *public relations* yakni untuk membangun citra baik organisasi, lembaga, perusahaan, bahkan pemerintah. Sedangkan fungsi dari *public relations* yakni sebagai upaya untuk memberikan informasi kepada publik secara sistematis.

B. Studi Literatur

Menurut M. Nazir dalam bukunya yang berjudul *Metode Penelitian dalam* (Salmaa, 2023) mengartikan studi literatur atau studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan penelitian yang akan dilakukan. Sedangkan menurut J. Supranto yang dikutip Ryslan dalam bukunya *metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, studi kepustakaan adalah dilakukan mencari data atau informasi riset melalui membaca jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahan-bahan publikasi yang tersedia di perustakaan menurut Ruslan dalam (Salmaa, 2023). Dalam penyusunan proyek ini tentunya peneliti melakukan studi literatur sebagai teknik untuk mengumpulkan informasi yang sesuai dengan proyek yang diangkat oleh peneliti. Beberapa literatur yang relevan dengan proyek peneliti yakni sebagai berikut :

1. Adli & Leti Karmila tahun 2022 dalam *Jurnal Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam* yang berjudul *Manajemen Komunikasi Bencana Dalam Pencegahan kebakaran Lahan Gambut di Sumatera Selatan*, Vol. 13 No.2.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi manajemen komunikasi bencana dalam rangka pencegahan kebakaran lahan gambut di wilayah Sumatera Selatan. Penelitian ini juga diharapkan menjadi rujukan dalam mengevaluasi kebijakan terutama tentang komunikasi bencana dalam pencegahan kebakaran lahan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan evaluatif. Teknik pengumpulan data melalui metode wawancara mendalam, observasi lapangan dan dokumentasi. Alur penentuan informan menggunakan metode purposive sampling dengan subjek penelitian yakni Badan Nasional Penggulan Bencana Provinsi Sumatera Selatan dan lembaga lain yang terait.

Hasil penelitian ini berupa manajemen komunikasi bencana yang telah dilaksanakan oleh BPBD Sumatera Selatan telah dapat memberikan informasi yang memadai dalam upaya pencegahan kebakaran lahan gambut. Proses ini dapat dilihat dari unsur-unsur manajemen komunikasi bencana yang dimulai dari perencanaan pencegahan, peorganisasian tim yang terlibat dalam proses pencegahan, pelaksanaan upaya pencegahan yang terdiri dari kegiatan sosialisasi baik secara langsung maupun menggunakan media massa dan media sosial serta kegiatan lain yang mendukung, dan yang terakhir kegiatan evaluasi yang dilakukan oleh BPBD baik pada kegiatan tahunan dan bulanan. Meskipun upaya pencegahan telah dilakukan secara maksimal, namun kendala yang masih menjadi tantangan bagi tim adalah mengupayakan pemilik lahan terhadap dampak daripada asap sehingga mengurangi pembakaran meski alas dasar lahan milik pribadi.

2. Adita Miranti, Audito Anindya Bayu Aji, & Raja Satria Wibawa tahun 2021 dalam *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* yang berjudul *Strategi*

Komunikasi Bencana Dalam Kesiapan Membangun Mental perempuan Dalam Menghadap Bencana Kebakaran Pada Anggota PKK RW 06 Kranji, Puwokerto Timur.

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman ibu-ibu tentang SOP keamanan dapur dan meningkatkan pengetahuan cara mengatasi kebakaran yang biasa terjadi di dalam rumah atau dapur. Metodologi pelaksanaan meliputi identifikasi masalah, sosialisasi dan praktik, pembahasan dan evaluasi, publikasi hasil dan pengembangan metode. Hasil dari penelitian dalam bentuk sosialisasi siaga tanggap bencana yang diselenggarakan oleh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Purwokerto bersama Tim Purwokerto Rescue berjalan efektif. Pemahaman dan pengetahuan ibu-ibu sebagai peserta sosialisasi semakin meningkat. Selain itu, kegiatan semacam ini diharapkan dilakukan secara berkesinambungan untuk mendapatkan hasil yang optimal.

