

Tesis

**ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA *ONLINE* OLEH SUB BAGIAN
HUBUNGAN MASYARAKAT DPRD PROVINSI SULAWESI SELATAN**

*AN ANALYSIS ON THE USE OF ONLINE MEDIA BY SUB-SECTIONS
OF PUBLIC RELATION OF THE REGIONAL PEOPLE'S
REPRESENTATIVE COUNCIL (DPRD) OF SOUTH SULAWESI
PROVINCE*

**NURUL BAYYINAH MUHRIM
E022191024**



**SEKOLAH PASCASARJANA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2021**

**ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA *ONLINE* OLEH SUB BAGIAN
HUBUNGAN MASYARAKAT DPRD PROVINSI SULAWESI SELATAN**

*AN ANALYSIS ON THE USE OF ONLINE MEDIA BY SUB-SECTIONS
OF PUBLIC RELATION OF THE REGIONAL PEOPLE'S
REPRESENTATIVE COUNCIL (DPRD) OF SOUTH SULAWESI
PROVINCE*

TESIS

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Magister

Program Studi
Ilmu Komunikasi

Disusun dan diajukan Oleh:

**NURUL BAYYINAH MUHRIM
E022191024**

**PROGRAM PASCASARJANA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2021**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

**ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA ONLINE OLEH SUB BAGIAN
HUBUNGAN MASYARAKAT DPRD PROVINSI SULAWESI SELATAN**

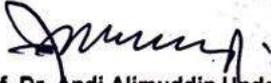
Disusun dan diajukan oleh
NURUL BAYYINAH MUHRIM
E022191024

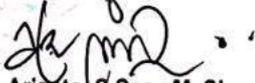
Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Magister Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin
pada tanggal (10 Juni 2021)
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,


Prof. Dr. Andi Alimuddin Unde, M.Si
NIP. 196201181987021001


Dr. Arianto S. Sos., M. Si.
NIP. 197307303003121002

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Hasanuddin,


Dr. H. Muhammad Farid, M. Si
NIP. 196107161987021001




Prof. Dr. H. Armin, M.Si.
NIP. 196511091991031008

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Bayyinah Muhrim
Nomor Pokok : E022191024
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul:

Analisis Penggunaan Media Online oleh Sub Bagian Hubungan Masyarakat Sekretariat DPRD Provinsi Sulawesi Selatan.

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

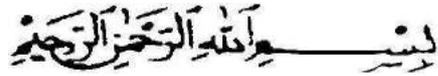
Makassar, Juni 2021

Yang menyatakan



Nurul Bayyinah Muhrim

KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadiran Allah swt. karena atas rahmat, inayah, dan kuasa- Nya sehingga penulis dengan segala usaha dan perjuangan dapat menyelesaikan penelitian berjudul “Analisis Penggunaan Media Online oleh Sub Bagian Hubungan Masyarakat DPRD Provinsi Sulawesi Selatan”.

Tesis ini diajukan guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata II pada Universitas Hasanuddin. Peneliti menyadari proses penyusunan tesis ini tidak lepas dari bimbingan, dorongan, bantuan dan doa restu dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati penulis sampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Prof. Dr. Andi Alimuddin Unde selaku pembimbing I dan Dr. Arianto, S.Sos., M.Si selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu memberikan arahan, bimbingan, dukungan, dan bantuan kepada penulis selama proses bimbingan hingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Dr. Muh. Iqbal Sultan, M.Si, Dr. Hasrullah, MA, dan Dr. Ir. Rhiza Samsoe'oad Sadjad, MS.EE selaku tim penguji yang senantiasa

memberikan arahan, koreksi, dan saran yang membangun untuk penyempurnaan tesis ini.

3. Dr. H. Muhammad Farid, M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Komunikasi Universitas Hasanuddin dengan tulus memberikan arahan dan motivasi selama penulis menyelesaikan pendidikan.
4. Para dosen Sekolah Pascasarjana Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin dengan segala jerih payah membimbing dan memandu perkuliahan sehingga menambah wawasan penulis.
5. Jajaran pengelola Sekolah Pascasarjana Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin yang telah memberikan pelayanan maksimal dalam administrasi selama perkuliahan dan penyelesaian tesis.
6. Kedua orang tua, saudara dan keluarga besar yang selalu memberikan doa, dukungan moral dan materil selama penulis menyelesaikan pendidikan.
7. Teman-teman mahasiswa dan mahasiswi Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi angkatan 2019 Universitas Hasanuddin yang berjuang bersama dalam proses perkuliahan.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis ucapkan satu persatu yang telah membantu penelitian ini.

Penulis menyadari dalam tesis ini masih terdapat kekeliruan dan ketidaksempurnaan dari segi substansi maupun metodologi. Penulis berharap masukan konstruktif untuk tulisan ini, akan hadir tulisan yang lebih baik. Semoga Allah swt. memberi perlindungan dan kebaikan kepada semua pihak yang berperan dalam tesis ini.

Makassar, Juni 2021

Penulis,

Nurul Bayyinah Muhrim

DAFTAR ISI

Halaman

| | |
|--|------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN TESIS | ii |
| PERNYATAAN KEASLIAN TESIS | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| ABSTRAK | ix |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 8 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 8 |
| D. Kegunaan Penelitian | 8 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| A. Kajian Konsep | 10 |
| 1. Public Relation dan Humas Pemerintah..... | 10 |
| 2. Media <i>Online</i> di Era Digital..... | 27 |
| B. Kajian Teori | 41 |
| 1. Teori <i>Boundary Spanning</i> Public Relations | 41 |
| 2. Teori <i>Cyber</i> Public Relation..... | 44 |
| C. Penelitian Terdahulu | 46 |
| D. Kerangka Pikir | 52 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian | 55 |
| B. Lokasi Penelitian | 56 |
| C. Sumber Data | 56 |
| D. Teknik Pengambilan Data dan Jumlah Informan | 57 |
| E. Teknik Analisis Data Kualitatif | 61 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian..... | 64 |
| 1. Profil DPRD Provinsi Sulawesi Selatan..... | 64 |
| 2. Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi, Serta Tata Kerja Sekretariat DPRD Provinsi Sulawesi Selatan..... | 66 |
| B. Hasil Penelitian..... | 71 |
| C. Pembahasan | |
| 1. Pengelolaan Publikasi Berita Melalui Media <i>Online</i> oleh Sekretariat DPRD Provinsi Sulawesi Selatan..... | 102 |
| 2. Humas Sekretariat DPRD Provinsi Sulawesi Selatan Tidak Memaksimalkan Publikasi pada Media <i>Online</i> | 108 |

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|---------------------|-----|
| A. Kesimpulan | 118 |
| B. Saran | 120 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

ABSTRAK

NURUL BAYYINAH MUHRIM. *Analisis Penggunaan Media Daring oleh Subbagian Hubungan Masyarakat DPRD Provinsi Sulawesi Selatan* (dibimbing oleh Andi Alimuddin Unde dan Arianto).

Penelitian ini bertujuan (1) mengetahui dan menganalisis pengelolaan publikasi berita oleh Humas Sekretariat DPRD Provinsi Sulawesi Selatan melalui Media daring di Sekretariat DPRD Provinsi Sulawesi Selatan dan (2) mengetahui dan menganalisis penyebab Humas Sekretariat DPRD Provinsi Sulawesi Selatan tidak memaksimalkan publikasi di media daring pada era informasi digital.

Penelitian ini berlokasi di Kantor Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi Sulawesi Selatan yang beralamat di Jl. Urip Sumahardjo No. 59 Kecamatan Panakukkang, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan. Metode penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data menggunakan teknik wawancara mendalam dan observasi.

Hasil penelitian menunjukkan (1) proses pengelolaan publikasi berita melalui media daring, Humas Sekretariat DPRD Provinsi Sulawesi Selatan mengklasifikasi menjadi dua bagian, yakni bagian isi pemberitaan (publikasi) media daring humas dan bagian desain berita publikasi daring humas. Proses pengelolaan publikasi berita media daring telah melalui perencanaan dan penerapan yang matang, namun belum mencapai tujuan yang diharapkan Humas DPRD Sulawesi Selatan dan (2) Humas Sekretariat DPRD Provinsi Sulawesi Selatan tidak memaksimalkan publikasi di media daring disebabkan oleh beberapa hal, di antaranya (a) Humas hanya sebatas fasilitator, (b) kurangnya keterampilan menulis, (c) fasilitas penunjang kurang memadai, dan (d) minimnya anggaran. Hal-hal penyebab Humas DPRD Provinsi Sulawesi Selatan tidak memaksimalkan pemberitaan secara umum masih didominasi oleh faktor-faktor internal sehingga perlu pembenahan terhadap hal tersebut agar Humas dapat menjalankan fungsi dan tugasnya dengan lebih baik.

Kata kunci: humas pemerintah, sekretariat dprd, media daring



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi saat ini sangat memberikan dampak terhadap pesatnya perkembangan teknologi yang ditandai dengan meningkatnya arus informasi dan komunikasi. Informasi merupakan kebutuhan pokok masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan. Salah satu cara untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan, yakni melalui keterbukaan informasi publik. Keterbukaan informasi publik merupakan kebutuhan yang dibutuhkan oleh masyarakat terutama mengenai layanan informasi publik.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mendukung kebutuhan layanan informasi publik melalui media *online*. Keberadaan internet atau media *online* memudahkan penggunaannya untuk mengakses informasi kapan saja dan dimana saja. Dalam sebuah data yang penulis kutip dari Kumparan.com bahwa pengguna internet di Indonesia telah mencapai 175.4 juta jiwa dari total penduduk sebesar 2721.1 juta jiwa. Hal ini menandakan bahwa lebih dari setengah penduduk Indonesia menggunakan internet dalam kehidupannya. Berdasarkan data di atas, maka secara tidak langsung juga mempengaruhi segala hal, termasuk cara kerja Public Relations (PR) dan perkembangan perusahaan. Melalui teknologi internet, tanpa harus bertemu dengan jarak beribu-ribu mil pun

Public Relations dapat melakukan komunikasi dengan publiknya (Hidayat, 2014: 94).

Saat ini banyak perusahaan yang menggunakan teknologi internet untuk mempermudah kegiatan Public Relations melalui dunia maya atau yang disebut PR Digital. Tidak hanya perusahaan yang memanfaatkan teknologi internet untuk mempermudah kegiatan Public Relations. Namun, Public Relations (Humas) pemerintah juga turut memanfaatkan teknologi internet sebagai jembatan antara instansi dengan masyarakat dalam memberikan layanan informasi kepada publik. Sebagai bentuk dari keterbukaan informasi tersebut lahirlah Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik yang merupakan gebrakan pemerintah sebagai komitmen untuk melindungi dan menjamin hak publik atas berbagai informasi publik (Sari, 2012:95). Adanya undang-undang tersebut memposisikan Humas pemerintah untuk memenuhi hak publik atas informasi publik.

Humas pemerintah memiliki beberapa tugas utama menurut Millet (Dalam Sari, 2012) antara lain mempelajari keinginan publik, menciptakan kepuasan masyarakat terhadap pemerintah, memberikan informasi tentang kegiatan yang dilakukan pemerintah serta mencoba menciptakan citra baik pemerintah di mata publik. Untuk mewujudkan tugas ini maka sudah sewajarnya Humas memanfaatkan segala jenis saluran tersedia khususnya media *online*.

Humas pemerintah pada umumnya bertugas sebagai komunikator dalam pelaksanaan program-program pemerintah. Humas pemerintah harus menginformasikan kepada masyarakat tentang kegiatan- kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah. Hal-hal yang diinformasikan tersebut diantaranya kebijakan baru, prestasi ataupun pencapaian pemerintah itu sendiri. Hal ini diharapkan dapat membangun citra positif instansi terkait dan diharapkan dapat membentuk opini positif publik terhadap kinerja pemerintahan. Pengembangan media massa ke media *online* sebagai sarana untuk penyebaran informasi ke publik juga dilakukan oleh Sekretariat DPRD Provinsi Sulawesi Selatan pada Subbagian Hubungan Masyarakat, Protokol, dan Publikasi. Dalam Peraturan Gubernur Nomor 15 Tahun 2016 tentang tugas, fungsi dan tata kerja Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi Sulawesi Selatan bahwa pekerjaan Subbagian Hubungan Masyarakat, Protokol, dan Publikasi ada empat belas poin. Empat belas poin itu yaitu:

- a. Menyusun rencana kegiatan Subbagian Hubungan Masyarakat, Protokol dan Publikasi sebagai pedoman dalam pelaksanaan tugas;
- b. Mendistribusikan dan memberi petunjuk pelaksanaan tugas;
- c. Memantau, mengawasi dan mengevaluasi pelaksanaan tugas dalam lingkungan Subbagian Hubungan Masyarakat, Protokol dan Publikasi untuk mengetahui perkembangan pelaksanaan tugas;
- d. Menyusun rancangan, mengoreksi, memaraf dan/atau menandatangani naskah dinas;

- e. Mengikuti rapat-rapat sesuai dengan bidang tugasnya;
- f. Mengoordinasikan dan melakukan penyusunan bahan komunikasi dan publikasi;
- g. Mengoordinasikan dan merancang administrasi kunjungan kerja DPRD;
- h. Mengoordinasikan dan menyusun bahan keprotokolan pimpinan DPRD;
- i. Mengoordinasikan dan merencanakan kegiatan DPRD;
- j. Mengoordinasikan dan merencanakan keprotokolan pimpinan DPRD;
- k. Melakukan koordinasi dan konsultasi dengan pihak terkait dalam pelaksanaan kegiatan;
- l. Menilai kinerja pegawai Aparatur Sipil Negara sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan;
- m. Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas Kepala Subbagian Hubungan Masyarakat, Protokol dan Publikasi dan memberikan saran pertimbangan kepada atasan sebagai bahan perumusan kebijakan; dan
- n. Melakukan tugas kedinasan lain yang diperintahkan oleh atasan sesuai bidang tugasnya untuk mendukung kelancaran tugas.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kegiatan Humas dan Protokol pada Sekertariat DPRD Provinsi Sulawesi Selatan berfokus pada dua hal yaitu memberikan informasi dan melakukan publikasi kegiatan DPRD.

Sudah menjadi perhatian umum bahwa media *online* menjadi salah satu kunci untuk dapat menjangkau masyarakat selain menggunakan cara "lama" seperti pemberitaan koran, televisi, radio dan spanduk/baliho.

Berdasarkan olah data sekunder dan observasi awal tercatat beberapa media *online* berposko di Sekretariat DPRD Provinsi Sulawesi Selatan yaitu SulselEkspress.com, IniPasti.com, SulselSatu.com. Djournalist.com, Rakyatku.com, Trotoar.id, IniKata.com, MitraPol, dan BeritaSulsel serta website yang dikelola Subbagian Humas, Protokol, dan Publikasi DPRD Provinsi Sulawesi Selatan. Berikut rincian media *online* serta jumlah berita yang dipublikasikan sepanjang bulan Juli - September 2020.

| No. | Media | Jumlah Berita Juli–September 2020 |
|------------|---------------------|--|
| 1. | SulselEkspress.com | 10 |
| 2. | IniPasti.com | 17 |
| 3. | SulselSatu.com | 18 |
| 4. | Djournalist.com | 7 |
| 5. | Rakyatku.com | 8 |
| 6. | Trotoar.id | 24 |
| 7. | IniKata.com | 8 |
| 8. | MitraPol | 8 |
| 9. | Website DPRD Sulsel | 8 |

Sumber: Olah data oleh Penulis (Juli-September 2020)

Berdasarkan data di atas, penulis melihat bahwa jumlah publikasi sekretariat yang menjadi tugas dan fungsi utama Humas Sekretariat DPRD Provinsi Sulawesi Selatan masih lemah. Kedua adalah terjadi ketidakseimbangan jumlah publikasi DPRD Provinsi Sulawesi Selatan beberapa di media *online*. Ada lima media *online* yang memuat kurang dari sepuluh berita selama tiga bulan terakhir termasuk website DPRD Provinsi Sulawesi Selatan. Hasil pantauan penulis, lima portal media *online* yang memuat kurang dari sepuluh berita tersebut masih aktif namun karena sumber daya wartawan yang kurang sehingga portal media tersebut hanya mengandalkan rilis berita kiriman dari Humas Pemerintah. Humas DPRD Sulawesi Selatan kurang aktif dalam membagikan bahan publikasi sehingga pemberitaan seputar DPRD Sulawesi Selatan menjadi tidak maksimal di beberapa media *online*. Hal ini tentu menjadi perhatian penulis dalam melakukan penelitian di Sekretariat DPRD Provinsi Sulawesi Selatan.

Berita yang sering muncul menjadi headline adalah pada saat ada aksi, demo, maupun sidang paripurna di DPRD Provinsi Sulawesi Selatan. Berita mengenai kegiatan kedewanan seperti reses, koordinasi dan kunjungan kerja belum begitu menjadi perhatian. Penulis melihat diperlukan keaktifan Humas agar mereka dapat melaksanakan tugasnya dalam menyediakan bahan informasi dan publikasi tentang kegiatan kedewanan dapat dilaksanakan dengan lebih baik. Selanjutnya, kegiatan-kegiatan kedewanan seperti reses, koordinasi, komunikasi dalam dan luar

daerah serta kunjungan kerja dapat menjadi bahan liputan untuk menunjukkan kinerja kedewanan.

Melihat penjabaran di atas maka dapat ditarik bahwa Subbagian Humas, Protokol, dan Publikasi Sekretariat DPRD Provinsi Sulawesi Selatan perlu memahami dengan baik tugasnya sebelum melakukan implementasi program kerja sesuai dengan yang tertuang dalam Tugas Pokok Humas DPRD. Berdasarkan pemaparan diatas penulis melihat bahwa masih diperlukan beberapa pembenahan dalam pengelolaan pemanfaatan media *online*. Sehingga penulis berkeinginan untuk menjadikah hal tersebut sebagai penelitian penulis. Untuk itu penulis ingin meneliti tentang **Analisis Penggunaan Media *Online* oleh Sub Bagian Hubungan Masyarakat DPRD Provinsi Sulawesi Selatan.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana Humas dalam mengelola publikasi berita melalui media *online* Sekretariat DPRD Provinsi Sulawesi Selatan?
2. Mengapa Humas Sekretariat DPRD Provinsi Sulawesi Selatan tidak memaksimalkan publikasi pada media *online* di Era Digital Informasi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang dan rumusan masalah di atas maka penulis berharap agar penelitian ini dapat:

1. Mengetahui dan menganalisis Humas Sekretariat DPRD Provinsi Sulawesi Selatan dalam mengelola publikasi berita melalui Media *Online* pada Sekretariat DPRD Provinsi Sulawesi Selatan.
2. Mengetahui dan menganalisis penyebab Humas Sekretariat DPRD Provinsi Sulawesi Selatan tidak memaksimalkan publikasi pada media *online* di Era Digital Informasi.

D. Kegunaan Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat terhadap:

1. Manfaat Teoritis

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran terkait perkembangan ilmu komunikasi, khususnya ilmu komunikasi dan Hubungan Masyarakat.

2. Manfaat Praktis

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan masukan dalam penyusunan program kerja oleh Subbagian Hubungan Masyarakat, Protokol, dan Publikasi pada Sekretariat DPRD Provinsi Sulawesi Selatan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Konsep

1. Public Relations dan Humas Pemerintahan

Public Relations dalam istilah bahasa Indonesia lebih dikenal dengan Hubungan Masyarakat atau Humas. Biasanya Humas sering digunakan dalam instansi pemerintah. Sebenarnya tidak ada perbedaan antara pengertian Humas dan Public Relations, keduanya sama dari segi pengertian, proses, tujuan, fungsi dan kegiatannya. Semua orang percaya bahwa definisi dari Public Relations/Humas bisa saja berbeda – beda arti bagi masing – masing pihak. Ada yang melihatnya dari segi komunikasi, publikasi, manajemen, pemasaran atau periklanan, begitu kompleksnya.

Penjelasan menurut Grunig (1989) dalam Kriyantono (2014) menyatakan bahwa Public Relations adalah penggunaan komunikasi untuk memanipulasi publik demi kepentingan organisasi. Barney (1955) dalam Morissan (2009) mendeskripsikan PR sebagai "*Inducing the public to have understanding for and goodwill* (Membujuk publik untuk memiliki pengertian yang mendukung serta niat baik).

Demikian pula, Cutlip-Centre-Broom (2006) mendefinisikan PR sebagai berikut:

the planned effort to influence opinion through good character and responsible performance, based on mutually satisfactory two-way

communication (Usaha terencana untuk mempengaruhi pandangan melalui karakter yang baik serta tindakan bertanggung jawab, didasarkan atas komunikasi dua arah yang saling memuaskan). Public Relations adalah penggunaan komunikasi yang terencana untuk membujuk publik agar mendukung organisasi dengan asas komunikasi dua arah yang memuaskan.

Public Relations adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dan publiknya, menyangkut aktifitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerjasama yang melibatkan manajemen dalam menghadapi masalah, dan bertindak sebagai peringatan dini dalam mengantisipasi penggunaan teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama kegiatan kehumasan (Rex Harlow Dalam Iksan dan Mandalia, 2015).

Kegiatan Public Relations pada hakikatnya merupakan bagian dari teknik komunikasi dengan ciri khas komunikasi dua arah (*two way communication*) antara lembaga atau organisasi yang diwakilinya dengan publik atau sebaliknya. Setelah melakukan kegiatan komunikasi tersebut, pihak Humas menganalisa untuk mengetahui efeknya atau feed back, apakah berdampak baik terhadap citra, atau sebaliknya menjaddi negatif sehingga kurang menguntungkan posisi organisasi atau lembaga bersangkutan di mata masyarakat (Ruslan, 1999:19).

Definisi Public Relations yang dikemukakan oleh para ahli atau pakar, menurut *International Public Relations Associations* (IPRA) terbitan gold paper N0 4 dengan judul *A model for public relations education for profesional practice*, walaupun terdapat perbedaan, tetapi mengandung kesamaan arti diantaranya :

- a. Public Relations merupakan suatu kegiatan yang bertujuan memperoleh good will, kepercayaan, saling pengertian dan citra baik di masyarakat.
- b. Sasaran Public Relations adalah berupaya ciptakan opini publik yang favorable dan menguntungkan semua pihak.
- c. Public Relations merupakan unsur yang cukup penting dalam mendukung manajemen untuk menciptakan tujuan yang spesifik dari organisasi atau lembaga.
- d. Public Relations adalah usaha untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara suatu lembaga dengan pihak masyarakat melalui suatu proses timbal balik, hubungan yang harmonis, saling mempercayai dan menciptakan citra yang positif (Ruslan, 2005 :8).

Sudah selayaknya seorang praktisi Public Relations memiliki kemampuan untuk menganalisis kebutuhan organisasinya. Menurut Smith (2005) praktisi Public Relations sewajarnya mampu menganalisis tiga hal yaitu:

- 1) Menganalisis situasi yaitu menganalisa perencanaan, siapa klien kita, siapa *supervisor*, siapa orang-orang penting dalam perusahaan dan siapa pengambil kebijakan tertinggi. Artinya humas harus mengetahui kepada siapa dia akan bertanya jika

terjadi suatu kondisi yang tidak diinginkan dan siapa yang kredibel untuk menjelaskan kepada publiknya;

- 2) Menganalisis organisasi yaitu memahami tiga aspek organisasi antara lain (a). Lingkungan internal (visi dan misi, kinerja dan sumber daya yang dimiliki oleh organisasi); (b). Memahami persepsi publik terhadap organisasi; dan (c). Lingkungan eksternal antara lain saingan, lawan serta pendukung;
- 3) Menganalisis siapa publik kita. Perlu dipahami bahwa organisasi kita berinteraksi dengan berbagai jenis publik. Sehingga, kita harus menganalisa *key public* yang penting untuk kita 'pegang' dalam menghadapi isu tertentu.

Dengan memiliki kemampuan dalam menganalisa situasi, organisasi dan publik maka harapannya adalah petugas humas dapat memberikan solusi yang jitu dalam menghadapi situasi tertentu. Untuk dapat melakukan analisa yang baik humas harus dapat menganalisa isu yang beredar di publik. Menurut Soerjono Soekamto yang dikutip dalam (Djoenarsih, Sunarjo, 1984 :19) mengatakan bahwa publik berupa kelompok yang tidak merupakan kesatuan, berinteraksi secara tidak langsung melalui media komunikasi, baik komunikasi secara umum misalnya pembicaraan secara pribadi, desas-desus, melalui media komunikasi seperti pers, radio, televisi, film dan sebagainya. Publik adalah kelompok atau orang-orang yang berkomunikasi dengan suatu organisasi baik secara internal maupun eksternal (Frank Jefkins yang dikutip oleh

(Fajar, 2009 : 56-57). Sedangkan Zawawi (2000) memiliki pengertian sederhana mengenai publik yakni sekelompok orang yang memiliki kepentingan atau kepedulian yang sama. Menurut Cutlip-Centre-Broom (2006) bahwa ada empat peran humas dalam organisasi yaitu;

- 1) Teknisi Komunikasi. Deskripsi kerja teknisi komunikasi lebih kepada jurnalistik. Teknisi komunikasi memiliki tugas utama dalam menulis news release, mengembangkan isi web dan menangani media. Namun, kelemahannya teknisi memiliki posisi sebagai pelaksana di lapangan dia tidak terlibat dalam pengambilan kebijakan;
- 2) Fasilitator Komunikasi. Deskripsi pekerjaan fasilitator komunikasi adalah pendengar dan perantara komunikasi antara organisasi dan publiknya. Selain sebagai pendengar mereka juga memainkan fungsi sebagai Interpreter dan mediator dalam organisasi. Posisi fasilitator komunikasi berada ditengah-tengah sebagai penghubung organisasi dan publiknya;
- 3) Fasilitator Pemecah Masalah. Deskripsi pekerjaan mereka adalah berkolaborasi dengan manajer lain untuk mendefinisikan dan memecahkan masalah. Fasilitator pemecah masalah memainkan peran penting dalam menganalisa situasi dan masalah karena mereka merupakan orang yang paling dekat dengan kebijakan, produk, prosedur dan tindakan organisasi;
- 4) *Expert Prescriber*. Mereka berperan sebagai ahli dan memiliki otoritas dalam persoalan kehumasan dan mampu untuk

memberikan solusi. Para ahli ini dianggap dapat memberikan solusi atas masalah yang dihadapi dengan organisasi dalam setiap aspek pekerjaan.

Praktisi humas diharapkan dapat menganalisa perannya dalam organisasi. Dengan mengetahui perannya dalam organisasi tidak akan terjadi tumpang tindih. Dengan memahami perannya maka praktisi humas dapat melaksanakan tugasnya sesuai koridor yang telah ditentukan. Sudah selayaknya seorang praktisi kehumasan memiliki kemampuan untuk menganalisis kebutuhan organisasinya. Public Relations sewajarnya mampu menganalisis tiga hal menurut Smith (2005) yaitu:

- 1) Menganalisis situasi yaitu menganalisa perencanaan, siapa klien kita, siapa supervisor, siapa orang-orang penting dalam perusahaan dan siapa pengambil kebijakan tertinggi. Artinya humas harus mengetahui kepada siapa dia akan bertanya jika terjadi suatu kondisi yang tidak diinginkan dan siapa yang kredibel untuk menjelaskan kepada publiknya;
- 2) Menganalisis organisasi yaitu memahami tiga aspek organisasi antara lain (1). Lingkungan internal (visi dan misi, kinerja dan sumber daya yang dimiliki oleh organisasi); (2). Memahami persepsi publik terhadap organisasi; dan (3). Lingkungan eksternal antara lain saingan, lawan serta pendukung;
- 3) Menganalisis siapa publik kita. Perlu dipahami bahwa organisasi kita berinteraksi dengan berbagai jenis publik. Sehingga, kita

harus menganalisa *key public* yang penting untuk kita 'pegang' dalam menghadapi isu tertentu.

Dengan memiliki kemampuan dalam menganalisa situasi, organisasi dan publik maka harapannya adalah petugas humas dapat memberikan solusi yang jitu dalam menghadapi situasi tertentu. Untuk dapat melakukan analisa yang baik humas harus dapat menganalisa isu yang beredar di publik.

Dikutip dari (Soemirat, Ardianto , 2002 : 15), publik dalam Public Relations dapat diklasifikasikan dalam beberapa kategori, yaitu :

1. Publik Internal dan publik eksternal

Internal Publik yaitu publik yang berada di dalam organisasi/perusahaan seperti supervisor, karyawan pelaksana, manajer, pemegang saha dan direksi perusahaan. Eksternal publik secara organik tidak berkaitan langsung dengan perusahaan seperti pers, pemerintah, pendidik/dosen, pelanggan, komunitas dan pemasok.

2. Publik primer, sekunder, dan marginal

Publik primer bisa sangat membantu atau merintangi upaya suatu perusahaan. Publik sekunder adalah publik yang kurang begitu penting dan publik marginal adalah publik yang tidak begitu penting. Contoh, anggota *Federal Reserve Board of Governor*

(dewan gubernur cadangan federal) yang ikut mengatur masalah perbankan, menjadi publik primer untuk sebuah bank yang menunggu rotasi secara teratur, dimana anggota legislatif dan masyarakat menjadi publik sekundernya

3. Publik tradisional dan publik masa depan

Karyawan dan pelanggan adalah publik tradisional, mahasiswa/pelajar, peneliti, konsumen potensial, dosen dan pejabat pemerintah (madya) adalah publik masa depan.

4. *Proponents, opponent, dan uncommitted*

Diantara publik terdapat kelompok yang menentang perusahaan (*opponents*), yang memihak (*proponents*) dan ada yang tidak peduli (*uncommitted*). Perusahaan perlu mengenal publik yang berbeda-beda ini agar dapat dengan jernih melihat permasalahan (Seitel, 1992:13-14).

5. *Silent majority dan vocal minority*

Dilihat dari aktivitas publik dalam mengajukan *complaint* (keluhan) atau mendukung perusahaan, dapat dibedakan antara yang vokal (aktif) dan yang *silent* (pasif). Publik penulis di surat kabar umumnya adalah *the vocal minority*, yaitu aktif menyuarakan pendapatnya, namun jumlahnya tak banyak. Sedangkan mayoritas

pembaca adalah pasif sehingga tidak kelihatan suara atau pendapatnya (Kasali, 1994:11).

Penjelasan Wilcox dan Cameroon (2009) menjabarkan beberapa fungsi dari Public Relations yaitu:

- 1) *Counseling*. Humas diharapkan dapat memberikan saran dan masukan terhadap kebijakan dan hubungan komunikasi.
- 2) *Research*. Humas diharapkan dapat memastikan sikap dan perilaku masyarakat. Riset dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai kesepahaman atau mempengaruhi publik.
- 3) *Media Relations*. Humas diharapkan dapat membangun hubungan dengan media massa dalam mencari publisitas dan memunculkan perhatian terhadap organisasi.
- 4) *Member Relations*. Humas diharapkan dapat merespon terhadap sebuah isu serta menginformasikan dan memotivasi karyawan perusahaan.
- 5) *Community Relations*. Humas diharapkan dapat merancang sebuah aktifitas yang melibatkan komunitas guna menjaga hubungan yang baik antara organisasi dengan komunitas sekitar.
- 6) *Public Affairs*. Humas diharapkan dapat mengembangkan keterlibatan terhadap kebijakan public agar organisasi dapat beradaptasi dengan ekspektasi public.

- 7) *Government Affairs*. Humas diharapkan dapat berhubungan langsung dengan legislative atau pembuat kebijakan.
- 8) *Issues Management*. Humas diharapkan dapat mengidentifikasi isu dan menjaga agar isu tersebut tidak mempengaruhi organisasi.
- 9) *Financial Management*. Humas diharapkan dapat membangun dan menjaga kepercayaan investor.
- 10) *Industry Relations*. Humas diharapkan dapat menjaga hubungan dengan organisasi lain atau hubungan dagang lainnya.
- 11) *Fund Raising*. Humas diharapkan dapat mendorong partisipasi masyarakat secara finansial terhadap organisasi.
- 12) *Multicultural Relationship*. Humas diharapkan dapat menghubungkan individu atau grup dalam berbagai grup budaya berbeda.
- 13) *Special Event*. Mendorong ketertarikan terhadap individu, kelompok atau organisasi dengan metode even yang direncanakan. Kegiatan juga direncanakan agar mereka dapat berinteraksi dengan publik.
- 14) *Marketing Communication*. Kombinasi dari berbagai aktivitas dengan tujuan menjual produk, jasa atau ide termasuk iklan, publisitas, promosi dan even khusus.

Public Relations diharapkan dapat memperaktekan fungsi-fungsi tersebut dalam menunjang pelaksanaan tugasnya. Publik memiliki tanggung jawab terhadap isu publik eksternal dan internal menurut Tench dan Yeomans (2006). Untuk menganalisa isu publik eksternal dapat dibagi dua yaitu isu makro dan isu task. Isu makro dapat dianalisa menggunakan analisa PEST. Sedangkan isu task biasanya lebih terkontrol contohnya adalah konsumen dan *Shareholders*.

| | |
|--|--|
| Politik <ul style="list-style-type: none"> - Situasi politik antar Negara - Perubahan rezim - Kebijakan ekonomi | Ekonomi <ul style="list-style-type: none"> - Suku bunga - Nilai mata uang - Nilai Devisa Negara |
| Sosial <ul style="list-style-type: none"> - Pola hidup - Perubahan demografi - Pola belanja masyarakat | Teknologi <ul style="list-style-type: none"> - Teknologi baru - Biaya riset dan pengembangan - Dampak teknologi |

Diadaptasi dari Analisa PEST, Buku *Exploring PR*

Selain isu eksternal, isu yang dihadapi oleh humas adalah isu internal. Isu internal ini berkuat dengan bentuk organisasi dan bidang dimana dia beroperasi. Maksud dari bentuk adalah jika dia organisasi yang kecil yang hanya beroperasi pada satu wilayah maka tantangan komunikasi yang dihadapi relatif dapat diprediksi sedangkan bidang organisasi adalah sektor dimana dia berdiri.

Penanganan kehumasan untuk perusahaan makanan berbeda dengan penanganan kehumasan organisasi yang bergerak di bidang jasa

ataupun keuangan. Beberapa isu internal yang dapat dilihat pada buku ini antara lain sektor organisasi itu bergerak, ukuran dari perusahaan tersebut, perkembangan dan budaya organisasi.

Empat model kehumasan menurut Grunig dan Hunt (Dalam Waddington, 2013), yaitu:

1. *Press Agency*

Pada abad ke-19, agen pers bekerja untuk mempengaruhi opini publik dengan menciptakan berita. Agen pers berinvestasi waktu dalam penelitian namun kurang dalam pembahasan etika. Tujuannya adalah manipulasi. Menekan pada praktek PR yang fokus pada upaya promosi, publisitas, dan propaganda publik (Lattimore dkk.2010:63). Praktisi PR dalam model ini dihalalkan untuk melakukan segala cara demi mendongkrak nama organisasi atau orang yang diwakilinya.

2. *Public Information*

Model PR ini mulai muncul awal abad ke-20. yang bergeser ke arah yang lebih benar dan tepat dalam berkomunikasi. Tetapi tidak lebih dari mendistribusikan informasi. Berbeda dengan model pertama, model ini tidak digunakan untuk memperlak publik dan menekan pada pemberian informasi yang jujur (Butterick,2012:32). Komunikasi ini lebih mengarah kepada komunikasi satu arah.

3. *Two Way Communication Asymmetrical*

Model komunikasi ini adalah model komunikasi dua arah. Tujuannya ialah keseimbangannya. Model ini tentang persuasi yang dapat

memicu transaksi hingga popularitas dalam pemasaran. Dengan model ini tetap berusaha untuk memposisikan publik sebagai pihak yang harus berubah sesuai dengan keinginan organisasi dan bukan sebaliknya (Lattimore,dkk. 2010:64).

4. *Two Way Communication Symmetrical*

Model komunikasi ini menekan pada adanya kemauan dari kedua belah pihak untuk saling menyesuaikan diri. Model inilah yang kemudian diklaim oleh Grunig dan Hunt sebagai model yang paling baik yang dapat menentukan kesuksesan praktek PR dalam Organisasi. (Butterick, 2012:34)

| Model | Tipe Komunikasi | Karakteristik |
|----------------------|------------------------|--|
| Press Agency | Komunikasi satu arah | Menggunakan manipulasi untuk mempengaruhi khalayak agar bertingkah sesuai keinginan organisasi. |
| Public Information | Komunikasi satu arah | Melakukan teknik komunikasi satu arah untuk mendistribusikan informasi. |
| Two-Way Asymmetrical | Komunikasi dua arah | Menggunakan persuasi dan manipulasi untuk mempengaruhi khalayak agar bertingkah sesuai keinginan organisasi. |
| Two-Way Symmetrical | Komunikasi dua arah | Menggunakan komunikasi untuk bernegosiasi, menyelesaikan konflik dan menumbuhkan kesepahaman antar organisasi. |

Sumber: Model PR Grunig dan Hunt dalam Weddington, 2013

Pemahaman Public Relations secara umum. Humas dalam tata pemerintahan. Public Relations atau Humas adalah penggunaan komunikasi yang terencana untuk membujuk publik agar mendukung

organisasi dengan asas komunikasi dua arah yang memuaskan. Definisi ini juga berlaku bagi Humas pemerintah namun dalam prakteknya yang membedakan fungsi Humas swasta dan pemerintah adalah unsur komersial (Ruslan dalam Sari, 2012).

Humas pemerintah merupakan penyambung antara pemerintah dengan masyarakat. Menurut Crespo dan Echart (2011) performa pemerintah dapat diberikan oleh publik melalui kapasitas pemerintah dalam menghadapi persoalan dan mengelola kebijakan publik. Sehingga Grunig dan Hunt (1999) menyarankan agar pemerintah menjaga kepercayaan, kepuasan, dan komunal yang merupakan pekerjaan seorang Humas.

Peraturan menteri pendayagunaan aparatur negara nomor 6 tahun 2014 pasal satu menyebutkan bahwa pranata Humas adalah pegawai negeri sipil yang melakukan pekerjaan pelayanan informasi kehumasn. Pekerjaan pelayanan informasi dan kehumasan yang dimaksud adalah upaya yang dilakukan oleh pranata humas, mulai dari perencanaan, pelayanan informasi, pelaksanaan hubungan internal dan eksternal, audit komunikasi kehumasan, dan pengembangan pelayanan informasi dan kehumasan.

Pedoman tata kelola Humas pemerintah bahwa kehumasan harus melaksanakan fungsi manajemen informasi dan komunikasi secara persuasif, efektif dan efisien. Dalam rangka menciptakan hubungan

harmonis dengan khalayak agar citra pemerintah menjadi positif. Untuk melakukan hal tersebut Humas pemerintah harus dapat menganalisa situasi, membuat strategi, melakukan implementasi dan evaluasi yang berpegang pada etika kehumasan (Permenpan RB No. 30 Tahun 2011).

Pedoman umum Humas pemerintah juga menuliskan pada pasal 21 bahwa Humas pemerintah harus memiliki kualifikasi antara lain kemampuan untuk berbicara persuasif dan menulis efektif. Memiliki pemahaman media berita, keuangan dan manajerial. Humas pemerintah juga harus cakap dalam mengatasi masalah, mengambil keputusan dan menangani publik. Serta berpikir logis, kreatif dan beretika tinggi (Permenpan RB No.8 Tahun 2007).

Selanjutnya, Humas harus melakukan tugas dan fungsinya dengan bermitra bersama pemangku kepentingan seperti:

- a. Kelompok media meliputi jurnalis, media cetak, elektronik dan *online* serta pengusaha media dan organisasi profesi media.
- b. Kelompok internal antara lain Pimpinan dan Pegawai pemerintah
- c. Kelompok eksternal yaitu masyarakat
- d. Kelompok lembaga pemerintah seperti kementerian, BUMN/BUMD, TNI/Polri.
- e. Lembaga penyelenggaran negara antara lain legislatif, yudikatif, dan sebagainya.

- f. Kelompok lembaga swadaya masyarakat, lembaga masyarakat dan lembaga internasional.

Menurut John D. Millet (Dalam Sari, 2012) Humas pemerintah memiliki tugas utama antara lain;

- a. Mempelajari dan mengamati tentang hasrat, keinginan dan aspirasi yang terdapat dalam masyarakat (*learning about public desires and aspiration*);
- b. Memberikan nasihat atau sumbang saran untuk menanggapi apa yang seharusnya dilakukan oleh pemerintah sesuai dengan apa yang diharapkan publiknya (*advising the public about what should desire*);
- c. Mengusahakan agar terjadinya hubungan yang memuaskan antara publik dengan aparat pemerintah (*ensuring satisfactory between public and government official*);
- d. Memberikan informasi dan penjelasan tentang kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah (*informing and explaining about what agency is doing*).

Effendy (Dalam Aras, 2014) menyatakan bahwa Humas pemerintah harus dapat menyebarluaskan informasi secara teratur mengenai kebijaksanaan perencanaan dan hasil yang telah dicapai, serta menerangkan dan mendidik masyarakat mengenai perundang-undangan

dan peraturan yang berhubungan dengan kehidupan masyarakat tersebut. Senada dengan hal tersebut Ruslan (Dalam Aras, 2014) menyatakan bahwa Humas harus memperlancar jalan interaksi dan penyebaran informasi mengenai pembangunan nasional melalui kerjasama dengan pers media cetak maupun elektronik.

Salah satu tantangan dalam implementasi fungsi Humas yaitu *informed and explaining to public* serta menjaga relasi baik antara publik dan pemerintah dijelaskan oleh Juariyah (2016) dalam *Proceeding International Seminar on Good Governance in The Policy Implementation Process and Public Communication* menerbitkan junal tentang tantangan Humas dalam menghadapi era web 2.0. Humas perlu memahami bahwa perkembangan teknologi akan berdampak pada implementasi tugas pokok dan fungsi humas.

Perkembangan teknologi dengan munculnya internet yang disusul dengan berkembangnya media sosial sehingga manusia semakin mudah berkomunikasi tanpa mengenal jarak dan waktu. Hal ini menyebabkan informasi yang berkembang menjadi tidak terkendali. Disinilah peran humas diharapkan dapat mengatur arus informasi tersebut melalui saluran-saluran yang dimiliki serta mempertimbangkan kepentingan masyarakat dan pemerintah.

Gejala tantangan web 2.0 terhadap tugas dan fungsi pemerintah telah dihadapi dengan dikeluarkannya aturan-aturan yang mengharuskan

humas menjadi lebih cermat dan lebih tepat dalam memilih saluran. Sejak 2003 sebenarnya pemerintah telah memberlakukan status awas terhadap Web 2.0 melalui Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 3 Tahun 2003 tentang Penerapan *e-Government*.

Namun, penerapan respon pemerintah tersebut lambat untuk diaplikasikan sampai ke daerah. Hal ini disebabkan bahwa pemerintah masih belum menganggap *web 2.0* sebagai tantangan dalam melaksanakan tugas dan fungsi mereka. Dapat ditunjukkan bahwa tindak lanjut dari Inpres ini muncul setelah lima tahun yakni Undang-Undang tentang Keterbukaan Informasi publik tahun 2008.

Sehingga, menjadi perhatian bahwa tugas dan fungsi Humas tidak lagi hanya dokumentasi dan kliping melainkan memberikan informasi dan membangun dan menjadi relasi yang baik antara masyarakat dengan pemerintah melalui pemanfaatan *web 2.0*. seperti yang tertuang dalam Permenpan RB No. 31 Tahun 2011 tentang infrastruktur Humas pemerintah yang menempatkan internet dan website sebagai komponen penting dalam pedoman pelaksanaan tugas Humas pemerintah.

2. Media *Online* di Era Digital

New Media (Media Baru) merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy. Media baru adalah teori yang membahas mengenai perkembangan media. *New Media* atau yang sering disebut juga media *online* didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang

termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital (Creeber dan Martin, 2009). Definisi lain media *online* adalah media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen. Itu artinya terdapat konvergensi media di dalamnya, dimana beberapa media dijadikan satu (Lievrouw, 2011).

Definisi lain mengemukakan, media baru merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas. Digital adalah sebuah metode yang *complex* dan *fleksibel* yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia. Digital ini juga selalu berhubungan dengan media karena media ini adalah sesuatu yang terus selalu berkembang dari media zaman dahulu (*old media*) sampai sekarang yang sudah menggunakan digital (modern media/new media).

Selama tahun 2000, internet telah memasuki fase yang disebut *web 2.0*. (*web two point-oh*), dimana semua menjadi lebih interaktif dan telah menjadi area untuk semua orang, tidak hanya milik beberapa pihak saja. Semua orang saat ini dapat langsung mengambil peran dan menaruh apapun kedalam internet.

Internet adalah salah satu bentuk dari media baru (*new media*). Internet dinilai sebagai alat informasi paling penting untuk dikembangkan kedepannya. Internet memiliki kemampuan untuk mengkode, menyimpan,

memanipulasi dan menerima pesan (Ruben, 1998:110). Internet merupakan sebuah media dengan segala karakteristiknya. Internet memiliki teknologi, cara penggunaan, lingkup layanan, isi dan image sendiri. Internet tidak dimiliki, dikendalikan atau dikelola oleh sebuah badan tunggal tetapi merupakan sebuah jaringan komputer yang terhubung secara internasional dan beroperasi berdasarkan protokol yang disepakati bersama. Sejumlah organisasi khususnya provider dan badan telekomunikasi berperan dalam operasi internet (McQuail, 2009: 28-29).

Internet adalah sebuah medium terbaru yang mengkonvergensi seluruh karakteristik media dari bentuk-bentuk yang terdahulu menurut Septiawan Santana Kurnia dalam bukunya *Jurnalisme Kontemporer* (2005). Apa yang membuat bentuk-bentuk komunikasi berbeda satu sama lain bukanlah penerapan aktualnya, namun perubahan dalam proses komunikasi seperti kecepatan komunikasi, harga komunikasi, persepsi pihak-pihak yang berkomunikasi, kapasitas *storage* dan fasilitas mengakses informasi, densitas (kepekatan atau kepadatan) dan kekayaan arus-arus informasi, jumlah fungsionalitas atau intelijen yang dapat ditransfer. Jadi menurut Santana, titik esensinya adalah bahwa keunikan internet terletak pada esensinya sebagai sebuah medium (Setyani, 2013:5).

Untuk mengakses Internet, seseorang membutuhkan koneksi Internet. Internet yang dianggap sebagai gabungan dari beberapa bentuk

media dan fasilitas *email*, *website*, *newsgroup*, *e-commerce* dan sebagainya (Lievrouw, 2006:221).

Peneliti komunikasi Carrie Heeter (1988) memaparkan dimensi-dimensi interaktivitas yang digunakan untuk mengklarifikasi media, yaitu:

1. Dimensi kompleksitas dari pilihan yang tersedia. Maksudnya adalah berapa banyak pilihan yang dimiliki khalayak dalam segi isi informasi dan waktu yang bias digunakan untuk mengaksesnya.
2. Dimensi besaran usaha yang harus dikeluarkan oleh khalayak untuk dapat menerima pesan dari media yang bersangkutan. Dengan kata lain, bagaimana perbandingan aktivitas yang dilakukan khalayak dengan aktivitas yang dibuat media.
3. Dimensi tingkat respon media terhadap khalayaknya. Maksudnya adalah seberapa aktif sebuah media dapat merespon umpan balik yang diberikan khalayaknya. Media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi menanggapi umpan balik yang diberikan oleh khalayaknya dengan cepat. Dalam kondisi tertentu, media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi dapat melakukan interaksi dengan khalayaknya seakan-akan melakukan percakapan langsung.
4. Dimensi kemampuan untuk mengawasi pengguna informasi oleh khalayaknya. Media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi dapat memantau perilaku khalayak dalam menerima pesannya, kemudian

menyesuaikan sistemnya berdasarkan umpan balik yang dihasilkan dari analisis perilaku tersebut.

5. Dimensi kemudahan dalam menambah informasi baru. Maksudnya adalah seberapa mudah khalayak dapat turut menyediakan dan menyebarkan pesan kepada khalayak lain. Berdasarkan kriteria ini, siaran televisi memiliki interaktivitas rendah, sedangkan media *online* memiliki tingkat interaktivitas yang sangat tinggi.
6. Dimensi kemampuan memfasilitasi komunikasi internet. Maksudnya adalah seberapa mudah interaksi terjadi antar khalayak dapat terjadi (Heeter, 1988:25).

Jelas *new media* (media baru/media *online*) memiliki kecepatan untuk melakukan sebuah interaksi, lebih efisien, lebih murah, lebih cepat untuk mendapatkan sebuah informasi terbaru dan ter-update informasinya. Kelemahannya pada jaringan koneksi internet saja jika jaringan internet lancar dan cepat maka informasi yang disampaikan kepada pembacanya dengan cepat serta harus ada juga koneksi internet dimana pun berada bersama media baru (*new media*/media *online*). Media *online*/media baru (*new media*) masuk ke dalam kategori komunikasi massa, karena pesan yang disampaikan kepada khalayak luas lewat media *online*/media baru (*new media*).

Internet merupakan salah satu teknologi komunikasi baru juga memiliki kemampuan untuk membantu kita memilih dan mengatur

informasi yang kita inginkan atau perlukan dengan lebih efisien. Secara garis besar, internet jauh lebih luwes dalam menjembatani waktu dan jarak dibandingkan media-media yang sudah ada terlebih dahulu.

Sebagai media komunikasi, internet mempunyai peranan penting sebagai alat (*channel*) untuk menyampaikan pesan (*message*) dari komunikator/penyalur pesan (*source*) kepada komunikan/penerima pesan (*receiver*). Sifat dari internet sebagai media komunikasi adalah transaksional, dalam artian terdapat interaksi antar individu secara intensif (terus-menerus) dan ada umpan balik (*feedback*) dari antar individu dalam setiap interaksi tersebut. Selain itu, terdapat partisipasi antar individu dengan mempertimbangkan untung/rugi dalam setiap interaksi.

Internet juga dianggap memiliki kapasitas besar sebagai media baru. Tidak hanya memperkecil jarak dalam mengkomunikasikan pesan, teknologi komputer dan internet juga telah berkembang dan mengeliminasi penggunaan koneksi kabel, namun tetap bias memfasilitasi taransmisi informasi yang sangat cepat ke seluruh dunia (Bagdakian, 2004:114). Menurut Bagdakian, duplikasi dan penyebaran matri dari Internet ini bisa mencapai jangkauan yang sangat luas. Satu orang khalayak bisa mengunduh kemudian menyebarkannya pada orang-orang dalam jaringan pertemanan atau jaringan kerjanya. Kemudian pihak yang mendapatkan sebaran itu bisa menyebarkannya lagi pada orang-orang dalam jaringannya, dan seterusnya.

Definisi mengenai *online* diberikan oleh John M. Echols dan Hasan Shadily (1993). *On* berarti sedang berlangsung, dan *line* berarti garis, barisan, jarak dan tema Singkatnya, *online* berarti proses pengaksesan informasi yang sedang berlangsung melalui media internet. Menurut Harris Poll (1969), lebih dari 137 juta orang Amerika melaksanakan seluruh kegiatan mereka melalui dunia internet. Pada tahun 1995, hanya 9% orang yang belum memanfaatkan internet. Saat ini diperkirakan pengguna internet lebih dari tiga jam perharinya.

Menurut Asep Syamsul M. Romli dalam buku *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online* (Nuansa, Bandung, 2012) mengartikan media *online* sebagai berikut : Media *online* (*online media*) adalah media massa yang tersaji secara *online* di situs *web* (*website*) internet. Masih menurut Romli dalam buku tersebut, media *online* adalah media massa "generasi ketiga" setelah media cetak (*printed media*) koran, tabloid, majalah, buku dan media elektronik (*electronic media*) radio, televisi, dan film/video. Media *online* merupakan produk jurnalistik *online*. Jurnalistik *online* disebut juga *cyber journalism* didefinisikan wikipedia sebagai "pelaporan fakta ataupun peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet". Secara teknis atau "fisik", media *online* adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet).

Pengertian media *online* secara umum, yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video, dan suara. Dalam pengertian umum ini, media *online* juga bisa

dimaknai sebagai sarana komunikasi secara *online*. Dengan pengertian media *online* secara umum ini, maka *email*, *mailing list* (milis), *website*, *blog*, *whatsapp*, dan media sosial (*social media*) masuk dalam kategori media *online*.

Pengertian media *online* secara khusus yaitu terkait dengan pengertian media dalam konteks komunikasi massa. Media singkatan dari media komunikasi massa dalam bidang keilmuan komunikasi massa mempunyai karakteristik tertentu, seperti publisitas dan periodisitas. Pengertian media *online* secara khusus adalah media yang menyajikan karya jurnalistik (berita, artikel, feature) secara *online*. Jurnalistik *online* – disebut juga *cyber journalisme* didefinisikan wikipedia sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan di distribusikan melalui internet”.

Secara teknis atau fisik, media *online* adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk kategori media *online* adalah portal, *website* atau situs *web*, termasuk blog), radio *online*, TV *online*, dan email. Media *online* berupa situs berita bisa diklasifikasikan menjadi lima kategori yaitu:

- a). Situs Berita Berupa "Edisi *Online*" dari Media Cetak Surat Kabar atau Majalah.

Suatu situs pemberitaan yang diambil dari sebuah surat kabar atau majalah dalam pembublikasian disuatu situs portal pemberitaan jadi disini berita tidak hanya tersedia di media cetak akan tetapi media

juga tersedia di media situs *online* seperti halnya: *republika online*, *kompas cybermedia*, *media-indonesia.com*, dan lainnya.

b). Situs Berita Berupa "Edisi *Online*" Media Penyiaran Radio.

Situs berita ini berasal dari suatu saluran radio, akan tetapi sekarang sudah bisa dinikmati melalui media *online*. Karena untuk mempermudah pengguna atau pendengar menikmati siarannya radio maka juga disediakan versi *onlinenya* seperti *serua streamingnya*. Contohnya : *RRlpro4.com*, *suarasurabaya.net*.

c). Situs atau Portal Berita *Online* Murni Yang Tidak Terkait Dengan Media Cetak Atau Elektronik.

Situs berita ini tidak terkait dengan media cetak maupun media televisi ataupun radio. Situs berita *online* ini murni produk pemberitaan sendiri sehingga menjadikan media *online* sebagai produk utama dalam media keredaksian sehingga pemberitaan selalu diperbarui setiap perjam karena salah satu karakter dari pemberitaan *online* adalah selalu cepat diperbarui. Contohnya: *antaranews.com*, *detik.com* dan *viva.co.id*

d). Situs "Indeks Berita" Yang Hanya Memuat Link-Link Berita Dari Situs Berita Lain.

Situs berita ini tidak memiliki tim keredaksian dalam pembuatan berita jadi situs berita ini hanya mengambil atau melink dari

situs berita milik media *online* lainnya. Seperti media *online* milik dari: *yahoo! news*, *google news*, *cealsea news* dan *news now*.

Pengaruh teknologi telah berdampak besar dalam kehidupan manusia. Saat ini, teknologi ada dimana-mana dan hampir dalam semua bidang. Manusia bekerja dan bermain dengannya, serta memproduksi dan membelinya. Dunia manusia merupakan dunia yang dikonstruksikan terutama oleh teknologi. Terkadang, teknologi yang dihasilkan manusia membuat kehidupan bertambah baik, namun di lain waktu teknologi tersebut menjadikan hidup manusia menjadi susah. Teknologi membentuk dan mengubah budaya serta lingkungan manusia. Pengalaman manusia tanpa teknologi sangatlah sedikit dan justru menjadi aneh ketika manusia tanpa menggunakan teknologi (Lim, Francis, 2008: 1).

Teknologi mengalami berbagai macam inovasi dari yang sebelumnya sederhana (mekanik) menjadi lebih canggih (*microelektrik*). Teknologi canggih yang digunakan manusia saat ini adalah teknologi yang dikendalikan oleh komponen *microchip*. Komponen tersebut telah diprogram oleh manusia sesuai kebutuhan melalui baris logika yang tersistematis dalam struktur algoritma.

Dengan adanya komponen *microchip*, perangkat elektronika dapat dibentuk secara portable dan mobile. Perangkat yang mengintegrasikan *microchip* di dalamnya seperti komputer, *handphone*, *smartphone*, tablet PC, laptop dan berbagai perangkat penghitung dan perangkat komunikasi.

Komponen microchip tersebut yang berfungsi untuk mengolah dan memproses sinyal-sinyal digital. Digital merupakan kombinasi urutan bilangan-bilangan biner 0 dan 1 untuk proses informasi yang mudah, cepat dan akurat. Sinyal disebut sebuah “bit” teknologi digital yang memiliki beberapa keistimewaan unik yang tidak dapat ditemukan pada teknologi analog (Jack, 2002:142):

- a. Mampu mengirimkan informasi dengan kecepatan cahaya yang membuat informasi dapat dikirim dengan kecepatan tinggi (*instant*).
- b. Penggunaan yang berulang-ulang terhadap informasi tidak mempengaruhi kualitas dan kuantitas informasi itu sendiri.
- c. Informasi dapat dengan mudah diproses dan dimodifikasi ke dalam berbagai bentuk.
- d. Dapat memproses informasi dalam jumlah yang sangat besar dan mengirimnya secara interaktif.

Perkembangan teknologi membawa babak baru bagi peradaban manusia. Dalam hal ini teknologi digital seperti komputer dan telepon seluler memiliki pengaruh dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat dari seberapa besar perangkat berteknologi tinggi seperti komputer hadir dalam keseharian masyarakat. Melalui layanan internet masyarakat dapat dengan mudah dan cepat mendapatkan informasi dan berkomunikasi.

Lembaga publik atau organisasi sebaiknya lebih peka dalam mengikuti perkembangan teknologi. Melalui teknologi berbasis digital, hambatan jarak, ukuran dan ruang dapat diatasi, sehingga memungkinkan peristiwa yang terjadi di berbagai bagian dunia dapat dilihat secara live atau real-time di seluruh dunia secara praktis. Saat ini lingkungan telah dikuasai oleh berbagai macam *interface*, yaitu relasi yang diperantai oleh mesin elektronik digital, dan hubungan simbiosis antara manusia dengan mesin. *Interface* di dalam lingkungan, dengan aneka peralatan dan *gadget* yang mendukungnya, mengakibatkan terbentuknya gaya hidup digital di dalam masyarakat mutakhir (Yasraf, 2010:240).

Wujud demokrasi tentang keterbukaan informasi di era digital informasi ini juga tertuang dalam Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945. Keadilan sosial yang diharapkan salah satu unsurnya adalah keadilan dalam mendapatkan informasi yang berkaitan dengan harkat dan martabat bangsa. Humas pemerintah sangat berperan penting dalam hal ini.

Dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik di Era sekarang ini disebutkan bahwa informasi publik adalah informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan/atau diterima oleh suatu Badan Publik yang berkaitan dengan penyelenggara dan penyelenggaraan negara dan/ atau penyelenggara dan penyelenggaraan Badan Publik lainnya sesuai dengan Undang-

Undang tentang Keterbukaan Informasi Publik serta informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan publik.

Informasi publik kemudian dikelola oleh pejabat yang ditunjuk untuk menangani informasi publik. Pejabat tersebut dikenal dengan Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID). Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi memiliki tanggung jawab untuk penyimpanan, pendokumentasian, penyediaan, dan/atau pelayanan informasi di Badan Publik.

Badan Publik adalah lembaga eksekutif, legislatif, yudikatif, dan badan lain yang fungsi dan tugas pokoknya berkaitan dengan penyelenggaraan negara, yang sebagian atau seluruh dananya bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan/ atau Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah, atau organisasi nonpemerintah sepanjang sebagian atau seluruh dananya bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan/atau Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah, sumbangan masyarakat, dan/atau luar negeri.

Informasi yang disampaikan ke publik berisikan tentang pelaksanaan penyelenggaraan pemerintahan yang memanfaatkan anggaran belanja daerah maupun anggaran belanja Negara. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas program yang dihasilkan oleh pemerintah dengan bantuan pengawasan oleh masyarakat.

Keterbukaan informasi diharapkan dapat menjadi sebuah landasan dalam pengembangan program suatu instansi, dapat mewujudkan partisipasi aktif masyarakat dalam mengawasi kegiatan yang dilaksanakan dan dapat menumbuhkan partisipasi masyarakat terhadap kegiatan yang dilaksanakan oleh pemerintah. Keterbukaan informasi ini diharapkan dapat mendorong terwujudnya *Good Governance*.

Good Governance merupakan sebuah konsep pemerintahan yang baik, partisipatif, akuntabel, transparan objektif dan adil (Srijanti, 2007). Umumnya sama dengan prinsip transparansi dalam setiap aktivitas pemerintahan. Prinsip transparansi ini diharapkan dapat menjadi sebuah landasan dalam interaksi yang dilakukan antara pemerintahan dan masyarakat. Piotrowsy dan Van Rinzin (Dalam Dwiyanto, 2011) menjelaskan bahwa transparansi dalam pemerintahan dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk menjelaskan apa yang terjadi didalam organisasi di sektor publik melalui pertemuan terbuka, pemberian akses terhadap dokumen, publikasi informasi melalui website secara aktif, perlindungan terhadap whistle blowers dan bahkan melalui pembocoran informasi secara ilegal.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi lewat media *online* di era digital informasi sangatlah bermanfaat dalam menginformasikan seluruh kegiatan pemerintahan. Hal ini dilakukan guna mewujudkan konsep pemerintahan yang baik, partisipatif, akuntabel, transparan objektif dan adil.

B. Kajian Teori

1. *Boundary Spanning*

Definisi kaitan Public Relations atau Humas sebagai *boundary spanning* atau yang sering disebut juga dengan *boundary manager* menurut Grunig dan Hunt dalam Soemirat (2011:87) bahwa seorang praktisi Humas dapat bertindak sebagai penjabat penghubung atau penyedia informasi yang diformalisasikan melalui saluran teknologi informasi (IT) canggih dengan model sistem informasi manajemen yang dikelola secara cepat, akurat, dan informatif. Selanjutnya Humas berfungsi sebagai *boundary spanner* melalui pengelolaan informasi mengenai permasalahan di lingkungan eksternal atau internal organisasi dengan cara menghimpun, menyalurkan, dan hingga menyeleksi arus informasi terkini. Analisis secara tepat guna ke jajaran pemimpin puncak organisasi sebagai decision maker untuk menjadi dasar proses pembuatan suatu keputusan strategis demi kepentingan organisasi atau publiknya secara efektif dan tepat sasaran di masa mendatang.

Humas memiliki fungsi sebagai penghubung antara organisasi dan lingkungannya. Fungsi ini disebut juga dengan *boundary spanning*. Melalui fungsi ini Humas berhubungan dengan lingkungan organisasi untuk monitoring, seleksi dan menghimpun informasi. Kriyantono (2014:87) dalam bukunya menjabarkan tentang aktivitas melaksanakan fungsi *boundary spanning* :

a. Informasi Publik

Fungsi Informasi Publik merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk menjelaskan informasi tentang organisasi kepada publiknya atau lingkungannya. Menginterpretasikan filosofi, kebijakan, program, dan apa yang dipikirkan manajemen dengan lebih mudah dimengerti oleh publiknya.

b. Monitoring Lingkungan

Memonitor lingkungan untuk mengetahui apa yang terjadi dan menginterpretasi isu-isu yang potensial memengaruhi aktivitas organisasi serta membantu manajemen merespons isu-isu tersebut melalui isu manajemen.

c. Komunikasi Antara Publik dan Organisasi

Membangun sistem komunikasi dua arah dengan publiknya agar organisasi dapat beradaptasi dengan lingkungannya. Sesuai dengan peran public relations yang merupakan fasilitator komunikasi.

Tujuan dari *boundary spanning* adalah menciptakan saling pengertian (*mutual understanding*) antara organisasi dengan publik terkait, baik internal maupun eksternal. Saling pengertian ini yang nantinya akan menimbulkan pendapat dan anggapan masyarakat tentang sebuah institusi.

Proses public relations dalam pendekatan boundary spanner terdiri dari beberapa langkah menurut Cutlip dan Center dalam Ruslan (2010:90), yaitu “*fact finding, planning, commications, dan evaluation.*”

1. *Fact finding* adalah mencari dan mengumpulkan fakta atau data sebelum melakukan tindakan. Misalnya public relations sebelum melakukan suatu kegiatan harus terlebih dahulu mengetahui, misalnya : apa yang diperlukan publik, siapa saja yang termasuk publik, bagaimana keadaan publik dipandang dari beberapa faktor.
2. *Planning* adalah berdasarkan fakta membuat rencana tentang apa yang harus dilakukan dalam menghadapi berbagai macam masalah itu.
3. *Communicating* adalah rencana yang disusun dengan baik sebagai hasil pemikiran yang matang berdasarkan fakta atau data sebelumnya, kemudian dikomunikasikan atau dilakukan kegiatan operasional.
4. *Evaluation* adalah mengadakan evaluasi tentang suatu kegiatan, apakah tujuan sudah tercapai atau belum. Evaluasi itu dapat dilakukan secara kontinyu. Hasil evaluasi ini menjadi dasar kegiatan public relations berikutnya.

Teori ini penulis anggap cocok dengan penelitian ini karena Humas dalam hal ini menjadi jembatan informasi dua arah antara pihak organisasi/lembaga dengan publiknya baik itu internal maupun eksternal dan juga sebaliknya. Oleh sebab itu, Humas tidak hanya harus mampu

menyampaikan itikad dari organisasi kepada publik tapi juga kemauan publik yang harus disampaikan juga kepada organisasi tersebut.

2. *Cyber Public Relations*

Dalam membangun citra positif yang dilakukan oleh praktisi Humas, *Cyber PR* adalah salah satu inisiatif PR atau Public Relations yang menggunakan internet sebagai sarana publisitasnya. Pemanfaatan media website untuk kepentingan PR merupakan penghematan besar atas biaya kertas, cetak dan pengirimannya (Onggo, 2014:6).

Penggunaan *website* sudah menjadi suatu perhatian oleh banyak kalangan, mulai dari pengusaha, akademisi, pemasaran, praktisi media massa, perusahaan, hingga instansi pemerintahan. Dari *website* ini banyak kalangan menggunakannya sebagai media promosi, alat penjualan, hingga memberikan materi informasi yang berkaitan gambaran detail suatu instansi atau lembaga. Kini semakin maraknya penggunaan *website* oleh berbagai orang dan juga kalangan, maka membuat perusahaan maupun instansi pemerintahan menggunakan *website* perusahaan. *Website* perusahaan merupakan sarana komunikasi yang pertama kali dan paling populer dilihat oleh organisasi. Oleh karena itu, pada abad ini setiap perusahaan mesti melengkapi sarana komunikasinya dengan membuat *website* (Kriyantono, 2014:260).

Upaya pemerintah dalam mewujudkan tata pemerintahan yang baik (*Good Governance*) tidak lepas dari penggunaan teknologi, informasi dan

komunikasi oleh Humas pemerintah dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Menurut Richardus E. Indrajit, pada intinya *e-Government* adalah penggunaan ICT untuk meningkatkan hubungan antara pemerintah dengan pihak-pihak lain.

Istilah *Cyber PR* atau *Electronic PR (E-PR)* digunakan untuk kegiatan Public Relations (PR) yang menggunakan media internet sebagai media publikasinya. Kegiatan *Cyber Public Relations* dapat menghasilkan apa yang disebut sebagai 3R bagi perusahaan (Julius Onggo, 2014:6), yaitu:

1. *Relations*, mampu berinteraksi dengan berbagai target audiens untuk membangun hubungan dan citra lembaga/instansi.
2. Reputasi, Aset yang paling penting dalam suatu bisnis. *Cyber Public Relations* merupakan suatu seni dalam membangun reputasi *online* secara berkesinambungan
3. Relevansi, artinya adalah mengupayakan agar kegiatan insiatif Public Relations secara *online* relevan dengan target publik korporat.

Saat ini keberadaan media *online* tidak dapat dihindarkan lagi, karena media *online* internet dan komunikasi teknologi merupakan media yang membuat seluruh dunia tersambung, sehingga dapat mendatangkan dampak sekaligus manfaat yang tidak bisa dibayangkan. Oleh karena itu Humas DPRD Provinsi Sulawesi Selatan memanfaatkan keberadaan

internet sebagai penyebaran informasi, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi persepsi publik dan menghasilkan citra positif pada perusahaan.

C. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan salah satu acuan yang saya gunakan untuk memberikan pengayaan terhadap penelitian saya sekaligus menjadi contoh dalam melakukan riset dan penulisan. Dari beberapa jurnal yang saya temui saya belum menemui judul yang persis sama dengan tema penelitian penulis namun penelitian ini dapat memberikan referensi tambahan terkait teori maupun metodologi yang akan penulis gunakan.

1. Syaiful Azhary, Rachmat Kriyantono. *Pemahaman Petugas Humas Badan Publik terhadap Transparansi dan Akuntabilitas Informasi dalam Penerapan Humas Online. Jurnal Pekommas, Vol. 3 No. 2, Oktober 2018: 213-220, Universitas Brawijaya, Kota Malang. ISSN: 0000-0000*

Penelitian ini dilakukan oleh Syaiful Azhary, Rachmat Kriyantono. Pemahaman Petugas Humas Badan Publik terhadap Transparansi dan Akuntabilitas Informasi dalam Penerapan Humas *Online*. Dalam penulisan yang dilakukan penulis kali ini, penulis mengambil objek yang sama, namun yang membedakan penelitian ini menggunakan metode mixed methods dimana bertujuan untuk mengeksplorasi pemahaman Humas pemerintah terhadap transparansi dan akuntabilitas informasi dalam menerapkan Humas *online*. Data kualitatif didapatkan melalui wawancara mendalam kepada para pengelola website badan publik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi Humas *online* masih belum memenuhi karakteristik Humas *online* yang ideal dalam hal operasionalisasi fitur-fitur transparency, interactivity, usability, dan website maturity. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa operasionalisasi interactivity menjadi unsur dominan dalam aktivitas di platform media sosial resmi badan publik di Indonesia. Mereka lebih memanfaatkan media sosial daripada website resmi, sehingga peneliti berargumentasi bahwa pemahaman humas terhadap transparansi dan akuntabilitas informasi masih kurang.

2. Raesa Nadya, Dr. Mahyuzar. *Peran Biro Humas Dan Protokol Setda Aceh Dalam Mempublikasikan Kegiatan Pimpinan Di Media Online. www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP Volume 3, Nomor 4, November 2018. Universitas Syiah Kuala, Aceh. ISSN: 0000-0000*

Penelitian ini dilakukan oleh Raesa Nadya, Dr. Mahyuzar di Biro Humas Dan Protokol Setda Aceh. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran nyata mengenai peran Biro Humas dan Protokol Setda Aceh dalam mempublikasikan kegiatan pimpinan di media *online*. Dalam jurnal ini penulis mengambil objek yang sama yakni Humas namun yang membedakan dengan peneliti terdahulu terletak pada fokusnya. Penulis mengambil fokus pengelolaan media online, sedangkan penelitian terdahulu meneliti peran Humas. Penelitian terdahulu ini juga menggunakan 4 kategori peran Humas menurut Dozier & Broom yang dijadikan acuan oleh peneliti sebagai landasan teoritis dalam penelitian karena dapat menggambarkan bagaimana peran yang telah dijalankan dengan baik oleh Biro Humas dan Protokol Setda Aceh dalam

mempublikasikan kegiatan pimpinan di media *online*, sedangkan Penulis menggunakan teori Boundary Spanning dan Cyber PR. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif. Teknik pemilihan informan yang digunakan ialah teknik *Purposive Sampling* dengan 5 informan dalam penelitian ini. Metode pengumpulan data yang digunakan ialah observasi, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa Biro Humas dan Protokol Setda Aceh telah menjalankan peran dengan baik dalam mempublikasikan kegiatan pimpinan secara rutin di media *online* dengan mengumpulkan, mengolah dan menyajikan informasi mengenai program dan kegiatan pimpinan kepada publik lalu mempublikasikan informasi tersebut melalui media *online*.

3. Centurion Chandratama Priyatna, F.X Ari Agung Prastowo, Fajar Syuderajat, Anwar Sani. *Optimalisasi Teknologi Informasi Oleh Lembaga Pemerintah Dalam Aktivitas Komunikasi Publik*. <http://jurnal.unpad.ac.id/> Volume 8, No. 1, Juni 2020, hlm. 114-127. Universitas Padjadjaran, Bandung, Indonesia. ISSN:0000-0000

Penelitian ini dilakukan oleh Centurion Chandratama Priyatna, F.X Ari Agung Prastowo, Fajar Syuderajat, Anwar Sani. *Optimalisasi Teknologi Informasi Oleh Lembaga Pemerintah Dalam Aktivitas Komunikasi Publik*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengelolaan komunikasi publik pada lembaga pemerintah dengan mengoptimalkan teknologi komunikasi sesuai dengan standar yang tertulis pada Instruksi Presiden No 9 Tahun 2015 tentang pengelolaan komunikasi publik. Dalam penulisan yang dilakukan penulis kali ini, penulis mengambil tema yang hampir sama

menganai pengelolaan komunikasi publik dengan mengoptimalkan teknologi komunikasi, namun yang membedakan penelitian ini dengan penelitian Penulis bahwa penelitian ini menggunakan mix method dengan memadukan data kuantitatif dan kualitatif, sedangkan penelitian Penulis hanya menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah mayoritas responden yang terdiri dari tenaga humas Kementerian, Lembaga dan Dinas Kominfo tingkat Provinsi telah melakukan pengelolaan komunikasi publik dengan mengoptimalkan teknologi komunikasi dalam bentuk penyebaran narasi tunggal dan program prioritas pemerintah melalui media *online* dan media sosial serta melakukan media monitoring dan audit komunikasi sebagai bentuk controlling dan evaluasi.

4. Juariyah. *Peran Humas Pemerintah (Government Public Relations) Menghadapi Era Web 2.0. Proceeding International Seminar Good Governance in The Policy Implementation Process and Public Relations, Jember 30 Maret 2016. Universitas Jember, Jember. ISBN: 968-602-6988-16-4.*

Penelitian ini dilakukan oleh juariyah untuk melihat peran Humas pemerintah (*Government Public Relations*) dalam menghadapi era Web. 2.0. Dalam penulisan yang dilakukan penulis kali ini, penulis mengambil subjek yang sama yakni Humas pemerintah, namun yang membedakan dengan penelitian terdahulu terletak pada objek penelitian yakni menganalisis Humas Sekertariat DPRD Provinsi Sulawesi Selatan dalam mengelola publikasi berita melalui media *online* serta menganalisis penyebab Humas tidak memanfaatkan media online pada Sekertariat DPRD

Provinsi Sulawesi Selatan. Dampak munculnya internet dalam kehidupan manusia dirasakan istimewa dan dapat dikatakan sebagai zaman keemasan komunikasi yaitu periode perubahan besar. Perubahan-perubahan radikal yang telah terjadi di web sekarang telah membawa petugas Hubungan Masyarakat untuk secara langsung kontak dengan masyarakat. Seorang Humas Pemerintah (*Government Public Relations*) memiliki tugas menjelaskan dampak program dan kebijakan pemerintah terhadap warganya termasuk kalau ada isu kontroversial.

Dalam menjalankan tugasnya mereka memiliki peran ganda, yaitu saat berurusan dengan media maupun publik, mereka harus mendukung posisi pemerintah menjelaskan manfaat langkah-langkah yang diambil pemerintah, dan di sisi lain mereka harus mendukung media dan kepentingan publik, misalnya membicarakan topik yang belum siap untuk dibahas oleh para pejabat.

Fungsi Humas Pemerintah dalam era Web. Sosial (Era 2.0) sekarang ini haruslah menjadi bagian dari user generated content, yaitu komunikasi yang menggunakan media sosial untuk memuat berbagai masalah dengan cara yang efektif. Pekerjaan seorang Humas pemerintah tidak ubahnya seperti seorang wartawan, yang dalam pekerjaannya selalu dekat dengan Public Relations digital dan mampu melakukan pekerjaannya hanya dibelakang meja. Mereka selalu mengoptimalkan mesin pencari seperti *Google, Microsoft Search dan Yahoo!*. Mereka adalah orang-orang yang selalu berkolaborasi dan berimprovisasi secara

efektif, selalu berorientasi pada perubahan, dan memiliki keberanian untuk beradaptasi dengan perubahan.

5. Okafor Godson Okwuchukwu (Ph.D), Malizu Chinonye Faith. *Research Article Effective public relations and organizational management: The Bond. International Journal of Advanced Multidisciplinary Research* 2(1): (2015): 24–30, Department of Mass Communication, Nnamdi Azikiwe University Awka, Nigeria. ISSN: 2393-8870

This research article was written by Okafor Godson Okwuchukwu (Ph.D) and Malizu Chinonye Faith .In recent years, the argument concerning the effects of public relations in organization management has attracted the concern of various scholars. Consequently, professionals and scholars alike have looked for the key concepts to establish the value of public relations. However, the terms “relationships” and “reputation” have emerged as the focal concepts in explaining the purpose and value of public relations. The concepts of organization-public relationships and organizational reputation can be integrated within a theoretical framework of public relations effectiveness. When those concepts are integrated in a model, the role of public relations can be captured more clearly than when there is a separate focus on each of the concepts. Therefore, this study sort to examine the effects of public relations in achieving effective organizational management.

D. Kerangka Pikir

Umumnya Humas digunakan sebagai komunikator penyebarluasan informasi mengenai program-program dan kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan instansi/lembaga kepada masyarakat luas. Hal ini diharapkan dapat membangun citra positif instansi terkait serta dapat membentuk opini positif publik terhadap kinerja pemerintah. Upaya pemerintah dalam mewujudkan tata pemerintahan yang baik (*Good Governance*) tidak lepas dari penggunaan teknologi, informasi dan komunikasi dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Penggunaan teknologi, informasi, dan komunikasi yang diyakini paling efektif di Era Digital Informasi seperti saat ini yakni dengan memanfaatkan media *online*. Humas DPRD Provinsi Sulawesi Selatan juga menggunakan media *online* sebagai sarana informasi dan publikasi DPRD Provinsi Sulawesi Selatan. Humas menjadi jembatan informasi dua arah (*Boundary Spanning*) antara instansi/lembaga dengan publiknya baik itu internal maupun eksternal dan juga sebaliknya. Penerapan *Cyber Public Relation* meningkatkan hubungan antar pemerintah dengan pihak-pihak lain. Melalui pendekatan teori *Boundary Spanning* dan *Cyber Public Relation* ini kemudian dapat memberikan gambaran mengenai proses pengelolaan publikasi berita melalui media online pada Sekretariat DPRD Provinsi Sulawesi Selatan dan juga gambaran mengenai hal-hal yang menjadi kendala Humas DPRD Provinsi Sulawesi Selatan tidak memaksimalkan publikasi pada media online di Era Digital Informasi seperti saat ini.

Penggunaan media online dalam instansi/lembaga pemerintahan tentu menjadi hal yang sangat penting termasuk dalam ranah Humas DPRD Provinsi Sulawesi Selatan, dimana kita ketahui bahwa media online memiliki keunggulan dalam hal kecepatan dan keakuratan dalam penyebarluasan publikasi berita yakni *realtime* dan juga *up to date*. Dari ciri khas media online tersebut sekaligus menjadi pembeda dengan media-media lain yang kemudian dimanfaatkan dan diterapkan Humas DPRD Provinsi Sulawesi Selatan dalam menyebarkan informasi dan publikasi seputar DPRD Sulawesi Selatan, dengan harapan masyarakat akan lebih mudah mendapatkan informasi tersebut. Dari apa yang menjadi fokus dalam penelitian ini, kemudian digunakan teori *Boundary Spanning* dan *Cyber Public Relation* maka menghasilkan penelitian bahwa proses pengelolaan publikasi berita Humas DPRD Provinsi Sulawesi Selatan pada media *online* terklasifikasi menjadi dua bagian yakni bagian isi pemberitaan (publikasi) media *online* Humas dan bagian desain berita publikasi *online* Humas. Selain proses pengelolaan publikasi berita Humas DPRD pada media *online*, penelitian ini juga turut menganalisis penyebab Humas tidak memaksimalkan media *online* atas beberapa penyebab antara lain Humas hanya sebatas fasilitator, kurangnya keterampilan menulis, fasilitas penunjang kurang memadai, dan minimnya anggaran.

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

