

Hubungan antara Komunikasi Antarpribadi Humas PT Dirgantara Indonesia (Persero) dengan Sikap Wartawan terhadap Perusahaan (Studi Korelasional Di Pt Dirgantara Indonesia (Persero))

¹Ai Siti Aisah, ²M. Husen Fahmi

^{1,2}*Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*

Email: ¹aisitiaisyah1996@gmail.com, ²husen.fahmi@gmail.com

Abstract. News coverage about a company in the mass media can be positive or negative. The management of the of mass media as an external public PT. Dirgantara Indonesia (Persero) become very important. The mass media management can be done through good communication relationship between a Public Relations with media relationnya. Interpersonal communication with journalists can be a good determinant of badly relations with one organization of mass media. The ability of interpersonal relationship is very good media relations support the company. Purpose of change the public attitude towards particular issues or build a lasting positive image begins with changing the view of the journalists of mass media against PT. Dirgantara Indonesia (Persero). The research was carried out using the method korelasional which aims to find out whether there is a relationship between variables (X) interpersonal communications conducted by public relations PT. Dirgantara Indonesia (Persero) with a bound variable (Y) the attitude of journalists against the company. Researchers using random sampling, the taking of sampelnya is taken from the sample framework is then performed using the calculation formula Slovin. The results of the calculation using the formula Slovin then there are results of the 41 samples of openness, empathy, supportiveness, possitiveness, equality and attitude (cognitive, affective, and konatif) of journalists. Then the respondents were given a questionnaire that contains a number of questions related to. Furthermore the data generated from a when tested using the Spearman rank correlation formula was elevated to measure any variables using ordinal scales. So the conclusion that is there is the relationship between interpersonal communication public relations PT. Dirgantara Indonesia (Persero) with the attitude of journalists against the company.

Keywords: Interpersonal Communication, Public Relations, Attitudes

Abstrak. Pemberitaan mengenai sebuah perusahaan di media massa bisa bersifat positif maupun negatif. Pengelolaan media massa sebagai publik eksternal PT. Dirgantara Indonesia (Persero) menjadi sangat penting. Pengelolaan media massa tersebut dapat dilakukan melalui hubungan komunikasi yang baik diantara seorang *Public Relations* dengan *media relation*-nya. Komunikasi antarpribadi dengan wartawan bisa menjadi penentu baik buruknya hubungan perusahaan dengan media massa. Kemampuan menjalin hubungan antarpribadi tersebut sangat menunjang baiknya media relations perusahaan. Tujuan mengubah sikap publik terhadap isu tertentu atau membangun citra positif yang awet diawali dengan mengubah pandangan wartawan media massa terhadap PT. Dirgantara Indonesia (Persero). Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode korelasional yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel bebas (X) yaitu komunikasi antarpribadi yang dilakukan oleh Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan variabel terikat (Y) sikap wartawan terhadap perusahaan. Peneliti menggunakan *random sampling*, yang pengambilan sampelnya diambil dari kerangka sampel kemudian dilakukan perhitungan menggunakan rumus Slovin. Hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin maka terdapat hasil 41 sampel dari wartawan media cetak, media online dan media elektronik. Kemudian responden diberi kuesioner yang berisi sejumlah pertanyaan yang berhubungan dengan keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), sikap mendukung (*supportiveness*), rasa positif (*positiveness*), dan kesetaraan (*equality*) dan sikap wartawan yaitu kognitif, afektif, konatif terhadap perusahaan. Selanjutnya data yang dihasilkan dari angket diuji dengan menggunakan rumus korelasi *Rank Spearman*, sebab alat ukur masing-masing variabel menggunakan skala ordinal. Sehingga diperoleh kesimpulan yaitu terdapat hubungan antara komunikasi antarpribadi Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap wartawan terhadap perusahaan.

Kata Kunci: Komunikasi Antarpribadi, *Public Relations*, Sikap

A. Pendahuluan

Pemberitaan mengenai sebuah perusahaan di media massa bisa bersifat positif

maupun negatif, untuk menentukan pemberitaan yang bersifat positif, maka humas memiliki peran penting untuk menjalin hubungan yang baik dengan media massa. Dengan menjalin hubungan yang baik dengan media massa artinya humas telah mempromosikan perusahaan tersebut kepada publik eksternal. Penyebaran *press release* kepada wartawan dapat memiliki pengaruh terhadap sikap wartawan. Perubahan sikap tentunya diharapkan dapat berdampak positif juga terhadap pemberitaan suatu perusahaan di media massa. Maka kegiatan komunikasi dalam konteks *Public Relations* banyak memanfaatkan kehadiran media massa untuk berkomunikasi dengan publiknya untuk mencapai tujuan perusahaan.

Tujuan mengubah sikap publik terhadap isu tertentu atau membangun citra positif yang awet diawali dengan mengubah pandangan wartawan media massa terhadap perusahaan. Bagaimana wartawan media memandang satu perusahaan sedikit banyak akan mempengaruhi juga cara wartawan media menampilkannya di media massa tempat mereka bekerja.

Intensitas komunikasi yang dilakukan oleh Humas kepada wartawan masih kurang, dilihat dari kegiatan perusahaan dalam menjalankan tujuan perusahaan. Masih kurangnya kegiatan perusahaan dalam melibatkan wartawan atau media relations sebagai salah satu upaya untuk menjalin hubungan baik dengan media relations. Maka hal tersebut mempengaruhi hubungan diantara Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan wartawan yang belum terjalin secara baik. Hal tersebut mempengaruhi adanya peliputan yang menurun mengenai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Hubungan antara Komunikasi Antarpribadi Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan Sikap Wartawan terhadap Perusahaan”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui hubungan antara keterbukaan (*openess*) Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap kognitif wartawan terhadap perusahaan.
2. Untuk mengetahui hubungan antara keterbukaan (*openess*) Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap afektif wartawan terhadap perusahaan.
3. Untuk mengetahui hubungan antara keterbukaan (*openess*) Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap konatif wartawan terhadap perusahaan.
4. Untuk mengetahui hubungan antara empati (*empathy*) Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap kognitif wartawan terhadap perusahaan.
5. Untuk mengetahui hubungan antara empati (*empathy*) Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap afektif wartawan terhadap perusahaan.
6. Untuk mengetahui hubungan antara empati (*empathy*) Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap konatif wartawan terhadap perusahaan.
7. Untuk mengetahui hubungan antara sikap mendukung (*supportiveness*) Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap kognitif wartawan terhadap perusahaan.
8. Untuk mengetahui hubungan antara sikap mendukung (*supportiveness*) Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap afektif wartawan terhadap perusahaan.
9. Untuk mengetahui hubungan antara sikap mendukung (*supportiveness*) Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap konatif wartawan terhadap perusahaan.

10. Untuk mengetahui hubungan antara sikap positif (*positiveness*) Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap kognitif wartawan terhadap pemberitaan perusahaan.
11. Untuk mengetahui hubungan antara sikap positif (*positiveness*) Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap afektif wartawan terhadap pemberitaan perusahaan.
12. Untuk mengetahui hubungan antara sikap positif (*positiveness*) Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap konatif wartawan terhadap pemberitaan perusahaan.
13. Untuk mengetahui hubungan antara kesetaraan (*equality*) Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap kognitif wartawan terhadap perusahaan.
14. Untuk mengetahui hubungan antara kesetaraan (*equality*) Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap afektif wartawan terhadap perusahaan.
15. Untuk mengetahui hubungan antara kesetaraan (*equality*) Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap konatif wartawan terhadap perusahaan.

B. Landasan Teori

Thomas M. Scheidel mengemukakan bahwa kita berkomunikasi terutama untuk menyatakan dan mendukung identitas diri, untuk membangun kontak sosial dengan orang sekitar kita, dan untuk mempengaruhi orang lain untuk merasa, berpikir, atau berperilaku seperti yang kita inginkan. (Mulyana, 2012:4).

Komunikasi yang dilakukan dengan baik memiliki efek yang baik bagi diri sendiri khususnya untuk menjalin hubungan yang baik dengan orang lain. Tujuan komunikasi adalah untuk menemukan dalam arti penemuan diri (*personal discovery*), untuk berhubungan dengan orang lain – membina dan memelihara hubungan dengan orang lain, untuk meyakinkan media massa agar mengubah perilaku dan sikap dan untuk bermain atau menghibur orang lain – menceritakan lelucon, mengutarakan sesuatu yang baru dengan mengangkat cerita-cerita menarik. (DeVito, 2011:30)

Menurut Joseph A. DeVito (1997:231) Komunikasi antarpribadi adalah penyampaian pesan oleh satu orang dan penerima pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik.

Komunikasi antarpribadi akan efektif apabila memiliki kualitas komponen komunikasi antarpribadi terpenuhi. Kualitas umum dari komponen komunikasi antarpribadi ialah keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), sikap mendukung (*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*), dan kesetaraan (*equality*) (DeVito, 1997:259).

Public Relations adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, menyatakan kebijaksanaan dan prosedur dari individu atau organisasi atas dasar kepentingan publik, dan melaksanakan program kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan dari publiknya (Yulianita, 2012:26).

Menurut Secord & Backman (dalam Azwar, 2011:5) mendefinisikan sikap sebagai keteraturan tertentu dalam hal perasaan (afeksi), pemikiran (kognisi), dan predisposisi tindakan (konasi) seseorang terhadap suatu aspek di lingkungan sekitarnya.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hubungan Antara Komunikasi Antarpribadi Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) (X) dengan Sikap Wartawan Terhadap Perusahaan (Y)

Berikut adalah penelitian mengenai hubungan antara komunikasi antarpribadi Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap wartawan terhadap perusahaan, yang diuji menggunakan teknik analisis korelasi Rank Spearman. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 1. Hubungan Antara Komunikasi Antarpribadi Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan Sikap Wartawan Terhadap Perusahaan

Variabel	Rs	t _{hitung}	t _(0,025;39)	Kesimpulan	Keterangan
komunikasi antarpribadi humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap wartawan terhadap perusahaan	0,626	5,013	2,023	Ho ditolak	Ada Hubungan

Pada tabel di atas dapat dilihat koefisien korelasi Rank Spearman (rs) adalah sebesar 0,626. Hasil uji signifikansi diperoleh nilai t hitung sebesar 5,013 dan nilai t tabel dengan dk=39 dan $\alpha = 5\%$ adalah sebesar 2,023 maka dapat dilihat bahwa t hitung (5,013) > t tabel (2,023) sehingga Ho ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara komunikasi antarpribadi humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap wartawan terhadap perusahaan dengan tingkat hubungan yang cukup berarti.

Komunikasi antarpribadi dalam penelitian ini meliputi keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), sikap mendukung (*supportiveness*), rasa positif (*positiveness*), dan kesetaraan (*equality*). Sedangkan sikap wartawan meliputi kognitif, afektif dan konatif.

Hasil analisis uji korelasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup berarti antara komunikasi antarpribadi Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap wartawan terhadap perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji realibilitas bahwa semua Subvariabel X memiliki hubungan yang kuat dengan variabel Y. Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) sebagai jembatan penghubung antara perusahaan dengan *media relations* untuk menjalin hubungan baik dengan publik eksternal memiliki kemampuan komunikasi antarpribadi yang baik kepada publik eksternalnya yaitu wartawan atau *media relations*nya. Berdasarkan kuesioner yang telah disebar kepada 68 orang responden wartawan media cetak, media *online* dan media elektronik yang sudah bergabung di *group media relations* PT. Dirgantara Indonesia (Persero)

D. Kesimpulan

1. Terdapat hubungan antara keterbukaan (*openness*) Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap kognitif wartawan terhadap perusahaan. Dari analisis inferensial dapat diketahui antara keterbukaan (*openness*) atau (X1) dengan sikap kognitif wartawan (Y1) memiliki hubungan yang cukup berarti. Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) memiliki kesediaan dalam mendengarkan pertanyaan wartawan, menunjukkan sikap kesediaan untuk memberikan informasi secara jujur terhadap wartawan, mendengarkan pertanyaan secara aktif dan penuh perhatian, memberikan informasi sesuai dengan yang dibutuhkan oleh wartawan dan membantu wartawan dalam mengetahui informasi terbaru mengenai perusahaan. kecenderungan hubungan yang baik antara Humas dengan wartawan didukung dengan sikap wartawan yang menjadi lebih mengetahui mengenai perusahaan.
2. Terdapat hubungan antara keterbukaan (*openness*) Humas PT. Dirgantara

Indonesia (Persero) dengan sikap afektif wartawan terhadap perusahaan. Dari analisis inferensial dapat diketahui antara keterbukaan (*openness*) atau (X1) dengan sikap afektif wartawan (Y2) memiliki hubungan yang cukup berarti. Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) memiliki kesediaan dalam mendengarkan pertanyaan wartawan, menunjukkan sikap kesediaan untuk memberikan informasi secara jujur terhadap wartawan, mendengarkan pertanyaan secara aktif dan penuh perhatian, memberikan informasi sesuai dengan yang dibutuhkan oleh wartawan dan wartawan merasa puas dengan materi dan nilai yang berita dari informasi yang disampaikan oleh Humas.

3. Terdapat hubungan yang sangat rendah antara keterbukaan (*openness*) Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap konatif wartawan terhadap perusahaan. Dari analisis inferensial dapat diketahui antara keterbukaan (*openness*) atau (X1) dengan sikap konatif wartawan (Y3) memiliki hubungan yang cukup berarti. Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) memiliki kesediaan dalam mendengarkan pertanyaan wartawan, menunjukkan sikap kesediaan untuk memberikan informasi secara jujur terhadap wartawan, mendengarkan pertanyaan secara aktif dan penuh perhatian. Ketersediaan wartawan untuk memuat suatu *press release* tidak hanya ditentukan oleh hubungan yang baik, tetapi adanya pertimbangan dalam aspek berita dari sudut pandang yang berbeda dari setiap wartawan.
4. Terdapat hubungan antara empati (*empathy*) Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap kognitif wartawan terhadap perusahaan. Dari analisis inferensial dapat diketahui antara empati (*empathy*) atau (X2) dengan sikap kognitif wartawan (Y1) memiliki hubungan yang rendah tapi pasti. Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dapat memahami keinginan dan kebutuhan informasi yang diinginkan wartawan, memahami pertanyaan wartawan, antusias mendengarkan pertanyaan wartawan dan wartawan merasa diberikan kemudahan dalam mendapatkan informasi mengenai kebijakan perusahaan.
5. Terdapat hubungan antara empati (*empathy*) Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap afektif wartawan terhadap perusahaan. Dari analisis inferensial dapat diketahui antara empati (*empathy*) atau (X2) dengan sikap afektif wartawan (Y2) memiliki hubungan yang cukup berarti. Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dapat memahami keinginan dan kebutuhan informasi yang diinginkan wartawan, memahami pertanyaan wartawan, dan antusias mendengarkan pertanyaan wartawan dan wartawan menyukai pelayanan yang diberikan oleh Humas dalam menjamu media.
6. Terdapat hubungan yang sangat rendah sekali antara empati (*empathy*) Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap konatif wartawan terhadap perusahaan. Dari analisis inferensial dapat diketahui antara empati (*empathy*) atau (X2) dengan sikap kognitif wartawan (Y3) memiliki hubungannya rendah sekali. Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dapat memahami keinginan dan kebutuhan informasi yang diinginkan wartawan, memahami pertanyaan wartawan, dan antusias mendengarkan pertanyaan wartawan. Namun, informasi yang telah didapatkan oleh wartawan tidak sepenuhnya akan dimuat di media massa bergantung pada sudut pandang berita yang akan diambil oleh wartawan.
7. Terdapat hubungan antara sikap mendukung (*supportiveness*) Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap kognitif wartawan terhadap perusahaan. Dari analisis inferensial dapat diketahui antara sikap mendukung (*supportiveness*) atau (X3) dengan sikap kognitif wartawan (Y1) memiliki

- hubungan yang cukup berarti. Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dapat menerima pertanyaan dan menjelaskannya dengan rinci, menjawab pertanyaan secara spontan/ tidak memerlukan waktu yang lama untuk menjawab pertanyaan, bersedia mendengarkan pandangan yang berlawanan dari wartawan dan mempermudah bagi wartawan dalam mendapatkan informasi dari Humas.
8. Terdapat hubungan antara sikap mendukung (*supportiveness*) Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap afektif wartawan terhadap perusahaan. Dari analisis inferensial dapat diketahui antara sikap mendukung (*supportiveness*) atau (X3) dengan sikap afektif wartawan (Y2) memiliki hubungan yang cukup berarti. Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dapat menerima pertanyaan dan menjelaskannya dengan rinci, menjawab pertanyaan secara spontan/ tidak memerlukan waktu yang lama untuk menjawab pertanyaan, dan bersedia mendengarkan pandangan yang berlawanan dari wartawan.
 9. Terdapat hubungan yang sangat rendah sekali antara sikap mendukung (*supportiveness*) Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap konatif wartawan terhadap perusahaan. Dari analisis inferensial dapat diketahui antara sikap mendukung (*supportiveness*) atau (X3) dengan sikap konatif wartawan (Y3) memiliki hubungan yang rendah sekali. Jadi, Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dapat menerima pertanyaan dan menjelaskannya dengan rinci, menjawab pertanyaan secara spontan/ tidak memerlukan waktu yang lama untuk menjawab pertanyaan, dan bersedia mendengarkan pandangan yang berlawanan dari wartawan.
 10. Terdapat hubungan antara rasa positif (*positiveness*) Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap kognitif wartawan terhadap perusahaan. Dari analisis inferensial dapat diketahui antara rasa positif (*sopportiviness*) atau (X4) dengan sikap kognitif wartawan (Y1) memiliki hubungan yang rendah tapi pasti. Jadi, Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) bersikap sopan dan satun kepada wartawan, merespon pertanyaan pada saat berkomunikasi dengan wartawan, tidak gugup ketika berkomunikasi dengan wartawan dan selalu berpakaian bersih dan rapih ketika menemui wartawan.
 11. Terdapat hubungan antara rasa positif (*positiveness*) Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap afektif wartawan terhadap perusahaan. Dari analisis inferensial dapat diketahui antara rasa positif (*sopportiviness*) atau (X4) dengan sikap afektif wartawan (Y2) memiliki hubungan yang cukup berarti. Jadi, Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) bersikap sopan dan satun kepada wartawan, merespon pertanyaan pada saat berkomunikasi dengan wartawan, tidak gugup ketika berkomunikasi dengan wartawan dan selalu berpakaian bersih dan rapih ketika menemui wartawan.
 12. Terdapat hubungan yang sangat rendah sekali antara rasa positif (*positiveness*) Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap konatif wartawan terhadap perusahaan. Dari analisis inferensial dapat diketahui antara rasa positif (*sopportiviness*) atau (X4) dengan sikap konatif wartawan (Y3) memiliki hubungan yang rendah sekali. Jadi, Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) bersikap sopan dan satun kepada wartawan, merespon pertanyaan pada saat berkomunikasi dengan wartawan, tidak gugup ketika berkomunikasi dengan wartawan dan selalu berpakaian bersih dan rapih ketika menemui wartawan.
 13. Terdapat hubungan antara kesetaraan (*equality*) Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap kognitif wartawan terhadap perusahaan. Dari analisis inferensial dapat diketahui antara kesetaraan (*equality*) atau (X5) dengan sikap

kognitif wartawan (Y1) memiliki hubungan yang rendah tapi pasti. Jadi, Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) pemilihan kata saat menjawab pertanyaan mudah dimengetu oleh wartawan, tidak berbelit-belit dalam memeberikan informasi mengenai perusahaan, memberikan pemahaman mengenai kebijakan perusahaan, memberikan informasi yang sama kepada semua wartawan dan menghargai profesi wartwan dengan memberikan pelayanan yang sama terhadap semua wartawan.

14. Terdapat hubungan antara kesetaraan (*equality*) Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap afektif wartawan terhadap perusahaan. Dari analisis inferensial dapat diketahui antara kesetaraan (*equality*) atau (X5) dengan sikap afektif wartawan (Y2) memiliki hubungan yang rendah tapi pasti. Jadi, Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) pemilihan kata saat menjawab pertanyaan mudah dimengetu oleh wartawan, tidak berbelit-belit dalam memeberikan informasi mengenai perusahaan, memberikan pemahaman mengenai kebijakan perusahaan, memberikan informasi yang sama kepada semua wartawan dan menghargai profesi wartwan dengan memberikan pelayanan yang sama terhadap semua wartawan.
15. Terdapat hubungan yang sangat rendah sekali antara kesetaraan (*equality*) Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap konatif wartawan terhadap perusahaan. Dari analisis inferensial dapat diketahui antara kesetaraan (*equality*) atau (X5) dengan sikap konatif wartawan (Y3) memiliki hubungan yang rendah sekali. Jadi, Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) pemilihan kata saat menjawab pertanyaan mudah dimengetu oleh wartawan, tidak berbelit-belit dalam memeberikan informasi mengenai perusahaan, memberikan pemahaman mengenai kebijakan perusahaan, memberikan informasi yang sama kepada semua wartawan dan menghargai profesi wartwan dengan memberikan pelayanan yang sama terhadap semua wartawan.

E. Saran

Saran Teoritis

Penelitian ini merupakan penelitian korelasional mengenai hubungan Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dengan sikap wartawan terhadap perusahaan, diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat diteliti hubungan antara variabel-variabel lain selain komunikasi antarpribadi dengan sikap wartawan, seperti efektifitas penggunaan media massa dalam perusahaan. Selain itu, diharapkan pula adanya penelitian lanjutan seperti penelitian studi kasus mengenai komunikasi antarpribadi Humas.

Saran Praktis

1. Diharapkan Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) dapat menjalin komunikasi yang baik dengan media relations sebagai bentuk menghargai adanya media massa sebagai media dalam eksistensi perusahaan kepada masyarakat luas.
2. Diharapkan Humas PT. Dirgantara Indonesia dapat mengagendakan kegiatan yang melibatkan karyawan perusahaan khususnya Humas dengan media relations atau wartawan. Agenda tersebut sebagai bentuk upaya menjalin silaturahmi diantara keduanya.
3. Diharapkan adanya peningkatan dalam menjalin komunikasi diantara keduanya, baik melalui baik secara langsung maupun tidak langsung, atau baik secara media sosial ataupun secara tatap muka ketika melakukan suatu kegiatan.

Daftar Pustaka

- Agung, I Gusti Ngurah. 2001. *Statistika Analisis Hubungan Kausal Berdasarkan Data Kategorik*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Azwar, Saifuddin. 2007. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bajari, Atwar. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi: Prosedur, Tren, dan Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Butterick, Keith. 2013. *Pengantar Public Relations : Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- DeVito, Joseph. 1997. *Human Communication*. Penerjemah: Ir. Agus Maulana MSM. Jakarta.
- DeVito, Joseph. 2011. *Komunikasi Antarmanusia : Edisi Kelima*. Tangerang Selatan: KARISMA Publishing Group
- Effendy, Onong Uchjana. 1999. *Hubungan Masyarakat*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hardjana, Agus. 2003 *Komunikasi Interpersonal dan Interpersonal*. Yogyakarta: Kanisius.
- Iriantara, Yosol. 2005. *Media Relations: Konsep, Pendekatan dan Praktik*. Bandung: Simbosa Rekatama Media.
- Mulyana, Deddy. 2012. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Partao, Zainal Abidin. 2006. *Media Relations: Strategi Meraih Dukungan Publik*. PT. Percetakan Penebar Swadaya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaludin. 2012. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sinambela, Lijan Poltak. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Yulianita, Neni. 2012. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Islam Bandung (LPPM UNISBA).
- Sumber lain :
- Sari, Kartika Apriliya. 2009. *Hubungan antara Komunikasi Antarpribadi Dokter dan Pasien dengan Kepuasan Pelayanan Kepada Pasien*. Skripsi. Bandung: Program Sarjana Universitas Islam Bandung.
- Benyamin, Karimah, Abriyoso. 2012. *Hubungan Efektifitas Komunikasi Antarpribadi dalam Keluarga dengan Motivasi Belajar Anak di Sekolah*. Skripsi. Bandung: Program Sarjana Universitas Padjajaran.
- Company Profile* PT. Dirgantara Indonesia (Persero)
- Daftar Nama Wartawan Media Relations PT. Dirgantara Indonesia (Persero)