

Imron Rosyidi
UIN SGD Bandung

URGENSI HUMAN RELATIONS DALAM KEGIATAN PUBLIC RELATIONS

Abstract

The core point of human relations has been hospility, respect, emphaty and honesty. Human relations may be implemented as a wide range of human interactions including business, government, school and other social institutions. Human relation has been a way by which a manager encourage staffs to work together with such productive maneuvers to produce a symbiotic complementary. This approach is necessary for a manager in an attempt to orient staffs in achieving corporate goals. This will certeanly lead to overall success of both individuals and corporate.

خلاصة

من جواهر علاقات الإنسانية هي حسن السيرة والتسامح والإيثار و الصدق. وهي مطبقة عند جميع المعاشرة البشرية كالتجارية والحكومية والمدرسية والجمعية الخيرية. ومن المعروف انها مستعملة برؤساء الشركة للحصول على غيرة العمل عند العمال بروح التعاون الإنتاجي ويشعور الفلاح والسرور. و تُستعمل علاقات الإنسانية لتوجيه العمال لتنمية غيرة العمل وللحصول على غاية الشركة ونجاحها

Kata Kunci:

Human Relations, Public Relations, Komunikator,
Urgensi dan Perspektif Islam

Human relations seringkali diterjemahkan menjadi hubungan manusiawi yaitu teknik komunikasi yang

mempunyai ciri yang khas berupa interaksi atau komunikasi antarpersona yang sifatnya manusiawi. Karena manusia yang berinteraksi itu terdiri atas jasmani dan rohani, yang berakal dan berbudi, yang selain merupakan makhluk pribadi juga makhluk sosial, maka dalam melakukan hubungan manusiawi harus memperhitungkan diri manusia dengan segala kompleksitasnya.

Pengertian human relations ada dua, yaitu dalam arti luas dan dalam arti sempit. Pengertian human relations dalam arti luas menurut Effendy adalah Komunikasi persuasif yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain secara tatap muka dalam segala situasi dan dalam semua bidang kehidupan, sehingga menimbulkan kebahagiaan dan kepuasan hati pada kedua belah pihak. Sedangkan pengertian Human Relations dalam arti sempit adalah Komunikasi persuasif yang dilakukan seseorang kepada orang lain secara tatap muka dalam situasi kerja (*Work Situation*) dan dalam organisasi kekerjaan (*Work organization*) dengan tujuan untuk menggugah kegairahan dan kegiatan bekerja dengan semangat kerjasama. Dan kedua pengertian di atas, Human Relations dilakukan dengan komunikasi persuasif yang tiada lain, agar komunikasi berlangsung efektif¹.

Delton E. Mc Farland menyatakan menyebutkan bahwa "Human Relations may be defined as the science which studied the activities, attitude and interrelationship existing among people at work". (Hubungan manusiawi dapat didefinisikan sebagai suatu ilmu yang mempelajari kegiatan, sikap dan saling hubungan diantara orang-orang yang ada pada pekerjaan).

Sementara itu Sondang P. Siagian² mengemukakan pengertian human relations adalah keseluruhan rangkaian hubungan baik yang bersifat formal maupun informal antara atasan dengan bawahan,

¹ Effendi, *Ilmu Komunikasi dalam Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1998), h. 140.

² Siagian, 1988, h.7.

atasan dengan atasan, serta bawahan dengan bawahan lainnya yang harus dibina dan dipelihara sedemikian rupa sehingga tercipta suatu *teamwork* dan suasana kerja yang intim dan harmonis dalam mencapai tujuan.

Dalam bidang komunikasi, menurut Effendy ada empat macam teknik komunikasi yang biasa digunakan, antara lain: informatif, persuasif, koersif dan hubungan manusiawi. Menurutnya hubungan manusiawi adalah:

Interaksi antara seseorang dengan orang lain dalam segala situasi dan dalam semua bidang kehidupan. Jadi hubungan manusiawi dilakukan dimana saja: di rumah, di jalan, dalam bis, dalam kereta api dan sebagainya. Keberhasilan seseorang dalam melakukan hubungan manusiawi ialah karena ia bersifat manusiawi: ramah, sopan, hormat, menaruh penghargaan, dan lain-lain sikap yang bernilai luhur³.

Human relations merupakan keseluruhan rangkaian hubungan di dalam suatu organisasi baik secara formal dalam suasana kedinasan maupun hubungan informal dalam bentuk kunjungan kekeluargaan akan mempengaruhi terhadap meningkatnya gairah kerja dan terhadap kesungguhan orang-orang yang dalam organisasi atau perusahaan, sehingga dapat memberikan pelayanan yang baik kepada pegawai lainnya

Secara umum human relations diartikan sebagai suatu hubungan kerja yang bersifat manusiawi dalam arti hubungan yang terjadi bukan semata-mata karena aspek hubungan formal yang ada dalam organisasi antara satu pihak lain tidak memandang orang-orang yang ada di sekitarnya sebagai alat produksi, melainkan dihargai sebagai manusia sebagaimana mestinya. Oleh karena itu sebenarnya tidaklah mudah untuk mencari sebuah perkataan dalam bahasa Indonesia yang benar-benar tepat sebagai terjemahan dari istilah human relations. Ada yang menterjemahkannya menjadi "Hubungan

³ Effendi, *Op.Cit.*, h. 138-139.

Manusiawi", dan ada pula yang mengalih bahasakannya menjadi "hubungan antar manusia".

Secara harfiah terjemahan tersebut mungkin tidak salah tetapi kedua-duanya tidak mengandung makna yang sebenarnya yang dikandung oleh human relations itu. Pengertian itu seolah-olah hanya menunjukkan bahwa human relations itu adalah ilmu tentang tata cara pergaulan antara manusia. Hubungan antara orang lain yang satu dengan yang lainnya atau bahkan sebagai tehnik memperlakukan orang lain (termasuk para bawahan) untuk memanfaatkan diri atau pimpinan organisasi semata-mata. Pengertian human relations yang sebenarnya tidaklah demikian. Dalam hal ini. Effendy berpendapat bahwa :

Ciri hakiki Human Relations bukan "Human" dalam pengertian wujud manusia (*human being*), melainkan dalam makna proses rohaniah yang tertuju kepada kebahagiaan berdasarkan watak, sifat, perangai, kepribadian, sikap, tingkah laku dan lain-lain adalah aspek kejiwaan yang terdapat pada diri manusia. Karena itu, terjemahan yang paling mendekati makna dan maksud human relations adalah hubungan manusia atau hubungan insani⁴.

Berdasarkan pendapat di atas, "Human" dalam human relations tidak dapat diterjemahkan secara langsung menjadi manusia dalam arti wujud manusianya. Tetapi kata human ini dijelaskan lebih mendalam dalam makna proses kejiwaan. Dengan demikian unsur manusia dalam human relations ditinjau secara utuh baik wujud maupun kejiwaan yang melekat pada diri manusia tersebut. Oleh karena itu akan lebih tepat jika dipimilih istilah hubungan manusiawi atau hubungan insani dalam bahasa Indonesia sebagai terjemahan human relations. Yaitu proses hubungan rohaniah yang memperhatikan kebahagiaan berdasarkan watak, sifat, perangai, kepribadian, sikap tingkah laku, dan aspek-aspek kejiwaan yang terdapat dalam diri manusia. Karena itu dalam melaksanakan fungsi human

⁴ Effendi, *Human Relations dan Public Relations*, (Bandung: Mandar Maju, 1993), h. 41.

relations, pimpinan harus memperhatikan aspek-aspek kejiwaan manusia .

Istilah human relations atau dikenal dengan hubungan manusiawi dapat diterapkan secara luas dalam interaksi manusia di segala bidang, seperti bidang bisnis, pemerintahan, sekolah, lembaga sosial dan badan-badan lainnya. Di dalam pergaulan sehari-hari di antara individu dengan individu lainnya, baik dalam lingkungan kecil, maupun lingkungan besar, human relations merupakan faktor penting. Apa manfaat yang terkandung dalam human relations? De Mensen Voor U Winnen mengemukakan bahwa kesuksesan seseorang dalam hidup bermasyarakat tergantung dari sikapnya sendiri, sikap terhadap orang-orang di mana ia bergaul atau orang-orang yang ia hadapi. Seperti orang yang kehilangan pekerjaannya biasanya disebabkan karena sifat yang dianggap aneh oleh orang lain, bukan karena kurang cakap dalam melakukan pekerjaan. Sebetulnya seseorang akan lebih baik jika bersikap ramah dan sopan serta santun dalam berkata-kata, hal ini akan lebih menunjang keberhasilan dan kesuksesan seseorang dalam pekerjaannya.

Inti dari human relations adalah sikap ramah, sikap menghargai orang lain, memperhatikan kepentingan orang lain dan bersikap jujur. Aspek-aspek inilah yang menjadi inti dari human relations. Selain itu memperlakukan orang lain layaknya seorang individu yang perlu dihargai, mengakui orang lain secara terhormat sebagai manusia, memandang orang lain dari sisi yang positif merupakan bagian dari kegiatan human relations.

Human relations menjadi bagian dalam hampir setiap aspek kehidupan sehari-hari, baik dalam pergaulan antar sesama anggota masyarakat maupun dalam situasi kerja. human relations dibutuhkan dalam segala skala organisasi, baik besar maupun kecil, memiliki struktur formal maupun tidak formal, swasta maupun pemerintah. Dalam situasi organisasi yang seperti itu biasanya ada hierarki kepemimpinan, ada yang memimpin dan ada yang dipimpin, ada atasan dan ada bawahan. Dalam hal ini Keith Davis mengatakan:

“From the viewpoint of a manager who has responsibility for leading group, human relations is the interaction of the people into a work together productively, cooperatively, and with economic, psychological, and social satisfactions” (ditinjau dari sudut pandang pimpinan dalam memimpin kelompok, human relations adalah interaksi dari orang-orang di dalam suasana kerja dengan memotivasi mereka agar dapat bekerjasama secara produktif, kooperatif, dengan penuh kepuasan secara ekonomi maupun psikologis dan sosialnya). Jika tujuan ini telah tercapai maka akan timbul apa yang disebut *“successful group effort”* atau usaha kelompok yang berhasil. Orang-orang bekerja bersama-sama dengan rasa puas, sehingga dapat menghasilkan sesuatu yang yang diinginkan dan diharapkan.

Secara sempit, teknik ini digunakan dalam situasi kerja dalam suatu organisasi kekeayaan (*work organization*), yaitu interaksi orang-orang menuju situasi kerja yang yang produktif dan kondusif dengan perasaan puas, baik ekonomis, psikologis, maupun sosial. Dalam pelaksanaannya hubungan manusiawi mengedepankan aspek *human dignity*, sebagaimana dikemukakan oleh **Keith Davis** mengatakan: *human dignity* (harga diri) merupakan etika dasar moral bagi hubungan manusiawi. Hasil penyelidikan mengenai *personal wants* (keinginan pribadi) telah menunjukkan bahwa tiap manusia ingin diperlakukan sebagai *human being* (manusia) dengan *respect* (penghormatan) dan *dignity* (penghargaan).

Human Relations merupakan suatu alat untuk mencapai efektivitas komunikasi, dan bisa diaplikasikan dalam berbagai situasi kelompok seperti keluarga, lembaga, organisasi, perusahaan dan sebagainya. Biasanya human relations digunakan oleh para manajer atau pimpinan perusahaan untuk menggugah kegairahan dan kegiatan bekerja dengan semangat kerjasama yang produktif dengan perasaan bahagia dan puas hati pada kedua belah pihak, baik menejer maupun karyawan dan/atau orang lain yang ada hubungannya dengan organisasi. Oleh karena itu definisi-definisi yang dikemukakan oleh para ahli lebih menekankan kepada

situasi kekaryaan (*work situation*). Namun demikian bukan berarti human relations tidak relevan diaplikasikan dalam lembaga nonprofit seperti yayasan, panti asuhan dan organisasi kemasyarakatan lainnya yang melibatkan banyak orang dalam operasionalnya.

Dari uraian diatas terlihat pentingnya menciptakan hubungan-hubungan antara orang-orang dalam organisasi atau perusahaan. human relations itu perlu diterapkan oleh pimpinan untuk mengarahkan bawahannya dalam mencapai tujuan organisasi atau perusahaan, yang pada gilirannya dapat dijadikan sebagai alat untuk meningkatkan produktivitas kerja dan pada akhirnya menunjang keberhasilan dan kesuksesan perusahaan. Human relations sebagai seni dan ilmu pengetahuan adalah pengintegrasian orang-orang ke dalam suatu situasi kerja yang mengingatkan mereka untuk bekerja bersama-sama serta dengan rasa puas, baik kepuasan ekonomi, psikologis maupun sosial, pengembangan usaha kelompok karyawan secara produktif dan memuaskan .

Berkenaan dengan hal tersebut untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan oleh suatu organisasi atau perusahaan, maka pimpinan mempunyai kewajiban untuk menciptakan serangkaian hubungan yang baik dengan para pegawai di dalam organisasi yang bersifat interen. Mengingat pentingnya faktor manusia dalam proses pencapaian tujuan organisasi sangatlah wajar apabila pimpinan organisasi atau perusahaan benar-benar memperhatikan, pelaksanaan human relations dalam menggerakkan dan mengarahkan serta membimbing para pegawai agar dapat bekerja dengan penuh disiplin dan melaksanakan tugas sebagaimana mestinya .

Dilihat dari aspek manajemen human relations berkaitan erat dengan pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengawasan dan sebagainya . Hal itu berarti bahasa fungsi-fungsi tersebut dijalankan oleh manajer perusahaan bersamaan dengan pelaksanaan human relations. Susanto menyatakan bahwa human relations mencakup semua personal yang dialami oleh

manusia dalam hubungan atasan bawahan, dalam organisasi besar maupun kecil. Dalam arti sempit human relations membahas segi-segi bagaimana :

1. Memperoleh kesediaan kerjasama (*Coorporations*) dari orang-orang yang bekerja.
2. Memungkinkan orang-orang berproduksi dan berprestasi lebih tinggi.
3. Memungkinkan orang bekerja dengan memperoleh kepuasan dari hasilnya.

Di dalam human relations, motivasi orang-orang yang timbul karena adanya keinginan/kebutuhan, merupakan hal yang penting sekali yang dapat menjadi "key activity" atau kunci dari segala kegiatan. Kebutuhan mereka yang tergabung dalam kegiatan sustu badan pada dasarnya meliputi kebutuhan ekonomi, psikologis dan sosial. Sehubungan dengan hal tersebut, Davis mengatakan bahwa human relations yang efektif adalah usaha untuk memenuhi kebutuhan orang-orang itu, memberikan kepuasan kepada mereka sebatas kemampuan yang ada.

Setiap orang memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda, ia bekerja di suatu lembaga/perusahaan mengharapkan agar terpenuhi apa yang menjadi keinginan dan tujuan. Untuk mencapai kerjasama yang baik antara lembaga/perusahaan dengan karyawan dan keuntungan bersama antara kedua belah pihak, maka perlu diciptakan suasana kerja atau lingkungan kerja yang dapat memberi kepuasan secara keseluruhan pada orang-orang itu. Sehubungan dengan hal tersebut, perlu diperhatikan bahwa setiap orang yang bekerja mempunyai dua peranan. Ia bekerja sebagai individu dan sebagai anggota kelompok. Oleh karena itu walaupun ia memiliki kesadaran pribadi dan keinginan/kebutuhan sendiri, ia tidak akan lepas dari pengaruh lingkungannya, latar belakang kehidupannya, termasuk latar belakang budayanya. Jadi human relations di dalam kegiatannya meliputi fenomena-fenomena individu dan kelompok. Dalam ilmu manajemen hanya ada dua macam motivasi yang ada hubungannya dengan para pegawai, yaitu: menyadarkan para pegawai bahwa kegiatan yang dikehendaki di perusahaan/lembaga

tersebut hasilnya akan dapat memenuhi kebutuhan para pegawai dengan lebih memuaskan dibanding pada masa yang lalu. Atau menyadarkan mereka untuk mengikuti segala kegiatan untuk menghindarkan kemerosotan hasil produksi yang mengakibatkan terjadinya dampak buruk bagi pegawai. Penghargaan terhadap pegawai bisa berupa kenaikan gaji, kenaikan golongan, kenaikan jabatan, ucapan terima kasih, penghargaan dan sebagainya.

Menurut Davis ada beberapa dasar falsafah human relations, di antaranya:

a. *Mutual interest* (kepentingan bersama)

Antara yang memimpin dan yang dipimpin, di antara para pegawai harus ada "mutual interest" atau perasaan memiliki kepentingan bersama. Bila hal ini tidak ada maka upaya untuk mempersatukan orang-orang dalam satu wadah baik organisasi maupun perusahaan dan menciptakan kerja sama yang baik antara semua pihak, tidak akan tercapai sama sekali. Pada umumnya, untuk memenuhi suatu kebutuhan, orang mencari jalan untuk menggabungkan dirinya ke dalam suatu organisasi, klub, lembaga dan sebagainya. ia bekerja di salah satu perusahaan atau instansi. Untuk memenuhi kebutuhan materi, untuk mencapai kepentingan bersama atas dasar itu harus mengadakan komunikasi dan interaksi dengan orang lain.

Di negara yang menganut sistem pemerintahan demokratis, orang bebas memilih suatu organisasi atau lembaga yang sesuai dengan kepentingan atau kebutuhannya. Demikian pula organisasi atau perusahaan bebas untuk menerima atau menolak orang-orang yang ingin bekerja di sana, sesuai dengan kebutuhan atau kepentingan organisasi atau perusahaan dalam rangka mencapai tujuannya. Dengan demikian jelaslah bahwa antara orang-orang dengan suatu perusahaan/lembaga sangat bergantung pada hubungan timbal balik antara kedua belah pihak tersebut. Yang bekerja atau yang mempekerjakan akan dapat mencapai tujuan masing-

masing apabila ada kerjasama antara kedua belah pihak.

Yang dimaksud dengan tujuan masing-masing dalam hal ini, karena tiap orang mempunyai tujuan dan kebutuhan yang berbeda-beda, tetapi mereka sama-sama mempunyai kepentingan yang dapat tercapai di dalam lembaga/perusahaan tersebut. Jadi tujuan mereka tidak “identical” tetapi “mutual”. Dengan demikian mereka terdorong untuk menghadapi dan memecahkan segala permasalahan secara bersama-sama. Di dalam sebuah perusahaan dan instansi pemerintahan pemimpin dan yang dipimpin merupakan satu kesatuan di dalam melaksanakan kepentingan bersama, menghasilkan produk dan memberikan pelayanan kepada publik. Mereka saling bergantung satu sama lain.

Pemimpin tidak akan dapat mencapai tujuannya tanpa bantuan para pegawainya. Demikian pula para pegawai tidak dapat melakukan kegiatannya secara teratur, bahkan mereka menjadi kelompok yang tidak terorganisir, tanpa kepemimpinan yang baik. Tujuan juga hanya akan dapat tercapai apabila pemimpin dan para pegawai dapat bersatu dalam memperjuangkan kepentingan bersama.

b. Perbedaan-perbedaan pada individu

Tiap individu memiliki perbedaan satu sama lain, kenyataan ini merupakan sesuatu yang penting dalam kehidupan manusia. Manusia adalah makhluk yang unik, ini merupakan kodrat manusia sejak lahir, di dalam kehidupannya dari hari-ke hari karena hubungannya dengan orang-orang, dengan berbagai macam situasi dan kondisi, membuat satu sama lain memiliki perbedaan sesuai dengan pengalaman masing-masing. Oleh karena itu agar para pegawai merasa puas dalam bekerja, mereka harus diperlakukan berdasarkan perbedaan-perbedaan tadi. Karena perbedaan-perbedaan tersebut maka falsafah dalam human relations dimulai dari individu. Kelompok merupakan tahap selanjutnya, sebab tanpa adanya individu kelompok tidak akan terjadi.

Kelompok tidak akan memiliki kekuatan kecuali jika individu yang ada di dalamnya melakukan kegiatan.

c. *Human Dignity* (harga diri)

Human dignity merupakan suatu etika dan dasar bagi human relations. Hasil penyelidikan mengenai “personal wants” telah menunjukkan bahwa setiap manusia ingin diperlakukan dengan hormat dan dihargai, ia ingin diperlakukan sebagai “human being” (manusia). Ini disebabkan karena manusia itu mempunyai harga diri.

Agar seseorang merasa bahwa ia dihargai sebagai manusia, dapat ditunjukkan dengan berbagai cara, misalnya seorang pemimpin dapat meminta pendapat bawahannya tentang suatu hal yang ada kaitannya dengan kepentingan mereka; mengucapkan terima kasih dan menunjukkan kepuasan atas tugas yang telah diselesaikan oleh bawahannya. Bila ada anggota keluarga bawahannya sakit, pimpinan dapat menunjukkan perhatiannya dengan menanyakan kondisinya, menawarkan pertolongan dan sebagainya.

Sesuatu yang kecil yang sering dilupakan, sebenarnya dapat mengandung arti yang besar sekali bagi seseorang dan kemajuan lembaga, instansi atau perusahaan. Bagi seorang pegawai hal-hal yang sering dilupakan itu dapat mempunyai arti yang besar sekali, dapat merupakan suatu dorongan dan kekuatan yang dapat membangkitkan harapan yang sudah mulai pudar dan mengembalikan kepercayaan yang sudah hilang pada dirinya.

Berkaitan dengan “human dignity” terdapat beberapa pendapat para ahli, di antaranya:

1. John Wanmaker menyatakan bahwa mencela adalah perbuatan yang tidak bijaksana. Kritik memaksa orang untuk membenarkan diri. Kritik yang tidak bersifat membangun akan dapat membangkitkan perasaan dendam.
2. Benjamin Franklin berpendapat bahwa sebaiknya seseorang tidak membicarakan keburukan orang lain, sebaiknya membicarakan kebajikannya.

3. Emerson mengatakan bahwa setiap orang memiliki kelebihan dalam bidangnya dan kita dapat belajar dari orang lain.

Mengenai human dignity dikemukakan oleh para pakar manajemen bahwa tiap pekerjaan, bagaimanapun sederhananya, orang yang mengerjakannya harus dihargai, aspirasi-aspirasi dan kemampuannya harus diakui. Juga penting untuk mengintegrasikan pegawai itu ke dalam lingkungan kerja dan memberikan padanya rasa tanggung jawab dan rasa, dan ia mempunyai peranan dalam perusahaan tersebut.

Prinsip-Prinsip dalam Human Relations

Pemimpin yang sukses menyadari bagaimana pentingnya mempunyai hubungan yang harmonis dengan bawahannya. Menyadari, bahwa tanpa bantuan mereka kerjasama dengan mereka, pekerjaan tidak akan dapat berjalan dengan lancar. Atas dasar itu, penting bagi seorang public relations officer untuk mempunyai pengetahuan teori tentang komunikasi, keahlian teknis dalam menjalin hubungan baik dengan publik-publik yang terkait dengan lembaga/perusahaan, baik publik internal maupun eksternal.

Di samping itu perlu memiliki proses pemikiran yang dinamis, yang dapat menganalisis secara objektif, faedah adri kebijaksanaan atau tindakan yang dilakukan oleh lembaga/perusahaan yang dipimpinnya. Bagaimana reaksi publik nanti terhadap tindakan itu, ini harus dipikirkan dengan seksama, begitu pula problema-problema apa yang dapat timbul akibat tindakan itu.

Di samping itu seorang petugas humas harus kreatif, mempunyai daya cipta dalam melaksanakan pekerjaannya. Ia harus memiliki pengetahuan dasar yang luas tentang kekuatan sosial dan ekonomi yang erat hubungannya dengan kepentingan publik. Baik sebagai individu maupun sebagai kelompok. Seorang petugas humas merupakan "alter ego" dari seorang pemimpin dalam melaksanakan tugas-tugasnya. Pemimpin dan petugas humas harus mempunyai nilai dan pandangan yang sama tentang segala macam bidang atau masalah.

Seorang petugas humas harus dapat secara “letterlijk” berpikir dan bertindak seperti apa yang akan dilakukan oleh atasannya. Petugas humas harus dapat mengubah pandangan dan tingkah-laku atasannya bila hal itu bertentangan dengan garis-garis pelaksanaan public relations yang efektif. Diantara tugas public relations untuk menciptakan suatu image yang ingin dikemukakan oleh atasannya, tetapi tidak mampu untuk melaksanakannya. Meminjam istilah psikologi, seorang petugas humas harus merupakan “ego ideal” atasannya dan organisasinya; harus dapat mengembangkan “standards of public behavior” yang ideal sehingga pimpinan dapat menerimanya dan mau mengikutinya. Dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut di atas dalam mengadakan formulasi-formulasi, akan terbentuklah public relations yang konstruktif.

Secara lebih spesifik prinsip-prinsip human relations dapat dikategorisasi sebagai berikut:

- a. *Importance of the individual* (pentingnya individu)
Setiap orang harus diperlakukan sebagaimana layaknya seorang individu, menurut Davis, tindakan yang diambil oleh suatu lembaga/perusahaan harus memperhitungkan perasaan pegawai, mengakui dan memperhatikan kepentingannya.
- b. *Mutual Acceptance* (saling menerima)
Pemimpin, yang dipimpin dan organisasi buruh sesuatu badan harus bersatu. Mereka harus saling menerima satu sama lain sebagai individu dan sebagai kelompok. Harus saling menghormati dan menghargai tugas dan kewajiban masing-masing.
- c. *Common Interest* (kepentingan bersama)
Pemimpin, yang dipimpin, dan organisasi buruh, satu sama lainnya terikat oleh kepentingan bersama. Karena mereka bersatu mereka mampu untuk mencapai sukses dalam pekerjaannya, dan terjaminnya kebutuhan tiap individu tergantung pada sukses itu.
- d. *Open Communication* (komunikasi terbuka)
Berterus terang mengenai ide, perasaan dan segala sesuatu yang menyangkut kepentingan bersama. Komunikasi yang sifatnya terbuka akan

- menimbulkan pengertian yang lebih baik dan menghasilkan keputusan-keputusan yang lebih tepat.
- e. Partisipasi pegawai
Perolehan hasil yang memuaskan, produktivitas yang tinggi, karena adanya keseimbangan dalam pandangan-pandangan dan karena segala problema dihadapi dan dipecahkan bersama-sama.
 - f. *Local Identify* (Identitas setempat)
Dengan memberikan pujian yang tepat pada seseorang akan merupakan sebagian dari perusahaan/lembaga ia bekerja
 - g. *Local Decisions* (Keputusan setempat)
Memberi wewenang pada orang-orang untuk memecahkan sendiri problema-problema yang langsung timbul di tengah-tengah mereka.
 - h. *High Moral Standards* (Ukuran moral standar)
Kebenaran dan keadilan mengenai sesuatu tindakan dapat disebut benar dan adil bila didasarkan pada moralitas dan hak-hak asasi manusia

Human Relations dan Public Relations dalam Perspektif Islam

Public Relations atau yang di Indonesia dikenal dengan Hubungan masyarakat menurut M.O. Palapah dan Atang Syamsudin adalah suatu bentuk spesialisasi komunikasi yang bertujuan untuk memajukan saling pengertian dan kerjasama antara publik-publik yang berkepentingan guna mencapai keuntungan dan kepuasan bersama (Yulianita, 2005:29). Jika diperhatikan secara seksama definisi hubungan masyarakat tersebut memuat beberapa unsur pokok di antaranya adalah: aspek (1)saling pengertian, (2)kerjasama, (3)keuntungan bersama dan (4)kepuasan bersama. Menurut Frank Jefkins dalam bukunya *Public Relations* berpendapat bahwa Hubungan Masyarakat adalah: “sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian”.

Praktek humas menjadi bagian penting dari kehidupan modern dan telah memberikan sumbangan yang tidak kecil terhadap pemerintahan, industri, masyarakat banyak dan bidang lainnya. Maka jika dilihat **fungsinya** menurut **Bertland R. Canfield**, humas berfungsi sebagai berikut:

1. Mengabdikan kepada kepentingan publik

Publik-publik dalam Hubungan Masyarakat merupakan *stakeholder* yang satu sama lain perlu dijalin hubungan baik di antara publik-publik tersebut guna memperoleh kerjasama yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak. Di dalam ajaran Agama Islam diperintahkan kepada umatnya untuk senantiasa memperhatikan orang lain dan mendahulukan kepentingan orang lain daripada kepentingan diri sendiri dalam melakukan hubungan kemasyarakatan. Ajaran tersebut banyak terdapat dalam beberapa ayat Al-Quran dan hadits Nabi. Mendahulukan kepentingan orang lain digambarkan secara eksplisit dan implisit. Di antaranya dalam konteks hidup bertetangga, seorang muslim hendaklah selalu memperhatikan kehidupan tetangganya, apabila seorang muslim hidup secara berkecukupan sementara tetangganya hidup dalam kesusahan, bahkan tidak mampu untuk memenuhi kebutuhan pokoknya, maka muslim tersebut diancam oleh Allah di akhirat nanti dengan dimasukkan ke dalam neraka.

Di dalam konteks masyarakat Islam dikenal dengan “*takafulul ijtima*” yang artinya tanggungjawab terhadap keadaan masyarakat. Seorang muslim hendaklah selalu peka terhadap segala permasalahan yang timbul di masyarakat dan selalu berpikir untuk mengabdikan dirinya untuk kepentingan umat. Seorang muslim hendaklah selalu memikirkan apa yang dapat ia sumbangkan untuk kebaikan orang lain dan kemaslahatan umat. Nabi Muhammad saw. dalam salah satu sabdanya menyebutkan bahwa sebaik-baik orang adalah yang memiliki guna dan manfaat bagi orang lain yang berada di sekelilingnya atau untuk masyarakat.

Seorang muslim juga dituntut untuk memiliki sifat empatik yang tinggi untuk senantiasa sensitif terhadap lingkungan sekitar, terhadap kondisi saudaranya manakala mengalami kesulitan. Barang siapa yang menolong orang lain yang sedang mengalami kesusahan maka Allah akan memudahkannya tatkala mengalami kesusahan. Dari ajaran tersebut dapat digeneralisir tidak saja dalam konteks membantu orang lain, tetapi dapat dipahami dalam berbagai konteks, seperti situasi kerja, situasi berorganisasi dan sebagainya.

2. Memelihara komunikasi yang baik

Komunikasi tidak bisa dilepaskan dari keseharian setiap manusia, karena sifatnya yang "omni present" artinya selalu hadir di mana-mana dan kapan saja. Islam mengajarkan agar manusia menyampaikan pesan dengan mengikuti prinsip-prinsip yang mangacu kepada kebenaran dan kemaslahatan bersama. Di antaranya:

- a. Berbicara yang baik, menyampaikan gagasan kepada orang lain dengan penuh bijaksana, sebagaimana dalam firman Allah di dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 83 yang artinya "Dan katakanlah kepada orang-orang perkataan yang baik"
- b. Berbicara menggunakan kata-kata yang jelas
Secara umum Islam mengharapkan pesan komunikasi disampaikan dengan jelas. Hal ini seperti tergambar dalam A-Qur'an surat An-Nisa ayat 63 yang artinya: "dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka".
- c. Berbicara menggunakan kata-kata yang mudah dipahami, sebagaimana terdapat dalam surat Al-Isra ayat 28 yang artinya : "... Maka katakanlah kepada mereka perkataan yang mudah" Yang dimaksud dalam ayat tersebut adalah pesan komunikasi harus disampaikan dalam bahasa yang mudah dipahami, disesuaikan dengan situasi dan kondisi komunikasi, yang dalam istilah komunikasi dikenal dengan *frame of reference* dan *field of experience*. Kedua istilah tersebut menggambarkan bahwa pesan komunikasi semestinya *receiver oriented* yang artinya berorientasi

- kepada penerima pesan. Maksudnya adalah pesan hendaknya disesuaikan dengan tingkat pendidikan, kultur, teritori, kondisi dari komunikan, agar komunikasi berjalan secara efektif.
- d. Berbicara menyampaikan kebenaran tidak mengandung unsur kebohongan
Pesan komunikasi juga hendaknya memiliki ketegasan, dan mengacu kepada prinsip kebenaran. Hal ini sebagaimana disebutkan oleh Allah SWT dalam surat Al-Ahzab ayat 70 yang artinya "Wahai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kalian kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar dan lurus".

3. Menitikberatkan moral dan tingkah laku

Moral mengandung pengertian yang hampir sama dengan etika. Moral dan etika mencakup unsur-unsur kepribadian yang meliputi sikap, opini dan perilaku atau perbuatan yang dapat dinilai baik atau buruk, yang dilakukan secara sadar. Dikatakan perbuatan secara sadar karena dalam hal ini tidak termasuk perbuatan orang gila atau orang yang sedang mabuk. Untuk menilai baik atau buruk seseorang, harus dilihat apakah perbuatan yang dilakukannya disengaja atau tidak. Pokok persoalan etika adalah segala perbuatan manusia yang dilakukan dengan sengaja dan ia menyadarinya ketika melakukan perbuatan itu.

Ditinjau dari perspektif agama, tujuan etika bukan hanya mengetengahkan teori, tetapi juga mempengaruhi dan mendorong kehendak manusia agar membentuk kehidupan yang suci, menghasilkan kebaikan dan kesempurnaan serta memberi faedah kepada orang banyak. jadi etika mendorong kehendak agar berbuat baik, tetapi tidak akan berhasil manakala tidak dilandasi kesucian.

Agama Islam mengajarkan pentingnya tingkah laku yang baik dalam kehidupan bermasyarakat. Bahkan Allah swt. mengutus Nabi Muhammad ke dunia ini dengan tujuan pokok untuk membimbing dan memperbaiki akhlak umat manusia, hal ini sebagaimana disampaikan Rasulullah melalui beberapa sabdanya di

antaranya "Sesungguhnya aku diutus untuk menyempurnakan akhlak"

Berdasarkan hadits di atas dapat dipahami bahwa akhlak merupan porsi terbesar dalam tugas dan fungsi diuusnya Nabi Muhammad SAW. Hal ini juga menunjukkan bahwa akhlak memiliki prioritas utama dalam kehidupan manusia. Dalam konteks public relations, hal ini lebih dikenal dengan moral atau moralitas. Sedangkan dalam konteks manajemen dikenal dua tipe manajemen dalam sebuah perusahaan, yaitu manajemen tertutup dan manajemen terbuka. Manajemen tertutup adalah manajemen yang lebih menekankan pada pola-pola merahasiakan berbagai hal yang dianggap tidak perlu diketahui oleh publik, tetapi padahal publik berhak untuk mengetahuinya. Perusahaan/lembaga lebih memilih untuk menutup-nutupinya, dengan dasar pemikiran publik tidak mungkin mencari tahu tentang masalah tersebut. Model manajemen seperti ini pada hakekatnya akan merugikan karena suatu saat dapat menjadi sebuah bom waktu yang suatu saat akan meledak. Sedangkan manajemen terbuka lebih mengorientasikan segala sesuatu yang memang dinggap perlu untuk dismpikan kepada publik maka tidak perlu disembunyikn atau ditup-tutupi.

Agam Islam adalah agama yang sempurna, mengatur semu aspek kehidupan manusia. Agama Islam memiliki intisari dari materi manajemen, termasuk public relations. Salah satu contohnya adalah ajaran tentang perintah tersenyum kepada orang lain. Tersenyum dalam ajaran Islam merupakan salah satu bentuk ibadah. Tepatnya merupakan shadaqah. Senyuman menggambarkan suasana hati yang senang, bahagia dan mengakui keberadaan orang lain. Dalam konteks public relations tersenyum menjadi bagian yang sangat penting dalam menunjang suksesnya public relations. Suatu saat Rasulullah SAW ditanya mengenai apa-apa yang dapat memasukkan manusia ke dalam surga, beliau mengatakan ketaqwaan dan akhlak mulia. Kemudian beliau juga ditanya mengenai apa-apa yang dapat memasukkan manusia ke dalam neraka, jawabnya adalah mulut dan kemaluan.

Setiap orang memiliki latar belakang dan pengalaman yang berbeda-beda dalam berbagai aspek; pendidikan, ekonomi, sosial, lingkungan keluarga dan sebagainya. Dalam hadits di atas disebutkan secara eksplisit agar seseorang selalu memperhatikan latar belakang orang yang diajak berbicara agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam berkomunikasi. Hadits ini juga memiliki makna tidak saja dalam konteks berkomunikasi tetapi juga dalam bersikap dan berperilaku. Dalam ilmu sosial dikenal dengan *frame of reference* yaitu kerangka rujukan dan *field of experience* yaitu wilayah pengalaman. Setiap orang memiliki karakteristik dan perbedaan dalam kedua aspek tersebut, sehingga seorang komunikator hendaklah menyesuaikan pesan yang disampaikan dengan gaya bahasa dan materi yang disesuaikan dengan komunikannya agar tercipta saling pengertian.

Rasulullah SAW pernah mencontohkan bagaimana implementasi dari konsep *mutual understanding*, ketika seorang *Badui* buang air kecil di dalam masjid (yang saat itu berlantai pasir), serta-merta para sahabat yang menyaksikan kejadian tersebut menghardiknya, bagaimana tidak? Karena setiap muslim selalu menganggap masjid sebagai tempat yang suci; tempat beribadah, tempat berdzikir, berdoa dan membaca Al-Quran. Saat itu Rasulullah SAW tidak memarahi orang awam tersebut, beliau saat itu memerintahkan kepadanya untuk menuntaskan hajatnya dengan tenang, lalu menyuruhnya mengambil seember air untuk disiramkan ke tempat dia membuang air kecil. Tanpa disadari dan tanpa diperkirakan oleh para sahabat tentang *feedback* yang muncul dari orang badui tersebut atas perlakuan kasar para sahabat dan perlakuan simpatik Rasulullah SAW kepadanya. Mendapatkan dua jenis perlakuan yang berbeda tersebut orang Badui langsung berdoa memohon kepada Allah SWT: “Ya Allah berilah rahmat-Mu kepadaku dan kepada Muhammad dan jangan beri rahmat selain kami berdua”. Dari kejadian ini kelihatan bahwa perlakuan para sahabat terhadap orang badui tersebut menimbulkan

reaksi negatif. Sedangkan sikap bijak Rasulullah kepada orang tersebut menimbulkan reaksi positif.

Mengapa orang baduy tersebut meneruh simpati dan memberikan *feedback* yang positif atas tindakan Rasulullah SAW, karena Rasulullah SAW memperhatikan aspek-aspek psikologis dan latar-belakang sosiologis orang badui sebagai orang yang tidak memiliki pengetahuan tentang keberadaan dan fungsi tempat ibadah, pengetahuan dan pengalaman mereka sangat terbatas. Dalam konteks ini Nabi Muhammad SAW sudah mengamalkan apa yang dikenal dalam ilmu komunikasi *field of experience* dari komunikan.

Mengajak orang lain untuk melakukan perubahan yang lebih baik atau yang dikenal dengan dakwah Islam bisa dilakukan secara lisan atau dengan cara melakukan tindakan. Tindakan ini bisa berupa tindakan memberi contoh melakukan perbuatan yang dianggap orang lain akan melihat apa yang dilakukan seseorang kemudian mengikuti perbuatan tersebut, atau berupa gerakan tubuh yang akan menimbulkan *feedback* positif kepada pelaku. Dakwah dengan pendekatan kontekstual dinamakan dengan dakwah *bilhal*. Ini dapat dilakukan dengan segenap kemampuan yang dimiliki oleh setiap orang, tergantung kemampuan dan kapabilitasnya sesuai bidang masing-masing.

Dalam menyikapi informasi yang datang kepada seorang muslim, Allah SWT memberikan tuntunan agar manusia tidak mengalami gejala destruktif pada dirinya yang berimbas pada ketidakharmonisan hubungan antar sesama manusia. Seorang muslim harus bersikap kritis terhadap segala informasi yang datang kepadanya. Ia juga harus menjauhkan dari prasangka buruk, agar tidak terjadi kesalahpahaman antara pihak-pihak yang terkait. Sebagaimana difirmankan Allah SWT dalam Al-Quran Surat Al-Hujuraat ayat 6 yang artinya: Hai orang-orang yang beriman, apabila datang kepadamu orang fasik membawa berita maka hendaklah kamu mencari kejelasan, karena akan menimpa suatu kaum dengan kebodohan dan kalian menyesal atas apa yang telah kalian kerjakan.

Ciri-ciri Komunikator yang humanistik

Seorang komunikator dalam kegiatan public relations harus memperhatikan aspek-aspek manusiawi dan harus bersikap humanistik, yang diantaranya ditandai dengan:

1. Berpribadi

Aspek yang paling penting dari pandangan humanistik adalah pandangan sebagai diri seseorang, bisa saja ia disebut sebagai organisme atau individu, tetapi pertama-tama ia harus dianggap sebagai manusia. Alasannya ialah karena semua ciri akan sesuai dengan konsep ini

2. Unik

Diri seorang sebagai manusia yang berpribadi adalah unik, lain daripada yang lain, khas, dan keunikan ini merupakan ciri yang paling bernilai. Kita dapat berkomunikasi dengan banyak cara yang sama dengan orang lain, tetapi ini bukan alasan untuk menggeneralisasikan objek yang normatif. Untuk memahami kita tampaknya lebih penting untuk memahami perbedaan ketimbang persamaan dengan orang lain. Untuk bisa memahami orang hanya dapat dilakukan dengan memahami proses mental. Dan hal-hal yang berkaitan dengan proses inilah (sikap, kepercayaan, ketakutan, disonansi, dan tujuan) yang menjadi objek studi para peneliti komunikasi.

3. Aktif

Yang melekat pada proses mental adalah aktivitas. Asumsi ini adalah perbedaan paling nyata antara psikologi humanistik dengan aliran-aliran lain. Secara esensial dapat dikatakan kita tidak semata-mata penangkap rangsangan internal dan eksternal, melainkan sebagai sistem yang aktif dan bersinambung menanggapi dan menitikan perangsang yang cocok untuk kita. Sebagai sistem yang aktif kita mencari informasi atau menggalakkan komunikasi.

4. Sadar diri dan Keterlibatan Sosial

Ini merupakan prinsip dasar psikologi humanistik dan suatu faktor dari teori komunikasi antarmanusia

yang menopang pemahaman mengenai fase-fase proses komunikasi antarmanusia. Kesadaran diri membantu kita menimbulkan kesadaran bahwa dalam setiap situasi komunikasi kita dihadapkan pada pilihan-pilihan terhadap apa yang harus kita lakukan. Seseorang yang sadar akan dirinya dan keterlibatannya dalam masyarakat akan dapat menentukan mengapa ia berperilaku seperti apa yang ia lakukan. Kita dapat menentukan tujuan kita untuk melaksanakan kesadaran humanistik kita.

Pada akhirnya ini menuntut rasa tanggung jawab. Dengan demikian ini membantu pemahaman kita mengenai masing-masing sebagai person bukan sebagai objek yang ditarik oleh lingkungan atau didorong oleh desakan yang tidak tampak. Manusia dipandang otonom dalam kemampuannya melakukan pilihan dan mempertanggungjawabkan perilakunya.

Daftar Pustaka

- Onong Uchyana Effendy, *Psikologi, Manajemen dan Administrasi*, Mandar Maju, Bandung, 1989.
-, *Human Relations dan Public Relations*, Mandar Maju, Bandung, 1993.
-, *Ilmu Komunikasi dalam Teori dan Praktek*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 1998.
- Stan. Kossen, *Aspek Manusiawi dalam Organisasi*. Erlangga, Jakarta, 1993.
- Deddy Djamaludin Malik dan Irianta, *Yosal Komunikasi Persuasif*, Remaja Rosdakarya, Bandung,
- F. Rachmadi, *Public Relations Dalam Teori dan Praktek*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1992.
- Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*. Remaja Rosdakarya, Bandung, 1991.
-, *Psikologi Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 1999.

Surya, Kusumah. *Peranan Human Relations dan Public Relations dalam Organisasi*. Diklat Lembaga Administrasi Negara RI, 1978.

Tasmara, Toto. *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Graha Media Pratama, 1997.

Wursanto, I.G., *Etika Komunikasi Kantor*. Jogjakarta: Komisius, 1987.

