

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Dengan adanya penelitian terdahulu yang berisikan rujukan penulis dalam melakukan penelitian yang sebelumnya sudah dilakukan, dengan fungsi sebagai acuan penulis dalam mengembangkan teori dan mengkaji penelitian yang sedang dilakukan. Dari penelitian terdahulu akan terlihat perbedaan yang digunakan penulis sebagai tolak ukur dalam mengembangkan materi penelitian. Berikut adalah tinjauan dari penelitian yang betautan dengan penelitian yang sedang dijalankan:

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

No.	Penulis/ Judul Penelitian / Tahun / Universitas	Teori	Metode	Hasil Penelitian
1.	Yessy Afrioza. Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Pengelolaan Website Sebagai Media Informasi dan Layanan Publik di Kementerian Agama Provinsi Riau. 2019. Universitas Riau <sup>1</sup>	Teori yang digunakan yaitu Teori Strategi Komunikasi	Kualitatif	hasil dari penelitian tersebut pelaksanaan dalam pengelolaan website sebagai media informasi dan layanan publik dilakukan setiap hari dengan mencari pemberitaan selanjutnya informasi dan humas membuat berita / press release yang dibuat oleh humas dan input data terbaru secara rutin yang berisikan informasi aktivitas seputar kepala daerah, satker maupun informasi seputar pemerintahan.
2.	Abd.Azis. Strategi Media Relations Hubungan Masyarakat Pemerintah Kabupaten Luwu Timur Sebagai Sarana Informasi.	Teori yang digunakan yaitu Strategi Humas	Kualitatif	yajian data, penyimpulan dan verifikasi dan kesimpulan akhir. Hasil penelitian ini menunjukkan Strategi Humas Pemerintah Luwu Timur adalah dengan konsep kemitraan media dan penggunaan

<sup>1</sup> Yessy Afrioza. Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Pengelolaan Website sebagai Media Informasi dan Layanan Publik di Kementerian Agama Provinsi Riau. Dalam Jurnal Konsentrasi Hubungan Masyarakat - Jurusan Ilmu Komunikasi, VOL. 6: Edisi II Juli – Desember 2019

	2018 UIN Alauddin Makassar <sup>2</sup>			media yang menjadikan media online, media cetak serta media elektronik sebagai mitra kerja dalam menyebarluaskan informasi dan kelompok informasi masyarakat yang diharapkan mampu menyaring dan membedakan informasi yang fakta dan hoax, selain itu PPID merupakan strategi SKPD Diskominfo yang aktualisasinya ke setiap desa. Kemudian hambatan yang di alami humas Pemerintah Kabupaten Luwu Timur dalam menyebarkan informasi yaitu karena masih kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki, sarana dan prasarana yang masih terbatas sehingga menghambat sistem kerja di media, serta perbedaan sudut pandang
3.	Gabriel Gifson Hasugian, Yani Hendrayani, dan Lusya Handayani. Strategi Humas Siber Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi Publik 4.0. Di Badan Kepegawaian Negara. 2020. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, Indonesia <sup>3</sup>	Teori yang digunakan yaitu Teori Strategi Komunikasi	Kualitatif	Hasil penelitian ini humas BKN sudah melakukan kajian pelayanan informasi 4.0 dalam penggunaan humas siber merupakan website, media sosial seperti twitter, facebook, instagram, youtube, dan kanal LaporBKN. Strategi humas siber untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan tahap menyesuaikan khalayak, melakukan infografis dan skema, mengemas pesan sesuai dengan khalayak, mempublikasikan dengan audio visual, melakukan polling layanan informasi publik sebagai evaluasi dengan penggunaan humas siber. Berdasarkan hasil penelitian bahwa pelayanan dengan penggunaan humas siber yang dijalankan humas BKN sudah baik.

<sup>2</sup> Abd.Azis.Skripsi. *"Strategi Media Relations Hubungan Masyarakat Pemerintah Kabupaten Luwu Timur Sebagai Sarana Informasi publik"* (makassar : Universitas Islam Negri Alauddin Makassar, 2018

<sup>3</sup> Gabriel Gifson Hasugian<sup>1</sup>, Yani Hendrayani<sup>2</sup> , dan Lusya Handayani<sup>3</sup>. Strategi Humas Siber dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi Publik 4.0 di Badan Kepegawaian Negara JURNAL PUSTAKA KOMUNIKASI, Volume 3, No. 2, September 2020, 167-178

4.	Intan Leliana, Venessa Agusta. Strategi Humas Kementerian Perindustrian Dalam Menginformasikan Layanan Publik Melalui Youtube. 2019. Universitas Bina Sarana Informatika <sup>4</sup>	Teori yang digunakan yaitu teori Strategi Humas dan New Media	Kualitatif	Hasil penelitian ini yang telah dilakukan oleh penulis terkait strategi Humas Kementerian Perindustrian dalam mempublikasikan informasi melalui media sosial youtube, maka penulis dapat menyimpulkannya sebagai berikut: Humas Kementerian Perindustrian menggunakan media sosial youtube sebagai media penyebaran baik program atau kegiatan, serta informasi industri yang sedang berkembang dan berjalan saat ini kepada publik internal dan publik eksternal pada umumnya sehingga informasi industri secara lebih cepat dapat disampaikan.
5.	Erna Rustiana, Hamidah . Strategi Pengelolaan Berita Website Uin Raden Fatah Palembang Sebagai Media Informasi Universitas. 2021. Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang <sup>5</sup>	Teori yang digunakan yaitu Teori Strategi Komunikasi	Kualitatif	Hasil penelitian yang dilakukan oleh Erna Rustiana, Hamidah. Bahwa portal website UIN Raden Fatah Palembang masih kurang dalam melakukan pemutakhiran berita mengacu pada perkembangan inovasi dalam prakteknya. Sebagai salah satu elemen penguat strategi redaksi pemberitaan <a href="http://www.radenfatah.ac.id">www.radenfatah.ac.id</a> yang tidak lepas dari kegiatan pengelolaan redaksi POAC, penetapan strategi pemberitaan diterapkan untuk menghasilkan berita dan berhasil menjaring pasar media lokal. berbagi dalam waktu yang relatif singkat.

Peneliti yang pertama oleh Yessy Afrioza mengenai Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Pengelolaan Website Sebagai Media Informasi dan Layanan Publik di Kementerian Agama Provinsi Riau Adapun strategi yang dilakukan oleh Humas Kementerian Agama Provinsi Riau dalam pengelolaan webiste yaitu dengan cara pihak humas langsung terjun kelapangan untuk mencari sebuah pemberitaan, lalu pemberitaan tersebut diolah sesuai dengan penulisan jurnalistik 5W+1H kemudian

<sup>4</sup> Intan Leliana<sup>1</sup> , Venessa Agusta<sup>2</sup>. Strategi Humas Kementerian Perindustrian Dalam Menginformasikan Layanan Publik Melalui Youtube Jurnal Ilmu Komunikasi [JIKA] Vol. 6 No. 2 September 2019

<sup>5</sup> Intan Rustiana, Hamidah. Strategi Pengelolaan Berita Website Uin Raden Fatah Palembang Sebagai Media Informasi Universitas. Palembang, Universitas Islam Negeri RadenFatah Palembang

diunggah di Website Riau.kemenag.go.id. Adapun Teori yang digunakan yaitu Teori Strategi Komunikasi, Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Penulis berusaha menggambarkan keadaan yang sesungguhnya mengenai bagaimana Strategi Humas dalam Pengelolaan website sebagai media informasi dan layanan publik di Kementerian Agama Provinsi Riau. Yang membedakan penelitian Yessy Afrioza dengan Penelitian penulis adalah pada objek yaitu Kementerian Agama Provinsi Riau sedangkan objek penulis di Direktorat Jenderal Bina Pembangunan Daerah. Persamaan penelitian berfokuskan pada Pengelolaan Website Sebagai Media Informasi.<sup>6</sup>

Peneliti terdahulu yang kedua oleh Gabriel Gifson Hasugian, Yani Hendrayani, dan Lusya Handayani mengenai Strategi Humas Siber Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi Publik 4.0. Di Badan Kepegawaian Negara Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengumpulkan data secara primer dan. Peneliti perlu melihat realitas yang ada untuk menafsirkan apa yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini, yaitu bagaimana strategi humas siber dalam meningkatkan kualitas pelayanan informasi publik Badan Kepegawaian Negara di era 4.0. Hasil penelitian ini humas BKN sudah melakukan kajian pelayanan informasi 4.0 dalam penggunaan humas siber merupakan website, media sosial seperti twitter, facebook, instagram,

---

<sup>6</sup> Yessy Afrioza. Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Pengelolaan Website sebagai Media Informasi dan Layanan Publik di Kementerian Agama Provinsi Riau. Dalam Jurnal Konsentrasi Hubungan Masyarakat - Jurusan Ilmu Komunikasi, VOL. 6: Edisi II Juli – Desember 2019

youtube, dan kanal LaporBKN. Strategi humas siber untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan tahap menyesuaikan khalayak, melakukan infografis dan skema, mengemas pesan sesuai dengan khalayak, mempublikasikan dengan audio visual, melakukan polling layanan informasi publik sebagai evaluasi dengan penggunaan humas siber. Berdasarkan hasil penelitian bahwa pelayanan dengan penggunaan humas siber yang dijalankan humas BKN sudah baik.<sup>7</sup>

Penelitian terdahulu yang ketiga dilakukan oleh Abd.Azis dengan judul “Strategi Media Relations Hubungan Masyarakat Pemerintah Kabupaten Luwu Timur Sebagai Sarana Informasi”. Dalam bentuk skripsi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Hasil penelitian ini menunjukkan Strategi Humas Pemerintah Luwu Timur adalah dengan konsep kemitraan media dan penggunaan media yang menjadikan media online, media cetak serta media elektronik sebagai mitra kerja dalam menyebarkan informasi dan kelompok informasi masyarakat yang diharapkan mampu menyaring dan membedakan informasi yang fakta dan hoax, selain itu PPID merupakan strategi SKPD Diskominfo yang aktualisasinya ke setiap desa. Yang membedakan penelitian Abd.Azis dengan Penelitian penulis adalah pada objek yaitu Pemerintah Kabupaten Luwu Timur Sebagai Sarana Informasi sedangkan objek penulis di Direktorat Jenderal Bina Pembangunan Daerah. Persamaan penelitian berfokus pada Strategi

---

<sup>7</sup> Gabriel Gifson Hasugian<sup>1</sup>, Yani Hendrayani<sup>2</sup>, dan Lusya Handayani<sup>3</sup>. Strategi Humas Siber dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi Publik 4.0 di Badan Kepegawaian Negara JURNAL PUSTAKA KOMUNIKASI, Volume 3, No. 2, September 2020, 167-178

Hubungan Masyarakat.<sup>8</sup>

Penelitian terdahulu yang keempat dilakukan oleh Intan Leliana, Venessa Agusta dengan judul “Strategi Humas Kementerian Perindustrian Dalam Menginformasikan Layanan Publik Melalui Youtube”. Hasil penelitian ini yang telah dilakukan oleh penulis terkait strategi Humas Kementerian Perindustrian dalam mempublikasikan informasi melalui media sosial youtube, maka penulis dapat menyimpulkannya sebagai berikut: Humas Kementerian Perindustrian menggunakan media sosial youtube sebagai media penyebaran baik program atau kegiatan, serta informasi industri yang sedang berkembang dan berjalan saat ini kepada publik internal dan publik eksternal pada umumnya sehingga informasi industri secara lebih cepat dapat disampaikan. Yang membedakan penelitian Intan Leliana, Venessa Agusta dengan Penelitian penulis adalah pada objek yaitu Kementerian Perindustrian sedangkan objek penulis di Direktorat Jenderal Bina Pembangunan Daerah. Pada penelitian yang penulis lakukan yaitu media informasi berupa website sedangkan penelitian terdahulu berupa media youtube.<sup>9</sup>

Penelitian terdahulu yang kelima dilakukan oleh Intan Rustiana, Hamidah dengan judul “Strategi Pengelolaan Berita Website Uin Raden Fatah Palembang Sebagai Media Informasi

---

<sup>8</sup> Abd.Azis.Skripsi. “Strategi Media Relations Hubungan Masyarakat Pemerintah Kabupaten Luwu Timur Sebagai Sarana Informasi publik” (makassar : Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2018)

<sup>9</sup> Intan Leliana1 , Venessa Agusta2. Strategi Humas Kementerian Perindustrian Dalam Menginformasikan Layanan Publik Melalui Youtube Jurnal Ilmu Komunikasi [JIKA] Vol. 6 No. 2 September 2019

Universitas”. Teori yang digunakan yaitu teori komunikasi dan new media dengan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa portal website UIN Raden Fatah Palembang masih kurang dalam melakukan pemutakhiran berita mengacu pada perkembangan inovasi dalam prakteknya. Sebagai salah satu elemen penguat strategi redaksi pemberitaan [www.radenfatah.ac.id](http://www.radenfatah.ac.id) yang tidak lepas dari kegiatan pengelolaan redaksi POAC, penetapan strategi pemberitaan diterapkan untuk menghasilkan berita dan berhasil menjangkau pasar media lokal. berbagi dalam waktu yang relatif singkat. Yang membedakan penelitian yang dilakukan oleh Intan Rustiana, Hamidah dengan Penelitian penulis adalah pada objek yaitu website UIN Raden Fatah Palembang sedangkan objek penulis di Direktorat Jenderal Bina Pembangunan Daerah.<sup>10</sup>

## 2.2 Konsep Public Relations

Menurut Frank Jefkins, Public Relations (PR) adalah suatu bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya untuk mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.<sup>11</sup>

Banyak pakar mendefinisikan pengertian Public Relations (PR) berdasarkan sudut pandang masing-masing. Cutlip, Center, dan Broom menjelaskan public relations adalah fungsi manajemen yang membangun

---

<sup>10</sup> Intan Rustiana, Hamidah. Strategi Pengelolaan Berita Website Uin Raden Fatah Palembang Sebagai Media Informasi Universitas. Palembang, Universitas Islam Negeri RadenFatah Palembang

<sup>11</sup> Frank Jefkins, Public Relations, (Jakarta: Erlangga, 2003) 9.

serta mempertahankan hubungan yang baik, bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.<sup>12</sup>

Jika ditinjau dari aspek manajemen, maka Public Relations (PR) didefinisikan sebagai fungsi manajemen yang menilai setiap publik, menentukan kebijaksanaan seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik. Edward Benyas dalam Danandjaja menjelaskan bahwa public relations adalah memberikan informasi secara langsung dan persuasif kepada publik untuk merubah tindakan dan sikap publik dapat berintegrasi terhadap tindakan dan sikap publik dari suatu institusi.<sup>13</sup>

Praktisi PR adalah seseorang yang harus mampu berkomunikasi secara lisan maupun tulisan melalui berbagai media. Media baru yang hadir dari perkembangan teknologi komunikasi disebut dengan media kontemporer.<sup>14</sup> Hubungan masyarakat merupakan fungsi manajemen yang membentuk dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan masyarakat, yang menjadi sandaran keberhasilan atau keberuntungan. Dasar pemikiran Humas dalam pemerintahan berlandaskan pada dua fakta dasar. Pertama, masyarakat

---

<sup>12</sup> Rachmat Kriyantono, *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*, (Jakarta: Kencana, 2008), 5

<sup>13</sup> Danandjaja, *Peranan Humas dalam Perusahaan*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hal 14

<sup>14</sup> Agung Laksamana, *Profesi Public Relations Indonesia dalam Era Digital*, *Jurnal Public Relations Indonesia* Vol.2, No. 3, 2015. 6.

mempunyai hak untuk mengetahui. karena itu, para pejabat pemerintah mempunyai tanggung jawab guna memberi penjelasan kepada masyarakat. Kedua, ada kebutuhan bagi para pejabat untuk menerima masukan dari masyarakat tentang persoalan dan tekanan sosial, untuk memperoleh partisipasi dan dukungan masyarakat.

Melalui program kerja Humas yang terencana dengan baik, pemerintah dapat menyampaikan informasi atau menjelaskan mengenai kebijakan yang ditempuh serta aktivitas pemerintah dalam melaksanakan tugas-tugas yang diemban ataupun kewajiban-kewajibann pemerintah yang harus dilaksanakan. Public relation officer adalah yang bertugas menciptakan pengertian publik yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu/organisasi/perusahaan.

Sebagai sebuah profesi seorang puublic relation officer bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi.

Peran hubungan masyarakat terkait dengan tugas pokok dan fungsinya yakni sebagai manajemen dalam organisasi/lembaga, yang ruang lingkup tugasnya antara lain meliputi:

- a. Membina hubungan ke dalam (publik internal) Pengertian

Publik internal adalah publik yang menjadi bagian dari unit/badan/lembaga atau organisasi itu sendiri. Disamping itu, mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gejolak negatif di dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi.

- b. Membina hubungan keluar (Public eksternal) Pengertian publik eksternal adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya. Dalam kaitan penelitian ini termasuk hubungan dengan media khususnya surat kabar.

Tujuan dibinanya hubungan dengan publik eksternal adalah untuk memperoleh dan meningkatkan citra yang baik dari publik eksternal terhadap organisasi, instansi maupun perusahaan serta untuk mendapatkan kepercayaan dan penilaian yang positif dari publiknya.

### **2.3 Humas Pemerintah**

Keberadaan unit kehumasan disebuah lembaga atau instansi milik pemerintah merupakan keharusan secara fungsional dan operasional dalam upaya menyebarluaskan atau untuk mempublikasikan tentang sesuatu kegiatan atau aktivitas instansi bersangkutan yang ditunjukan baik untuk hubungan masyarakat kedalam, maupun keluar. Humas merupakan suatu alat atau saluran

untuk menyebar luaskan informasi mempublikasikan suatu kegiatan yang di lakukan, mempelancar jalannya interaksi dan penyebaran informasi mengenai publikasi pembangunan.

Adapun Fungsi humas dalam dunia pemerintahan menurut Rosaddy Ruslan adalah sebagai berikut:

1. Mengamankan kebijakan pemerintah.
2. Memberikan pelayanan dan menyebarluaskan informasi mengenai kebijakan dan program kerja dari pemerintah kepada masyarakat.
3. Menjadi komunikator sekaligus sebagai moderator yang proaktif dalam menjembatani instansi pemerintah dan menampung aspirasi, serta memperhatikan keinginan dari masyarakat.
4. Berperan serta dalam menciptakan iklim yang kondusif dan dinamis demi mengamankan stabilitas dan keamanan politik pembangunan nasional, baik jangka panjang atau jangka pendek.

Jelas bahwa Humas mempunyai tugas sebagai komunikator, membantu mencapai tujuan dan sasaran bagi instansi/lembaga pemerintahan bersangkutan, membangun hubungan baik dengan berbagai publik dan hingga menciptakan citra dan opini masyarakat yang menguntungkan.

Strategi merupakan kebijakan untuk mencapai tujuan yang kemudian dijabarkan kedalam sejumlah taktik untuk pencapaian tujuan yang sudah ditetapkan. Adapula yang menyebutkan bahwa strategi sebagai rencana dan memberi penjelasan atas metode yang dipakai untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.<sup>15</sup>

Sehingga strategi komunikasi itu berarti pola-pola berbagai tujuan dan kebijaksanaan serta rencanarencana untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan dirumuskan sedemikian rupa dengan memperhatikan kekuatan internal dan eksternal, organisasi, sehingga jelas program yang akan dilaksanakan untuk organisasi.

Jadi Fungsi dari strategi dalam perusahaan atau instansi adalah sebagai alat petunjuk, pemberian arah yang jelas bagaimana teknik operasional dari tujuan yang akan dicapai. Istilah strategi sering pula disebut rencana strategi atau rencana jangka panjang perusahaan atau instansi.<sup>16</sup>

### **2.3.1 Pengertian Humas Pemerintahan**

Definisi humas atau public relations menurut Frank Jefkin yang dikutip oleh Edy Sahputra dan Faulina bahwa Public Relations adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam atau ke luar,

---

<sup>15</sup> Yessy Afrioza. Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Pengelolaan Website sebagai Media Informasi dan Layanan Publik di Kementerian Agama Provinsi Riau. Dalam Jurnal

<sup>16</sup> Konsentrasi Hubungan Masyarakat - Jurusan Ilmu Komunikasi, VOL. 6: Edisi II Juli – Desember 2019

antara suatu organisasi atau lembaga dengan segenap khalayaknya dalam rangka mencapai tujuantujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.<sup>17</sup> Dalam dunia pemerintahan Public Relation lebih sering disebut dengan kata Humas. Bahkan organisasi yang membawahi humas pemerintahan Indonesia dinamakan Bakohumas.

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.<sup>18</sup>

Terkait dengan segala sesuatu yang wajib dilaksanakan sehubungan dengan struktur dan fungsi humas atau public relation dalam suatu organisasi, institusi atau perusahaan.

Dengan mengacu pada konsep tersebut, tugas dari seorang

---

<sup>17</sup> Morissan, Manajemen Public Relation Strategi Menjadi Humas Profesional (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), 162.

<sup>18</sup> <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-jabar/baca-artikel/13117/Peran-Humas-Dalam-Peningkatan-Pelayanan-Informasi-pada-Kanwil-DJKN-Jawa-Barat.html> Diakses pada tanggal 6 April 2022

humas atau public relation dalam organisasi atau lembaga yang terkait erat dengan tujuan dan fungsinya adalah sebagai berikut:

1. Tugas strategi adalah keikutsertaannya dalam proses pengambilan keputusan atau ikut menjadi perangkat dalam proses pengambilan keputusan. Tugas ini hanya dilakukan jika seorang humas dalam suatu organisasi berada pada jajaran elit organisasi. Tugas strategis ini adalah memberikan masukan-masukan, nasihat, pertimbangan, dan saran-saran pada atasan di lembaga atau organisasi tersebut, yang menyangkut langkah-langkah komunikasi dalam menangani masalah public opinion.
2. Tugas taktis seorang humas atau public relation terkait dengan hal-hal yang menyangkut ekistensinya sebagai lembaga komunikasi dalam organisasi. Tugas ini menyangkut tahap persiapan (fact finding), perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pelaksanaan (aplicating), dan penilaian (evaluating) yang harus dicapai.

Adapun Fungsi humas dalam dunia pemerintahan menurut

Rosaddy Ruslan adalah sebagai berikut:

1. Mengamankan kebijakan pemerintah.
2. Memberikan pelayanan dan menyebarluaskan informasi mengenai kebijakan dan program kerja dari pemerintah kepada masyarakat.

3. Menjadi komunikator sekaligus sebagai moderator yang proaktif dalam menjembatani instansi pemerintah dan menampung aspirasi, serta memperhatikan keinginan dari masyarakat.
4. Berperan serta dalam menciptakan iklim yang kondusif dan dinamis demi mengamankan stabilitas dan keamanan politik pembangunan nasional, baik jangka panjang atau jangka pendek.

#### **2.4 Cyber Public Relations**

Cyber Public Relations ialah PR on the net adalah aktivitas public relations yang memanfaatkan internet sebagai media komunikasi dan publikasinya.<sup>19</sup> Selain memanfaatkan internet dalam pelayanan, dan penyebaran informasi, Cyber Public Relations memiliki peranan yang lebih luas daripada PR di dunia nyata. Perkembangan teknologi komunikasi memberikan pengaruh akan terbentuknya alat/media PR yang merupakan bentuk baru dari kegiatan PR, yang memunculkan istilah baru seperti Cyber PR, Net PR, dan lainnya.<sup>20</sup>

Cyber Public Relations merupakan inovasi yang dikembangkan dalam pemanfaatan internet untuk menyampaikan informasi kepada publik. Semakin berkembangnya teknologi, maka

---

<sup>19</sup> Bob Julius Onggo, *Cyber Public Relations*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2004),

<sup>20</sup> Melati Agustin Yumikosari, Hadi Purnama, *Strategi Cyber Public Relations Website EMarketplace*, *Jurnal Komunikasi*, Vol. 3, No. 1, (2017), 58

PR semakin dituntut untuk lebih aktif dan kreatif dalam melakukan tugasnya. Ketika PR tidak peka dengan apa yang terjadi pada sekitar, maka instansi dapat tertinggal jauh. Untuk itu, penting bagi PR untuk melihat keadaan sekitar dan menemukan ide-ide kreatif dari apa yang dilihatnya.

Alasan praktisi public relations memanfaatkan internet tentu didasarkan berbagai faktor, seperti popularitas dan multifungsi media internet, hal inilah yang menjadi kekuatan dalam membangun merek (brand) dan memelihara kepercayaan (trust). Untuk mendapatkan tujuan yang diinginkan, maka harus melalui tahapan- tahapan yang harus dilalui. Sehingga, cyber public relations dimanfaatkan untuk melakukan aktivitas yang bisa dilakukan PR dengan tujuan dan target tertentu melalui internet.

Cyber Public relations adalah PR yang menjalankan berbagai aktivitas di dunia maya. Melalui media, PR akan lebih luas menjangkau target sasaran tanpa adanya batasan. Tidak ada sekat yang dapat menghalangi PR dalam melaksanakan Cyber Public relations. Aktivitas yang dilakukan PR tidak begitu berbeda dari yang di lakukan secara fisik. Perbedaannya hanya terletak dari bagaimana instansi dapat memanfaatkan media internet sebagai sarana komunikasi kepada publikagar lebih efisien dan efektif.

Holtz dalam Inez & Suharyanti menegaskan bahwa praktik online public relations yang strategis harus memiliki empat

karakteristik:

5. **Strategic.** Komunikasi didesain untuk memengaruhi hasil bisnis.
6. **Integrated.** Perusahaan menggunakan internet sebagai bagian dari perencanaan komunikasi yang lebih luas.
7. **Targeted.** Menggunakan internet berdasarkan keuntungan dan kelebihan yang dimilikinya dibandingkan dengan bentuk komunikasi lainnya untuk menjangkau publik secara lebih spesifik.
8. **Measureable.** Perencanaan tersebut termasuk sarana yang dapat digunakan untuk menilai efektivitas usaha komunikasi yang telah dilakukan. Memasukkan pengukuran dalam perencanaan komunikasi yang strategis memastikan bahwa pengembalian investasi perusahaan pada suatu program dapat diukur.<sup>21</sup>

Cyber Public relations kini sudah semakin dikenal oleh masyarakat luas. Penggunaan media internet menjadi energi yang kuat bagi PR untuk membantu dalam melaksanakan tugas-tugasnya. Karena, segala hal yang dilakukan PR dalam mengerjakan tugasnya dapat diakses oleh seluruh khalayak kapanpun dan dimanapun mereka berada.

---

<sup>21</sup> Inez Gabrina dan Suharyanti, Analisis Strategi Cyber Public Relations PT Pertamina (Persero) untuk Sosialisasi Penyesuaian Harga LPG 12 Kg, *Journal Communication Spectrum*, Vol. 3, No.2, (2013-2014), 179

Tentunya PR yang ikut turun dalam mengelola media milik instansi menjadi poin plus karena dapat mengetahui dengan cepat perkembangan yang terjadi, sebab banyaknya pengguna internet yang menghabiskan waktunya di dunia maya. Pengelolaan tugas yang baik dari seorang PR dapat menarik publik dengan beragam informasi yang disajikan. Kegiatan Cyber Public Relations yang mampu dikelola dengan baik, aktif, dan banyak melakukan interaksi dengan publiknya, maka dapat mendatangkan engagement yang tinggi.

#### **2.4.1 Manfaat Cyber Public Relation**

*Cyber Public Relations* pada umumnya difokuskan kepada bagaimana PR dapat membangun, menjalin dan melakukan pelayanan yang optimal kepada publik. Tidak hanya melayani publik secara daring, PR harus mampu mengelola informasi dengan berbagai hal yang dapat menarik publik. Ada berbagai manfaat yang didapatkan dari *Cyber Public Relations*:

1. **Komunikasi Konstan.** Internet adalah media yang selalu digunakan setiap harinya. Dengan adanya internet, maka PR dapat menjangkau target publiknya.
2. **Respon yang Cepat.** Dengan adanya internet, PR

akan lebih mudah dalam melayani publik. Sehingga keingintahuan publik terhadap berbagai hal dapat ditanggapi dengan cepat.

3. Pasar Global. Internet menjadi jembatan untuk terhubung ke dunia maya tanpa mengeluarkan biaya yang besar.

4. Interaktif. Dengan adanya internet, maka feedback yang didapatkan akan lebih terlihat dengan cepat dan tepat.

5. Komunikasi dua arah. Komunikasi yang terjalin antar publik dan instansi terjadi dalam dua arah. Melalui cyber public relations akan lebih mudah untuk membangun hubungan yang kuat dan bermanfaat.

6. Hemat. Mengurangi biaya cetak yang terbilang cukup mahal. Cyber Public Relations akan lebih murah dan efisien dalam penyebaran informasi.<sup>22</sup>

Tugas - tugas dari seorang public relation terhadap hubungan dengankaryawan/pegawai antara lain:

1. Mencari/menyeleksi karyawan/pegawai. Misalnya

---

<sup>22</sup> Bob Julius Onggo, E-PR Menggapai Publisitas di Era Interaktif Lewat Media Online, (Yogyakarta: Andi, 2004), 58

dalam suatu organisasi dalam rangka menambah karyawan/pegawai baru (open requirement) dengan sistem kontrak, out sourcing, atau yang lainnya, seorang public relation membantu bagian/departemen yang mengadakan open requirement mencaricalon karyawan/pegawai dengan mengumumkan kepada publik menggunakan media cetak (surat kabar, majalah, pengumuman, dan lain-lain) maupun elektronik (e-mail, website organisasi, dan lain-lain). Kemudian membantu menyeleksi apakah sudah sesuai dengan persyaratan yang telah ditentukan.

2. Membantu menjembatani komunikasi antara pimpinan dan karyawan/pegawai. Kadang kala karyawan/pegawai merasa takut untuk mengungkapkan ide dan gagasannya atau keluhannya terkait dengan kemajuan organisasi. Dengan diadakan program employee relations (hubungan dengan karyawan/pegawai) diharapkan akan menimbulkan hasil yang positif yaitu pegawai merasa dihargai dan diperhatikan oleh pimpinan organisasi. Sehingga dapat menciptakan rasa memiliki (sense of belonging), motivasi, kreativitas

dan ingin mencapai prestasi kerja semaksimal mungkin. Serta semua informasi yang berkaitan dengan <sup>44</sup>karyawan/pegawai dapat segera tersampaikan kepada karyawan/pegawai dengan bantuan public relations dan sebaliknya dengan pimpinan organisasi.

3. Mengkoordinir kegiatan/event. Setiap kegiatan/event yang diadakan oleh semua karyawan/pegawai organisasi harus diketahui oleh seorang public relation. Dengan pengetahuan yang dimiliki oleh seorang public relation tentang suatu kegiatan, seorang public relation dapat mengkoordinir kegiatan sesuai dengan tujuan kegiatan. Selain itu juga seorang public relation, saat kegiatan/event berlangsung juga harus mampu memonitoring dan merekam semua rangkaian kegiatan, serta ikut mengevaluasi setelah kegiatan/event selesai dilaksanakan

Menjalin hubungan yang harmonis dengan semua karyawan/pegawai organisasi (sebagai konseling dalam organisasi). Artinya seorang public relation sebagai konseling dalam organisasi harus mampu berkomunikasi langsung dengan para

karyawan/pegawai organisasi dan mengetahui sifat, karakter, sikap, pendapat, kesulitan, keinginan, harapan, serta perasaan para karyawan/pegawai sehingga akan timbul suatu hubungan yang harmonis. Seorang public relation pun akan disegani oleh para karyawan/pegawai dan dipercaya

untuk selalu membantu memberikan solusi atas permasalahan yang dialami para karyawan/pegawai organisasi.

4. Menjalin hubungan yang harmonis dengan semua karyawan/pegawai organisasi (sebagai konseling dalam organisasi). Artinya seorang public relation sebagai konseling dalam organisasi harus mampu berkomunikasi langsung dengan para karyawan/pegawai organisasi dan mengetahui sifat, karakter, sikap, pendapat, kesulitan, keinginan, harapan, serta perasaan para karyawan/pegawai sehingga akan timbul suatu hubungan yang harmonis. Seorang public relation pun akan disegani oleh para karyawan/pegawai dan dipercaya untuk selalu membantu memberikan solusi atas permasalahan yang dialami para karyawan/pegawai organisasi.

5. Mendukung semua aktivitas atau kegiatan yang diadakan organisasi. Seorang public relation harus bisa mendukung semua aktivitas atau kegiatan yang diadakan organisasi asalkan aktivitas atau kegiatan tersebut untuk bermanfaat untuk kepentingan publik serta sesuai dengan tujuan organisasi. Selain itu juga, seorang public relation harus terlibat dalam aktivitas atau kegiatan tersebut agar dapat lebih dekat dengan para karyawan/pegawai, pimpinan, dan publik pada khususnya.

6. Me-manage pemberian penghargaan, kenaikan pangkat/jabatan, pemutusan hubungan kerja, pensiun, dan jaminan sosial. Seorang public relation harus mampu membantu pimpinan organisasi dalam memberikan masukan atau usulan tentang pemberian penghargaan kepada para karyawan/pegawai yang aktif, memiliki kinerja bekerja yang tinggi, dan lain-lain karena seorang public relation dianggap telah mengenal para karyawan/pegawai organisasi. Selain itu juga harus mampu membantu pimpinan organisasi untuk pemberian masukan atau usulan mengenai kenaikan pangkat/jabatan karyawan/pegawai, pemutusan

hubungan kerja, pensiun, dan jaminan sosial. Dengan kemampuan pengetahuan dan komunikasi yang efektif diharapkan seorang public relation akan dapat membantu semua tugas yang diberikan oleh pimpinan organisasi tanpa menimbulkan suatu permasalahan.<sup>23</sup>

Bagaimanapun juga, ketika publik tidak menyadari kehadiran Cyber Public Relations suatu instansi, PR harus tetap konsisten dalam melakukan tugasnya. Karena konsisten merupakan kunci yang harus dipegang untuk tetap maju dan dikenal oleh publik. Konsisten dalam melayani publik dengan maksimal, melakukan komunikasi dengan berbagai pihak, penyebaran informasi yang up to date.

Serta unggahan dari aktivitas aktivitas yang menarik dapat menimbulkan umpan balik bagi perusahaan. Namun, wajar jika pada awalnya publik asing dan masih meraba inti dari perusahaan. Tetapi, seiring berjalannya waktu, ketika PR terus mengencarkan tugasnya pada Cyber Public Relations, maka pada akhirnya publik akan melihat dan mengerti sehingga tertarik dengan perusahaan terkait.

---

<sup>23</sup> Lestari Wahyuningsih. Skripsi Tugas Dan Fungsi Public Relation Dalam Organisasi

## 2.4.2 Aktivitas Cyber Public Relation

Aktivitas yang dilakukan pada Cyber Public Relations pada umumnya sama dengan aktivitas PR di dunia nyata. Hanya saja yang menjadi pembeda adalah media internet yang digunakan untuk menjangkau publik secara lebih luas. Ada lima hal dalam aktivitas cyber public relations:

1. Periklanan. Menurut Philip Kotler dalam Dian Marhaeni, periklanan adalah Kegiatan yang menyajikan informasi nonpersonal tentang gagasan, barang, jasa oleh sponsor tertentu yang harus dibayar. Tujuan dilakukannya iklan ialah untuk memengaruhi citra, keyakinan dan sikap konsumen terhadap produk dan merek, serta perilaku konsumen.<sup>24</sup>
2. Lobi. Kegiatan komunikasi yang dilakukan dalam upaya untuk mewujudkan kepentingan orang yang melakukan lobi (pelobi) dan kegiatan ini lebih kepada informatif dan persuasif (mengajak) bukan memaksa.<sup>25</sup>
3. Keagenan Pers. Diharapkan pihak PR memiliki peran dalam segala hal seperti penerbitan, termasuk media

<sup>24</sup> Dian Marhaeni K, Representasi Anak-anak dalam Tayangan Iklan Komersial di Media, Jurnal Makna, Vol. 1, No.1,

<sup>25</sup> Fitriana Utami Dewi, Modul Bahan Ajar Teknik Presentasi dan Negosiasi, (Surabaya: Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel, 2009), 72.

elektronik, radio siaran, dan televisi siaran yang memiliki fungsi diantaranya menyiarkan, informasi, mendidik, memberikan hiburan, dan memengaruhi.<sup>26</sup>

4. Promosi, merupakan upaya pemasaran yang bersifat media dan non media untuk merangsang konsumen, meningkatkan permintaan dari konsumen atau untuk memperbaiki kualitas produk.<sup>27</sup>

5. Publisitas. Publisitas mencakup berbagai bentuk komunikasi guna meningkatkan kesadaran publik terhadap instansi terkait, dan citra. Publisitas yang dilakukan di media sosial dapat diisi dengan informasi seputar instansi terkait. Informasi bisa disebarkan dalam bentuk video atau testimoni pengunjung serta pelanggan yang sudah mempercayai instansi terkait. Semua itu dilakukan untuk penunjang pelaksanaan Cyber Public relations dalam meningkatkan kesadaran publik terhadap instansi terkait.<sup>28</sup>

Dalam aktivitas Cyber Public Relations untuk mencapai tujuannya, dapat melakukan: website perusahaan, E-Newsletter, publisitas situs pencari (Yahoo, Google), Mailing list/forum dalam website perusahaan, Press Release Online,

---

<sup>26</sup> Onong Uchjana Effendy, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, 145-149

<sup>27</sup> Sustina, Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya,2003), 299

<sup>28</sup> Onong Uchjana Effendy, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, 74-75

kartu nama elektronik pada e-mail, autoresponder pada e-mail, dan forum.<sup>29</sup>

## 2.5 Strategi

Strategi merupakan kebijakan untuk mencapai tujuan yang kemudian dijabarkan kedalam sejumlah taktik untuk pencapaian tujuan yang sudah ditetapkan. Adapula yang menyebutkan bahwa strategi sebagai rencana dan memberi penjelasan atas metode yang dipakai untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.<sup>30</sup>

Sehingga strategi komunikasi itu berarti pola-pola berbagai tujuan dan kebijaksanaan serta rencanarencana untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan dirumuskan sedemikian rupa dengan memperhatikan kekuatan internal dan eksternal, organisasi, sehingga jelas program yang akan dilaksanakan untuk organisasi. Sehingga strategi komunikasi itu berarti pola-pola berbagai tujuan dan kebijaksanaan serta rencana - rencana untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan dirumuskan sedemikian rupa dengan memperhatikan kekuatan internal dan eksternal, organisasi, sehingga jelas program yang akan dilaksanakan untuk organisasi.

Jadi Fungsi dari strategi dalam perusahaan atau instansi adalah sebagai alat petunjuk, pemberian arah yang jelas bagaimana

---

<sup>29</sup> Bob Julius Onggo, *Cyber Public Relations*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2004).

<sup>30</sup> Yessy Afrioza. Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Pengelolaan Website sebagai Media Informasi dan Layanan Publik di Kementerian Agama Provinsi Riau. Dalam *Jurnal Konsentrasi Hubungan Masyarakat - Jurusan Ilmu Komunikasi*, VOL. 6: Edisi II Juli – Desember 2019

teknik operasional dari tujuan yang akan dicapai. Istilah strategi sering pula disebut rencana strategi atau rencana jangka panjang perusahaan atau instansi. Menurut Ahmad s. Adnanputra seorang pakar Humas bahwa strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (plan), sedangkan rencana merupakan pokok dari suatu perencanaan (planning) yang pada akhirnya adalah salah satu fungsi dasar proses manajemen.

Jadi Fungsi dari strategi dalam perusahaan atau instansi adalah sebagai alat petunjuk, pemberian arah yang jelas bagaimana teknik operasional dari tujuan yang akan dicapai. Istilah strategi sering pula disebut rencana strategi atau rencana jangka panjang perusahaan atau instansi.

## 2.6 Pengelolaan

Pengelolaan Pengelolaan berasal dari kata kelola, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer berarti memimpin, mengendalikan, mengatur, dan mengusahakan supaya lebih baik, lebih maju dan sebagainya serta bertanggung jawab atas pekerjaan tertentu.<sup>31</sup> Pengelolaan adalah proses yang membantu merumuskan kebijaksanaan dan tujuan memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan dan pencapaian tujuan.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Peter Salim dan Yenny Salim , 2002, Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer, Jakarta: Modern English Press, hal. 695

<sup>32</sup> Peter Salim dan Yenny Salim , ibid, hlm. 534)

Menurut Handayaniingrat pengelolaan juga bisa diartikan penyelenggaraan suatu kegiatan. Pengelolaan bisa diartikan manajemen, yaitu suatu proses kegiatan yang di mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan-penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditentukan. Menurut Suharsimi Arikunta pengelolaan adalah substantifa dari mengelola, sedangkan mengelola berarti suatu tindakan yang dimulai dari penyusunan data, merencana, mengorganisasikan, melaksanakan, sampai dengan pengawasan dan penilaian. Dijelaskan kemudia pengelolaan menghasilkan suatu dan sesuatu itu dapat merupakan sumber penyempurnaan dan peningkatan pengelolaan selanjutnya.<sup>33</sup>

Marry Parker Follet mendefinisikan pengelolaan adalah seni atau proses dalam menyelesaikan sesuatu yang terkait dengan pecapaian tujuan. Dalam penyelesaian akan sesuatu tersebut, terdapat tiga faktor yang terlibat

1. Adanya penggunaan sumber daya organisasi, baik sumber daya manusia maupun faktor-faktor produksi lainnya.
2. proses yang bertahap mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan

---

<sup>33</sup> Suharsimi arikunta, 1988, pengelolaan kelas dan siswa, jakarta : Rajawali, hlm. 8

pengimplementasian, hingga pengendalian dan pengawasan.

3. Adanya seni dalam penyelesaian pekerjaan.<sup>34</sup>

Menurut Manulang istilah pengelolaan (manajemen) mengandung tiga pengertian, yaitu : pertama, manajemen sebagai suatu proses, kedua, manajemen sebagai kolektifitas orang-orang yang melakukan aktifitas manajemen dan yang ketiga, manajemen sebagai suatu seni (suatu art) dan sebagai suatu ilmu. Menurut pengertian yang pertama yakni manajemen sebagai suatu proses, Dalam buku encyclopedia of the social sciences dikatakan bahwa manajemen adalah suatu proses dengan proses mana pelaksanaan suatu tujuan tertentu diselenggarakan dan diawasi.

Sedangkan menurut pengertian yang kedua, manajemen adalah kolektivitas orang-orang yang melakukan aktivitas manajemen. Dan menurut pengertian yang ketiga, manajemen adalah suatu seni atau ilmu adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, dan pengawasan dari pada sumber daya manusia untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan terlebih dahulu.<sup>35</sup>

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pengelolaan (manajemen) adalah suatu cara atau proses yang dimulai dari

---

<sup>34</sup> Erni Tisnawati Sule, Kurniwan Saefullah, 2009, pengantar manajemen, Jakarta :Kencana Perdana Media Goup, Hlm. 6

<sup>35</sup> Manulang, 1990, dasar-dasar Manajemen, Jakarta : Ghalia Indonesi, Hlm. 15-17

perencanaan, pengorganisasian, pengawasan dan evaluasi untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan agar berjalan efektif dan efisien.

Menurut Terry, ada empat element dari fungsi pengelolaan, yaitu:

#### 1. Perencanaan (Planning)

Perencanaan merupakan pemilihan dan penghubungan fakta, menguatkan asumsi-asumsi tentang masa depan dalam membuat visualisasi dan perumusan kegiatan yang diusulkan dan memang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Perencanaan mencakup kegiatan pengambilan keputusan, karena termasuk pemilihan alternative-alternatif kepuasan. Diperlukan kemampuan untuk mengadakan visualitas dan melihat ke depan guna merumuskan suatu pola dari himpunan tindakan untuk masa mendatang.<sup>36</sup>

#### 2. Pengorganisasian (Organizing)

Siagian mendefinisikan bahwa pengorganisasian adalah keseluruhan proses pengelompokan orang-orang, alat-alat, tugas-tugas tanggung jawab dan wewenang sedemikian rupa sehingga tercipta suatu organisasi yang dapat digerakkan sebagai suatu kesatuan dalam rangka

---

<sup>36</sup> The Liang Gie, 2000, Administrasi Perkantoran Modern. Yogyakarta:Liberty, Hlm. 21

pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.<sup>37</sup>

### 3. Pengerakan (Actuating)

Pengerakan atau juga bias didefinisikan sebagai segala tindakan untuk menggerakkan orang-orang dalam suatu organisasi, agar dengan kemauan dengan penuh berusaha mencapai tujuan organisasi dengan berlandaskan pada perencanaan dan pengorganisasian. Pengerakan mencakup penetapan dan pemuasan kebutuhan manusiawi dari pegawai-pegawainya, memberi penghargaan, memimpin, mengembangkan dan memberi kompensasi kepada mereka. actuating atau juga disebut” gerakan aksi “ mencakup kegiatan yang dilakukan seorang manajer untuk mengawali dan melanjutkan kegiatan yang ditetapkan oleh unsur-unsur perencanaan dan pengorganisasian agar tujuan-tujuan dapat tercapai.

### 4. Pengawasan (Controlling)

Menurut Henry Fayol Pengawasan merupakan pemeriksaan apakah semua yang terjadi sesuai dengan rencana yang ditetapkan, intruksi yang dikeluarkan sesuai dengan prinsip yang telah ditetapkan.<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup> Manulang,.opcid, Hlm. 11

<sup>38</sup> Sofyan Syafri, 1996, manajemen kontemporer, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, Hlm. 282

## 2.7 Website

Website adalah fasilitas internet penghubung dokumen dalam lingkup lokal maupun jarak jauh. Dokumen pada website disebut dengan web page sementara link dalam website memungkinkan pengguna bisa berpindah dari satu page ke page lain (hyper text), baik diantara page yang disimpan dalam server yang sama maupun server diseluruh dunia. Pages diakses dan dibaca lewat browser seperti Netscape Navigator, Internet Explorer, Mozilla Firefox, Google Chrome dan aplikasi browser lainnya.

Untuk membuka sebuah website maka pengguna harus memiliki perangkat (komputer, smartphone) yang terkoneksi dengan internet atau intranet. Halaman website atau web umumnya berbentuk dokumen dalam format Hyper Text Markup Language (HTML), yang dapat diakses melalui HTTP/ HTTPS, suatu protokol yang menyampaikan berbagai informasi dari server website untuk ditampilkan kepada para user atau pemakai melalui web browser.<sup>39</sup>

Website dalam bahasa Indonesia merupakan halaman yang berisikan informasi yang bervariasi memuat gambar, teks, ataupun artikel yang memiliki fungsi sebagai media komunikasi layanan informasi, hiburan, publikasi, bagi publik khususnya publik eksternal

---

<sup>39</sup> Yessy Afrioza. Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Pengelolaan Website sebagai Media Informasi dan Layanan Publik di Kementerian Agama Provinsi Riau. Dalam Jurnal Konsentrasi Hubungan Masyarakat - Jurusan Ilmu Komunikasi, VOL. 6: Edisi II Juli – Desember 2019

dengan pengunjung website satu hari mencapai 2.000 (dua ribu) merupakan hal yang menarik untuk dilakukan penelitian.

Keunggulan internet ini dimanfaatkan oleh humas untuk mengkomunikasikan pesan organisasi kepada publiknya melalui salah satu produk internet berupa website. Adanya penggunaan website pada lembaga pemerintahan, dalam penyampaian informasi tidak terjadi begitu saja tanpa adanya peran seseorang atau divisi dalam pengelolaannya.

Pengelolaan website untuk menyampaikan informasi kepada khalayak biasanya dilakukan oleh humas. Website ini digunakan sebagai sarana penyampaian informasi kepada publik, dengan tidak hanya untuk mendapatkan informasi namun bisa juga menyampaikan aspirasi melalui pengaduan masyarakat, pemerintah memiliki wewenang untuk menyediakan media komunikasi bagi publik. Jenis-jenis website secara umum :

1. Website Statis merupakan website yang memiliki tampilan yang tetap dan tidak banyak mengalami perubahan. Biasanya untuk perubahannya sendiri hanya terletak pada tampilan desain halaman web saja, terkait konten tidak mengalami perubahan yang besar. Contoh dari web statis yaitu website yang menampilkan profil perusahaan atau organisasi.
2. Website Dinamis adalah website yang mengalami

perubahan secara terus menerus sesuai dengan kebutuhan dan relevansi dari bisnis dan perkembangan zaman. Website dinamis memiliki tampilan yang lebih interaktif, dan menyediakan fitur kolom komentar, dan chatting. Contoh dari situs web ini adalah blog, situs berita online, e-commerce, sistem informasi, dan lain sebagainya.

3. Website Interaktif adalah website yang dirancang untuk dapat saling berinteraksi antar penggunanya. Jenis situs ini biasanya tergolong ke dalam platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan platform *social media* yang lain.<sup>40</sup>

### 2.7.1 Strategi Pengelolaan Website

Diperlukannya strategi - strategi dalam pengelolaan sebuah aplikasi salah satunya strategi humas merupakan Alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan utama humas adalah kerangka suatu rencana humas . (Public Relations plan)". Pada tahap ini, informasi yang telah dikumpulkan pada tahap penemuan fakta digunakan untuk membuat sebuah keputusan atau merumuskan bentuk program yang akan dilaksanakan.

---

<sup>40</sup> Yessy Afrioza. Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Pengelolaan Website sebagai Media Informasi dan Layanan Publik di Kementerian Agama Provinsi Riau. Dalam Jurnal Konsentrasi Hubungan Masyarakat - Jurusan Ilmu Komunikasi, VOL. 6: Edisi II Juli – Desember 2019

Pengelolaan merupakan terjemahan dari “*menegement*” terbawa oleh derasnya arus atau penambahan kata pungut dalam bahasa Indonesia. Istilah Inggris tersebut lalu di Indonesia menjadi manajemen. Manajemen berasal dari *to manage* yang artinya mengatur, pengaturan dilakukan melalui manajemen itu merupakan suatu proses untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan melalui aspek-aspeknya antara lain *Planning, Organizing, Actuating* dan *Controlling*.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) disebutkan bahwa pengelolaan adalah suatu proses atau cara perbuatan mengelola atau proses melakukan kegiatan tertentu dengan menggerakkan tenaga orang lain, proses yang membantu merumuskan kebijaksanaan dan tujuan organisasi atau proses yang memberikan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijaksanaan dan pencapaian tujuan.<sup>41</sup>

Menurut Suharsini Arikunto pengelolaan adalah mengelola, sedangkan mengelola berarti suatu tindakan yang dimulai dari penyusunan data, merencana, mengorganisasikan, melaksanakan, sampai dengan pengawasan dan penilaian. Dijelaskan kemudian pengelolaan menghasilkan suatu dan sesuatu itu merupakan sumber penyempurnaan dan

---

<sup>41</sup> Daryanto, *Kamus Indonesia Lengkap*, (Surabaya: Apollo, 1997), hlm. 348.

peningkatan pengelolaan selanjutnya.<sup>42</sup>

Pengelolaan merupakan implementasi dari perencanaan organisasi. Dalam konteks pengelolaan disini diarahkan pada keberadaan organisasi salah satu ciri utama organisasi yaitu adanya sekelompok orang yang menggabungkan diri dengan suatu ikatan norma, peraturan, ketentuan, dan kebijakan. Dari ciri kedua adanya hubungan timbal balik dengan maksud untuk mencapai sasaran dan tujuan, sedangkan ciri ketiga diarahkan pada satu titik tertentu yaitu tujuan yang direalisasikan.<sup>43</sup>

Adapun pelaksanaan public relations yang paling mendasari dari perencanaan program adalah tujuan suatu organisasi yang salah satunya adalah mempromosikan program kepada masyarakat. Perencanaan dari suatu program setiap waktu bisa berubah tergantung kondisi dilapangan.

Pengelolaan sebagai suatu proses harus memperhatikan beberapa hal: *pertama* struktur harus mencerminkan tujuan dan rencana kegiatan, *kedua* harus mencerminkan wewenang tersedia bagi pengelola, *ketiga* harus memperhatikan lingkungan sekitar baik dari faktor internal maupun eksternal. faktor eksternal bisa diambil dalam penyampaian suatu

---

<sup>42</sup> Suharsini Arikunto, *Pengelolaan Kelas dan Siswa*, (Jakarta: CV Rajawali. 1998), hlm.8

<sup>43</sup> Siswanto, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hlm. 73.

informasi kepada khalayak.<sup>44</sup>

Adapun tujuan dari pengelolaan website sebagai media informasi dan layanan publik adalah berperannya humas dalam pengelolaan website Pemerintah, humas lah sebagai jembatan penghubung komunikasi antara Pemerintah dengan masyarakat atau pemerintah dengan pemda yang ingin mewujudkan dalam mencapai tujuan dan fungsi informasi yaitu terbukanya kesempatan seluas-luasnya kepada masyarakat.

Kegiatan dalam pengelolaan berita website merupakan salah satu tugas yang dilakukan oleh bagian Humas dalam rangka merekap atau menuliskan suatu berita informasi yang sudah dilaksanakan, kemudian diposting atau mempublikasih suatu berita tersebut di website.

## 2.8 New Media

Istilah media baru (New Media) telah digunakan sejak tahun 1960- an dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terapan yang semakin berkembang dan beragam. New media adalah media yang berbasis internet dengan menggunakan komputer ataupun smartphone.

Internet adalah jaringan longgar dari ribuan jaringan komputer yang menjangkau jutaan orang di seluruh dunia . Internet

---

<sup>44</sup> Munir, wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Preneda Media, 2006), hlm. 117.

memiliki fasilitas yang dapat dirasakan pengguna, karena internet dapat menjadi media pertukaran dan penyampaian informasi.

Teori new media merupakan konsep pemikiran yang dihasilkan oleh McLuhan yaitu global village atau desa global serta media sebagai perpanjangan manusia.<sup>45</sup> Adanya media baru menjadikan komunikasi bisa berkembang secara global dimana berbagai pihak bisa terlibat dengan kehidupan pihak yang lain. Sehingga McLuhan menyebutnya desa global. Kemampuan media baru memungkinkan penggunanya dapat mengendalikan dan memilih informasi apa yang ingin diinginkannya.<sup>46</sup>

McQuail dalam Abdul dan Tri menjelaskan bahwa seluruh pesan dapat terdesentralisasi serta meningkatnya keterlibatan audiens dalam proses komunikasi terjadi di media baru. Dalam media baru, timbul perubahan di bidang digitalisasi kemudian perubahan-perubahan penting lainnya: (1) digitalisasi dan konvergensi semua aspek dari media; (2) interaktivitas dan konektivitas jaringan yang meningkat; (3) mobilitas serta delokasi pengiriman dan penerimaan pesan; (4) adaptasi publikasi dan peran-peran khalayak; (5) pintu masuk untuk mengakses informasi pada web; (6) fragmentasi dan meleburnya institusi media.<sup>47</sup>

---

<sup>45</sup> Harris Munandar dan Maman Suherman. *Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil di Media Sosial*. Jurnal Prosiding Hubungan Masyarakat. Vol. 2, No. 1, 2016. 427.

<sup>46</sup> *Ibid*, 427

<sup>47</sup> Abdul Basit dan Tri Herni Rahmawati. *Cyber Public Relations (E-PR) dalam Brand Image Wardah Kosmetik dengan Pendekatan Mixed Method*. Vol. 1, No. 2,

## 2.9 Kerangka Pemikiran



**Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran  
Diolah oleh penulis 2022**