

**PENERAPAN FUNGSI KEHUMASAN BERBASIS DIGITAL
PADA HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN GOWA**

OLEH:

NURUL BALQIS SALSABILA



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2023

**PENERAPAN FUNGSI KEHUMASAN BERBASIS
DIGITAL PADA HUMAS PEMERINTAH
KABUPATEN GOWA**

OLEH:

NURUL BALQIS SALSABILA

E021191058

*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi Public Relations*

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2023

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : **PENERAPAN FUNGSI KEHUMASAN
BERBASIS DIGITAL PADA HUMAS
PEMERINTAH KABUPATEN GOWA**

Nama Mahasiswa : **NURUL BALQIS SALSABILA**

Nomor Pokok : **E021191058**

Makassar, 14 Agustus 2023

Pembimbing I,

Menyetujui,

Pembimbing II,



Dr. Sudirman Karnay, M.Si.
NIP. 196410021990021001



Dr. Rahman Saeni, M.Si.
NIP. 195907071991031001

Mengetahui,

Ketua Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



HALAMAN PENGESAHAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Telah diterima oleh Tim Evaluasi Skripsi Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar keserjanaan dalam Departemen Ilmu Komunikasi Program Studi *Public Relations*.

Hari Selasa, tanggal tiga bulan Oktober tahun dua ribu dua puluh tiga.

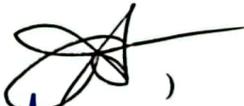
Makassar, 3 Oktober 2023

TIM EVALUASI

Ketua : Dr. Sudirman Karnay, M.Si.

()

Sekretaris : Rahmatul Furqan, S.I.Kom., MGMC.

()

Anggota : 1. Dr. H.M. Iqbal Sultan, M.Si.

()

2. Dr. Rahman Saeni, M.Si.

()

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi komunikasi yang berjudul **“Penerapan Fungsi Kehumasan Berbasis Digital Berbasis Digital pada Humas Pemerintah Kabupaten Gowa”** ini sepenuhnya adalah karya saya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan duplikasi dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan hari adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian skripsi saya ini.

Makassar, 14 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,


Nurul Balqis Salsabila

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr.Wb.

Puji syukur penulis penjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan Inayah-Nya, sehingga skripsi ini terselesaikan guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang setinggi-tingginya dan setulus-tulusnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta bimbingan selama proses studi hingga tersusunnya skripsi ini. Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, baik dalam bentuk materi, spiritual, informasi, dan motivasi secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua tercinta. Bapak dan Ibu yang senantiasa mendukung penulis dari segala aspek, baik berupa nasihat, semangat, dan doa yang tak henti tercurahkan selama pengerjaan skripsi ini.
2. Saudara-saudara kandung penulis, yang terdiri dari Kakak-kakak dan adik-adik yang telah mendukung, menyemangati, dan memberikan keceriaan kepada penulis selama pengerjaan skripsi, baik dalam suka maupun duka.
3. Bapak Dr. Sudirman Karnay, M.Si. Selaku dosen pembimbing I dan Bapak Dr. Rahman Saeni, M.Si. Selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan ilmu yang bermanfaat sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas bimbingan dan arahnya selama ini.
4. Bapak Dr. H. M. Iqbal Sultan, M.Si. dan Bapak Rahmatul Furqan, S.I.Kom., M.Si. Serta seluruh dosen Departemen Ilmu Komunikasi

Universitas Hasanuddin atas segala ilmu yang telah diberikan selama proses perkuliahan. Semoga amal yang Bapak/Ibu berikan dibalas dengan pahala yang berlipat oleh Allah SWT.

5. Hayuning Nurrodhiya dan Meilinda Nurhayati, sahabat masa kecil penulis yang setia menghibur penulis selama proses penyusunan skripsi.
6. Sahabat KKNT 108 Desa Tukamasea: Kahlil, Tegar, Ewi, Dhila, Mila, Azizah, Risti, Tini. Terima kasih sudah menemani hari-hari penulis dan memberikan banyak pelajaran hidup sehingga penulis menjadi lebih semangat mengerjakan skripsi ini.
7. Insyirah Salsabila Alif, teman baik penulis sejak awal kuliah hingga penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Aena, Tikha, Indah, Dian, Siska, Ummu, Latifah, Chika, Safira, yang telah menemani dan menyemangati penulis pada saat seminar proposal serta teman-teman Aurora yang luar biasa. Semoga kita semua bisa menjadi orang yang sukses di masa depan.
9. Tim Humas Kabupaten Gowa yang telah menerima penulis dengan sangat baik dan menjunjung asas kekeluargaan. Semoga Humas Gowa menjadi lebih baik kedepannya dan dapat menjadi teladan bagi humas pemerintah lainnya dalam hal pengelolaan informasi publik.
10. Keluarga besar penulis yang telah memberikan begitu banyak cinta dan doa kepada penulis sehingga skripsi ini bisa diselesaikan tepat waktu.

Makassar, 3 Oktober 2023

Nurul Balqis Salsabila

ABSTRAK

NURUL BALQIS SALSABILA. *Penerapan Fungsi Kehumasan Berbasis Digital Pada Humas Pemerintah Kabupaten Gowa (Dibimbing Oleh Sudirman Karnay dan Rahman Saeni)*

Tujuan Penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui penerapan fungsi kehumasan berbasis digital pada humas pemerintah Kabupaten Gowa, (2) Untuk mengetahui faktor penghambat dalam penerapan fungsi kehumasan berbasis digital pada humas pemerintah Kabupaten Gowa.

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Bupati Kabupaten Gowa, Jl. Mesjid Raya No. 30, Kel. Sungguminasa, Kec. Somba Opu, Kab. Gowa, Sulawesi Selatan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif.

Sumber data dari penelitian ini berupa data primer yang diperoleh melalui wawancara mendalam dan data sekunder yang diperoleh dari studi pustaka dan literatur pendukung lainnya. Informan penelitian ini antara lain: Kepala bidang komunikasi publik Kabupaten Gowa beserta staf bidang Komunikasi Publik yang bertanggung Jawab pada *website* dan media sosial.

Hasil penelitian penerapan fungsi kehumasan berbasis digital pada Humas Pemerintah Kabupaten Gowa meliputi aktifitas humas dalam hal publisitas yang cenderung menggunakan media untuk mempublikasi daripada langsung kepada masyarakat. Faktor penghambat dalam pelaksanaan fungsi kehumasan adalah kendala beberapa tempat yang tidak terjangkau jaringan telekomunikasi.

Kata Kunci : Fungsi Kehumasan, Digital

ABSTRACT

NURUL BALQIS SALSABILA. Implementation of Digital-Based Public Relations Function in Public Relations of Gowa Regency Government (Supervised by Sudirman Karnay and Rahman Saeni)

The objectives of this study are: (1) To find out the application of digital-based public relations functions in public relations of the Gowa Regency government, (2) To determine the inhibiting factors in the implementation of digital-based public relations functions in Gowa Regency government public relations.

This research was conducted at the Gowa Regency Regent Office, Jl. Mesjid Raya No. 30, Sungguminasa Village, Somba Opu District, Gowa Regency, South Sulawesi. The research method used in this study is qualitative descriptive.

The source of data from this study is primary data obtained through in-depth interviews and secondary data obtained from literature studies and other supporting literature. The informants of this research include: Head of public communication of Gowa Regency and staff of Public Communication responsible for website and social media.

The results of research on the application of digital-based public relations functions in Gowa Regency Government Public Relations include public relations activities in terms of publicity that tend to use the media to publish rather than directly to the public. The inhibiting factor in the implementation of the public relations function is the constraint of some places that are not covered by telecommunications networks.

Keyword : Relation Public Function, Digital

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HASIL PENERIMAAN TIM EVALUASI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	13
D. Kerangka Konseptual	14
E. Definisi Konseptual	22
F. Metode Penelitian	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	28
A. Humas/ <i>Public Relations</i>	28
B. Humas Pemerintah	32
C. Humas Digital	36
D. Publisitas di Media Baru (<i>New Media</i>)	38

BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	42
A. Profil Kabupaten Gowa	42
B. Profil Diskominfo Kabupaten Gowa	51
C. Tugas, Fungsi, dan Uraian Tugas Komunikasi Publik.	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
A. Penerapan fungsi kehumasan berbasis digital pada Humas Kabupaten Gowa	62
B. Faktor penghambat dalam penerapan fungsi kehumasan berbasis digital pada Humas Kabupaten Gowa	69
BAB V PENUTUP	75
A. Simpulan	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

Nomor		Halaman
Tabel 1.1	Media Sosial yang digunakan Humas Pemerintah Kabupaten Gowa	7
Tabel 3.1	Luas Daerah dan Jumlah Pulau Menurut Kecamatan di Kabupaten Gowa, 2021	46
Tabel 3.2	Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Gowa, 2021	49
Tabel 3.3	Persentase Penduduk Berumur 15 Tahun ke Atas yang Melek Huruf Menurut Kelompok Umur di Kabupaten Gowa, 2020 dan 2021	50

DAFTAR GAMBAR

Nomor		Halaman
Gambar 1.1	Data pengguna internet di Indonesia	4
Gambar 1.2	Website Humas Gowa	7
Gambar 1.3	Media sosial instagram Humas Gowa	8
Gambar 1.4	Halaman facebook Humas Gowa	8
Gambar 1.5	Halaman Tiktok Humas Gowa	9
Gambar 1.6	Laman Youtube Humas Gowa	9
Gambar 1.7	Penghargaan Pemkab Gowa	12
Gambar 1.8	Kerangka Konseptual	22
Gambar 3.1	Logo Kabupaten Gowa	42
Gambar 3.2	Peta Kabupaten Gowa	44
Gambar 3.3	Luas daerah menurut kecamatan (%), 2021	45
Gambar 3.4	Logo Diskominfo Kabupaten Gowa	51

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Hubungan Masyarakat atau Humas adalah bagian yang memiliki peran penting bagi sebuah lembaga pemerintahan. Humas memiliki tugas sebagai “jembatan” antara pemerintah dengan masyarakat dalam hal penyampaian informasi berkaitan dengan lembaga pemerintahan serta menjaga citra pemerintahan. Seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat membawa perubahan bagi semua aspek kehidupan, terutama pada humas. Pekerjaan humas pada pemerintahan sangat penting karena bertugas untuk mencapai tujuan pemerintah dalam membangun hubungan dengan publik dalam mewujudkan pemerintahan yang efektif.

Untuk membangun hubungan dengan publik, humas harus mengikuti perkembangan teknologi khususnya pada bidang komunikasi. Jika awalnya menggunakan komunikasi berbentuk konvensional seperti surat kabar, maka sekarang beralih pada komunikasi berbasis digital melalui jaringan internet. Perkembangan teknologi digital apabila dimanfaatkan dengan baik akan memberikan kemudahan bagi penggunaannya, yaitu penyebaran informasi dalam jangkauan yang luas, cepat, dan dapat diakses tanpa batasan waktu dan tempat sehingga lebih praktis. Oleh karena itu, peran humas digital sangat dibutuhkan saat ini. Humas digital merupakan

kegiatan program kehumasan dengan memanfaatkan media digital sebagai sarana komunikasi dengan publiknya.

Masuknya digitalisasi sebagai akibat dari perkembangan teknologi informasi membebaskan setiap individu untuk dapat mengakses dan membuat penyebaran informasi tidak dapat dikendalikan. Proses penyebaran informasi melalui digital sangat cepat sehingga sulit untuk dikendalikan. Setiap manusia dapat dengan mudah mendapatkan informasi dari mana saja dan kapan saja. Informasi-informasi yang dibagikan oleh individu, kelompok, ataupun lembaga melalui media digital dapat mempengaruhi perspektif atau sudut pandang para penerima informasi tersebut.

Dalam perkembangannya, tidak semua informasi yang tersebar luas di internet positif. Tak sedikit pula berisi informasi negatif, misalnya penyebaran berita bohong, radikalisme, ujaran kebencian, dan penipuan. Diperlukan kebijakan dan kemampuan dari setiap pengguna gawai dalam mengendalikan informasi yang mereka dapat di jaringan internet. Kondisi ini akan membentuk citra pada individu, kelompok, ataupun lembaga tersebut. Citra merupakan efek dari suatu proses komunikasi yang tersimpan dalam benak individu khalayak (publik) (Andipate, 2016:4). Citra yang baik harus dibangun oleh individu, kelompok, maupun lembaga khususnya pemerintahan.

Pada era yang serba modern seperti saat ini, menjadikan keberadaan humas berada pada posisi yang cukup berpengaruh terhadap kemajuan suatu

lembaga. Humas dituntut untuk menjaga komunikasi terhadap internal lembaga, serta menjadi penghubung pihak eksternal dalam penyebaran informasi dan juga menjaga *image* lembaga. Pekerjaan humas dikatakan berhasil apabila mampu membangun hubungan yang baik dengan audiens. Selain itu, humas juga bertugas memberikan informasi, meyakinkan, mengedukasi, serta membuat masyarakat tertarik sehingga timbul kepercayaan publik.

Namun kenyataannya, setiap informasi yang tersebar pada media digital belum tentu merupakan fakta. Banyak disinformasi (informasi tidak benar dan direayasa) yang tersebar di media digital. Selain itu, pola komunikasi massa di media digital menjadi aktif dengan adanya akses bagi siapa saja untuk memberikan umpan balik. Maka dari itu, dalam sebuah organisasi maupun lembaga seperti pemerintahan diperlukan humas yang berperan penting dalam membangun citra dan hubungan antara pemerintah dengan publiknya. Humas bertugas untuk memberi informasi mengenai kebijakan dan program kerja pemerintah dan mempersuasi masyarakat agar tercipta kepercayaan dan dukungan terhadap pemerintah.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), Proporsi individu yang menggunakan internet di Provinsi Sulawesi Selatan sebanyak 30,35% pada tahun 2017 dan terus mengalami peningkatan setiap tahunnya menjadi 43,91% pada periode 2019.

Adapun data terbaru dari laman indonesiabaik.id, menunjukkan bahwa hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII),

pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna.



Gambar 1.1 Data pengguna internet di Indonesia (sumber:indonesiabaik.id)

Data diatas menunjukkan bahwa tingkat penggunaan internet di Indonesia pada dasarnya mengalami peningkatan setiap tahunnya dengan jumlah peningkatan yang cukup signifikan. Tingginya jumlah pengguna internet di Indonesia menunjukkan bahwa perlunya pelaksanaan humas digital bagi lembaga pemerintah. Beberapa alasan pelaksanaan humas digital menjadi penting, antara lain yaitu dapat menjangkau publik yang lebih luas dan menyeluruh, mengelola informasi dan menjaga eksistensi

lembaga pemerintah di media digital, penyebaran informasi yang sangat cepat, dapat membangun hubungan yang lebih akrab dengan publik dan mendapatkan umpan balik, serta hanya memerlukan perangkat digital dan koneksi internet yang baik. Dengan adanya perkembangan teknologi khususnya di bidang komunikasi yang begitu pesat secara tidak langsung menuntut humas untuk beradaptasi dan memanfaatkannya untuk memperlancar aktivitasnya. Pemanfaatan teknologi komunikasi bisa membawa perubahan yang lebih baik dalam hal kecepatan dalam menyebarkan informasi kepada publik.

Untuk mencapai manajemen humas digital yang optimal dan tepat sasaran, ada berbagai syarat yang harus dipahami oleh praktisi humas. Syarat tersebut di antaranya praktisi humas memahami dan mampu beradaptasi secara cepat terhadap perkembangan teknologi terbaru maupun berbagai jenis gawai dan aplikasinya (Laksamana, 2015:9); memahami jumlah dan karakteristik publik yang akan terlibat/tergabung dalam suatu media digital yang dikelola (Laksamana, 2015:13); ketersediaan infrastruktur teknologi informasi yang memadai; kebijakan dan dukungan organisasi terhadap praktisi PR untuk memanfaatkan internet sebagai medium dalam membina hubungan dengan publik dan pengelolaan informasi organisasi (Laksamana, 2015: 14). Humas digital juga tetap harus memperhatikan aspek-aspek penyebaran pesan kepada publik sebagaimana yang dikemukakan Cutlip, Center dan Broom (2006:408) bahwa ada 7 aspek, yaitu *credibility* (kredibilitas), *context* (konteks), *content* (isi), *clarity*

(kejelasan), *continuity and consistency* (kontinuitas dan konsistensi), *channel* (saluran), *capability of the audience* (kemampuan khalayak).

Menurut UU No. 14 pasal 10 tahun 2008 tentang keterbukaan informasi publik (UU KIP), “Badan Publik wajib menyebarluaskan informasi publik dengan cara yang mudah dijangkau oleh masyarakat dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami.”

Berdasarkan paparan di atas, menunjukkan bahwa keberadaan internet menjadi salah satu sarana humas untuk melaksanakan dua tugas pokoknya dalam membangun hubungan positif antara suatu organisasi dengan publik serta pengelolaan informasi organisasi. Selain itu, dengan terciptanya pengelolaan informasi dua arah untuk melihat tanggapan dari masyarakat terkait dengan kepentingan institusi sehingga aktivitas di media massa lebih mudah untuk dimonitori perkembangannya, serta terbangunnya hubungan yang positif ini dapat membantu praktisi humas untuk membangun reputasi dan citra organisasi, serta terwujudnya *open government* bagi organisasi pemerintahan (Laksamana, 2015:9).

Dengan adanya perkembangan media komunikasi, membuat humas pemerintah beralih dan memanfaatkan beberapa media digital untuk menjangkau publik secara luas. Hal ini dilakukan oleh Humas Pemerintah Kabupaten Gowa. Dalam menyebarkan informasi yang berkaitan dengan kinerja dan kebijakan pemerintah, Humas Kabupaten Gowa menggunakan website resmi dan media sosial. Humas Kabupaten Gowa sudah memanfaatkan kedua media digital tersebut, yaitu *website* resmi

(<https://humas.gowakab.go.id>) dan beberapa media sosial seperti facebook dengan jumlah pengikut 22 ribu pengguna, instagram dengan jumlah pengikut lebih dari 30 ribu pengguna, dan tiktok dengan jumlah penyuka lebih dari 45 ribu pengguna.

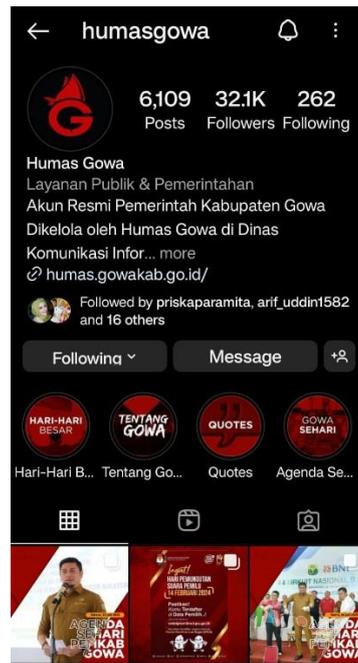


Gambar 1.2 Website Humas Gowa

Media Sosial Humas Pemerintah Kabupaten Gowa	Nama pengguna	Jumlah Pengikut
Instagram	@humasgowa	32,1 ribu
Facebook	Humas Gowa	22 ribu
Tiktok	@humasgowa	7.110 ribu
Youtube	Humas Gowa	1.29 ribu subs

Tabel 1.1 Media Sosial yang digunakan Humas Pemerintah Kabupaten Gowa

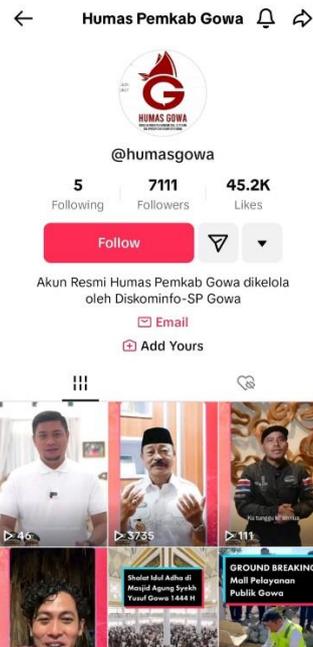
(Sumber: data sekunder pada bulan Maret 2023).



Gambar 1.3 Media sosial instagram Humas Gowa



Gambar 1.4 Halaman Facebook Humas Gowa



Gambar 1.5 Halaman Tiktok Humas Gowa



Gambar 1.6 Laman Youtube Humas Gowa

Sumber: Data sekunder, 2023

Berdasarkan riset yang peneliti lakukan, ditemukan tiga penelitian terdahulu yang relevan. Pertama, yaitu skripsi Siti Riska Megauleng Riady (2012) yang berjudul *Aktivitas Humas DPRD Kota Makassar Sebagai Fungsi Mediator Dan Publisitas*. Hal yang membedakan skripsi tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan ini terletak pada objek dan lokasi yang dipilih, serta fokus penelitian yang berbeda. Kedua, yaitu skripsi Assiana Wuri Handayani (2010) yang berjudul *Penerapan Fungsi Kehumasan Di Pemerintahan Kecamatan Payung Sekaki Dalam Meningkatkan Pelayanan Prima Kepada Masyarakat*. Hal yang membedakan skripsi tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan ini terletak pada objek dan lokasi yang dipilih, serta fokus penelitian yang berbeda.

Ketiga, yaitu skripsi Yemima Carolin (2020) yang berjudul *Penerapan Fungsi Humas Terhadap Rangkap Profesi Hakim – Humas Di Pengadilan Negeri Kelas 1B Karawang*. Hal yang membedakan skripsi tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan ini terletak pada objek dan lokasi yang dipilih, serta tujuan penelitian yang berbeda. Dari ketiga penelitian terdahulu memiliki persamaan dengan penelitian yang akan diteliti yaitu pada tema penelitian mengenai penerapan fungsi humas, namun kasus dan objeknya berbeda.

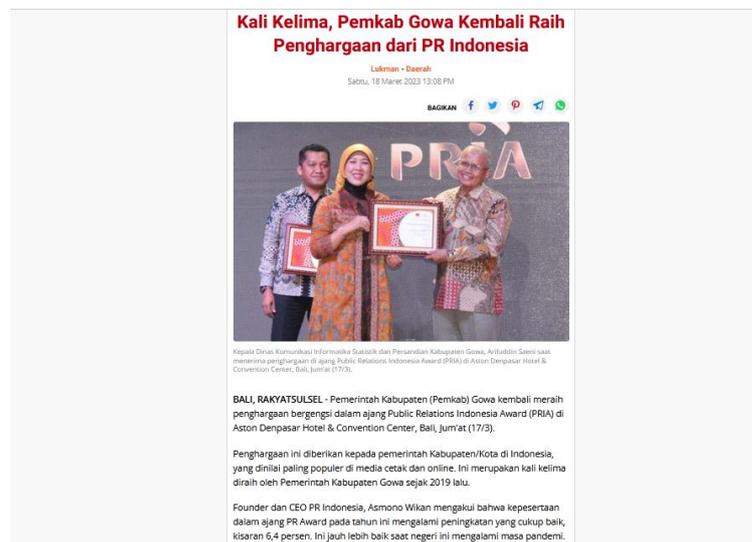
Selain itu, adapun penelitian yang dilakukan oleh Anindita Susilo dan Erlina Sari mengenai “Implementasi Program Cyber Public Relations PT. Kereta Api Indonesia dalam Mengelola Informasi Publik di Media

Sosial Instagram”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi program Cyber Public Relations PT. Kereta Api Indonesia dalam mengelola informasi publik di media sosial Instagram yaitu memberikan informasi tentang PT. Kereta Api Indonesia (Persero), layanan kereta api, layanan stasiun sampai event dan inovasi yang telah dilakukan. Hal tersebut tidak lepas dari tujuan utamanya, yaitu menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi, membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik eksternal maupun internal, menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarluaskan informasi dari perusahaan kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi, dan melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi kepentingan umum.

Penelitian ini akan berfokus pada penerapan fungsi kehumasan berbasis digital pada humas pemerintah Kabupaten Gowa sebagai media informasi mengenai pemerintah Kabupaten Gowa. Kabupaten Gowa dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan salah satu kabupaten di Sulawesi Selatan yang memiliki jumlah penduduk terbanyak yaitu 793.061 jiwa berdasarkan data terbaru Badan Pusat Statistik pada tahun 2023. Humas Gowa merupakan salah satu humas di Sulawesi Selatan yang telah memanfaatkan media digital seperti *website* dan media sosial dalam praktik humas digital.

Pada Maret 2023 Pemkab Gowa meraih penghargaan dari PR Indonesia dalam kategori pemerintah Kabupaten/Kota yang paling populer di media cetak dan online. Dengan adanya apresiasi tersebut maka

diharapkan dapat menjadi dorongan dan penyemangat bagi dinas KominfoSP khususnya Bidang Komunikasi Publik yang menangani kehumasan dalam membangun hubungan yang baik dengan media dan masyarakat.



Gambar 1.7 Penghargaan Pemkab Gowa

Sumber: rakyatsulsel.fajar.co.id

Maka dari itu, penelitian ini berfokus lebih berfokus pada penerapan fungsi kehumasan berbasis digital pada Humas Kabupaten Gowa dan faktor apa saja yang menghambat penerapan fungsi kehumasan berbasis digital pada Humas Kabupaten Gowa dalam menunjang optimalisasi layanan informasi publik masyarakat Gowa.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENERAPAN FUNGSI KEHUMASAN BERBASIS DIGITAL PADA HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN GOWA”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a) Bagaimana penerapan fungsi kehumasan berbasis digital pada humas pemerintah Kabupaten Gowa?
- b) Apa faktor penghambat dalam penerapan fungsi kehumasan berbasis digital pada humas pemerintah Kabupaten Gowa?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- a) Untuk mengetahui penerapan fungsi kehumasan berbasis digital pada humas pemerintah Kabupaten Gowa.
- b) Untuk mengetahui faktor penghambat dalam penerapan fungsi kehumasan berbasis digital pada humas pemerintah Kabupaten Gowa.

2. Kegunaan Penelitian

a) Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pengembangan kajian dan penelitian Ilmu Komunikasi khususnya dalam bidang hubungan masyarakat (humas) serta dapat menjadi rujukan bagi peneliti dengan kajian yang serupa.

b) Kegunaan Praktis

Secara praktis, penulis berharap penelitian ini dapat berguna untuk menambah wawasan terkait penerapan fungsi kehumasan pada pemerintah daerah serta turut berkontribusi dalam memaksimalkan fungsi humas digital. Penelitian ini juga sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar.

D. Kerangka Konseptual

Setiap lembaga atau instansi memiliki tujuan yang hendak dicapai. Keberhasilan sebuah lembaga atau instansi ditentukan dari usaha dan kemampuan mengelola lembaga atau instansi terutama peranan humas. Pentingnya peran humas dalam suatu instansi tidak dapat diabaikan. Humas merupakan suatu kegiatan untuk menanamkan pengertian untuk memperoleh *good will*, kerjasama dan kepercayaan hingga pada akhirnya mendapat dukungan dari segala pihak. Humas bertujuan untuk mengembangkan hubungan yang harmonis dan timbal balik dengan publiknya sehingga citra instansi terbentuk.

1. Humas

Dalam sebuah organisasi, diperlukan suatu bagian khusus untuk menangani masalah yang berkaitan dengan komunikasi, baik dengan publik internal maupun publik eksternal. Humas merupakan bagian yang memiliki

tujuan untuk menjalankan tugas sebagai jembatan komunikasi kepada publiknya.

Hubungan masyarakat atau disebut juga *public relations*, dengan ruang lingkup (*scope*) kegiatan yang menyangkut individu kedalam maupun keluar dan semua kegiatan diselenggarakan dalam rangka pelaksanaan tugas dan fungsi masing-masing lembaga atau organisasi (Widjaja 2008:53).

Definisi humas menurut Frank Jefkins (dalam Andipate 2016, 25), humas Segala bentuk komunikasi yang terencana, baik ke dalam dan maupun ke luar, antara organisasi dan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berdasarkan saling pengertian.

Definisi humas menurut Harlow “Hubungan masyarakat merupakan fungsi manajemen khas yang membantu membangun dan memelihara jalur komunikasi dua arah, saling pengertian, penerimaan, dan kerjasama antara organisasi dengan publiknya, yang melibatkan manajemen permasalahan atau isu untuk selalu mendapat informasi dan merespon opini publik, mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab manajemen dalam melayani kepentingan umum; membantu manajemen mengikuti dan memanfaatkan perubahan dengan efektif, berfungsi sebagai sistem peringatan dini untuk membantu mengantisipasi kecederungan, dan menggunakan riset yang sehat serta etika komunikasi sebagai alat utamanya” (Andipate 2016: 27).

Bertrand R. Canfield dalam bukunya *Public Relation Principles and Problema*, mengemukakan humas berfungsi mengabdikan kepentingan publik, memelihara komunikasi yang baik, dan menitikberatkan moral dan tingkah laku yang baik (Widjaja 2008:54).

Dari definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa humas merupakan fungsi manajemen yang membangun, terencana serta mempertahankan hubungan bagi organisasi dan khalayaknya.

2. Humas Pemerintah

Pada pemerintahan *Public Relations* lebih sering disebut dengan Humas. Perbedaan pokok antara fungsi dan tugas hubungan masyarakat yang terdapat di instansi pemerintahan dengan non pemerintahan adalah tidak adanya unsur komersial walaupun humas pemerintah juga melakukan hal yang sama dalam kegiatan publikasi, promosi dan periklanan. Di humas pemerintahan lebih menekankan dalam pelayanan publik demi meningkatkan pelayanan umum agar lebih baik. Melalui humas pemerintahan, program kerja pemerintah dapat terealisasi dengan baik. Humas pemerintah memberikan informasi kepada masyarakat dan memberikan pelayanan terkait program kerja dan tugas pemerintah.

Adapun fungsi humas pemerintahan yang paling dasar yaitu:

- Membantu menjabarkan dan mencapai tujuan program pemerintah,
- Meningkatkan sikap responsif pemerintah,
- Memberi publik informasi yang cukup untuk dapat melakukan pengaturan diri sendiri (Lattimore, 2010).

Berdasarkan fungsi dasar humas pemerintah, maka humas pemerintah memiliki tugas dalam hal pelayanan kepada publik dengan memberikan informasi yang berhubungan dengan kebijakan pemerintah yang berhubungan dengan masyarakat. Selain itu, humas pemerintah bertugas untuk menjaga hubungan baik antara pemerintah dengan masyarakat melalui komunikasi publik sehingga terbentuk citra positif pada pemerintah.

3. Humas Digital

Perkembangan media baru atau *new media* menyadarkan kita bahwa internet suatu kebutuhan yang tidak dapat dihiraukan dan merupakan transformasi komunikasi bagi perusahaan atau organisasi. Media internet mengalami perkembangan dengan melakukan inovasi-inovasi bagi praktisi komunikasi maupun *Public Relations*. Media internet memberikan kemudahan dalam menjangkau publiknya secara cepat, tepat, dan menyeluruh.

Hal inilah yang melarbelakangi lahirnya konsep baru di bidang *Public Relations* yakni digital *Public Relations*, *electronic Public Relations* (e-PR), *cyber Public Relations*, *online Public Relations*. Meskipun banyak istilah lain yang digunakan oleh berbagai praktisi PR, penggunaan istilah tersebut memiliki pemahaman yang serupa yakni menggunakan media internet sebagai sarana publisitasnya.

Perkembangan teknologi komunikasi yang begitu pesat secara tidak langsung menuntut seorang *Public Relations* bagi perusahaan maupun

pemerintah untuk beradaptasi untuk memudahkan aktivitasnya. Implementasi teknologi komunikasi menyebabkan perubahan yang lebih baik dalam keaktualan seorang PR dalam menyebarkan informasi.

Humas digital merupakan bentuk baru dari humas, yang terbentuk karena adanya perkembangan teknologi, komunikasi dan informasi sehingga terbentuk pula masyarakat digital. Humas di era digital tidak jauh berbeda dengan humas konvensional, yang membedakan adalah media komunikasinya. Pada humas konvensional melakukan publikasi di media konvensional, humas digital lebih banyak menggunakan media berbasis internet seperti *website* dan media sosial.

4. Website

Website atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan halaman. Hubungan antara satu halaman web dengan halaman web yang lainnya disebut hyperlink, sedangkan teks yang dijadikan media penghubung disebut hypertext (Hidayat R. , 2010)

Website merupakan kumpulan halaman web yang berhubungan antara satu dengan lainnya, halaman pertama sebuah website adalah home page,

sedangkan halaman demi halamannya secara mandiri disebut web page, dengankata lain website ada situs yang dapat diakses dan dilihat oleh para pengguna internet diseluruh dunia. Website adalah situs yang dapat diakses dan dilihat oleh para pengguna internet.

Website atau laman resmi pemerintahan merupakan sebuah wadah yang berisi beberapa halaman yang berisi informasi berkaitan dengan instansi pemerintah yang dapat diakses oleh siapapun dengan mudah. Website menjadi salah satu alternatif untuk menyebarluaskan informasi karena keunggulannya seperti mengunggah gambar, baik itu berupa foto dan video, tulisan yang dibuat baik itu di bidang pemerintahan maupun nonpemerintahan tanpa terkendala jumlah unggahan.

Website digunakan untuk menunjukkan eksistensi instansi pemerintah. Pada *website* Humas Kabupaten Gowa, terdapat beragam informasi, seperti informasi profil Gowa dan humas Gowa, biografi pimpinan, Berita mengenai kinerja pemerintah Kabupaten Gowa, majalah “Gowata’”, video dokumentasi kegiatan pemerintah kabupaten Gowa, dan buku tamu.

5. Media Sosial

Selain *website*, media sosial juga dimanfaatkan humas Kabupaten Gowa untuk *menjalankan* praktik humas digital melalui media sosial yang banyak digunakan masyarakat. Website menjadi salah satu alternatif untuk menyebarluaskan informasi karena keunggulannya seperti mengunggah gambar, baik itu berupa foto dan video, tulisan yang dibuat baik itu di

bidang pemerintahan maupun nonpemerintahan tanpa terkendala jumlah unggahan. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

Saat ini ada banyak media sosial yang dapat kita temui saat kita membuka internet. Media sosial mengacu pada penggunaan platform media baru yang mensyaratkan adanya komponen dan saluran komunikasi publik yang ditandai dengan adanya aktivitas online. Media sosial mencakup struktur sosial dimana di dalamnya orang-orang dapat saling berinteraksi dan berkolaborasi antara satu dengan yang lainnya. Adapun media sosial yang lazim dikenal dan digunakan oleh masyarakat antara lain: Facebook, instagram, tiktok, twitter, dll.

Media sosial berfungsi sebagai media yang mempermudah dan memperluas interaksi sosial dengan orang lain dengan menggunakan internet, mendukung demokratisasi informasi, serta menjadi penghubung komunikasi dari satu institusi media ke banyak khalayak.

Media sosial memiliki ciri-ciri yang tidak lepas dari berbagai ciri-ciri dari media sosial yang banyak digunakan hingga saat ini. Adapun karakteristik media sosial, diantaranya sebagai berikut:

a) Partisipasi

Mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik atau berminat menggunakannya, hingga dapat mengaburkan batas antara media dan audience

b) Keterbukaan

Kebanyakan dari media sosial yang terbuka bagi umpan balik dan juga partisipasi melalui sarana-sarana voting, berbagi dan juga komentar. Terkadang batasan untuk mengakses dan juga memanfaatkan isi pesan.

c) Perbincangan

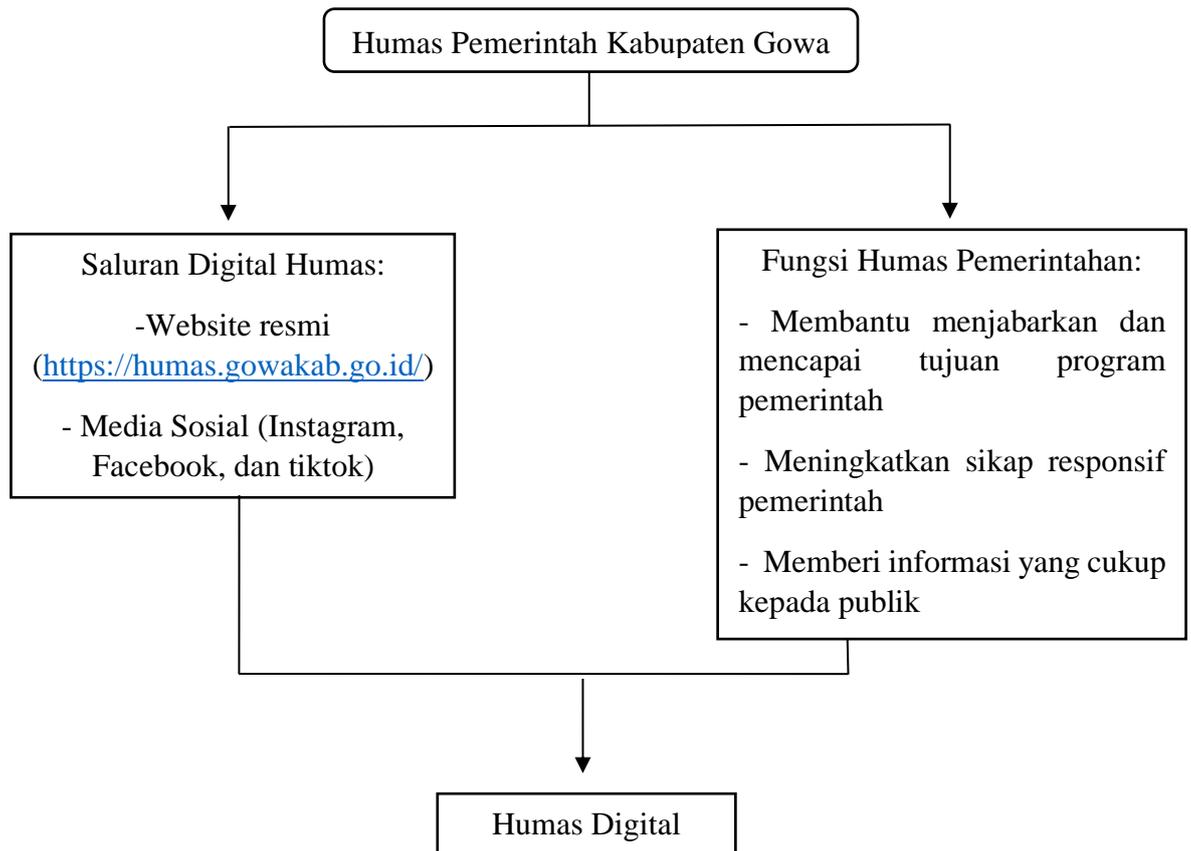
Selain itu, kemungkinan dengan terjadinya perbincangan ataupun pengguna secara dua arah.

d) Keterhubungan

Mayoritas dari media sosial tumbuh dengan subur lantaran terjadi suatu kemampuan yang dapat melayani keterhubungan antara pengguna, melalui suatu fasilitas tautan (links) ke website, sumber informasi dan bagi pengguna-pengguna lainnya

Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada media sosial Humas Kabupaten Gowa yang masih aktif dan memiliki pengikut atau peminat terbanyak, yaitu Instagram, facebook, dan tiktok. Pada media sosial, Humas Kabupaten Gowa banyak memberi informasi berkaitan dengan kegiatan pemerintah Kabupaten Gowa, dan informasi yang berkaitan dengan Kabupaten Gowa.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat digambarkan dalam bentuk kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 1.8 Kerangka Konseptual

E. Definisi Konseptual

1. Penerapan/implementasi adalah suatu aktivitas pelaksanaan suatu teori, metode, dan hal lain untuk mencapai tujuan dan kepentingan instansi pemerintah Kabupaten Gowa.
2. Humas digital merupakan kegiatan program kehumasan di dunia maya dengan memanfaatkan media digital melalui jaringan internet sebagai sarana berkomunikasi dengan publiknya. Adapun kegiatan humas digital dapat dilihat pada *website* resmi pemerintah Kabupaten Gowa

<https://humas.gowakab.go.id> dan media sosial humas Kabupaten Gowa yang terdiri dari *Instagram* (@humasgowa), *Facebook* (Humas Gowa), *Tiktok* (@humasgowa) dan *Youtube* (Humas Gowa).

3. Fungsi humas pemerintahan yang paling dasar antara lain: Membantu menjabarkan dan mencapai tujuan program pemerintah, meningkatkan sikap responsif pemerintah, dan memberi informasi yang cukup kepada publik.
4. Humas Pemerintah Kabupaten Gowa adalah salah satu bagian dari Dinas Komunikasi Informatika, Statistik, dan Persandian Kabupaten Gowa yang dikepalai oleh Kepala Bidang Komunikasi Publik yang memiliki tugas dan tanggung jawab menjalankan fungsi humas di lingkup Pemerintah Kabupaten Gowa.

F. Metode Penelitian

1. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan April 2023 hingga Juli 2023. Lokasi penelitian yaitu di Kantor Humas Gowa yang berlokasi di Kantor Bupati Kabupaten Gowa Jl. Masjid Raya No. 30, Kel. Sungguminasa, Kec. Somba Opu, Kab. Gowa, Sulawesi Selatan.

2. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa penjelasan

tertulis atau lisan dari informan dan perilaku yang diamati di lapangan (Mardawani, 2020:8). Dalam penelitian kualitatif, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, menyusun dalam laporan terinci berdasar pandangan informan, dan melakukan kajian pada situasi yang alami tanpa dimanipulasi. (Mardawani, 2020:9). Tipe penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan lebih spesifik mengenai penerapan fungsi kehumasan berbasis digital pada humas pemerintah Kabupaten Gowa.

3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

a. Jenis Data:

1) Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan atau diperoleh peneliti secara langsung dari sumber data atau pihak yang bersangkutan (informan). Data primer didapatkan melalui wawancara dan observasi langsung.

1. Wawancara

Wawancara adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara bertanya kepada informan dan mendapatkan jawaban langsung dari informan. Dalam proses wawancara ini peneliti mempersiapkan daftar pertanyaan yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Peneliti menggunakan wawancara mendalam (*in-depth interview*) untuk

mendapatkan data utama dari informan yang peneliti tentukan.

2. Observasi langsung

Observasi langsung adalah pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti di lapangan (lokasi penelitian). Hal ini bertujuan untuk mendapatkan data dan informasi yang akurat

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan peneliti dari data yang telah ada sebelumnya, hal ini digunakan peneliti untuk melengkapi data yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan studi pustaka yang diperoleh melalui berbagai sumber atau referensi yang relevan dengan masalah yang diteliti seperti jurnal, buku, situs, media sosial, serta data yang diperoleh dari instansi terkait.

4. Teknik Penentuan Informan

Informan merupakan subjek penelitian yang akan memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*, yaitu teknik penentuan informan berdasarkan pertimbangan tertentu agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif. Sugiyono (2013). Dalam penelitian

kualitatif, informan dibagi menjadi tiga; Informan kunci, informan utama, dan Informan pendukung.

Informan kunci adalah informan yang memiliki informasi yang menyeluruh tentang topik penelitian. Informan utama adalah pihak yang mengetahui secara teknis dan detail tentang topik penelitian. Sedangkan Informan pendukung adalah pihak yang dapat memberikan informasi tambahan sebagai pelengkap analisis dan pembahasan dalam penelitian kualitatif. Martha (2016) Dalam penelitian ini, pemilihan informan didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

1. Kepala bidang komunikasi publik Kabupaten Gowa.
2. Staf bidang komunikasi publik yang bertanggung jawab pada website dan media sosial.

5. Teknik Analisis Data

5.1 Analisis data Primer

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis deskriptif, dimana tujuan dari analisis ini adalah untuk menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. Analisa dilakukan setelah data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini terkumpul.

Analisis Data primer merupakan sumber pokok atau dapat dikatakan bahwa data berasal dari sumber asli yang dikumpulkan peneliti secara langsung dari narasumber. Analisis data primer dilakukan dengan cara wawancara secara langsung terhadap narasumber. Analisis data dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif. Informannya merupakan orang yang memiliki posisi atau tingkatan yang berbeda-beda dalam struktur organisasi pada Humas Pemerintah Kabupaten Gowa.

5.2 Analisis Data Sekunder

Analisis data sekunder merupakan analisis yang dilakukan secara kualitatif terhadap data yang sudah ada tanpa melakukan wawancara, survey ataupun pengumpulan data lainnya. Sumber data sekunder didapatkan dari data BPS. Data sekunder peneliti analisis sesuai dengan penjabaran dari hasil penelitian pada Humas Pemerintah Kabupaten Gowa sesuai dengan struktur organisasi di Kantor Pemerintah Kabupaten Gowa. (Kabupaten Gowa dalam Angka, tahun 2022)

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Humas/*Public Relations*

Hubungan Masyarakat/*Public Relations* menjadi ikon terpenting di era industri digitalisasi yang berperan sebagai mediator komunikasi atau media penghubung pesan untuk menciptakan saling pengertian antara instansi/lembaga dengan masyarakat. Hubungan masyarakat atau *Public Relations* adalah suatu usaha yang sengaja dilakukan, direncanakan secara berkesinambungan untuk menciptakan saling pengertian antara sebuah lembaga/institusi dengan masyarakat. Humas berperan penting dalam memberikan informasi yang sehat dan positif kepada masyarakat di tengah polemik perkembangan teknologi komunikasi. Oleh karena itu, PR harus memberi informasi yang memperhatikan pluralisme dan *cultural sensistivity* di dalam lingkungan masyarakat.

Humas adalah sebuah seni sekaligus ilmu sosial dalam menganalisa kecenderungan, meramalkan konsekuensinya, memberikan pengarahan kepada pimpinan institusi/lembaga dan melaksanakan program-program terencana yang dapat memenuhi kepentingan banyak pihak, baik institusi maupun lembaga tersebut maupun masyarakat yang terkait (Iriantara,2019).

Hubungan masyarakat merupakan fungsi manajemen untuk mencapai target tertentu yang sebelumnya harus mempunyai program kerja yang jelas dan rinci, mencari fakta, merencanakan, mengkomunikasikan, hingga mengevaluasi hasil-hasil apa yang telah dicapainya.

Public relations atau hubungan masyarakat masih merupakan bidang baru terutama di Indonesia. Lahirnya *public relations* seperti yang dipraktikkan sekarang ialah karena adanya kemajuan-kemajuan dalam berbagai macam bidang itu. Kemajuan yang sekaligus merupakan juga kekuatan-kekuatan dalam masyarakat, memisahkan manusia kedalam berbagai kelompok atau golongan, yang masing-masing mempunyai tujuan sendiri dan berusaha untuk mencapai tujuan itu dengan sebaik-baiknya.

Revolusi komunikasi telah mengalami perubahan dari konvensional menjadi digital menyebabkan peran humas digital menjadi sangat penting saat ini. Di era yang serba digital seperti saat ini, setiap instansi dituntut agar dapat terus melakukan komunikasi dalam rangka memperbarui informasi kepada masyarakat.

Pada realitanya praktik *Public Relations* atau sering disingkat PR atau Hubungan Publik sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi komunikasi seiring berkonstruksinya budaya masyarakat global. Lahirnya internet menimbulkan peradaban baru dalam dunia komunikasi seperti munculnya beragam media digital yang dapat dimiliki oleh siapa pun selama mereka memiliki perangkat digital.

Humas kini menjadi bagian terpenting dari gugusan manajemen organisasi. Setiap badan usaha apa pun bentuknya menjadikan humas sebagai ujung tombak untuk membangun kepercayaan di mata masyarakat. Keberadaan humas dinilai sangat strategis dalam memainkan opini di depan publik. Hampir semua sektor usaha publik, mulai dari sektor usaha kecil-

kecilan hingga sektor usaha raksasa membutuhkan peran humas sebagai upaya melancarkan target dan tujuan.

Kemunculan internet dan teknologi digital menjadi awal masuknya zaman revolusi digital dari telekomunikasi. Telekomunikasi adalah setiap pemancaran, pengiriman dan atau penerimaan dari setiap informasi dalam bentuk tanda- tanda, isyarat, tulisan, gambar, suara dan bunyi melalui sistem kawat, optik, radio atau sistem elektromagnetik lainnya.

Ketika perkembangan media informasi yang demikian pesat, pekerjaan humas dituntut harus menempatkan diri secara adaptif dalam melihat peluang dan tantangan. Sebab, tugas humas adalah menghubungkan suatu pesan kepada penerima pesan. Kejelian dan keakuratan dalam mengelola peluang dan tantangan itu merupakan tugas pokok yang dihadapi bidang humas. Sehingga bidang humas diharapkan bisa menyusun prosedur dan organisasi tugasnya secara sistematis dan fleksibel.

Oleh karenanya, kegiatan kehumasan atau *public relations* harus dapat mengikuti perkembangan teknologi digital mengingat masyarakat yang kini cenderung lebih banyak menghabiskan waktunya dengan aktif menggunakan internet. Kehadiran internet membuat kehidupan sosial seolah tanpa batasan. Hal tersebut memberikan kemudahan bagi setiap orang untuk dapat berkomunikasi dan memperoleh informasi tanpa adanya batasan ruang dan waktu. Kemudahan yang paling menonjol terlihat pada setiap lini kehidupan manusia, salah satunya adalah kegiatan *public Relations*.

Fungsi dan tugas humas adalah melakukan komunikasi dua arah dengan masyarakat agar tercipta hubungan harmonis dan saling pengertian, dan membentuk citra dan opini publik yang positif sehingga masyarakat memiliki rasa memiliki (*sense of belonging*) dan dukungan terhadap organisasi. *International Public Relations* (IPRA) menegaskan bahwa *Public Relations* diharapkan dapat memposisikan dirinya sebagai konseling, seorang analisis realitas, ahli riset pendapat dan sikap publik. Selain itu, humas juga membina komunikasi dua arah, mencegah konflik, meningkatkan rasa percaya dan tanggungjawab, memperbaiki dan mempertahankan hubungan, memasyarakatkan produk atau jasa dan menciptakan jati diri institusi.

Menurut Cutlip dan Center (2006), terdapat tugas dan fungsi pokok *Public Relations* yakni sebagai berikut:

- a. Membentuk dan memelihara hubungan saling menguntungkan antara organisasi dan masyarakat yang menjadi sandaran keberhasilan atau kegagalannya, dan
- b. Mengidentifikasi pembentukan dan pemeliharaan hubungan saling menyenangkan antara organisasi dan masyarakat sebagai dasar moral dan etika profesi.

Sedangkan menurut Menurut Rex F. Harlow dalam Andipate (2016) mengemukakan ada tiga tugas dan fungsi humas yaitu:

- a. Membantu pembentukan dan pemeliharaan garis komunikasi dua-arah, saling pengertian, penerimaan, kerjasama antara organisasi dengan

masyarakatnya yang melibatkan manajemen problem atau masalah untuk selalu mendapat informasi.

- b. Merespon pendapat umum, mendefinisikan, dan menekankan tanggungjawab manajemen dalam melayani kepentingan masyarakat
- c. Membantu manajemen mengikuti dan memanfaatkan perubahan dengan efektif, berfungsi sebagai system peringatan awal untuk membantu mengantisipasi kecenderungan, dan menggunakan riset serta komunikasi yang masuk akal dan etis sebagai sarana utamanya.

B. Humas Pemerintah

Pada lingkup pemerintahan, humas sering disebut sebagai sekretaris perusahaan (*corporate secretary*), *information officer*, *public affair specialist* atau *communications specialist*. Berdasarkan beberapa sebutan tersebut mempunyai tugas menginformasikan kepada publik mengenai aktifitas yang dilakukan pemerintah (Sari, 2012).

Secara umum, fungsi Humas Pemerintah adalah sebagai juru bicara lembaga, fasilitator, memberikan pelayanan informasi kepada publik, menindaklanjuti pengaduan publik, program, produk atau jasa lembaga, menciptakan iklim hubungan internal dan eksternal yang kondusif dan dinamis. Dengan fungsinya tersebut, Humas Pemerintah diharapkan dapat menjadi penghubung lembaga dengan berbagai pemangku kepentingan atau *stakeholders*.

Menurut Frida Kusumastuti dalam buku *Kajian Tentang Fungsi, Peran dan Tugas Humas* (Sari, 2012), terdapat 3 alasan utama pentingnya bagian Humas Pemerintah, antara lain:

1. Program pemerintah ditujukan untuk masyarakat luas dengan berbagai latar belakang, karakter, ekonomi, pendidikan (intelektensi) yang beragam.
2. Seringkali hasilnya abstrak sehingga sulit dilihat dalam waktu yang relatif dekat, bahkan dalam jangka panjang sekali karena sifatnya yang integral, berkesinambungan dan melibatkan generasi yang berbeda, bahkan program pemerintah cenderung dibayar dengan “harga sosial” yang tinggi. Berbagai program pemerintah seringkali tidak dapat menghindari perlunya “pengorbanan” sosial masyarakat yang terkena langsung program tersebut. Maka sangat diperlukan pendekatan khusus untuk melibatkan partisipasi dan emansipasi masyarakat.
3. Program pemerintah selalu mendapat pengawasan atau kontrol dari berbagai kalangan, terutama pers, lembaga swadaya masyarakat (LSM) dan sebagainya. Humas Pemerintah berperan dalam proses penyadaran masyarakat mengenai berbagai permasalahan mereka sebagai warga Negara.

Rosady Ruslan memberikan pendapatnya di dalam buku berjudul *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi* (Ruslan, Rosady, SH, 2010), Fungsi pokok Humas Pemerintah adalah sebagai berikut:

- a) Mengamankan kebijakan yang dijalankan pemerintah. Diterima atau tidaknya kebijaksanaan pemerintah oleh masyarakat juga sangat ditentukan oleh bagaimana humas mengomunikasikan kebijakan itu kepada masyarakat.
- b) Memberikan pelayanan dan menyebarluaskan pesan atau informasi mengenai kebijakan pemerintah, aktivitas, dan berbagai program kerja nasional kepada masyarakat,
- c) Menjadi komunikator atau juru bicara sekaligus mediator yang proaktif dalam menjembatani kepentingan instansi pemerintah pada satu sisi dan di sisi lainnya, menampung aspirasi serta memperhatikan berbagai keinginan publik.
- d) Berperan serta dalam menciptakan iklim yang kondusif dan dinamis demi mengamankan stabilitas dan keamanan politik pembangunan nasional, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Perbedaan pokok antara fungsi dan tugas Hubungan Masyarakat (Humas) yang terdapat di instansi pemerintah dengan non pemerintah (lembaga komersial) adalah tidak adanya unsur komersial walaupun Humas Pemerintah juga melakukan hal yang sama dalam kegiatan publikasi, promosi dan periklanan.

Keberadaan humas di lembaga atau instansi pemerintah merupakan keharusan fungsional dan operasional dalam menyebarluaskan atau untuk mempublikasikan mengenai suatu kegiatan atau aktivitas instansi kepada masyarakat. Humas dapat menjadi alat atau saluran untuk memperlancar jalannya interaksi dan penyebaran informasi mengenai publikasi pembangunan nasional melalui kerja sama dengan pihak pers, media cetak, atau elektronik.

Humas pemerintah lebih menekankan pada *public services* atau demi meningkatkan pelayanan umum. Perkembangan profesionalisme humas yang berkaitan dengan pengembangan peranan humas, baik sebagai praktisi maupun professional dalam suatu instansi atau organisasi. Menurut Dozier D.M (1992), merupakan salah satu kunci untuk memahami fungsi humas dan komunikasi organisasi (Dalam Sari, 2012).

Tugas utama dari humas pemerintahan adalah bertindak sebagai komunikator, membantu menjalin hubungan baik dengan publik hingga menciptakan citra pemerintahan yang baik. Secara garis besar humas pemerintah memiliki tugas ganda yakni, memberikan informasi atau pesan-pesan sesuai dengan tujuan dan kebijaksanaan instansi/Lembaga kepada masyarakat sebagai khalayak sasaran, menyerap reaksi, aspirasi atau opini khalayak demi kepentingan instansi atau tujuan bersama.

Pada dasarnya tugas humas pemerintah ialah meningkatkan kelancaran arus informasi dan aksesibilitas masyarakat untuk memperoleh informasi, meningkatkan koordinasi dala, penyebarluasan informasi tentang

kebijakan pemerintah sesuai kebutuhan, dan tuntutan masyarakat, membangun citra, reputasi, dan pendapat umum yang positif.

C. Humas Digital

Humas digital atau *digital public relations* berarti kegiatan *public relations* yang menggunakan media internet. *Digital public relations* merupakan kegiatan *public relations* yang dilakukan dengan sarana media internet dalam membangun merek atau brand perusahaan dan memelihara kepercayaan, pemahaman dan citra perusahaan kepada publik (Ruslan, 2010:116).

Perkembangan media baru atau new media membuat sadar bahwa internet suatu kebutuhan yang tidak dapat dihiraukan dan merupakan transformasi komunikasi bagi perusahaan atau organisasi. Media internet mengalami perkembangan dengan melakukan inovasi-inovasi bagi praktisi komunikasi maupun Public Relations. Media internet memberikan kemudahan dalam menjangkau publiknya secara cepat, tepat, dan menyeluruh.

Cutlip, Center dan Broom (2006:287) mengungkapkan bahwa internet merupakan revolusi komunikasi yang sangat luas dan mendalam. Bagi praktisi kehumasan. Penggunaan internet juga membawa dampak dalam membina hubungan dengan publik dan melakukan pengelolaan informasi suatu organisasi. Pemanfaatan teknologi internet untuk kegiatan kehumasan, dikenal juga dengan humas digital (*cyber public relations* atau *public relations on the net*).

Lahirnya era globalisasi yang semakin berkembang dan membawa pengaruh yang besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk cara kerja humas/*public relations*. Melalui teknologi internet, tanpa harus bertemu dengan jarak beribu-ribu mil pun humas dapat melakukan komunikasi dengan publiknya. Dengan menggunakan teknologi internet dapat mempermudah kegiatan humas/*public relations* melalui dunia maya atau sering disebut *digital public relations*, sebuah langkah penyampaian informasi melalui media internet atau disebut *Cyber Public Relations* atau *Elektronik Public Relations*. Teknologi baru internet mendorong humas/*public relations* untuk bekerja lebih praktis, cepat dan juga dinamis.

Ada berbagai definisi humas digital yang dikemukakan para ahli, menurut Syahputra (2019) humas digital adalah inisiatif humas yang menggunakan media internet sebagai sarana publisitasnya. Humas digital juga dilihat sebagai pelaksanaan fungsi humas di dunia maya (*cyberspace*). Oleh karenanya, pelaksanaan humas digital merupakan pelaksanaan program humas dengan memanfaatkan media digital *online* untuk berkomunikasi dengan publiknya (Laksamana, 2015: 8-9).

Di dalam dunia maya ini, praktisi humas berusaha untuk mengelola hubungan dan pesan dalam sebuah *theatre of idea* yang dilihat dan dialami individu-individu di dunia maya (Riady, 2012). Saat ini, pelaksanaan humas digital sudah mulai diimplementasikan di berbagai organisasi publik, organisasi privat, organisasi nirlaba, partai politik maupun organisasi

lainnya. Selain itu, pelaksanaan humas digital juga sudah mulai dilakukan oleh para pejabat publik, tokoh masyarakat ataupun aktor politik.

Pekerjaan praktisi public relations akan lebih efektif dan inovatif jika menggunakan teknologi digital. Hal ini menjadi kejelasan bagi praktisi PR untuk memanfaatkan komunikasi digital sesering menggunakan alat komunikasi PR tradisional demi mencapai target khalayak, berkomunikasi dengan pelanggan dan memperluas jangkauan komunikasi. Penggunaan *email, website, digital newsletters, blogs, viral marketing, search engine, live conference calls, RSS* dan *podcast* adalah alat yang sering digunakan oleh PR professional (Sari, 2012).

Perkembangan teknologi komunikasi yang begitu pesat secara tidak langsung menuntut seorang Public Relations bagi perusahaan maupun pemerintah untuk beradaptasi untuk memudahkan aktivitasnya. Implementasi teknologi komunikasi menyebabkan perubahan yang lebih baik dalam keaktualan seorang PR dalam menyebarkan informasi.

D. Publisitas di Media Baru (*New Media*)

Publisitas adalah kegiatan menempatkan berita mengenai seseorang, organisasi atau perusahaan di media massa. Publisitas lebih menekankan pada proses komunikasi satu arah. Media massa kerap melaporkan berita publisitas karena merupakan cara yang mudah dan ekonomis untuk mendapatkan berita dibanding harus mencari sendiri yang membutuhkan lebih banyak tenaga dan biaya. (Priyono, 2022)

Menurut Lawrence & Dennis L. Wilcox (pakar Humas dari San Jose State University) juga menyatakan publisitas sebagai informasi yang tidak perlu membayar ruang – ruang pemberitaannya/penyiarannya, namun disaat yang sama tidak dapat dikontrol oleh individu/perusahaan yang memberikan informasi, sebagai akibatnya informasi dapat mengakibatkan terbentuknya citra dan mempengaruhi orang banyak dan dapat berakibat aksi , dimana aksi ini dapat menguntungkan atau merugikan saat informasi dipublikasikan.(Riady,2012)

Sedangkan media baru (*new media*) adalah istilah yang dimaksudkan terhadap kemunculan digital, komputer atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi pada akhir abad ke-20. Karakteristik dari media baru adalah dapat diubah (edit), bersifat jaringan, padat, interaktif dan bersifat *user generated content* dimana konten atau isi artikel dalam internet dapat ditulis oleh khalayak umum, hal ini menandakan bahwa konten media internet tidak dapat dimonopoli oleh pihak yang berkepentingan namun dapat diunggah oleh semua *internet user* (Ruslan, 2010).

Media baru juga mengganti peran dan fungsi dari Public Relations. Public Relations dituntut untuk memiliki kemampuan dan kecakapan menggunakan perkembangan dunia digital. Kegiatan Public Relations yang dilakukan secara digital wajib sinergitas menggunakan aktivitas Public Relations yang dilakukan secara luring. Dengan demikian, kegiatan yang dilakukan secara online adalah perpanjangan tangan menurut kegiatan yang dilakukan secara luring. Kreativitas dan kemampuan Public Relations

dalam upaya publisitas tidak hanya membutuhkan penguasaan teknologi, namun membutuhkan juga kreativitas dan keterampilan seorang Public Relations dalam bekerja dengan keahlian dan pemahaman praktisi Public Relations terkait dunia digital.

Adapun teori *New Media* yang dikembangkan oleh Pierre Levy menjelaskan mengenai perkembangan media dari konvensional ke digital. *New Media* adalah media *online* yang berbasis teknologi, bersifat fleksibel serta interaktif, berfungsi secara publik maupun privat dengan menggunakan internet. *New Media* merupakan alat komunikasi yang dapat digunakan untuk bertukar informasi, berinteraksi, berpendapat, memperoleh berita melalui jaringan internet dengan informasi terbaru yang didapat secara efektif dan efisien yang disampaikan kepada khalayak. (Mukarom, 2020).

Teori *new media* memiliki 2 perspektif, pertama adalah perspektif yang berbeda tentang interaksi sosial menurut kedekatannya dengan interaksi pribadi. Pierre Levy melihat bahwa world wide web (www) sebagai kumpulan informasi yang luas, fleksibel dan dinamis untuk memberdayakan orang yang sedang mengembangkan ilmu dan pengetahuan yang baru. Kedua, adalah perspektif integrasi yang dimana memiliki gambaran media bukan berbentuk dalam informasi, interaksi dan diseminasi (penyebaran), akan tetapi dalam bentuk ritual yang menggunakan media menjadi sarana bagi orang yang ingin berkreasi didepan umum. Media tidak hanya sekedar alat informasi atau cara untuk

mendapatkan kepentingan pribadi, tetapi menyajikan dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberikan rasa saling memiliki (Syahputra, 2019).

Media baru memiliki karakter khusus yaitu kemampuan untuk menciptakan ilusi seperti pada komunikasi tatap muka yang tampak nyata yang biasa disebut interaksi parasosial. Tidak hanya itu, komunikasi melalui media baru berpeluang untuk tidak lagi harus berinteraksi secara spesifik (jarak fisik) dengan tujuan berpartisipasi dengan masyarakat. Internet sebagai *new media* telah membawa banyak perubahan bagi masyarakat, tidak hanya berfungsi sebagai alat produksi dan distribusi pesan sebagaimana media tradisional lainnya, namun juga menjadi media penyimpanan pesan (Ruslan, 2010)