

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Nan Lin berkata pada konsep teori ialah merupakan bentuk suatu lambang atau istilah yang mengacu atas suatu konsep tertentu. Secara universal konsep ini dapat didefinisikan sebagai sesuatu hal yang medium yang dapat menghubungkan subjek dan objek dalam suatu penelitian atau riset.⁴ Dimana teori dan konsep yang digunakan dalam bab ini yaitu Humas, Aktivitas Humas, Fungsi dan Tugas Humas, Sarana Informasi Publik dan Komunikasi Organisasi.

II.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu atau novelty case yang di jadikan sumber rujukan atau kajian pada penulisan karya ilmiah yaitu “Aktivitas Humas Komisi Penyiaran Indonesia dalam Meningkatkan Viewers Informasi Publik Melalui Website www.kpi.go.id”.

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

No .	Nama Peneliti	Judul Riset	Teori	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Rd. Muhammad Fajrini	Kontribusi Media Website Penerimaan	Teori Komunikasi	Kualitatif Deskriptif	Pada Penelitian ini, hasil memperlihatkan

⁴ J. Sudarminta, 2002, *Epistemologi Dasar: Pengantar Filsafat Pengetahuan*, Yogyakarta: Kanisius, Hal. 87

No .	Nama Peneliti	Judul Riset	Teori	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	Budiawan Universitas Pasundan Bandung (2020)	Mahasiswa Baru Universitas Pasundan dalam meningkatkan Kualitas pelayanan pada pendaftaran Tahun Akademik 2019/2020	Teori Difusi Inovasi		<p>bahwa :</p> <p>1) Adanya turut andil atas media website Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Pasundan Bandung untuk mengoptimalkan mutu pelayanan pendaftar tahun 2019/2020.</p> <p>2) Media situs ialah suatu parameter untuk Universitas Pasundan Terkait mengkontribusikan pelayanan untuk publik serta pendaftar.</p> <p>3) Media Situs/website dimanfaatkan menjadi saluran dalam memberikan kabar secara kukuh untuk publik.</p>
2.	Ania Krisna Dewi Universitas Pembangunan Nasional Veteran	Pengaruh Penggunaan Website Tribrata News Terhadap Citra Polisi Republik	Teori Pembentukan Citra	Penelitian Kuantitatif	Pada penelitian ini, hasil yang dapat diperlihatkan adalah dekat adanya korelasi

No .	Nama Peneliti	Judul Riset	Teori	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	Jakarta	Indonesia (POLRI)			yang kuat serta pengaruh yang substansial diantara variabel X dan variabel Y. Maka dari itu kesimpulannya yang di dapatkan adalah bahwa H_1 ditolak serta H_0 diterima yang artinya pengaruh atas digunakannya website Tribata news semakin tinggi yang berdampak pada Citra Polri yang semakin besar pula.
3.	Kevin Danu Prasetya Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta (UPNVJK)	Peran Public Relations Internal dalam pengendalian mutu perusahaan “Studi kasus PT. Jalan Tol Lingkar Luar Jakarta”	Teori Komunikasi, Teori Peranan Humas	Metode Kualitatif Deskriptif	Berdasarkan hasil pada penelitian ini adalah dapat diperoleh bahwa PR berperan aktif untuk mengendalikan kualitas perusahaan atau instansi yang telah berjalan cukup sebagaimana mestinya, meskipun pada implementasinya

No .	Nama Peneliti	Judul Riset	Teori	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
					masih kerap menghadapi hambatan. PR internal pada PT. Jalan Tol Lingkar luar bisa dinilai sudah melaksanakan kewajibannya dengan baik bersama dengan berbagai divisinya. Maka dari itu agar secara berkala mampu mengoptimalkan peduli untuk memelihara untuk pengguna jalan tol untuk berbagai macam inovasi.
4.	Mitra Putri Utami Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta	Peran Humas Kementerian Perindustrian Republik Inidonesia dalam mensosialisasikan Program Industri 4.0	Teori Peranan Kehumasan	Metode Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian humas Kementerian Perindustrian mempunyai kontribusi besar untuk melakukan sosialisasi terhadap khalayak, terkait pada program industri 4.0. Aktivitas tersebut mencakup sosialisasi yang

No .	Nama Peneliti	Judul Riset	Teori	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
					<p>diselenggarakan lewat situs, media sosial online misalnya Youtube, Instagram, Twitter, serta berbagai media lainnya seperti media cetak, majalah buletin, prioritas, serta majalah making 4.0, diskusi serta seminar publik dan lainnya. Kemudian adapun kendala untuk mensosialisasikannya seperti anggaran yang minim serta industri yang belum dapat mengimplementasikan pada program tersebut.</p>
5.	Anisa Ramadhani UPN Veteran Jakarta	Peranan Humas Rumah Sakit Umum Daerah Pasar Minggu dalam meningkatkan Kualitas Pelayanan	Teori Teori Komunikasi , Teori Peranan Humas	Kualitatif Deskriptif	Pada penelitian ini, hasil yang diperoleh ialah dengan mendeskripsikan terkait aktivitas kegiatan program yang diselenggarakan telah sukses yang

No .	Nama Peneliti	Judul Riset	Teori	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
					bisa ditinjau melalui dengan diterimanya seluruh program atau aktivitas yang dilaksanakan terhadap masyarakat atau publik.

Dari hasil penelitian-penelitian diatas maka dari itu dapat disimpulkan beberapa persamaan serta perbedaannya, berikut penjelasannya:

a. Persamaan

Persamaan pada penelitian yang pertama dilakukan oleh Rd. Muhammad Fajrin Budiawan dari Universitas Pasundan Bandung, dengan penelitian yang diteliti ialah sama juga membahas tentang website serta metode penelitiannya juga menggunakan penelitian deskriptif.

Persamaan pada penelitian yang kedua dilakukan oleh Ania Krisna Dewi dari Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta memiliki persamaan penelitian yang diteliti yaitu membahas tentang website sebagai suatu informan bagi masyarakat.

Persamaan pada penelitian yang ketiga dilakukan oleh Kevin Danu Prasetya dari Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yaitu sama-

sama membahas tentang peran humas, di dalam metode penelitian juga sama menggunakan kualitatif deskriptif.

Persamaan pada penelitian yang keempat dilakukan oleh Mita Putri Utami dari Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta mempunyai persamaan dengan penelitian yang diteliti yakni mengkaji peranan humas yang sama dalam penelitian tersebut juga sama sama menggunakan metode Penelitian Kualitatif Deskriptif.

Persamaan pada penelitian yang kelima dilakukan oleh Anisa Ramadhani dari Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta mempunyai persamaan yang sama dalam hal membahas penelitian yang diteliti tentang Peranan Humas yang menggunakan Metode Penelitian Kualitatif Deskriptif.

b. Perbedaan

Perbedaan yang terjadi pada penelitian yang pertama dilakukan oleh Rd. Muhammad Fajrini Budiawan dari Universitas Pasundan ialah membahas tentang bagaimana cara meningkatkan kualitas pelayanan.

Perbedaan yang terjadi pada penelitian yang kedua dilakukan oleh Ania Krisna Dewi dari Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta ialah menggunakan metode penelitian kuantitatif yang menggunakan kuisioner untuk teknik pengumpulan data nya.

Perbedaan yang terjadi pada penelitian yang ketiga dilakukan oleh Kevin Danu Prasetya dari Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta ialah hanya membahas tentang internal perusahaan atau instansi nya saja.

Perbedaan yang terjadi pada penelitian keempat oleh Mita Putri Utami dari Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta adalah pada pembahasan penelitian nya tentang cara mensosialisasikan pada program industri 4.0.

Perbedaan yang terjadi pada penelitian kelima oleh Anisa Ramadhani dari Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta adalah membahas tentang kualitas pelayanan.

II.2 Landasan Teori

II.2.1 Pengertian teori Media Baru (New Media)

Media Baru atau New Media merupakan istilah yang digunakan untuk berbagai teknologi komunikasi dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Media baru muncul dari berbagai inovasi media lama yang kurang relevan lagi dengan perkembangan teknologi di masa sekarang. Media lama seperti televisi, film, majalah dan buku bukan serta merta mati begitu saja, melainkan berproses dan beradaptasi dalam bentuk media baru, maka dari itu sangat penting new media pada era sekarang ini.

Flew mendefinisikan new media yang ditekankan pada format isi media yang dikombinasi dan kesatuan data baik teks, suara, gambar, dan sebagainya dalam format digital, sistem penyebarannya melalui jaringan internet. Sedangkan menurut Lisa Gitelman dan Geoffrey B. Pinigree ialah new media merupakan media yang pada masa sebelumnya disebut sebagai “new media” dan media darurat dipandang sebagai media yang memiliki potensi maupun resiko.

Pada era sekarang ini jaringan internet sangat memudahkan orang dalam mengakses bentuk-bentuk baru dari media komunikasi. New media mencakup berbagai aspek.

Pertama sebagai hiburan, kesenangan, dan pola konsumsi media. Kedua, new media merupakan cara baru dalam mempresentasikan dunia sebagai masyarakat virtual. Ketiga, merupakan bentuk hubungan baru antara pengguna dengan teknologi media. Keempat, merupakan sebuah pengalaman baru dari gambaran baru seseorang, identitas serta komunitas. Kelima, merupakan konsepsi hubungan biologis tubuh dengan teknologi media. Dan yang terakhir, mencakup budaya media, industri, ekonomi, akses, kepemilikan, kontrol, dan regulasi.

II.3 Landasan Konsep

II.3.1 Humas

Hubungan Masyarakat atau yang lebih sering dikenal dengan sebutan humas ialah peran yang sangat penting dalam mencapai tujuan perusahaan atau

instansi terkait dan juga dapat memecahkan permasalahan yang terjadi pada perusahaan atau instansi.

Beberapa menurut para ahli menjelaskan tentang definisi hubungan masyarakat, adalah :

Definisi Hubungan Masyarakat menurut *Institute of Public Relations* yaitu:⁵

“*Public Relations* merupakan sebuah bentuk upaya yang disengaja, direncanakan, dan dilakukan secara terus-menerus untuk dapat membangun dan menjaga adanya saling pengertian antara sebuah organisasi dan juga dengan publiknya”.

Sedangkan definisi hubungan masyarakat menurut Denny Griswold yaitu:⁶

“*Public Relations* merupakan bagian dari sebuah fungsi manajemen yang dapat menilai dan mengevaluasi perihal perilaku publik serta dapat mengidentifikasi sebuah kebijakan dan juga prosedur yang ada di perusahaan atau organisasi terkait dengan bentuk interest dengan melakukan proses tindakan komunikasi agar mendapatkan suatu bentuk pemahaman dan pengertian publik”.

Berdasarkan kedua konsep humas tersebut, penulis dapat menyimpulkan bahwa humas pada dasarnya adalah fungsi dari manajemen yang dijalankan. Secara nyata dengan bentuk yang terencana dan juga dilaksanakan secara konsisten agar sikap dan perilaku masyarakat dapat ditinjau kembali, pada sebuah

⁵ Assumpta Rumani, Sr. Maria, Lidia Evelina, 2002, *Dasar-dasar Public Relations: Teori dan Praktek*, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, Hal. 9

⁶ Ibid, Hal. 10

kebenaran suatu kebijakan dan juga keinginan untuk dapat saling membangun dan memelihara dalam pemahaman publik.

Dengan kata lain, humas adalah manajemen yang sangat membantu , membangun dan mengembangkan serta memelihara komunikasi, untuk dapat saling pengertian agar bentuk suatu motivasi dan juga kerjasama antar suatu organisasi atau instansi dengan publiknya.

Menurut Onong Uchjana Effendy ialah telah membagi hubungan masyarakat menjadi dua buah konsep, yaitu:⁷

- a. Hubungan masyarakat sebagai *Communication of Technique*
- b. Hubungan masyarakat sebagai bentuk *State of Being*

Dari dua konsep diatas dapat disimpulkan bahwa humas sebagai *Communication of Technique* ialah peran humas yang dilaksanakan secara mandiri oleh seorang pimpinan, apakah ia sebagai pemimpin disuatu lembaga, organisasi, atau perusahaan lainnya. Sedangkan humas sebagai bentuk *State of Being* ialah dapat mencerminkan bagaimana sarana kegiatan publik dalam bentuk departemen, sub departemen ataupun biro dan sebagainya.

II.3.2 Aktivitas Peranan Humas

Peran Humas menurut Dozier dan Broom yaitu terdiri dari empat macam kategori yaitu:⁸

⁷ Effendy, Onong Uchjana, 2008, *Human Relations dan Public Relations*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, Hal. 132-133

1. Penasehat Ahli (*Expert Prescriber*)

Dimana pakar praktisi yang memiliki sebuah pengalaman yang mumpuni dibidang Public Relations mempunyai kekuatan yang besar dalam menyelesaikan berbagai macam persoalan masalah terkait korelasi publiknya terhadap solusi yang ditemukan.

2. Fasilitator Komunikasi (*Communication Fasilitator*)

Hubungan Masyarakat sangat memiliki peran yang sangat penting untuk memberikan kontribusi sebagai mediator ataupun komunikator dalam membantu suatu permasalahan yang terjadi melalui bentuk konsultasi yang dibutuhkan oleh publik. Disisi lain, ia juga berharap bisa menjadi media, berkonsultasi tentang apa yang ingin disampaikan publik, sekaligus dapat membantu dari manajemen. Fasilitator juga harus mampu berkolaborasi dengan publik mengenai harapan dan kebijakan dalam berorganisasi.

3. Fasilitator Proses Pemecah Masalah (*Problem Solving Process Fasilitator*)

Sebagai bagian dari tim manajemen, praktisi humas terlibat dalam mencari solusi untuk masalah yang berhubungan dengan humas. Fenomena ini dirancang untuk mendukung pemimpin organisasi dari menjadi penasihat yang baik untuk mengambil keputusan sebagai bentuk tindakan eksekutif untuk menghadapi krisis atau masalah.

⁸ Cangara, Hafied, 2002, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, Hal. 20

4. Teknisi Komunikasi (*Communication Technician*)

Keterampilan komunikasi adalah suatu proses cara berkomunikasi, dimana suatu organisasi tergantung pada setiap level atau departemen yaitu komunikasi teknis dimana melalui media dan sebuah trend komunikasi. *Bottom-up* pun dapat diartikan sebagai penilai dan pembeda bila dinilai dari pimpinan atau bawahan.

Menurut Soerjono Konsep dari Peranan Humas sebagai berikut:⁹

- a. Konsep Peran
- b. Peran ialah bentuk suatu sikap yang diinginkan oleh orang yang mempunyai jabatan dalam masyarakat, sementara
- c. *Role* atau Peranan ialah suatu bentuk dari unsur yang dinamis atas sebuah posisi atau status. Dimana jika seorang individu menjalankan hak serta kewajibannya sebagaimana pada sisi posisi, maka ia akan menjadikan sebuah peran.

Setiap Manajemen Perusahaan atau sebuah Instansi memiliki sebuah kedudukan dalam peran juga. Dimana mempunyai fungsi masing-masing untuk dapat menjalankan manajemen humas yang berperan sangat penting pada instansi ataupun lembaga pemerintahan.

Pada bagian lain Rosady Ruslan menjelaskan peran utama sebagai Hubungan Masyarakat lainnya adalah:¹⁰

⁹ Ruslan, Rosady, 2012, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada. Hal. 34

1. Menjadi *Communicator* pada suatu lembaga atau sebuah organisasi dimana publik sebagai perwakilannya.
2. Mengembangkan hubungan yang baik yaitu dengan bersinergi untuk dapat menumbuhkan korelasi yang baik serta memberikan manfaat yang baik terhadap khalayak.
3. Peran dari *Management Backup* yaitu menjadi sandaran untuk dapat menjalankan suatu fungsi manajemen pada perusahaan atau organisasi.
4. Membangun *Image* yang baik dimana humas harus berkontribusi dengan baik untuk dapat membangun citra lembaga atau organisasi yang baik dan positif.

Menurut Kusumatuti, humas pemerintah dapat menjalankan perannya secara ganda, yakni:

1. Peran Keluar

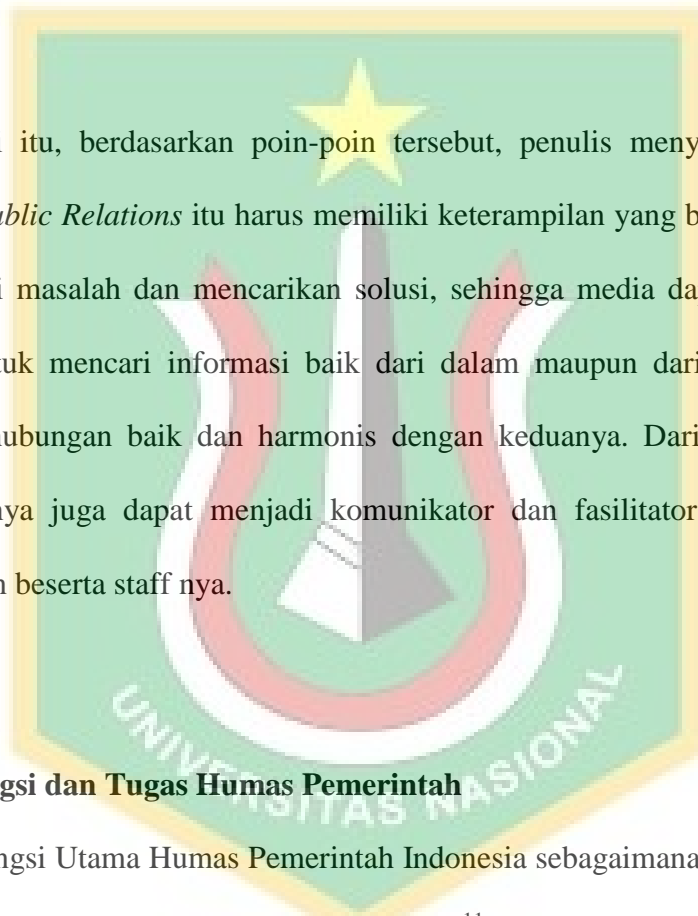
Humas memiliki peran untuk dapat menyampaikan pesan kepada sasarannya yakni masyarakat dan bentuk kebijakannya. Selain itu humas juga menjadi media perantara untuk kepentingan publik atau organisasinya, sehingga opini dan kontribusi dapat dengan maksimal diserap dan pemerintah dapat menyusun sesuai kebijakan yang berlaku.

2. Peran Kedalam

¹⁰ Rosady, Ruslan, *Op.Cit*, Hal. 22

Humas mencakup penyerapan kontribusi atau opini publik, dimana upaya untuk mencapai tujuan dengan menciptakan konsistensi dalam segala hal, sekaligus dapat memposisikan humas sebagai mampu menyeimbangkan situasi organisasi dan peran fungsinya setelah dijalankan sehingga ketika masalah muncul dapat menciptakan stabilitas yang tidak banyak ke dalam organisasi diluar.

Maka dari itu, berdasarkan poin-poin tersebut, penulis menyimpulkan bahwa praktisi *Public Relations* itu harus memiliki keterampilan yang baik, seperti dapat menangani masalah dan mencari solusi, sehingga media dapat memfasilitasi publik untuk mencari informasi baik dari dalam maupun dari luar, dan dapat menjaga hubungan baik dan harmonis dengan keduanya. Dari masyarakat dan karyawannya juga dapat menjadi komunikator dan fasilitator yang baik bagi perusahaan beserta staff nya.



II.3.3 Fungsi dan Tugas Humas Pemerintah

Fungsi Utama Humas Pemerintah Indonesia sebagaimana ketetapan Badan Koordinasi Kehumasan secara mendasar ialah:¹¹

1. Memberi keamanan tanggung jawab politik Pemerintah
2. Melayani serta memberikan Informasi terhadap publik

¹¹ Rosady, Ruslan, *Op.Cit*, Hal. 22

3. Menjadi mediator dan komunikator secara lebih aktif dengan tujuan untuk memelihara komunikasi dua arah serta keperluan diantara publik dan lembaga.
4. Berkontribusi untuk membangun suasana kondusif serta memelihara kestabilan dan politik pembangunan nasional yang baik dan damai.
5. Menciptakan laporan secara berkala atas pelaksanaan kegiatan serta program kehumasan.

Humas Pemerintah mempunyai dua kewajiban prioritas yakni yang pertama dapat mendistribusikan informasi secara sistematis terkait kecerdasan, perencanaan serta perolehan hasil yang didapatkan. Yang kedua, dapat mendidik serta menjelaskan terhadap publik akan perundang-undangan serta hal yang berkenaan dengan rakyat yang hidup sehari-harinya berbeda dengan mereka.¹²

II.3.4 Model Komunikasi Humas

James E. Grunig pada Ruslan menyatakan bahwa kemajuan humas terkait persepsi seerta praktik memiliki tahapan komunikasi yang terdiri dari empat model sebagai berikut:

1. Model Publicity or Agency Model

Model humas ini melaksanakan kampanye atau aktivitas yang mengajak publik melalui proses komunikasi secara searah dalam menyambangi media serta abaikan keabsahan informasi agar bisa menutupi hal buruk dari suatu lembaga.

¹² Effendy, 2002, Hal. 37

Dimana gagasan nya selalu ada pada pihak yang mengirim serta pemanfaatan model inii pada prosedur komunikasi iklan atau melalui wujud kegiatan komunikasi promosi dengan karakteristik yang persuasif.

2. Model – Public Information

Humas melakukan tindakan akan fenomena ini memposisikan diri sebagai *Journalist in Resident*. Usaha dalam menciptakan kepercayaan organisasi lewat mekanisme komunikasi tipe satu arah serta tak peduli atas persuasif. Bagaikan berperilaku menjadi wartawan untuk mendistribusikan informasi, advertensi, serta kabar/arahan terhadap publik. Disamping itu, harus mengontrol kabar lewat kerja sama dengan pihak media massa. Aspek netralitas serta keabsahan data pesan/informasi selalu menjadi fokus narasumber.

3. Model - Two Way Asymmetrical

Mekanisme model ini Humas melaksanakan publisitas dari komunikasi yang dijalankan secara dua arah serta menginformasikan berbagai pesan sebagaimana hasil riset berikut skema komunikasi *Persuasive Public* yang ilmiah. Komponen keabsahan informasi menjadi fokus dalam rangka menghimbau Publik supaya bersikap secara terbuka dan bersedia untuk kerja sama sebagaimana yang diinginkan organisasi. Berkenaan dengan hal ini ada ulasan yang harus diperhatikan serta berhubungan dengan informasi atas publik perlu sebelum melakukan komunikasi. Maka dari itu, resistensi dalam menciptakan hubungan serta pengambilan prakarsa terus dikuasai pengirim atau *sources*.

4. Model-Two Way Symmetrical

Komunikasi dengan model simetris dua arah dimana mendeskripsikan bahwa komunikasi propaganda dengan dua arah dan bersambutan secara imbang sekaligus model yang dapat memecahkan atau menjauh dari terjadinya sebuah persoalan dengan mengimprovisasi persepsi publik dengan strategis supaya mampu diterima serta dinilai lebih beraturan untuk menyampaikan informasi atau pesan lewat cara komunikasi pembujukan dalam rangka menciptakan sikap saling mengerti, memotivasi, hingga berguna bagi masing-masing pihak. Berbagai konsep tersebut untuk Humas bisa diterapkan secara berbeda tergantung pada kondisi secara efektif dan efisien baik bagi tujuan penelitian maupun partikal.¹³

II.3.5 Kegiatan Aktivitas Humas Online

Pengertian kegiatan *Public Relations* Online yang diungkapkan Ahmadi adalah sebagai berikut :

1. Kegiatan Media Relations. Meskipun mempunyai berbagai macam khalayak, penggunaan atas pers atau media sama. Disamping menjadi kelompok prioritas dalam berinteraksi, media juga tercakup publik PR sebagai yang termudah untuk mengakses internet.

2. Kegiatan Hubungan Investor serta Komunitas Finansial ialah khalayak terpenting pada perusahaan. Melalui internet begitu banyak hal yang mampu dilaksanakan dalam memasarkan merek dagang yang menjadi investasi

¹³ Ruslan, Rosady, 2012, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, Hal. 103

menjanjikan. Laporan tahunan pada situs bisa berkontribusi atas nilai tambahan untuk analis atau pengamat saham, pialang, dan investor.

3. Kegiatan Hubungan Pemerintah, yang hakikatnya ialah usaha dalam membangun dan mengoptimalisasi untuk saling memahami, pengertian akses serta motivasi maksimal dan kooperasi institusional pemerintah kepada eksistensi, operasi, serta kebijaksanaan suatu perusahaan. Komunikasi yang dijalani bersama pemerintah sesuai dengan kemajuan Teknologi Informasi Komunikasi misalnya *fax, mail, vcd, server*, serta internet tak lagi diragukan.

4. Kegiatan Hubungan Komunitas, dimana strategi terbaik ialah penggunaan situs dalam mempublikasikan terkait berbagai laporan yang dilaksanakan perusahaan untuk mengarahkan interaksi pada komunitas. Berbagai rincian yang bisa diaplikasikan dalam situs ialah 1) daftar *mailing list*; 2) mendistribusikan undangan *open house*; 3) menginformasikan hadiah yang diberikan atau *reward*; 4) pemasaran atas program atau projek bersama, dan 5) kontribusi terkait kesenian serta kebudayaan.

5. Menghadapi Krisis Komunikasi, dimana perusahaan beserta jajaran eksekutif di hadapkan dengan kedudukan keputusan krisis yang diambil dalam kondisi tekanan yang sangat keras serta level stress yang besar, kecermatan dan daya analisis akan faktor area eksternal, dramatisnya penekanan serta berita yang tidak jelas.

6. Kontribusi internet dalam krisis dunia internet sudah sebagai media untuk khalayak dalam memperoleh informasi terkait hal yang tak diprediksi atau tak terduga secara terbaru. Terlebih internet kini sudah menjadi sebuah substansi

yang tak bisa dilepaskan dalam mengeksplorasi sikap serta perasaan akan berita-berita krusial bagi kita. Orang pada umumnya bergantung pada internet dengan tujuan memperoleh informasi terbaru melalui membuka halaman misalnya MSNBC, CNN, serta portal berita lainnya yang konsisten diperbaharui.

7. Pemanfaatan Website Perusahaan, dimana kita mampu memfasilitasi suatu hubungan atau link pada halaman regular hingga orang yang datang untuk menelusuri informasi terkhusus masih bisa mendapatkannya.

8. Pemanfaatan *E-mail* yang berguna bagi menjalin interaksi selama krisis. Melalui akses online yang disediakan *Public Relations* bisa meminimalisir penerimaan telepon di perusahaan. Pemanfaatan dalam bentuk *E-mail* ialah berbagai halaman web yang ada pada suatu dominian secara menyeluruh dengan cakupan info masih Suatu website umumnya diciptakan dengan halaman web yang banyak serta berkaitan. Keterkaitan tersebut dikenal dengan istilah *hyperlink*, sementara itu teks yang menjadi mediator ialah *hypertext*. Domain ialah istilah unik miliki suatu institusi hingga mampu diakses oleh internet contohnya Yahoo, linitau.com, dan lain sebagainya.¹⁴

II.3.6 Komisi Penyiaran Indonesia

Komisi Penyiaran Indonesia atau KPI adalah sebuah lembaga Independen di Indonesia yang kedudukannya setingkat dengan lembaga negara lainnya yang berfungsi sebagai regulator penyelenggaraan penyiaran di Indonesia. Komisi ini berdiri sejak tahun 2002 berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor

¹⁴ Yuhfizar, 2005, *Cara Mudah Membangun Website Interaktif Menggunakan Content Management System Joomla (CMS)*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, Hal. 2

32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran. KPI terdiri atas Lembaga Komisi Penyiaran Indonesia Pusat (KPI Pusat) dan Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) yang bekerja di wilayah setingkat Provinsi.

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), yang lahir atas amanat Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002, terdiri atas KPI Pusat dan KPI Daerah (tingkat provinsi). Anggota KPI Pusat (9 orang) dipilih oleh Dewan Perwakilan Rakyat dan KPI Daerah (7 orang) dipilih oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah. Selain itu, anggaran program kerja KPI Pusat dibiayai oleh APBN (Anggaran Pendapatan Belanja Negara) dan KPI Daerah dibiayai oleh APBD (Anggaran Pendapatan Belanja Daerah).





Gambar II.3.6 Sub Koordinator Humas Komisi Penyiaran Indonesia Pusat

II.3.7 Informasi Publik

Informasi Publik ialah Menurut UU Keterbukaan Informasi Publik (KIP), yang dimaksud dengan informasi publik adalah informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan/atau diterima oleh suatu badan publik yang

berkaitan dengan penyelenggara dan penyelenggaraan negara dan/atau penyelenggara dan penyelenggaraan badan publik lainnya yang sesuai dengan Undang-Undang ini serta informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan publik. Agar keterbukaan informasi publik berjalan sebagaimana mestinya, maka dibentuklah Komisi Informasi, dimana Komisi Informasi ini juga merupakan pelaksanaan lanjutan terkait UU KIP. Komisi ini bertugas untuk menyelesaikan sengketa informasi publik melalui mediasi dan/atau ajudikasi nonlitigasi disamping berfungsi menjalankan undang-undang dan peraturan pelaksanaannya.

Keterbukaan informasi memberi peluang bagi rakyat untuk berpartisipasi dalam berbagai kebijakan publik. Kondisi ini sekaligus dapat mendorong terciptanya *clean and Good Governance* karena pemerintah dan badan-badan publik dituntut untuk menyediakan informasi yang lengkap mengenai apa yang dikerjakannya secara terbuka, transparan dan akuntabel.

Kebebasan informasi diharapkan menjadi spirit demokratisasi yang menawarkan kebebasan sekaligus tanggung jawab secara bersamaan. Kebebasan informasi, di satu sisi harus mendorong akses publik terhadap informasi secara luas. Sementara di sisi yang lain, kebebasan informasi juga sekaligus dapat membantu memberikan pilihan langkah yang jelas bagi pemerintah dalam mengambil suatu kebijakan secara strategis.

II.3.8 Website

Website pada instansi dalam pemerintahan ataupun organisasi begitu diperlukan sebab website ialah salah satu alat komunikasi yang dikenal khalayak banyak terutama saat individu memerlukan wawasan informasi terkait suatu instansi atau perusahaan. Sajian informasi itu dapat melalui penggunaan berbagai media misalnya gambar, video, teks, dan lainnya.

Menurut Yuhefizar, website ialah halaman-halaman web secara menyeluruh yang ada pada suatu dominan dimana informasi terkandung. Suatu website umumnya diciptakan dari berbagai halaman web yang berkaitan satu sama lainnya. Masih Keterkaitan tersebut dikenal dengan istilah hyperlink, sementara itu teks yang menjadi mediator ialah *Hypertext*. Domain ialah istilah unik miliki suatu institusi hingga mampu diakses oleh internet contohnya Yahoo, linitau.com, dan lain sebagainya

Website sejatinya merupakan kumpulan halaman yang menyediakan berbagai informasi bagi individu yang mengaksesnya. Pada *www* atau *World Wide Web* yang dikenal melalui istilah website ialah suatu layanan yang diperoleh pengguna komputer untuk dapat tersambung ke internet. Secara sederhana website berupa berbagai halaman yang terkumpul dalam rangka memfasilitasi penelusuran informasi¹⁵

World wide web ini merupakan sebuah teknik dalam menunjukkan informasi internal yang berupa gambar atau teks baik statis maupun dinamis, suara, animasi, dan kombinasi keseluruhan untuk mewujudkan suatu susunan

¹⁵ Irwansyah, Edy, 2014, *Pengantar Teknologi Informasi*, Yogyakarta: Deepublish, Hal. 34

yang berkaitan satu sama lain dimana tiap susunan itu tersambung pada berbagai jaringan halaman.

Web merupakan suatu sarana yang dimiliki oleh perusahaan atau instansi pemerintahan untuk menyampaikan informasi kepada publik, agar website dapat berguna dan memiliki viewers yang banyak maka situs web harus dipelihara dengan optimal. Berikut adalah beberapa tips untuk memelihara website yaitu menurut Falk yang terbagi atas enam tips, yakni:

- a. Setiap penawaran linik harus online atau *no dead linik* dan wajib aktif serta tidak boleh tidak aktif apabila di-klik karena hal tersebut dapat membuat publik kecewa hingga kehilangan kepercayaan.
- b. Eksistensi kontak informasi atau *contact information*, dimana apabila pemakai perlu informasi yang lebih sebaiknya diberitakan bagaimana memperolehnya. Setelah itu, apa yang diminta pemakai perlu direspon sebab apabila tidak ada respon maka penilaian tidak profesional akan didapat oleh website.
- c. Penyusunan alokasi informasi atau *placement of information*, hal ini sebab kita membaca mulai dari sisi kiri ke sisi kanan maka dari itu informasi yang sangat krusial sebaiknya diposisikan di sisi kiri layar dalam rangka memastikan pemakai website.
- d. Pewarna atau *use of colour*, sebaiknya warna yang dipakai harus memberi potensi bahwa konteks pesan pada layar website bisa dibaca secara gampang. Kegunaan dari warna juga supaya tampilan terlihat

menarik selama tak menghambat usaha pengguna untuk membaca berita.

- e. Pemakaian yang mudah, dimana informasi website perlu sigap bereksistensi serta diposisikan pada susunan yang masuk akal.

Hyperlink perlu valid dan kuat serta dicirikan dengan rinci. Masing-masing tingkatan pada website sebaiknya kemungkinan pengguna untuk datang kembali ke tingkatan sebelumnya serta melangkah ke tingkat selanjutnya.

- f. Memiliki tujuan, dimana tujuan website akan memutuskan kuantitas serta jenis informasi yang ada pada website itu dan umumnya diklasifikasikan menjadi tiga jenis yakni:

1) Pemanfaatan alat pemasaran atau *presence model*

2) *Informational model* yakni yang diisi atas materi pesan yang bermacam-macam meliputi informasi bagi media.

3) Model *e-commerce* yang diciptakan dalam menghadirkan serta memelihara penjualan.¹⁶

II.3.9 Viewers

Viewers adalah sering disebut dengan penonton ini adalah syarat atau keinginan dari setiap youtuber karena sebgus apapun konten kalau tidak ada penontonnya seperti makan tidak ada lauknya hambar jelas. Dengan penjelasan

¹⁶ Krisyantoro, Rachmat, 2008, *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*, Jakarta: Kencana, Hal. 248

sesingkat ini kita sudah memahami bahwa viewer adalah bagian penting bagi konten kreator.

II.4 Komunikasi Organisasi

Komunikasi begitu penting untuk semua perusahaan maupun organisasi sebab kedua wadah tersebut dinilai baik jika ditinjau melalui teknik dan strategi komunikasi yang dijalankannya. Aktivitas komunikasi manusia dapat melakukan sebuah interaksi satu sama lain sebagai manusia sosial dalam mengisi keperluan hidup.

Organisasi yang merupakan konsep kerangka kerja menyajikan adanya pendistribusian tugas pada setiap orang di organisasi tersebut serta mampu diklarifikasi menjadi tenaga baik yang memimpin maupun yang dipimpin.

Dalam rangka melaksanakan dan mengontrol tujuan yang dilaksanakan agar tercapai, Administrator dan manajer membuat peraturan yang mengatur untuk tak perlu ada komunikasi secara langsung terhadap semua karyawan, oleh sebab itu pimpinan hanya cukup melakukan interaksi atau komunikasi terhadap pihak penanggungjawab kelompok saja.

Komunikasi internal memiliki tiga jenis, yaitu:

1. Komunikasi Vertikal

Merupakan komunikasi yang berkonsep terstruktur dari atas ke bawah begitu juga sebaliknya, ialah komunikasi pimpinan terhadap bawahan serta bawahan terhadap pimpinan yang sifatnya bersambungan. Melalui komunikasi

jenis ini pimpinan melakukan pemberian instruksi-instruksi, berbagai petunjuk sekaligus Informasi penjas serta yang lainnya teruntuk bawahannya. Dalam pada itu, setiap bawahan melaporkan segala bentuk saran, pengaduan, dan lainnya terhadap pimpinan.

Munculnya interaksi secara dua arah dan timbal balik ini pada organisasi atau perusahaan begitu krusial sebab jika terbatas satu arah contohnya pimpinan saja terhadap bawahannya, maka tak akan ada siklus organisasi yang terselenggara dengan optimal. Komunikasi yang berkaitan dengan hubungan manusia menjadikan hal itu sebagai keberhasilan komunikasi yang ditentukan dari berbagai manusia yang turut andil pada mekanisme komunikasi tersebut.

2. Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal ialah komunikasi sejajar diantara karyawan, staff, dan lainnya yang konsepnya tentu berbeda dari komunikasi tipe vertikal yang karakteristiknya lebih formal dibandingkan komunikasi tipe horizontal yang kerap terjadi secara tak formal. Para komunikator dan komunikan berinteraksi tidak saat waktu dimana mereka bekerja akan tetapi ketika sedang istirahat, bertamasya atau ketika jadwal pulang kerja.

Penyelesaian masalah dapat muncul sebagai dampak dari tahapan komunikasi melalui jalur tersebut yakni wewenang PRO atau *Public Relations Officer*, wewenang pekerjaan pada kepala Humas sesungguhnya, tak hanya eksternal atau keluar namun juga secara internal atau kedalam. Tugas humaslah untuk meluruskan, menetralsir, atau menelaahnya sampai bebeda pada proporsi

sesungguhnya. Pada komunikasi baik vertikal maupun horizontal kerap dikenal dengan istilah komunikasi diagonal.

3. Komunikasi Diagonal

Istilah lain dari jenis komunikasi ini adalah komunikasi silang yang merupakan bentuk interaksi pimpinan divisi terhadap karyawan yang lainnya. Komunikasi silang banyak terjadi pada sebuah organisasi atau perusahaan akibat dari minimnya kepuasan atas informasi yang didapat secara langsung melalui atasannya.

Definisi dari komunikasi organisasi oleh R. Wayne Pace & Don F. Faules diklasifikasikan atas 2 jenis yaitu konsep fungsional serta konsep interpretatif.

Konsep dalam fungsional menyatakan bahwa komunikasi organisasi ialah suatu petunjuk dan pelaksanaan pesan dimana diantara berbagai komponen komunikasi sebagai penggalan atas sebuah organisasi tertentu. Sebuah organisasi meliputi berbagai komponen komunikasi pada berbagai keterkaitan secara struktural antara satu dan lainnya serta berguna bagi sebuah wilayah.

Sementara itu konsep *Interpretative* komunikasi organisasi lebih menegaskan akan aktivitas pengelolaan pesan yang masuk ke dalam sebuah batasan organisasional atau *Organizational Boundary* atau istilah lainnya konsep interpretatif ini merupakan mekanisme dibangunnya pengertian terkait komunikasi yang membentuk, menjaga, serta merubah organisasi. Dengan demikian, pandangan interpretatif berfokus pada peran setiap orang serta mekanisme transaksi tersebut.

Karakteristik yang paling krusial dari komunikasi organisasi ialah pesan yang diciptakan, penelaahan, serta pengelolaan aktivitas anggota. Bagaimana suatu komunikasi berjalan serta apa arti terkait berpegang pada rancangan individu terkait organisasi.¹⁷

II.4.1 Fungsi Komunikasi Organisasi

1. M.T Myers dan G.E. Myers membentuk fungsi dari komunikasi sebagai rancangan didalam sebuah level organisasi bisa ditelaah melalui komponen penelaahan yakni:¹⁸

1. Pengaturan dan Produksi

- a. Menetapkan tujuan serta rencana
- b. Memformulasi berbagai kajian masalah sesuai bidangnya
- c. Mengatur secara fungsional berbagai tugas
- d. Instruksi, perintah, serta arahan dalam melakukan tugas serta kewajiban yang perlu diselenggarakan bawahan.
- e. Melaksanakan pengembangan sistem mekanisme instruksi, penyelenggaraan fungsi serta kewajiban, serta tanggung jawab perusahaan secara general.
- f. Memberikan pengaruh serta memimpin dalam rangka mendorong motivasi para bawahan.
- g. Menetapkan standar perolehan kinerja dan prestasi atas kapabilitas karyawan.

¹⁷ Masmuh, Abdullah, 2008, *Komunikasi Organisasi: Dalam Perspektif Teori dan Praktek*, Malang: UMM Press, Hal. 5-6

¹⁸ Rosady, Ruslan, *OP. Cit.* Hal. 106

h. Bagi mengevaluasi keterampilan karyawan

2. Pemeliharaan dan Sosialisasi

a. Berkenaan dengan yang berdampak pada harga diri, rasa bangga dan ingin mempunyai, sikap akuntabel para bawahan

b. Hubungan manusia secara pribadi serta manajemen organisasi

c. Inspirasi dan dorongan dalam rangka memadukan harapan serta pencapaian para individu terkait target serta capaian utama perusahaan.

Maka dari itu, dalam rangka memperoleh tujuan organisasi sesuai yang diharapkan maka harus mampu membangun efektivitas komunikasi dan mengurusnya dengan optimal.

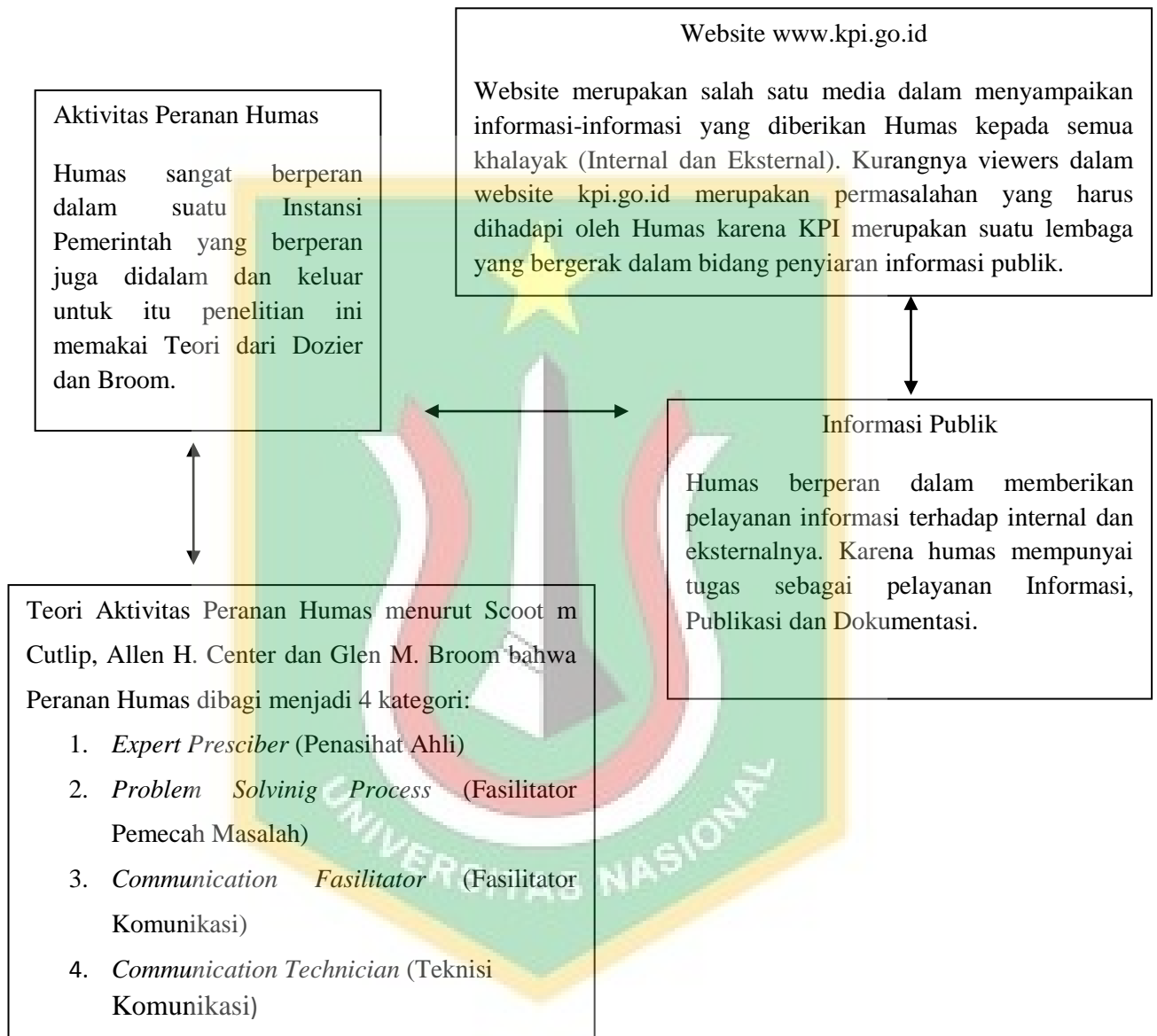
Selain itu, juga bisa diterapkan skema komunikasi organisasi yang baik hingga bisa memadukan terkait keinginan pencapaian dari aspek apa serta bagaimana pelaksanaannya, tentu harus memiliki lembaga atau badan yang bereksistensi untuk dengan baik mengimplementasikannya.

II.4.2 Kerangka Pemikiran

Berikut adalah rangkaian dari kegiatan Aktivitas Humas Komisi Penyiaran Indonesia dalam menjalankan tugasnya yang berhubungan secara langsung untuk dapat memberikan berbagai informasi kepada pihak internal ataupun pada pihak eksternal melalui website www.kpi.go.id.

Berikut adalah gambar dari kerangka pemikiran

Gambar II.4.3 Pada Kerangka Pemikiran



Keterangan Kerangka :

Dari kerangka berfikir tersebut, dapat peneliti simpulkan bahwa berasal dari permasalahan yaitu kurangnya viewers dalam website www.kpi.go.id untuk itu humas mempunyai aktivitas dalam mengatasi permasalahan tersebut dengan

menggunakan Teori dari Dozier dan Broom yang mengatakan bahwa aktivitas Humas dibagi menjadi empat bagian, yaitu : *Expert Prescriber, Problem Solving Process, Communication Fasilitator, Communication Technician.*

Dalam menggunakan teori ini humas dapat mengerjakan tugas nya dan menginformasikan kedalam website www.kpi.go.id. Humas menggunakan teknologi agar pekerjaan dapat dilakukan lebih cepat dan efisien agar berita serta informasi yang terbitkan oleh Humas Komisi Penyiaran Indonesia dapat tersebar luas pada media-media yang membutuhkan informasi melalui website www.kpi.go.id.

