

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Standar perilaku yang etis menurut Bowen (2016) etika public relations melingkupi nilai-nilai yang terdiri dari kejujuran, keterbukaan, pemikiran yang adil, rasa hormat, integritas, dan komunikasi. Diperjelas oleh Rosady Ruslan (dalam Ginting, 2021) menyatakan etika profesi humas bagian dari bidang etika khusus atau etika terapan yang menyangkut dimensi sosial, khususnya bidang profesi. Etika Kehumasan terkait dengan budaya dan lingkungan seputar kegiatan praktik kehumasan Toledano & Avidar (2016). Berdasarkan keterangan diatas maka etika kehumasan terdiri dari nilai, dimensi sosial, budaya dan lingkungan.

Aspek nilai khusus yang dianggap penting dalam profesi humas terutama pada etika humas menurut J. Parsons (2004) dalam membimbing membuat keputusan seperti advokasi, kejujuran, keahlian, kemandirian, kesetiaan, keadilan. Menurut Fuad (2004) mengatakan bahwa nilai dalam praktisi kehumasan merupakan kemampuan untuk membuat perbedaan positif bagi suatu organisasi atau perusahaan. Etika merupakan nilai moral yang mengikat seorang humas dalam berperilaku dan bertanggung jawab Faustyna (2021). Nilai-nilai dalam praktisi humas mencakup kejujuran, keahlian, kemandirian, kesetiaan, keadilan, membuat perbedaan positif, serta berperilaku dan bertanggung jawab. selanjutnya tidak hanya nilai akan tetapi dimensi sosial menjadi faktor yang berperan pada etika dan moral.

Holmes dalam Eni (2021) berpendapat bahwa dimensi sosial merupakan aturan sosial dengan perilaku manusia sebagai tolak ukur individu dalam sosial baik keluarga maupun masyarakat. Menurut Cahyono&Adhiat dalam Prayitno et al., (2021) dimensi sosial merupakan suatu kumpulan sosial yang memiliki tujuan bersama dengan berdasarkan nilai dan norma yang ada di masyarakat. Berdasarkan keterangan diatas maka dimensi sosial terdiri dari aturan sosial pada kelompok sosial tertentu. Aturan sosial disepakati secara kolektif oleh kelompok sosial tertentu. Setelah dimensi sosial selanjut ada lingkungan budaya yang dapat berkaitan dengan etik kehumasan.

Wu dalam Kriyantono (2019) menjelaskan bahwa lingkungan dan budaya media dapat mempengaruhi kemampuan utama praktisi kehumasan. Lalu diperjelas oleh Sastrosoebroto (2013) bahwa humas membutuhkan ilmu budaya dan lingkungan pada kampanye suatu produk dan memahami sisi psikolog konsumen. Perbedaan persepsi terjadi karena faktor karakteristik yang bersumber pada budaya serta lingkungan yang dikatakan oleh Bairizki (2021). Lingkungan dan budaya mempunyai relasi dengan kompetensi profesi hubungan masyarakat (humas), memahami konsumen, dan ada perbedaan persepsi pada faktor karakteristik.

Etika pada *Public Relations Society of America* dari tanggapan Byrum (2017) kode etik menyatakan prinsip inti bahwa melindungi dan memajukan arus bebas dalam informasi akurat merupakan hal penting dalam melayani publik. Pratt (1993) mengatakan bahwa etika humas di Amerika Serikat sangat penting karena moral yang buruk dapat memberikan masalah terhadap moralitas perusahaan serta efektivitas etika praktisi dalam bekerja. Diperjelas oleh Fawkes (2012) dalam perundingan di Amerika Serikat etika merupakan mendengarkan seseorang, mempertimbangkan sejarah, serta menegosiasikan kemungkinan-kemungkinan baru. Etika kehumasan pada Amerika Serikat dalam melayani publiknya dengan melakukan arus informasi yang bebas, moral yang baik, serta menegoisasi kemungkinan yang baru. penjelasan diatas adalah mengenai etika kehumasan menurut pandangan perspektif barat. Terdapat juga etika humas modern perspektif barat. Terdapat juga etika humas modern pada perspektif Amerikapraktisi humas merupakan salah satu sebagai pembuat keputusan dalam perusahaan yang mengedepankan moral dengan kode etik kehumasan serta mampu beradaptasi pada budaya dan lingkungan. Tentunya perpekstif barat mengenai etika bukan satu-satunya sumber, akan tetapi terdapat perspektif etika Islamr pada etika kehumasan. pada perspektif Islam peneliti merujuk pada perspektif Islam sebagai fondasi dasar etik.

Etika di Indonesia melekat berdasarkan agama, budaya daerah, adat istiadat yang sangat beragam. Karena mayoritas warga Indonesia beragama Islam, jadi etika perspektif Indonesia berdasarkan Al-Qur'an dan hadist. Perspektif islam yang berkaitan dengan etika humas menurut Kriyantono (2014) bedasarkan Al Qur'an dan hadist, praktisi humas merupakan penjaga etika dan moralitas suatu organisasi

atau perusahaan pada berbagai aktivitas dalam meraih keuntungan. Diperjelas Oleh Purwanto (2021) bahwa hadist merupakan sumber hukum setelah Al Qur'an yang menjadi nilai dan pegangan bagi humas dalam prinsip, aturan, dan etika yang terkandung dalam humas memberikan nilai lebih dan pemahaman akan berkembang. Budi (2021) bertanggung etika humas dalam perspektif islam merupakan kejujuran aspek yang paling penting dalam Al-Qur'an surat An-Nisa ayat kesembilan, ayat ini menjelaskan pentingnya kejujuran, dan dalam humas yang menjalin hubungan dengan masyarakat kejujuran menjadi kunci untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat. Etika kehumasan pada perspektif islam Al Qur'an dan hadist nya yang menjadi pedoman dalam melakukan kegiatan kehumasan dan kejujuran merupakan sumber dasar untuk melakukan praktik kehumasan.

Pengambilan keputusan ketika melakukan praktik kehumasan pada dasarnya memiliki manajemen yang mengelola Wakefield & Cottone (1987) kegiatan kehumasan dan melakukan berbagai pertimbangan Maria Assumpta (2002). Kriyantono (2014) berpendapat saat proses dalam membuat keputusan, praktisi humas melakukan observasi partisipan agar dapat melakukan riset mengenai komunikasi koalisi dominan. Diperjelas oleh (Macnamara & Wasesa Agung, 2005) humas dapat mengambil keputusan dengan cepat, selain menjadi intuisi yang tajam, keputusan yang dibuat oleh humas harus berdasarkan data riset yang akurat. Berdasarkan keterangan diatas maka membuat keputusan dari kehumasan terdiri dari manajemen pengelolaan praktik kehumasan, observasi, data, dan riset.

Kemampuan praktisi humas menurut Gower & Reber (2006) merupakan kesiapan dari berbagai macam bidang seperti, kredibilitas, menggunakan sosial media, etika, kemampuan dalam kepemimpinan. Diperjelas oleh Auger & Cho (2016) kompetensi humas yang dibutuhkan dalam Public Relations Society Amerika merupakan penulisan, strategi, komunikasi verbal, media relations, dan media sosial. Wakefield & Cottone (1987) mengatakan bahwa humas diharuskan memiliki kemampuan dalam komunikasi interpersonal (hubungan dengan konsumen dalam pengambilan keputusan atau dalam memecahkan masalah), *general copywriting*, *advertising copy*. Kemampuan dari kehumasan terdiri dari kepemimpinan, penulisan, komunikasi interpersonal.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti memandang bahwa terdapat dua perspektif yaitu perspektif Amerikadan perspektif Islam pada praktik kehumasan di Indonesia. Praktik kehumasan akan difokuskan pada etika manajemen pranata humas dan pengambilan keputusan. Untuk objek kajian merupakan praktisi kehumasan di wilayah Bandung yang terdiri dari Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Perusahaan Swasta.

Praktisi humas harus berlandaskan pada kode etik humas pada dua perspektif Amerikadan Timur. Oleh karena itu peneliti ingin membahas secara mendalam melalui skripsi dengan judul penelitian **“Etika Kehumasan Perspektif Amerika dan Indonesia Pada Praktik Kehumasan di Perusahaan PT. Pos Indonesia (Persero)”**

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan penjelasan yang sudah dijabarkan oleh peneliti pada latar belakang diatas, maka peneliti menentukan fokus penelitian untuk mengetahui etika humas perspektif Amerika dan Indonesia dalam praktik kehumasan pada Perusahaan PT. Pos Indonesia (Persero).

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka terdapat beberapa identifikasi masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

Bagaimana humas Perusahaan PT. Pos Indonesia (Persero) dalam melakukan praktik kehumasan, etika humas apakah yang digunakan, perskpektif Amerikan atau Indonesia?

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui etika humas apa yang digunakan humas perusahaan PT. Pos Indonesia (Persero).

1.5 Manfaat Penelitian

1) Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan peneliti dan seluruh akademis pada bidang komunikasi terutama pada humas dalam

melakukan etika dalam kehumasan. Adapun harapan bagi peneliti yang dapat menjadi manfaat bagi penelitian pada bidang humas dan dapat membantu penelitian selanjutnya yang relevan dan menjadi sumber referensi yang bermanfaat.

2) Manfaat Praktis

a) Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan serta ilmu dalam melakukan kegiatan kehumasan terutama pada etika humas, serta sebagai syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar sarjana.

b) Bagi Perusahaan PT. Pos Indonesia (Persero)

Adapun manfaat bagi Perusahaan PT. Pos Indonesia (Persero) yang diharapkan penelitian ini dapat menjadi sebuah masukan dan pertimbangan yang berguna bagi Perusahaan PT. Pos Indonesia (Persero) dalam melakukan kegiatan-kegiatan kehumasan terutama dalam etika humas.

1. Bagi Praktisi Hubungan Masyarakat

Dapat membantu praktisi humas sebagai referensi dalam melakukan kegiatan kehumasan dengan mengedepankan etika humas sebagai landasan moral dalam berhubungan dengan masyarakat.

2. Bagi Masyarakat Umum

Dapat membantu masyarakat umum sebagai referensi dalam menambah wawasan seputar kegiatan humas terutama pada etika hubungan masyarakat.

1.6 Waktu Penelitian

Tabel 1. 1 Waktu Penelitian

Tahapan	Waktu Pengerjaan			
	Des 2022	Jan 2023	Feb 2023	Mar 2023
Menentukan tema dan objek penelitian				
Menyusun BAB 1				
Menyusun BAB 2				
Menyusun BAB 3				
Desk Evaluations				