

Sekretariat Jenderal Kemenkumham RI. Selain itu, penulis akan memaparkan hasil penelitian yang didapatkan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi mengenai peranan humas saat menyebarkan informasi dengan media sosial Instagram. Selanjutnya penulis akan memaparkan kembali hasil penelitian dan pengamatan penulis mengenai peranan humas saat menyebarkan informasi dengan media sosial Instagram pada bab pembahasan.

BAB V

PENUTUP

Pada bagian ini, penulis menarik beberapa temuan akhir dan membuat beberapa rekomendasi berdasarkan kajian dan perdebatan yang ada sebelumnya. Setelah melakukan kajian mendalam, penulis akan memberikan hasil dan rekomendasi yang telah ditarik terkait Peranan Humas Sekretariat Jenderal Kemenkumham RI Dalam Penyebaran Informasi Melalui Media Sosial Instagram.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Teori Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Kesimpulan
1.	Nober Luther, Badruddin Natsir, Fareis Althalets. 2018. eJournal Ilmu Komunikasi. Vol. 6 No. 4. Hal. 259-272.	"Peran Humas Pemerintah Kota Tarakan Dalam Menyebarluaskan Informasi Pembangunan Daerah".	Teori SMCRE oleh Evertt M. Roger dan W. Floyd Shomaker.	Metodologi yang digunakan disini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Untuk menangani dalam terang masalah saat ini.	Investigasi menemukan bahwa karena Humas Kota Tarakan tidak memegang kemudi, Humas tidak dapat memenuhi mandatnya sebagai sumber informasi bagi penduduk dan bisnis dengan bertindak sebagai penasihat ahli pemecahan masalah. Menyebarakan pengetahuan dan melayani masyarakat adalah dua dari banyak kekuatan tugas fasilitator komunikasi atau teknisi komunikasi.	Kesimpulan pada penelitian ini adalah: Untuk meningkatkan kapasitas dalam melaksanakan layanan informasi kepada publik sesuai dengan UU KIP, Kemenpar harus mampu melaksanakan tugas dan fungsi memberikan pelayanan informasi yang dapat dipahami, akurat dan dipercaya masyarakat sehingga mampu memberikan dampak positif.
2.	Saipul Annur, Ulia Audina. 2019. Jurnal Nuansa. Vol. XII No.	"Peran Humas Dalam Membangun Citra Sekolah Berbudaya Di Madrasah Aliyah Negeri	Teori Peranan Humas menurut Rosady Ruslan.	Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode	Penelitian ini menemukan bahwa departemen humas Madrasah melakukan	Kesimpulan pada penelitian ini adalah: Peran humas dalam membangun

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Teori Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Kesimpulan
	2. Hal. 256-267.	1 Palembang (Studi Kasus Terhadap Peran Humas Dalam Membangun Citra Di MAN 1 Palembang)".		penelitian deskriptif kualitatif untuk mengetahui peran humas dalam membangun citra sekolah.	pekerjaan yang baik dalam menggambarkan diri mereka sebagai institusi yang progresif secara budaya. Komunikasi antar anggota humas agar dapat saling berbagi informasi yang terdapat di Madrasah maupun di luar Madrasah; dukungan yang tinggi dari pimpinan Madrasah kepada Wakil Kepala Humas dan staf humas dalam menyusun rencana dan melaksanakan program; dukungan yang tinggi terhadap peran humas dalam membangun citra positif Madrasah. Kendala waktu dan interaksi sosial yang tidak efisien adalah penghalang utama.	citra sekolah berbudaya di Madrasah sudah baik. Tetapi Waka Humas dan Staff Humas belum mampu mensosialisasikan tugas dan fungsi kepada masyarakat khususnya wali siswa.

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Teori Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Kesimpulan
3.	Nurfitriani M. Siregar. 2019. Jurnal Hikmah. Vol 13 No.2. Hal. 206-220.	"Peran Humas Dalam Pembentukan Citra Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Di IAIN Padangsidimpuan".	Teori Peranan Humas menurut Dozier dan Broom.	Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif untuk menganalisa dan membahas data yang diperoleh.	Hasil pada penelitian ini adalah: Peran humas pada setiap fakultas di masing-masing perguruan tinggi sangat penting, karena perguruan tinggi membutuhkan humas untuk menjalankan promosi, membangun citra, serta menjadi penghubung kegiatan serta program kerja yang ada.	Kesimpulan pada penelitian ini adalah: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidimpuan terus berupaya memeberikan sarana dan prasarana kepada mahasiswa dengan sebaik-baiknya sesuai dengan kemampuan dari perguruan tinggi.
4.	Citra Anggraini dan Yugih Setyanto. 2019. Jurnal Prologia. Vol. 3 No. 2. Hal 408-415.	"Peranan <i>Public Relations</i> Dalam Mempertahankan Eksistensi Ramayana". Jurnal Prologia, Vol. 3 No. 2, Desember 2019, Hal 408-415.	Teori Eksistensi dan Peranan <i>Public Relation</i> menurut Rosady Ruslan.	Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Dengan tujuan untuk memahami fenomena yang dialami.	Hasil pada penelitian ini adalah: <i>Public relations</i> Ramayana telah melakukan kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) yang bertujuan untuk mempertahankan nama, citra dan eksistensi kepada masyarakat. Tetapi juga pemberian edukasi.	Kesimpulan pada penelitian ini adalah: Corporate Social Responsibility (CSR) tidak hanya melalui sumbangan, tetapi penyuluhan bisnis, donor darah. PR Ramayana menjaga <i>relationship</i> dengan pihak eksternal. PR Ramayana memanfaatkan media sosial sebagai sarana publikasi informasi.

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Teori Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Kesimpulan
5.	Elpa Hermawan. 2021. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Vol. 6 No. 1. Hal. 60-72.	"Peran Humas Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Dalam Mewujudkan Keterbukaan Informasi". Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol 6 No. 1, 2021, 60-72.	Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Teori Peranan Humas menurut Dozier dan Broom.	Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.	Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Bagian Humas Kementerian Pariwisata telah membangun sistem sosialisasi kepada masyarakat melalui Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi, Pusat Informasi, Email, Layanan Permintaan dan Pengaduan Informasi, dan media sosial.	Kesimpulan pada penelitian ini adalah: Sesuai dengan UU KIP, Kemenpar harus mampu melaksanakan tugas dan fungsi untuk memberikan pelayanan informasi yang mudah dipahami, akurat, dapat dipercaya oleh masyarakat yang kemudian akan menciptakan dampak positif untuk pelayanan kebutuhan keterbukaan informasi publik.

Pada bab ini, penulis memaparkan penelitian terdahulu dengan tujuan untuk memperoleh referensi sebagai perbandingan yang relevan dengan penelitian penulis. Selain itu juga dapat dijadikan sebagai acuan untuk menghindari kesamaan dengan penelitian yang sudah ada sebelumnya. Maka dari itu dalam kajian pustaka, penulis mencantumkan lima penelitian terdahulu.

Pada penelitian terdahulu pertama yang dilaksanakan oleh Nober Luther, Badruddin Natsir, Fareis Althalets pada tahun 2018 yang bertopik Peran Humas Pemerintah Kota Tarakan Dalam Menyebarkan Informasi

Pembangunan Daerah. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mendapat pemahaman sesuai dengan permasalahan yang ada.

Berbagai metode, termasuk penelitian perpustakaan, wawancara langsung, catatan tertulis, dan *database online*, digunakan untuk mengumpulkan data. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Pemerintah Kota Tarakan tidak memanfaatkan humas secara maksimal sebagai penasehat ahli dan fasilitator proses penyelesaian masalah dalam menyebarkan informasi pembangunan daerah. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain posisi Humas Kota Tarakan yang tidak berada pada posisi puncak untuk dapat menjalankan peran tersebut. Memfasilitasi sebagai teknisi komunikasi dan fasilitator komunikasi sangat bagus dalam hal berbagi ilmu dan membantu masyarakat. Studi sebelumnya dan penulis sendiri memiliki landasan yang sama dalam meneliti peranan humas. Perbedaannya terletak pada teori yang digunakan serta subjek dan objek pada penelitian.

Pada penelitian terdahulu kedua yang dilaksanakan oleh Saipul Annur dan Ulia Audina pada tahun 2019 yang berjudul Peran Humas Dalam Membangun Citra Sekolah Berbudaya Di Madrasah Aliyah Negeri 1 Palembang (Studi Kasus Terhadap Peran Humas Dalam Membangun Citra di MAN 1 Palembang). Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk memahami peranan humas dalam membina reputasi lembaga.

Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi. Menurut temuan penelitian ini, upaya humas untuk mempromosikan citra Madrasah sebagai institusi yang representatif secara budaya telah berhasil. Komunikasi yang baik antara anggota humas sehingga dapat berbagi informasi tentang berita di dalam maupun di luar Madrasah, dukungan yang tinggi terhadap peran humas dalam membangun citra sekolah yang berbudaya di Madrasah Negeri 1 Palembang dari pimpinan Madrasah. Potensi sosialisasi yang belum terealisasi dan kendala waktu humas berfungsi sebagai rem pada kemampuan departemen untuk membantu sekolah menampilkan dirinya sebagai kosmopolitan dan berpikiran maju. Studi sebelumnya dan penulis sendiri memiliki landasan yang sama dalam meneliti peranan humas. Perbedaannya terletak pada teori yang digunakan serta subjek dan objek pada penelitian.

Pada penelitian terdahulu ketiga yang dilaksanakan oleh Nurfitriani M. Siregar pada tahun 2019 yang berjudul Peran Humas Dalam Pembentukan Citra Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Di IAN Padangsidimpuan. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian studi deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk menganalisa dan membahas data yang diperoleh.

Wawancara, catatan lapangan, dan bentuk dokumentasi lainnya digunakan untuk mengumpulkan informasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa profesional humas fakultas harus bekerja untuk meningkatkan reputasi fakultas di institusi masing-masing. Humas Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi bekerja untuk mempromosikan citra yang baik bagi jurusan

dengan membina jalur komunikasi yang terbuka antara ketua jurusan dan civitas akademika. Ini berarti bahwa humas bertindak sebagai penghubung antara organisasi dan publik. Tujuan tim Humas Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi adalah untuk menarik dan mempertahankan mahasiswa berbakat yang akan berkontribusi pada pertumbuhan jurusan dan kesuksesan almahmaternya. Media cetak dan *online* berbasis Padangsidempuan merupakan mitra integral dalam strategi kehumasan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi untuk membangun *brand*. Studi sebelumnya dan penulis sendiri memiliki landasan yang sama dalam meneliti peranan humas. Perbedaannya terletak pada teori yang digunakan serta subjek dan objek pada penelitian.

Pada penelitian terdahulu keempat yang dilaksanakan oleh Citra Angraini dan Yugih Setyanto pada tahun 2019 yang berjudul *Peranan Public Relations Dalam Mempertahankan Eksistensi Ramayana*. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan peranan *public relations* dalam mempertahankan eksistensi di tengah persaingan.

Mewawancarai orang, membuat catatan terperinci, memfilmkan interaksi, dan membaca literatur yang relevan adalah contoh metode pengumpulan data. Penelitian ini menemukan bahwa untuk menjaga *brand* Ramayana tetap hidup, tim Humas Ramayana telah menerapkan banyak inisiatif *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Memberi uang hanyalah salah satu cara perusahaan terlibat dalam upaya CSR, lainnya adalah melalui penjangkauan publik dan pendidikan. Tim di Humas Ramayana juga

memantau percakapan *online*. Studi sebelumnya dan penulis sendiri memiliki landasan yang sama dalam meneliti peranan humas. Perbedaannya terletak pada teori yang digunakan serta subjek dan objek pada penelitian.

Pada penelitian yang dilaksanakan oleh Elpa Hermawan pada tahun 2021 yang berjudul Peran Humas Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Dalam Mewujudkan Keterbukaan Informasi. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

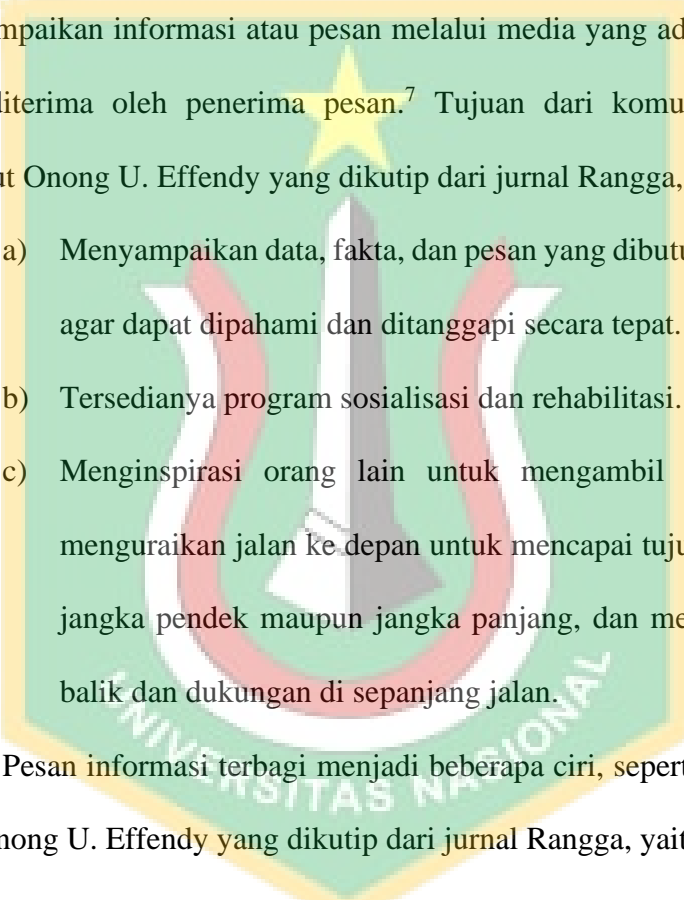
Wawancara, catatan lapangan, dan bentuk dokumentasi lainnya digunakan untuk mengumpulkan informasi. Penelitian ini mengungkapkan bahwa Petugas Pengelola Informasi dan Dokumentasi, Pusat Informasi, Pos Elektronik, Layanan Permintaan dan Pengaduan Informasi, dan media sosial memiliki andil dalam keberhasilan pelaksanaan keterbukaan informasi Kementerian Pariwisata. Studi sebelumnya dan penulis sendiri memiliki landasan yang sama dalam meneliti peranan humas. Perbedaannya terletak pada teori yang digunakan serta subjek dan objek pada penelitian.

Kebaharuan (*Novelty*) dalam penelitian penulis menjadi penemuan baru dan berguna untuk praktisi kehumasan untuk dapat menjalankan peranan humas dalam melakukan penyebaran informasi melalui media sosial Instagram. Dengan harapan humas dapat menjalankan peranan humas dalam penyebaran informasi melalui media sosial Instagram dengan maksimal.

2.2. Teori Komunikasi Informatif

Penulis menggunakan sebuah teori yang dinilai relevan dalam penelitian mengenai Peranan Humas Sekretariat Jenderal Kemenkumham RI

Dalam Penyebaran Informasi Melalui Media Sosial Instagram, yaitu dengan teori komunikasi informatif. Teori komunikasi informatif dikemukakan oleh Claude Shannon dan Warren Weaver dalam bukunya yang berjudul *The Mathematical Theory of Communication*. Teori komunikasi informatif adalah komunikasi yang disampaikan oleh sumber informasi yang bertujuan untuk menyampaikan informasi atau pesan melalui media yang ada yang kemudian akan diterima oleh penerima pesan.⁷ Tujuan dari komunikasi informatif menurut Onong U. Effendy yang dikutip dari jurnal Rangga, adalah⁸:

- 
- a) Menyampaikan data, fakta, dan pesan yang dibutuhkan masyarakat agar dapat dipahami dan ditanggapi secara tepat.
 - b) Tersedianya program sosialisasi dan rehabilitasi.
 - c) Menginspirasi orang lain untuk mengambil tindakan dengan menguraikan jalan ke depan untuk mencapai tujuan bersama, baik jangka pendek maupun jangka panjang, dan memberikan umpan balik dan dukungan di sepanjang jalan.

Pesan informasi terbagi menjadi beberapa ciri, seperti yang dijelaskan oleh Onong U. Effendy yang dikutip dari jurnal Rangga, yaitu⁹ :

- a) Berbasis fakta, artinya pesan telah diperiksa keakuratannya dan belum diubah atau dipertanyakan.

⁷ Claude Shannon and Warren Weaver, *The Mathematical Theory Of Communication*, (Urbana: University of Illinois: 1964). Hal 7.

⁸ Rangga K. Putra, Endang Erawan, Annisa Wahyuni Arsyad, *Studi Teknik Komunikasi Informatif Dalam Kegiatan Orientasi Penyuluh Agama Terhadap Calon Pengantin Oleh Badan DKP3A Di Samarinda*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 6 No. 3, 2018, Hal. 441.

⁹ *Ibid.*, Hal. 442.

- b) Lugas, ringkas, dan mudah dipahami; Artinya, pesan disampaikan secara jelas, singkat, dan langsung.
- c) Terperinci, artinya informasi yang diberikan memiliki komponen yang signifikan dan bermanfaat bagi pengetahuan komunikan.
- d) Tujuan pesan adalah untuk memperluas perspektif.
- e) Tujuan pesan yang dikomunikasikan adalah untuk menginformasikan, melibatkan, dan menginspirasi komunikan untuk mengambil tindakan sesuai dengan pesan komunikator.

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis memahami bahwa teori komunikasi informatif adalah komunikasi kepada publik yang dilakukan oleh sumber informasi yang bertujuan untuk memberikan pesan atau informasi yang berbasis kepada fakta, mudah dipahami, serta bertujuan untuk memberikan informasi dan pemahaman kepada publik melalui media yang ada.

2.3. Hubungan Masyarakat (Humas)

Hubungan Masyarakat atau dapat lebih dikenal sebagai humas adalah profesi yang sangat strategis. Berbicara mengenai humas berarti membahas terkait bagaimanakah suatu industri, ataupun institusi menjalin komunikasi bersama publik atau masyarakatnya. Pengertian hubungan masyarakat menurut Effendy yang dikutip dari jurnal Rizqy yaitu komunikasi yang dilakukan secara dua arah dengan publik untuk memberikan dukungan pada fungsi serta tujuan

manajemen dengan menaikan pembinaan kerja sama dan terpenuhi kepentingan bersama-sama.¹⁰

Bagi Cutlip, Center dan Broom yang dikutip dari jurnal Budiman Purba, humas ialah fungsi manajemen yang menciptakan dan menjaga relasi secara baik dan berguna diantara organisasi dengan masyarakatnya dapat berpengaruh pada keberhasilan atau kegagalan organisasinya itu.¹¹

Menurut *(British) Institute of Public Relations* dalam buku Edy Sahputra Sitepu, menganggap hubungan masyarakat sebagai upaya komprehensif yang dilakukan secara terencana dan jangka panjang untuk membangun dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara perusahaan dan audiensnya.¹² Humas, sebagaimana didefinisikan oleh Frank Jefkins dalam keterangannya dari jurnal Budiman, adalah segala bentuk komunikasi yang terorganisasi, baik secara internal maupun publik, antara suatu organisasi dengan khalayaknya dengan tujuan mencapai tujuan tertentu berdasarkan saling pengertian.¹³

Dalam buku Minan Jauhari, Robert T. Reilly menjelaskan humas sebagai kegiatan organisasi yang membina hubungan positif dengan masyarakat umum, mengacu pada *The American Heritage Dictionary*.¹⁴ Dan

¹⁰ Rizqy Alfiyaty, Ilyas Lampe, Fitri, *Penyebaran Informasi Kepada Stakeholders Melalui Pengelolaan Cyber PR TVRI Sulawesi Tengah (Sulteng)*, Jurnal Kinesik, Vol. 8 No. 1, 2021, Hal. 42.

¹¹ Budiman Purba, *Pengaruh Public Relations Terhadap Peningkatan Pengguna Jasa Di Bandara Internasional Kualanamu Kab. Deli Serdang*, Jurnal Network Media, Vol. 1 No. 1, 2018.

¹² Edy Sahputra Sitepu, *Professional Public Relations*, Terbitan Pertama (Medan: USU PRESS: 2011), Hal. 3.

¹³ Budiman Purba, *loc.cit.*

¹⁴ Minan Jauhari, *Cyber Public Relations Membangun Kepercayaan Publik Melalui Media Siber*, Cetakan I (Jogjakarta: LP3DI Press: 2021), Hal. 30.

Lattimore mendefinisikan humas sebagai fungsi kepemimpinan dan manajemen yang membantu pencapaian tujuan organisasi. Dalam hal ini, praktisi humas berinteraksi dengan semua pihak, baik internal maupun eksternal, untuk membina hubungan yang positif dan memastikan bahwa tujuan organisasi konsisten dengan harapan masyarakat.¹⁵

W. Emerson mengemukakan bahwa humas adalah kelanjutan dari proses penetapan kebijaksanaan, penentuan pelayanan-pelayanan dan sikap yang disesuaikan dengan kepentingan-kepentingan individu atau golongan untuk menghasilkan kepercayaan dan *good will*.¹⁶ Hubungan masyarakat, seperti yang dijelaskan oleh Mukarom dan Laksana dari jurnal Rakhmad, adalah praktik meningkatkan keakraban dan rasa hormat publik terhadap seseorang atau kelompok melalui penyebaran informasi yang akurat dan benar.¹⁷

Menurut definisi Rex Harlow dalam buku Prima Ayu Rizqi Mahanani, humas adalah fungsi manajemen yang memiliki kekhasan dan mendukung pembangunan; mempertahankan jalur bersama antara organisasi dan publiknya; berkaitan dengan kegiatan komunikasi, pemahaman, penerimaan, dan kerja sama; melibatkan manajemen dalam menangani masalah; membantu manajemen mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak

¹⁵ *Ibid.*, Hal. 31

¹⁶ *Ibid.*, Hal. 32

¹⁷ Rakhmad Handin Setya Purwo, Durinta Puspasari, *Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pada Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia (BPSDM) Provinsi Jawa Timur*, Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP), Vol. 8 No. 3, Hal. 460.

sebagai sistem peringatan dini untuk tren mendatang dalam penggunaan humas.¹⁸

Maria Assumpta Rumanti, mengutip karya M. Anang Firmansyah, mendefinisikan humas sebagai “suatu kegiatan atau proses kegiatan kegiatannya melalui empat tahapan”, antara lain “penelitian yang didahului dengan penemuan, analisis, pengolahan data, dan lain-lain”, “perencanaan”, “implementasi yang tepat”, dan “evaluasi”, yang menilai baik tahapan individual maupun keseluruhan.¹⁹

Definisi berikutnya berdasarkan Frazier dalam buku H. Zainal Mukarom dan Muhibudin Wijaya Laksana, humas terkadang dikenal sebagai PR, adalah sebuah pendekatan manajemen sosial dan organisasi yang bertujuan untuk menumbuhkan saling pengertian dan niat baik melalui interpretasi bernuansa peristiwa yang muncul melalui dialog terbuka dan jujur dengan publik.²⁰

Dalam penelitian ini, humas yang dimaksud adalah humas yang berada pada lembaga negara atau pemerintahan. Lembaga pada pemerintahan juga dilengkapi dengan bagian humas untuk melakukan pengelolaan informasi dan opini publik. Humas pada pemerintahan dapat dianggap penting karena humas pemerintahan memiliki kewajiban utama dalam melakukan pelayanan kepada masyarakat.

¹⁸ Prima Ayu Rizqi Mahanani, *Kuliah Public Relations: Pengantar & Praktik*, Cetakan Pertama (Kediri: Stain Kediri Press: 2015), Hal. 7.

¹⁹ M. Anang Firmansyah, *Komunikasi Pemasaran*, (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media: 2020), Hal. 192.

²⁰ H. Zainal Mukarom, Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Public Relation*, Cetakan I (Bandung: CV Pustaka Setia: 2015), Hal. 46.

Sehingga berdasarkan pemaparan di atas, penulis memahami bahwa hubungan masyarakat atau humas adalah suatu praktisi yang memiliki berbagai macam fungsi, seperti sebagai perantara antara suatu organisasi atau lembaga kepada publik sehingga dapat menciptakan hubungan yang positif satu sama lain, membangun hubungan serta komunikasi dua arah yang harmonis, menciptakan dan menjaga reputasi dari suatu organisasi atau lembaga.

2.3.1. Fungsi Humas

Humas dalam mencapai usaha dan tujuannya memiliki banyak sekali fungsi. Fungsi-fungsi yang dimiliki oleh humas adalah hal penting bagi sebuah organisasi atau lembaga yang diwakilinya. Fungsi humas menurut Cutlip, Center dan Canfield dikutip melalui jurnal Mareta adalah²¹:

- a) Membantu manajemen dengan tanggung jawab utama mereka sehingga setiap orang dapat mencapai tujuan bersama.
- b) Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan komunikasi antara masyarakat dengan pimpinan lembaga.
- c) Mencari setiap dan semua informasi tentang evaluasi, pendapat, dan reaksi masyarakat umum terhadap lembaga yang mereka perjuangkan.
- d) Menyediakan untuk kebaikan umum dan berkolaborasi dengan mereka yang berwenang untuk mencapai tujuan bersama.

²¹ Mareta Puri Rahastine, *Analisis Peranan dan Fungsi Public Relations Baitulmaal Munzalan Indonesia Dalam Publikasi Gerakan Infaq Beras Jakarta*, Jurnal Komunikasi, Vol. 12 No. 1, 2021, Hal. 86.

- e) Memfasilitasi interaksi antar kelompok melalui koordinasi penyebaran berita, laporan, dan materi lain yang dihasilkan oleh kelompok tersebut kepada publik.

Menurut Edward L. Bernay dalam jurnal *Service*, humas memiliki 3 fungsi, yaitu²²:

- a) Mempermudah penyebaran ilmu pengetahuan kepada masyarakat luas.
- b) Mengambil tindakan untuk mengubah pola pikir dan tindakan penduduk lokal.
- c) Sesuaikan pandangan lembaga atau institusi dengan pandangan masyarakat umum, atau sebaliknya.

Upaya untuk melayani kepentingan publik, menjaga komunikasi yang baik, dan fokus pada moralitas dan perilaku dalam permintaan adalah tiga fungsi humas, sebagaimana dikemukakan oleh Bertrand R. Canfield, sebagaimana dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam *Human Relations and Public Relations* di buku Minan Jauhari.²³

Fungsi humas menurut Ruslan dikutip dari jurnal Hasan Sazali dan Ainun Sukriah ialah²⁴:

- a) Sebagai penghubung diantara organisasi dengan publik.

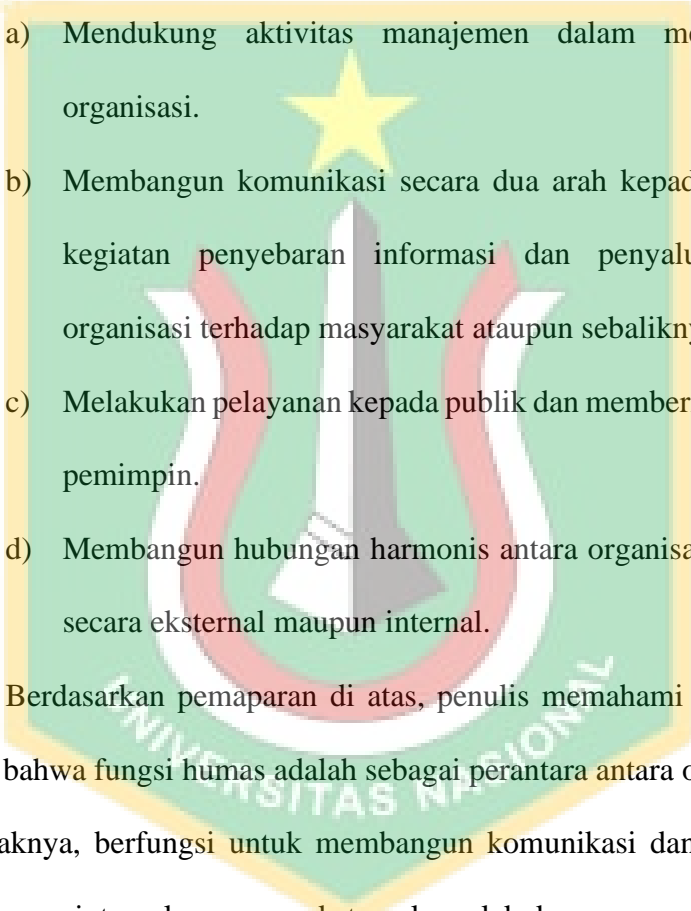
²² Service Imelda Nubatonis, *Peran Public Relations Dalam Program Larasita Badan Pertahanan Kabupaten Timor Tengah Utara Di Kelurahan Kefa Tengah*, Jurnal Interaksi, Vol. 4 No. 1, 2015, Hal. 64.

²³ Minan Jauharri, *op.cit.*, Hal. 43.

²⁴ Hasan Sazali, Ainun Sukriah, *Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Oleh Humas SMAU CT Foundation Sebagai Media Informasi Dan Publikasi Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 10 No. 2, 2021, Hal. 150.

- b) Membangun hubungan positif serta saling menguntungkan antara organisasi dengan publik.
- c) Sebagai *support* pada fungsi manajemen dalam organisasi.
- d) Membangun penilaian positif masyarakat terhadap lembaga.

Fungsi humas menurut Onong dikutip dari jurnal Mareta adalah²⁵:

- 
- a) Mendukung aktivitas manajemen dalam menggapai tujuan organisasi.
 - b) Membangun komunikasi secara dua arah kepada publik dengan kegiatan penyebaran informasi dan penyaluran opini dari organisasi terhadap masyarakat ataupun sebaliknya.
 - c) Melakukan pelayanan kepada publik dan memberi nasihat terhadap pemimpin.
 - d) Membangun hubungan harmonis antara organisasi dengan publik secara eksternal maupun internal.

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis memahami mengenai fungsi humas bahwa fungsi humas adalah sebagai perantara antara organisasi dengan khalayaknya, berfungsi untuk membangun komunikasi dan hubungan yang baik secara internal maupun eksternal, melakukan penyampaian informasi, memberikan pemahaman kepada khalayak.

2.3.2. Tujuan Humas

Tujuan utama humas adalah memenangkan hati publik dengan membuat organisasi atau lembaga yang didukungnya menjadi lebih terkenal

²⁵ Mareta Puri Rahastine, *loc.cit.*

dan dihormati. Kriyantono mengemukakan tujuan merupakan sesuatu yang bertujuan untuk memberikan arah sehingga kegiatan humas tidak salah sasaran. Tujuan humas menurut Rachmat Kriyantono dalam buku karangan Ainur Rochmaniah antara lain sebagai menciptakan pemahaman publik, membangun citra korporat, membangun opini publik serta membentuk *good will* dan kerja sama.²⁶

Membangun citra positif merupakan salah satu tahap penting untuk membentuk reputasi sebuah lembaga di mata publik. Dengan ini, humas memiliki tujuan untuk menciptakan citra positif lembaga yang diwakilinya. Humas juga memiliki tujuan untuk menciptakan opini publik. Humas diharuskan menjaga hubungan dan komunikasi dengan publik sehingga opini publik dapat bersifat mendukung lembaga. Dalam tujuan *good will* dan kerja sama, dapat tercapai karena humas melakukan tindakan yang bersifat dorongan sehingga tercipta saling pengertian dan kepercayaan publik dengan dukungan tindakan nyata yang bersifat mewujudkan kepentingan publik.²⁷

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis memahami mengenai tujuan humas bahwa tujuan dari humas adalah untuk membangun hubungan harmonis dengan publiknya, menciptakan pemahaman kepada publik sehingga opini positif akan tercipta dari publik terhadap suatu organisasi atau lembaga.

2.3.3. Peranan Humas

²⁶ Ainur Rochmaniah dkk, *Buku Ajar: Dasar-dasar Public Relations*, Cetakan Pertama (Sidoarjo: UMSIDA PRESS: 2021), Hal. 7.

²⁷ Hasan Sazali, Ainun Sukriah, *loc.cit.*

Peranan humas dapat dibagi menjadi dua kategori: eksternal dan internal. Peranan eksternal humas adalah menyebarkan informasi atau pesan kepada publik yang sejalan dengan maksud dan tujuan lembaga atau kelompok. Sedangkan peranan internal humas adalah menampung tanggapan, harapan, dan pandangan publik yang kemudian dikaitkan dengan tujuan organisasi atau lembaga.

Humas melayani terutama dalam dua kapasitas: teknis dan manajerial. Tanggung jawab teknis mencakup luasnya hubungan masyarakat, termasuk kemampuan untuk menulis, mengedit, memotret, mengelola komunikasi, dan berkreasi. Sebagai seorang manajer atau pemimpin, profesional humas bertugas untuk membantu lembaganya menemukan dan mengimplementasikan solusi atas isu-isu yang muncul.²⁸

Sehingga apabila dijelaskan secara lebih rinci, peranan dari humas berdasarkan Rosady Ruslan dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi* antara lain²⁹:

a) *Communicator*

Peranan humas sebagai komunikator atau perantara bagi suatu organisasi atau lembaga terhadap masyarakatnya, langsung maupun tidak.

b) *Relationship*

²⁸ Evawani Elysa Lubis, *Peran Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah*, Jurnal Ilmu Administrasi Negara, Vol. 12 No. 1, 2012, Hal. 52.

²⁹ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, Ed. Revisi 9 (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada: 2008), Hal. 26.

Peranan humas sebagai *relationship*, yaitu menciptakan relasi yang positif diantara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publik, baik publik internal dan juga eksternal dengan upaya membangun kepercayaan, saling pengertian, saling menghargai, dan *support*.

c) *Back up management*

Peranan humas selaku *back up management* yakni pihak yang mendukung pada fungsi manajemen atau menunjang kegiatan lain dari organisasi atau lembaga yang diwakilinya dalam rangka mencapai tujuan bersama.

d) *Good image maker*

Humas berperan membangun citra positif suatu organisasi atau lembaga yang diwakilinya.

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis memahami mengenai peranan humas bahwa peranan humas mencakup sebagai sumber informasi, berperan membangun hubungan dengan publiknya baik internal maupun eksternal, sebagai pendukung dalam kegiatan manajemen di organisasi atau lembaga dan menciptakan opini positif dari publik.

2.3.4. Ruang Lingkup Humas

Ruang lingkup kegiatan humas secara sederhana dapat diketahui sebagai *PENCILS*, yaitu³⁰:

³⁰ Kukuh Sinduwatmo, *Manajemen Public Relation*, Cetakan Pertama (Sidoarjo: UMSIDA PRESS: 2018), Hal. 9-11.

- a) *Publication and publicity*, yakni kegiatan memperkenalkan perusahaan kepada publik.
- b) *Events*, yaitu kegiatan yang bertujuan merupakan usaha membangun citra.
- c) *News*, yaitu humas menciptakan sebuah produk berupa tulisan yang bersifat menyebarkan informasi kepada publik.
- d) *Community involvement*, yaitu kegiatan yang dibuat dengan keterlibatan komunitas atau masyarakat.
- e) *Identity media*, yaitu humas membangun relasi bersama media atau pers sebagai bentuk memperoleh publisitas media dan bentuk dari penyebaran informasi dan opini publik.
- f) *Lobbying*, yaitu humas melaksanakan usaha persuasi dan negosiasi bersama beragam pihak.
- g) *Social investment*, yaitu humas menciptakan kegiatan atau program yang memiliki nilai kepentingan dan bermanfaat bagi kesejahteraan sosial.

Humas memiliki ruang lingkup kegiatan yang berhubungan dengan banyak khalayak, baik di dalam (*public intern*) maupun di luar (*public ekstern*).³¹ Menurut Ruslan dikutip dari jurnal Agnita, ruang lingkup humas pada suatu organisasi kelembagaan diantaranya³²:

³¹ Robby Adhitya, Muhammad Noor, Hairunnisa, *Analisis Tugas Pokok Dan Fungsi Hubungan Masyarakat Universitas Mulawarman*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 6 No. 1, 2018, Hal. 326.

³² Agnita Yolanda, Nurismilida, Lely Khairuna, *Peranan Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Perusahaan Pada PT Pegadaian (Persero) Kanwil 1 Medan*, Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen, Vol. 4 No.1, 2017, Hal. 16.

a) Membina hubungan ke dalam (publik internal)

Publik yang ada di dalam departemen, agensi, perusahaan, atau organisasi tertentu dikenal sebagai publik internal. Sebelum sebuah organisasi dapat mengadopsi sebuah kebijakan, humas harus dapat menunjukkan dengan tepat semua faktor yang berperan di dunia secara luas.

b) Membina hubungan keluar (publik eksternal)

Istilah "publik eksternal" mengacu pada populasi pada umumnya. Tujuan humas adalah untuk meningkatkan pandangan masyarakat umum terhadap suatu perusahaan atau organisasi.

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis memahami mengenai ruang lingkup kegiatan tugas dan fungsi humas bahwa ruang lingkup kegiatan tugas dan fungsi humas dalam menjalankan aktivitas kehumasannya selalu berkaitan dengan publiknya, baik publik internal maupun eksternal.

2.4. Informasi

Informasi, sebagaimana dikemukakan oleh Gordon B. Davis dan dikutip dalam jurnal Nober, didefinisikan sebagai data yang telah diubah menjadi bentuk yang memiliki arti bagi penerima dan nilai aktual yang diperlukan sebagai bagian dari proses pengambilan keputusan untuk saat ini dan masa depan.³³

Seperti dikutip Budi Sutedjo dalam jurnal Nober, pengetahuan yang berguna dan dibutuhkan dalam memahami fakta-fakta terkini adalah informasi

³³ Nober Luther, Badruddin Natsir, Fareis Althalets, *op. cit.*, Hal. 263.

yang telah diinterpretasikan sebagai hasil pengolahan data yang diperoleh dari seluruh aspek sistem menjadi bentuk yang mudah dipahami.³⁴ Samuel Elison menyatakan bahwa informasi adalah pernyataan yang mencirikan suatu kejadian agar orang dapat membedakan satu hal dari yang lain.³⁵

Sehingga berdasarkan pemaparan di atas, penulis memahami mengenai informasi bahwa informasi dapat diartikan sebagai suatu pesan yang sudah terhimpun oleh pihak yang menyediakan informasi dan diolah dengan baik, dan diberikan kepada individu, kelompok, ruang dan durasi serta bentuk yang sesuai. Informasi harus bersifat jelas untuk disampaikan kepada penerima informasi.

2.4.1. Penyebaran Informasi

Penyebaran informasi merupakan bagian dari sebuah interaksi sosial. Dikutip dari jurnal Vience dalam studi manajemen *Human Information Intercation*, penyebaran informasi adalah fokus untuk mempelajari jalannya informasi antar manusia, maupun manusia dengan mesin.³⁶ Penyebaran informasi didefinisikan sebagai “kegiatan untuk mengkomunikasikan pesan dengan tujuan membantu orang lain,” menurut LIS.³⁷

Penyebaran (atau berbagi) informasi dianggap sebagai bagian dari interaksi simbolik (atau Teori Interaksi Simbolik) dalam bidang studi

³⁴ *Ibid.*,

³⁵ *Ibid.*,

³⁶ Vience Mutiara Rumata, *Perilaku Pemenuhan dan Penyebaran Informasi Publik Bagi Masyarakat Kota dan Desa*, Jurnal Penelitian Komunikasi, Vol. 20 No. 1, 2017, Hal. 96.

³⁷ *Ibid.*,

komunikasi karena diyakini bahwa setiap orang akan membangun maknanya sendiri melalui proses komunikasi (makna bersama).³⁸

Keberhasilan dari penyebaran informasi yang dilakukan juga ditentukan oleh media yang digunakan sebagai saluran, baik media yang bersifat secara langsung atau tatap muka, atau media yang digunakan berbasis mesin atau termediasi oleh sebuah teknologi.³⁹

Sehingga berdasarkan pemaparan di atas, penulis memahami mengenai definisi penyebaran informasi bahwa penyebaran informasi adalah tahapan yang penting guna menyebarkan atau menyampaikan sebuah pesan terhadap individu maupun kelompok melalui media, baik media langsung atau media tidak langsung.

2.5. Media Sosial

Perkembangan media sosial semakin beragam, unik dan memiliki karakteristik. Perkembangan secara pesat oleh media sosial berdampingan dengan perkembangan teknologi internet dan *smartphone* yang semakin maju.⁴⁰ Menurut definisi media sosial Van Dijk dalam jurnal Imas Permasi, media sosial adalah setiap *platform* media yang memprioritaskan kebutuhan penggunaanya dengan menyediakan sumber dayanya untuk proyek kelompok. Salah satu cara untuk melihat media sosial adalah sebagai alat *online* dengan

³⁸ *Ibid.*,

³⁹ *Ibid.*,

⁴⁰ Intan Yanuarita dan Wiranto, *Mengenal Media Sosial Agar Tak Menyesal*, (Rawamangun: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2018), Hal. 11.

potensi untuk membina hubungan yang lebih erat di antara para penggunanya.⁴¹

Menurut definisi yang ditawarkan oleh Kaplan dan Haelin dalam jurnal Imas Permasi, media sosial adalah kumpulan aplikasi berbasis internet yang memberikan kemudahan pertukaran informasi antar pengguna atas dasar kesamaan ideologi dan teknologi.⁴² Sederhananya, media sosial mengacu pada sekelompok aplikasi berbasis internet yang memfasilitasi komunikasi dan berbagi di antara pengguna. Maraknya media sosial telah mengubah percakapan satu arah menjadi percakapan dua arah.⁴³

Chris Brogan, mengutip publikasi Tongkotow Liedfray, menjelaskan bahwa kemunculan media sosial merupakan seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi baru yang memungkinkan bentuk-bentuk koneksi yang sebelumnya tidak dapat dijangkau oleh kebanyakan orang.⁴⁴ Boyd mengusulkan ide media sosial sebagai kumpulan "komponen lunak" yang memungkinkan orang berkumpul, bertukar informasi, terhubung satu sama lain, bekerja sama, dan bersenang-senang.⁴⁵

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis memahami terkait media sosial bahwasanya media sosial ialah instrumen ataupun media yang digunakan oleh

⁴¹ Imas Permasih, Yusuf Zaenal Abidin, Abdul Aziz Ma'arif, *Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat*, Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat, Vol. 3 No. 1, 2018, Hal. 31.

⁴² *Ibid.*,

⁴³ Catur Suratnoaji dkk, *Buku Metode Analisis Media Sosial Berbasis Big Data*, Cetakan Pertama (Purwokerto: Sasanti Institute: 2019), Hal. 10.

⁴⁴ Tongkotow Liedfray, Fonny J. Waani, Jouke J Lasut, *Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara*, Jurnal Ilmiah Society, Vol. 2 No. 1, 2022, Hal. 2.

⁴⁵ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*, Cetakan Enam (Bandung: Simbiosis Rekatama Media: 2020), Hal. 8.

individu maupun kelompok dalam melakukan interaksi, *sharing*, maupun kerja sama dengan pengguna lainnya sebagai bentuk membangun ikatan sosial secara tidak langsung atau *online*. Sehingga dengan media sosial, dapat memudahkan masyarakat dalam membangun relasi sosial.

2.5.1. Jenis-jenis Media Sosial

Ada enam kategori saat membagikan beragam jenis media sosial melalui buku karangan Rulli Nasrullah, yakni⁴⁶:

1. *Social networking*

Social networking atau jejaring sosial digunakan para penggunanya untuk melakukan penyebaran konten, seperti aktivitas, dan juga sebagai media komunikasi dan interaksi.

2. *Blog*

Blog diartikan sebagai media sosial yang dipergunakan dalam menerbitkan kegiatan, berbagi komentar, atau informasi lain. Istilah *blog* diperkenalkan pertama kali oleh Jorn Berger yang memiliki arti jurnal pribadi *online*. Pada mulanya, *blog* dikelola oleh individu, tetapi sesuai dengan perkembangan serta kebutuhan khalayak, maka perusahaan atau insititusi ikut mengelola *blog*. *Blog* terbagi menjadi dua yaitu *personal homepages*, yaitu pemilik menggunakan nama sendiri seperti .net, .com. Kedua dengan fasilitas halaman *weblog* secara gratis, seperti *Blogspot* atau *Wordpress*.

3. *Microblogging*

⁴⁶ *Ibid.*, Hal. 39.

Microblogging adalah jenis dari media sosial yang mempunyai fasilitas untuk para penggunanya melalui kegiatan menulis, menyebarkan aktivitas atau pendapatnya. Contoh dari *microblogging* adalah Twitter.

4. *Media sharing*

Istilah "berbagi media" mengacu pada subset dari media sosial yang memungkinkan anggotanya untuk dengan mudah mendistribusikan dan mendiskusikan karya seni seperti teks, suara, dan gambar bergerak. Situs berbagi video Youtube adalah ilustrasi yang bagus tentang fenomena ini.

5. *Social bookmarking*

Tujuan dari *bookmark* sosial, semacam media sosial, adalah untuk memfasilitasi penemuan konten yang sebelumnya belum ditemukan serta penyimpanan, pengelolaan, dan pengambilannya.

6. Wiki

Wiki dapat diartikan sebagai jenis media sosial bersama, karena Wiki adalah situs media sosial dengan hasil konten dari kerja sama para penggunanya. Wiki menunjuk pada Wikipedia yang sangat populer sebagai situs media sosial bersama. Dalam Wiki, para pengguna dapat mengetahui data terbaru atau terakhir yang telah dimasukkan oleh para penggunanya.

2.5.2. Instagram

Media sosial saat ini sudah berkembang dengan sangat pesat. Diantaranya yang memiliki banyak pengguna adalah Instagram, Facebook, Twitter, Tik Tok dan Youtube. Adapun fokus penelitian pada penelitian penulis adalah mengenai media sosial Instagram.

Instagram adalah aplikasi *mobile* untuk pengguna dapat mengunggah foto dan video dengan lampiran teks. Pengguna lain dapat menyukai, berkomentar, dan terlibat antara satu sama lain pada sebuah unggahan. Instagram berfokus pada sentralitas gambar. Menurut Johnson dan Knobloch-Westerwick dalam jurnal Nur Anisah dkk, unggahan pada media sosial yang berbasis gambar dapat menghasilkan dampak yang berbeda pada suasana hati pengguna daripada unggahan berupa teks.⁴⁷

Pengguna dari media sosial Instagram terus terlibat dalam berbagi informasi, berinteraksi dan berkomunikasi dengan pengguna lain, serta berkolaborasi dan berbagi ide dan pendapat melalui unggahan yang ada. Karena itu, media sosial Instagram memiliki potensi besar sebagai alat edukasi karena berbagai fitur yang tersedia.⁴⁸ Dengan media sosial Instagram, dapat mengunggah foto dengan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat.

⁴⁷ Nur Anisah, Maini Sartika, Hendra Kurniawan, *Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan Pada Mahasiswa*, Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam, Vol. 4 No. 2, 2021, Hal. 97.

⁴⁸ *Ibid.*, Hal. 98.

Adapun fitur-fitur yang terdapat di media sosial Instagram dan dapat dimanfaatkan penggunanya⁴⁹:

1. Profil dan Bio

Pada fitur profil dan bio, pengguna dapat melihat *followers* dan *following* serta biodata singkat dari penggunanya.

2. Unggah foto dan video

Fitur unggah foto dan video memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan video yang kemudian akan muncul pada halaman utama *followers*. Pada fitur unggah foto dan video, pengguna dapat memilih foto dan video melalui galeri pada *smartphone*, atau dengan menggunakan *camera* dan menambahkan *filter* untuk memperindah foto dan video serta dapat mengunggah dalam jumlah banyak.

3. Instagram Stories

Dengan *Instagram stories*, pengguna dapat membuat konten *stories* semenarik mungkin dan dapat memanfaatkan fitur interaktif seperti *Poll Sticker*, *Ask Me Questions*, *Gift*, *Votes*, hingga *Hastag*. Dan dapat mengunggah memori *stories* pada tanggal tertentu beberapa tahun lalu melalui fitur *On This Day*. Serta fitur *Story Archieve* untuk menyimpan konten *stories* dari pengguna.

⁴⁹ Citra Antasari dan Renystiyah Dwi Pratiwi, *Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu*, Jurnal Kinesik, Vol. 9 No. 2, 2022, Hal. 178-179.

4. *Caption*

Caption adalah fitur untuk membuat tulisan atau keterangan pada unggahan foto dan video.

5. *Comment*

Fitur komentar berada di bawah unggahan foto dan video. Fungsi

pada fitur komentar adalah untuk mengomentari suatu unggahan foto atau video. Pengguna juga dapat menggunakan fitur *aerobba* atau tanda @ untuk memasukkan nama dan melakukan *mention* kepada pengguna lain.

6. *Hashtag*

Hashtag adalah tanda pagar untuk memudahkan pengguna dalam mengelompokkan foto atau video agar pengguna lain dapat dengan mudah menemukan foto atau video sesuai yang diinginkan.

7. *Like*

Like adalah fitur untuk memberikan tanda suka apabila pengguna tertarik dengan suatu unggahan foto atau video.

8. *Activity*

Fitur ini adalah fitur berisi informasi durasi penggunaan ketika menggunakan media sosial Instagram.

9. *Direct Message*

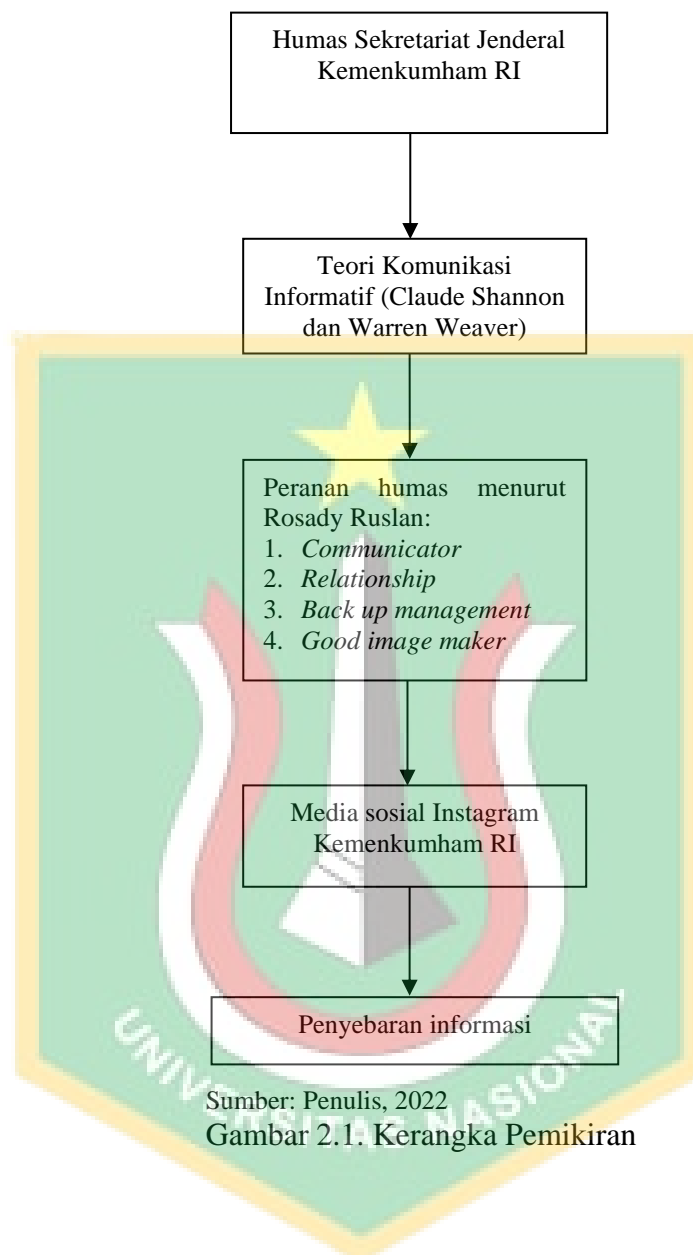
Fitur *direct message* adalah fitur untuk pengguna mengirimkan pesan, foto atau video kepada pengguna lain.

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis memahami mengenai beragam macam dari media sosial bahwa membagi jenis media sosial tersebut sebagai bentuk guna mengamati bagaimanakah jenis dari media sosial yang ada yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai media untuk berinteraksi.

2.6. Kerangka Pemikiran

Humas selaku penghubung diantara organisasi ataupun lembaga yang diwakilinya terhadap publik baik internal maupun eksternal menjalankan berbagai peranan demi keberlangsungan tujuan yang ingin dicapai. Dengan adanya berbagai kemajuan teknologi komunikasi dan informasi dalam kehidupan masyarakat, menjadikan masyarakat semakin membutuhkan komunikasi dan informasi. Kemajuan tersebut dapat terlihat dari media yang digunakan masyarakat untuk melakukan komunikasi serta pertukaran dan penyebaran informasi, salah satunya yaitu media sosial.

Hal tersebut mendorong humas untuk dapat melaksanakan peranannya dalam penyebaran informasi melalui media sosial. Melalui media sosial, humas dapat menyebarkan informasi yang akurat serta bermanfaat bagi para publiknya. Dalam kerangka pemikiran ini, penulis akan membahas mengenai masalah dalam penelitian yang berlangsung dengan kata kunci yang menjadi inti permasalahan dalam penelitian. Pada kerangka pemikiran ini, memiliki hubungan antara peranan humas, penyebaran informasi dan media sosial dalam Humas Sekretariat Jenderal Kemenkumham RI. Peranan humas menjadi hal utama dalam penyebaran informasi melalui media sosial Instagram.



Sumber: Penulis, 2022

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran