

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini tidak dapat dipisahkan dari penelitian sebelumnya yang telah dibuat oleh penelitian lain, sehingga penelitian yang sedang dilakukan sesuai dengan kesamaan dan perbedaan antara subjek penelitian. Terdapat sejumlah penelitian terdahulu yang relevan dan dapat digunakan sebagai referensi serta perbandingan dalam penelitian ini, di antaranya:

Tabel 2.1. 1 Penelitian Terdahulu

| No. | Nama | Judul | Metode Penelitian | Hasil |
|-----|--|--|-----------------------|---|
| 1 | Mitha Kencana, Fitria Ayuningtyas, (2018) Jurnal Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Politik dan Ilmu Sosial, Universitas Lambung Mangkurat | Strategi Humas Pemerintahan Kota Depok Dalam Mensosialisasikan Program Kota Layak Anak (Studi pada RW 06 Kelurahan Tanah Bara, Kecamatan Beji, Kota Depok) | Deskriptif Kualitatif | Menurut hasil penelitian ini, strategi komunikasi masyarakat depok sebagai bagian dari program sosialisasi kota layak anak layak anak berjalan sangat baik dan lancar. |
| 2 | Rima Rachamaningsih, Halomoan Harahap, (2022) Jurnal Syntax Transformation, Universitas Esa Unggul. | Strategi Komunikasi Amphuri Dalam Membangun Citra Perusahaan Pada Anggota | Deskriptif Kualitatif | Program kerja AMPHURI merupakan strategi kounikasi organisasi asosiasi AMPHURI yang mendukung acara kegiatan oprasional perusahaan anggota dengan tujuan untuk menciptakan citra bagi perusahaan anggotanya. Program kerja AMPHURI telah diterima dan dilaksanakan lebih baik |

| No. | Nama | Judul | Metode Penelitian | Hasil |
|-----|--|--|-----------------------|---|
| | | | | oleh anggota memulai partisipasi dalam program kerja dan program pelatihan anggotanya. |
| 3 | Renny Permata Saputri, Desi Andriani, Monica Fransiska (2022), Jurnal Pengabdian Masyarakat, Universitas Putra Indonesia YPTK Indonesia. | Edukasi Penggunaan Internet Sehat Bagi Siswa Sekolah Dasar di SD Negeri 11 Kampung Jua | Deskriptif Kualitatif | Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa ide sosialisasi dan penggunaan internet yang sehat bagi siswa sekolah dasar dapat mensosialisasikan informasi tentang pengguna internet yang sehat dan pelatihan bagi Pendidikan dan siswa. |
| 4 | Eko Septian Saputra, Nurdin (2019), Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau | Strategi Humas Dalam Meningkatkan Pemahaman Masyarakat Terhadap Asuransi Kecelakaan Lalu-Lintas Jalan dan Penumpang Umum Pada PT. Jasa Raharja Cabang Riau | Deskriptif Kualitatif | Dari hasil penelitian, PT. Jasa Raharja menerapkan beberapa strategi dalam bentuk program pencairan dan kemitraan, media massa, pemantauan informasi lalu lintas di jalur dan perawatan korban kecelakaan dirumah sakit. Strategi ini dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang kecelakaan lalu lintas dan asuransi penumpang umum. |
| 5 | Fatimah, Ayu Erni Jurnita (2022), Journal Communication Specialist, Universitas Dr. Soetomo Surabaya. | Strategi <i>Public relations</i> Dalam Menjalinkan Hubungan Baik dengan Media Pelabuhan Indonesia Regional III | Deskriptif Kualitatif | Dari hasil penelitian ini menemukan strategi humas PT Pelabuhan Indonesia Regional III, dalam menjalin hubungan media. Melaksanakan pekerjaan humas PT Pelabuhan Indonesia Regional III. |

Jika dibandingkan penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan penulis, maka terdapat beberapa kesamaan dan perbedaan

Judul peneliti dari Mitha Kencana, Fitria Ayuningtyas adalah Strategi Humas Pemerintahan Kota Depok Dalam Mensosialisasikan Program Kota Layak Anak (Studi pada RW 06 Kelurahan Tanah Baru Kecamatan Beji, Kota Depok). Kesamaan objek Strategi Humas penelitian, metode penelitian deskriptif kualitatif dan lokasi tempat penelitian. Perbedaan subjek penelitian, waktu penelitian dan teori yang digunakan, menggunakan teori *public relations*.

Judul peneliti dari Rima Rachamaningsih, Halomoan Harahap adalah Strategi Komunikasi Ampuhuri Dalam Membangun Citra Perusahaan Pada Anggota, kesamaan sama-sama menggunakan Strategi, metode penelitian deskriptif kualitatif dan teori *Relationship management theory* perbedaan lokasi tempat penelitian, subjek penelitian dan waktu penelitian.

Judul peneliti dari Renny Permata Saputri, Desi Andriani dan Monica Fransiska Edukasi Penggunaan Internet Sehat bagi Siswa Sekolah Dasar di SD Negeri 11 Kampung Jua, kesamaan objek penggunaan internet sehat dan metode penelitian deskriptif kualitatif, perbedaan lokasi tempat penelitian, subjek penelitian dan waktu penelitian.

Judul peneliti dari Eko septian Saputra dan Nurdin Strategi Humas Dalam Meningkatkan Pemahaman Masyarakat Terhadap Asuransi Kecelakaan Lalu-lintas Jalan dan Penumpang Umum pada PT. Jasa Raharja Cabang Riau, kesamaan objek strategi humas penelitian, dan metode Penelitian deskriptif kualitatif. Perbedaan subjek penelitian, waktu penelitian, lokasi tempat penelitian. dan teori yang

digunakan. Menerapkan pendekatan teori konsekuensi perspektif dan teori *Corporate Social Responsibility*.

Judul peneliti dari Fatimah dan Ayu Erni Jurnita Strategi *Public Relations* Dalam Menjalinkan Hubungan Baik dengan Media Pelabuhan Indonesia Regional III, kesamaan objek strategi humas penelitian, metode Penelitian deskriptif kualitatif. Perbedaan subjek penelitian, waktu penelitian, lokasi dan teori yang digunakan, menggunakan teori model two way symmetrical.

2.2 Pengertian dari Kajian Pustaka

2.2.1 Strategi

Pada intinya, strategi adalah proses perencanaan dan pengelolaan yang bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut beberapa ahli strategi, strategi adalah seni menggunakan kemampuan dan sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan melalui interaksi yang efektif dengan lingkungan dalam situasi yang menguntungkan.⁶

Public Relations membutuhkan perencanaan yang matang dalam melakukan pekerjaannya. Ini dikarenakan sangat vital tugas seorang public relations dalam menerapkan strategi atau perencanaan yang diterapkan, dikarenakan sangat berdampak dalam menyangkut opini public pada keberhasilan maupun kegagalan sebuah Perusahaan.

⁶ Cangara, Hafied. 2022, *Perencanaan Strategi Komunikasi* Edisi Revisi-cet.3 – Jakarta: Rajawali Pers, hal 74-76

Hubungan Masyarakat dapat dikaitkan seperakad Teknik dan strategi yang berkaitan dengan pengolahan bagaimana informasi dari individua tau Perusahaan dapat disebarluaskan kepada publik. Tujuan utamanya adalah menerapkan strategi yang diterpakan supaya tercapai target yang diinginkan.

Untuk dapat melakukan strategi yang diinginkan dengan sempurna, maka diperlukan suatu proses mengingat kegiatan Humas tidak hanya mementikan hasil akhir, namun juga proses atau tahapan yang dijalankan untuk memperoleh hasil akhir tersebut.

1. Pengertian Strategi dalam humas

Strategi merupakan perencanaan yang digunakan setiap menghadapi permasalahan. Oleh karena itu, setiap instansi maupun perusahaan diperlukan strategi supaya setiap instansi maupun perusahaan dapat melewati setiap masalah yang ada. Maka dari itu seorang praktisi hubungan masyarakat harus bisa berperan dalam hal ini, sebagai pemecah masalah.

Pemilihan strategi langkah yang cukup baik dalam menghadapi setiap permasalahan. Oleh karena itu, hubungan masyarakat harus hati-hati dalam menentukan strategi karena jika salah dalam memilih strategi maka hasil yang didapat akan gagal atau sia-sia, karena apabila strategi yang

dijalankan akan gagal akan mengakibatkan kerugian dari segi waktu, materi, dan tenaga.⁷

Strategi disini memiliki tujuan perencanaan yaitu untuk mencapai suatu tujuan yang di inginkan agar bisa tercapai. Strategi hubungan masyarakat merupakan suatu perencanaan yang berhubungan dengan komunikasi yang dapat berpengaruh dan mengubah suatu tingkah laku agar mencapai suatu tujuan komunikasi yang efektif. Selain itu, hubungan masyarakat memiliki strategi penting yang berkaitan dengan kehidupan stakeholder yaaitu hubungan masyarakat harus menjalani strategi agar dapat menyampaikan pesan dengan baik, efektif dan jelas.

2. Tahapan-tahapan Perencanaan humas

terdapat beberapa tahapan yang diperlukan dalam perencanaan humas menurut Cutlip dan Center yang baik. Dalam buku effective public relations disebutkan bahwa tahapan-tahapan tersebut meliputi *Research, Planing, Action and Communication dan Evaluation*. Menurut Cutlip dan Center perencanaan Humas harus melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:⁸

a. Research

⁷ Ningrum, Fitriana Kusuma, dan Maya May Syarah. "Instgram dan Twiter sebagai Stategis HumasPt Jasa Marga (Persero) Tbk Dalam Meningkatkan Pelayanan". Komunika: Journal Of

⁸ Cutlip dan Center 2006, buku effective public relations hal 27

Dalam Proses kerja Hubungan Masyarakat yaitu melakukan riset terlebih dahulu peran riset dalam hubungan Masyarakat sangatlah penting, dikarenakan melalui riset seorang hubungan Masyarakat mengetahui kondisi serta peluang besar.

Menurut Gronstedt, riset Hubungan Masyarakat menyiapkan podasi bagi apapun yang ingin dilakukan seorang komunikator, termasuk di dalamnya mengidentifikasi dan memahami kelompok public yang dijadikan target utama, mengembangkan strategi organisasional dan Hubungan Masyarakat dalam mengukur hasilnya.

b. Planning

Data dan informasi yang didapatkan dari hasil riset, selanjutnya dianalisis dan diolah oleh Humas sebagai bahan acuan dalam melakukan proses kerja Humas kemudian tahap perencanaan (planning) program. selain itu, temuan pada hasil riset juga dapat digunakan untuk mengambil keputusan mengenai program apa yang akan diberikan pada public, tujuan, serta strategi yang digunakan. Dalam tahap ini, Humas harus menentukan strategi apa yang sekiranya akan winning dan seberapa besar potensi program yang dijalankan jika diperkenalkan pada publik. Strategi yang diusung harus mencakup permasalahan yang dialami oleh Masyarakat. Adapun strategi yang biasanya dilakukan Humas dapat berupa edukasi.

c. Action and Communication

Langkah selanjutnya yang harus dilakukan oleh Humas adalah melakukan aksi dan mengkomunikaskannya. Dalam tahapan ini, mencakup bagaimana Humas melaksanakan program yang telah dirancang untuk mencapai tujuan program pada publik. Pada pelaksanaannya Humas harus melakukan tindakan berdasarkan rencana matang yang telah dibuat sebelumnya, misalnya menentukan siapa yang akan mengkomunikasikan programnya, dimana dan kapan tempat program dilakukan, serta bagaimana program tersebut dilakukan hingga mencapai tujuan.

d. Evaluation

Proses kerja Humas yang terakhir adalah mengevaluasi (Program) tahapan evaluasi mencakup penilaian persiapan, pelaksanaan dan mengukur program Humas yang telah dilakukan dimasyarakat. Evaluasi program merupakan suatu penilaian yang dapat diukur dari tingkat keberhasilan atau tidaknya, yang didapatkan dalam kegiatan komunikasi berdasarkan target dan sasaran yang dituju. Manfaat evaluasi yaitu, agar dapat mengetahui kegiatan program komunikasi yang sedang dijalankan mempunyai dampak yang diinginkan atau justru menimbulkan efek-efek negatif yang tidak diharapkan.

Strategi merupakan suatu proses untuk menentukan arah perjalanan dan mengidentifikasi hal-hal yang perlu dipenuhi guna mencapai rencana yang telah ditetapkan. Tujuan dari strategi adalah menetapkan spesifikasi tujuan yang ingin dicapai, termasuk metode yang paling efisien dan efektif untuk mencapainya. Dengan kata lain, strategi melibatkan penentuan tujuan dan penentuan cara yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut.

2.2.2 *Relationship management theory*

Teori *Relationship management theory* memiliki fokus pada pengelolaan hubungan antara organisasi dan publiknya, baik itu dalam internal maupun eksternal, sehingga teori ini dianggap sebagai pusat atau inti dari hubungan masyarakat (*public relations*). Teori *Relationship management theory* memiliki signifikansi yang tinggi dalam praktek *public relations* karena berkaitan dengan fungsi dasarnya yaitu komunikasi yang menghubungkan organisasi dengan publik.

Teori *Relationship management theory* juga dikenal sebagai *Organization-Public relationship* (OPR) menurut Kriyantono. OPR didefinisikan sebagai situasi yang terjadi antara organisasi dan publiknya, di mana tindakan dari kedua belah pihak dapat berdampak pada kesejahteraan ekonomi, sosial, budaya, atau politik tiap masing-masing pihak. Selain itu, OPR merupakan hubungan yang ditunjukkan oleh

pola interaksi seperti transaksi, pertukaran, dan keterhubungan antara organisasi dan publiknya.⁹

Menurut Ledingham dalam paradigma fungsional, komunikasi dianggap sebagai fungsi utama dalam hubungan masyarakat (PR). Artinya, produksi dan penyebaran pesan didominasi oleh aktivitas *public relations*. Menurut Kriyantono, dengan kata lain, teori *relationship management* menggeser fokus PR dari komunikasi relasional menjadi komunikasi yang berperan sebagai inisiasi, pengembangan, dan pemeliharaan *Organization-Public relationship* (OPR).¹⁰ Dalam proses hubungan, terjadi pertukaran persepsi, atribut, dan identitas yang berbeda antara organisasi dan publik, yang memungkinkan adanya pengaruh saling-menyalang. Namun, pertukaran ini tetap diimbangi oleh semangat empati, pemahaman, dan usaha saling menguntungkan.

Relationship management Theory memiliki 10 prinsip dasar dalam membangun relasi, antara lain sebagai berikut:

1. Fokus utama dalam *Public relations* adalah membangun hubungan.
2. Hubungan dianggap berhasil jika memberikan manfaat bagi kedua belah pihak, baik organisasi maupun publik.

⁹ Rachmat, Kriyantono, 2014. *Teori-Teori Public relations Prespektif Barat & Lokal Edisi Pertama*. Cetak Kedua, Jakarta:Kecana. Hal 278

¹⁰ *Ibid*, 279

3. Hubungan antara organisasi dan publik bersifat dinamis dan selalu berubah seiring waktu.
4. Hubungan dipengaruhi oleh kebutuhan dan keinginan dari organisasi dan publik.
5. Manajemen hubungan yang efektif dapat meningkatkan pemahaman dan manfaat bagi organisasi dan publik.
6. Keberhasilan hubungan diukur berdasarkan kualitasnya.
7. Komunikasi adalah alat strategis dalam mengelola hubungan, namun komunikasi saja tidak dapat menjaga hubungan jangka panjang tanpa diiringi oleh perilaku organisasi.
8. Hubungan antara organisasi dan publik dipengaruhi oleh sejarah hubungan, sifat interaksi, frekuensi pertukaran, dan saling menguntungkan.
9. Hubungan antara organisasi dan publik dapat dikategorikan menjadi beberapa jenis, seperti hubungan personal, hubungan profesional, dan hubungan komunitas, baik dalam bentuk simbolik maupun perilaku.
10. Pembentukan hubungan terjadi dalam berbagai aspek penelitian dan praktik Hubungan Masyarakat (*Public relations*).¹¹

¹¹ Ibid, hal 280

Kualitas manajemen hubungan yang dilakukan oleh organisasi dapat dinilai menggunakan metode pengukuran Hon & Grunig yang terdiri dari empat dimensi, yaitu:

1. Kepercayaan

Kepercayaan mengacu pada sejauh mana individu dapat bersikap terbuka dan jujur terhadap individu lain. Dimensi kepercayaan memiliki tiga aspek, yaitu:

a. Integritas, yang mencerminkan keadilan dan kesatuan yang utuh dari kedua belah pihak dalam hubungan.

b. Keandalan, yang menunjukkan kesesuaian antara perkataan dan tindakan kedua belah pihak. Dalam kata lain, dimensi ini mengandalkan kepercayaan dan dapat dipercaya.

c. Kompetensi, yang mencerminkan kemampuan kedua belah pihak untuk melakukan apa yang mereka katakan.

2. Komitmen

Mengacu tiap tahap dedikasi terhadap organisasi sebagai faktor penting dalam *Organization-Public relationship*, karena merupakan hal mendasar bagi sikap organisasi terhadap publik.

3. Kepuasan

Dimensi kepuasan mencakup pengukuran apakah kedua belah pihak dalam hubungan merasakan hal yang positif terhadap pihak lainnya.

4. Kontrol Bersama

Dimensi ini mencakup seimbangannya kekuatan dalam hubungan, yang mengukur pengaruh atau kekuatan yang dimiliki oleh masing-masing pihak terhadap yang lainnya. Kekuatan atau pengaruh itu ada dalam setiap hubungan. Kekuatan yang dimiliki biasanya digunakan untuk mengontrol hubungan, dan kekuatan ini dapat mempengaruhi sikap dan perilaku.¹²

2.2.3 Hubungan Masyarakat

1. Pengertian Humas

Dalam Bahasa Indonesia, *Public relations* dikenal sebagai Hubungan Masyarakat atau humas. Istilah humas biasanya digunakan dalam konteks instansi pemerintahan. Secara keseluruhan, tidak ada perbedaan antara humas dan *public relations* dalam hal pengertian, proses, tujuan, fungsi, dan kegiatan. Baik humas maupun *public relations* bertujuan untuk memudahkan pencapaian berbagai tujuan organisasi dan mencegah atau mengatasi masalah yang dihadapi oleh organisasi melalui penerapan kegiatan humas yang tepat. Dengan

¹² Ibid, hal 281

demikian, organisasi dapat mencapai solusi yang memuaskan dan menghindari berbagai masalah yang mungkin timbul.¹³

Menurut Frank Jefkins, *Public relations* atau humas dapat diartikan sebagai suatu bentuk komunikasi yang terencana, baik dalam lingkup internal maupun eksternal, antara sebuah organisasi dengan berbagai khalayaknya. Tujuannya adalah untuk mencapai tujuan-tujuan spesifik dengan saling memperlihatkan dan membangun hubungan yang positif. *Public relations* melibatkan seni dan disiplin ilmu dari bidang manajemen, komunikasi, psikologi, sosial, dan pemasaran untuk membentuk citra positif dan membangun kepercayaan publik terhadap suatu lembaga atau perusahaan.¹⁴

Humas adalah gambaran komunikasi terencana terhadap organisasi dan semua pihak terkait. Kegiatan humas melibatkan teknik komunikasi dua arah (*two ways communication*) kepada lembaga maupun organisasi terhadap publik. Setelah melakukan komunikasi, pihak humas melakukan analisis untuk mengevaluasi efek atau umpan balik yang diterima, apakah berdampak positif bagi lembaga atau organisasi tersebut, atau sebaliknya, apakah berpotensi berdampak negatif yang dapat merugikan lembaga atau organisasi di mata masyarakat.

¹³ Dayanti Liestiansih Dwi Dayanti, dkk. 2013. *Hubungan Masyarakat*. Edisi Kedua
tangerang:Universitas Terbuka, hal 1

¹⁴ Lestari, Sri, Usman Usman, and Syamsuar Syam. "Strategi Human Relations Lembaga Amil ZAKAT (LAZ) Al Azhar dalam Meningkatkan Citra Lembaga." *AL MUNIR: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* (2020): 18-30.

Humas sering kali diremehkan dan disalah pahami, baik secara internal maupun eksternal. Humas juga mencakup tugas-tugas komunikasi internal, humas harus dapat memberikan nasehat atau masukan dalam mengembangkan pedoman dan mempromosikan niat baik terhadap program yang sedang dijalankan untuk masyarakat sekitar.

Tugas internal humas yang wajib dilakukan dan diselesaikan atau disukseskan dalam membangun hubungan internal adalah seperti memberikan suatu informasi kepada lingkungan internal yaitu informasi yang diberikan seperti kebijakan suatu perusahaan, visi dan misi perusahaan.¹⁵ Sedangkan tugas eksternal humas yang bertugas membangun dan membina komunikasi yang harmonis, serta dapat menangani permasalahan komunikasi yang terjadi dengan public di luar perusahaan.

2. Fungsi dan Peran Humas

Fungsi Humas adalah mendukung kegiatan manajemen untuk mencapai tujuan organisasi, menjalin hubungan yang baik antara organisasi dengan publiknya, melakukan komunikasi dua arah dalam memberikan informasi dari organisasi kepada publik dan menghimpun pendapat publik untuk disampaikan kepada organisasi, bersama melayani publik dan memberikan saran kepada tiap organisasi untuk semua kepentingan umum. Dalam praktiknya, Humas berniat dapat menciptakan hubungan baik antara organisasi kepada publiknya, dengan

¹⁵ Ishaq Ropingi El. 2017, *Public relations Teori & Praktik*. Edisi Revisi, Malang : Intrans Publishing, hal 137

upaya memberikan hal yang positif agar dapat menciptakan opini publik yang menguntungkan bagi kelangsungan organisasi tersebut. Pelaksanaan kerja Humas berfokus kepada peran manajemen dalam mewujudkan terciptanya saling pemahaman terhadap organisasi dan publiknya berdasarkan definisi yang diajukan oleh para ahli.¹⁶

Menurut Rossady Ruslan fungsi humas dalam pemerintahan yaitu sebagai berikut:

- a. Mengamalkan ketentuan pemerintah.
- b. mendapatkan pelayanan dalam menginformasikan suatu rencana dan program kerja dari penerima terhadap publik.
- c. sebagai komunikator maupun moderator yang aktif dalam menjembatani instansi pemerintah dan menampung aspirasi, dan memperhatikan kemauan dari publik.
- d. bertindak untuk menciptakan situasi yang kondusif dan dinamis dalam mengamankan stabilitas serta keamanan.

Dalam manajemen suatu organisasi, peran humas dapat dilihat melalui beberapa kegiatan utama dalam bidang humas, antara lain:

- a. Menilai sikap dan pendapat public.

¹⁶ Effendy Onong Uchjana, 2002, *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, hal 94

- b. Mengidentifikasi kebijakan dan prosedur organisasi atau perusahaan yang memperhatikan kepentingan publik.
- c. Melaksanakan dan merencanakan berbagai kegiatan humas.

3. Tugas Humas

Sedangkan tugas humas adalah memberikan pelayanan informasi serta melakukan pendekatan kepada masyarakat. Selain itu, tugas humas juga mengumpulkan data dan mengelola data sebagai kepentingan informasi bagi masyarakat dan lembaga serta informasi timbal balik dari masyarakat. Humas juga melakukan kegiatan melalui pelayanan program kegiatan Lembaga¹⁷

4. Humas Pemerintahan

Dalam sistem pemerintahan yang melibatkan partisipasi rakyat, pengawasan terhadap tindakan pemerintah menjadi penting, dan jika tindakan tersebut tidak sesuai yang diharapkan dengan aspirasi rakyat, oleh karena itu rakyat akan mengkritiknya dengan cepat. Setiap unit humas dalam lembaga pemerintahan memiliki tanggung jawab fungsional untuk menyebarkan informasi tentang kegiatan lembaga tersebut, baik kepada anggota internal maupun kepada masyarakat umum.¹⁸ Karena itu, lembaga pemerintahan, yang ada di tingkat pusat maupun daerah, memiliki bagian humas yang bertanggung jawab dalam mengumpulkan informasi dan opini publik. Informasi tentang

¹⁷ Zamroni, Kholis, and Abdul Ghafur. "Strategi humas Polresta Malang dalam sosialisasi kewaspadaan masyarakat pada isu tindak kriminal begal." *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 5.3 (2017).

¹⁸ Widjaja, 2010, *Komunikasi & Hubungan Masyarakat*. Cetakan keenam, Jakarta: Bumi Askara, hal 63

pemerintah disebarkan secara luas, sementara opini publik dianalisis dan diteliti dengan sebaik-baiknya untuk membantu dalam pengambilan keputusan dan penetapan kebijakan yang akan datang.

a. Hubungan Masyarakat Pemerintah Pusat

Dalam konteks pusat pemerintahan, peran humas pada berbagai divisi dapat dijelaskan sebagai berikut. Pertama, humas bertugas menyebarkan informasi secara teratur mengenai kebijakan, perencanaan, dan pencapaian yang telah dicapai. Selain itu, humas pemerintahan juga bertanggung jawab dalam memberikan penjelasan dan edukasi kepada masyarakat tentang peraturan-peraturan, undang-undang, dan segala hal yang terkait dengan kehidupan sehari-hari masyarakat. Selain itu, humas juga memiliki peran penting dalam memberikan nasehat kepada pimpinan departemen terkait dengan tanggapan atau reaksi publik terhadap kebijakan yang diterapkan.

b. Hubungan Masyarakat Pemerintah Daerah

Hubungan masyarakat pemerintahan daerah pada dasarnya memiliki kesamaan dalam hal struktur organisasi dan mekanisme kerja dengan humas pemerintahan pusat, perbedaannya hanya terletak pada ruang lingkupnya. Menurut Sam Black dalam bukunya yang dikutip oleh Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, MA, terdapat empat tujuan utama yang diemban oleh humas pemerintah daerah, antara lain:

1. Menjaga agar penduduk memiliki pemahaman yang jelas tentang kebijakan dan kegiatan sehari-hari lembaga.
2. Memberikan kesempatan kepada mereka untuk menyampaikan pandangan mereka tentang proyek baru yang penting sebelum lembaga mengambil keputusan.
3. menginformasikan kepada penduduk mengenai pelaksanaan sistem pemerintahan daerah dan hak serta tanggung jawab mereka.
4. Membangun rasa kebanggaan sebagai warga negara.

c. Program pemerintah

Program merujuk pada rencana dan upaya yang dilakukan, sedangkan pemerintah mengacu pada institusi atau lembaga serta personel yang bertanggung jawab dan menjalankan keinginan rakyat. Dengan demikian, kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa program pemerintah ialah langkah atau tindakan yang diperoleh suatu lembaga pemerintah.

Untuk melaksanakan program pemerintah dengan sukses, perlu mendapatkan dukungan masyarakat yang terlibat sangat penting. Dalam konteks ini, peran hubungan masyarakat menjadi krusial. Humas dapat diibaratkan sebagai penghubung antara institusi pemerintah dan masyarakat, bertugas untuk menyampaikan

informasi mengenai program atau kebijakan pemerintah kepada masyarakat.¹⁹

Keberhasilan pemerintah dalam melaksanakan program layanan tergantung pada kondisi di dalam negeri terlebih dahulu. Dengan adanya situasi yang baik di dalam negeri dan dukungan manajemen hubungan masyarakat yang efektif, informasi akan diterima dengan baik oleh publik. Dengan adanya informasi yang memadai, publik di mana saja akan membentuk opini yang positif terhadap situasi tersebut. Namun, jika publik tidak memiliki cukup informasi, mereka cenderung membuat kesalahan penilaian dan bersikap emosional.

5. Strategi Humas

Implementasi strategi *public relations* memiliki peran penting dalam membentuk reputasi perusahaan dan mendukung pencapaian tujuan perusahaan. Strategi *public relations* yang efektif akan mampu mengkomunikasikan posisi dan tujuan yang diinginkan perusahaan kepada para publiknya. Penting untuk menyampaikan pesan yang tepat kepada kelompok masyarakat yang menjadi target (publik), dan dalam hal ini, pemilihan media dan timingnya menjadi faktor yang signifikan yang perlu dipertimbangkan.²⁰

¹⁹ Mustafa Delly, 2017, *Birokrasi Pemerintahan*, Bandung: Alfabeta, hal 76

²⁰ Ruslan Rosady, 2017, *Manajemen Public relations dan Media Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers, hal 25

Strategi merupakan bagaian terpadu dari suatu rencana (*planning*), produk dapat diartikan dari tahap perencanaan yang akhirnya perencanaan ialah sebagai manfaat pondasi sebuah manajemen. Yang dapat diartikan lebih dahulu, *public relations* berniat dalam memperluas bentuk citra yang menguntungkan (*favourable image*) kepada orgaisasi, instansi/lembaga atau produk dan jasa merupakan bagian yang berkepentingan (*stackholder*) menjadi sasaran yang termasuk suatu public internal dan eksternal.

dalam mendapatkan kepercayaan dan membangun pemahaman serta citra yang positif di mata masyarakat, *public relations* perlu mengimplementasikan strategi yang telah ditetapkan oleh manajemen. Prinsip ini didasarkan pada teori yang diungkapkan oleh Kasali seperti yang dikutip oleh Soemirat dan Elvinardo. Humas memiliki kontribusi dalam manajemen strategis dalam dua cara. Pertama, dengan memastikan bahwa tugas manajemen strategis terdistribusi dengan baik di seluruh kelompok. Hal ini memberikan manfaat yang luas baik bagi *public relations* maupun kelompok tersebut. Kedua, humas dapat berperan dalam manajemen strategis dengan merencanakan kegiatan secara strategis dan mengelolanya dengan baik.

Untuk itu, humas membutuhkan banyak pemikiran dan strategi. Memerlukan saran-saran yang dapat ditinjau dan bererkaitan dalam berkolaborasi dengan orang lain untuk membantu dalam menerapkan dan mengendalikan strategi. *Public relations* perlu berpikir strategis di tingkat

tinggi lebih kompleks dan tersusun sistematisasi membantu menyederhanakan kepuasan dalam nalisis mengembangkan masalah dan strategi yang baik juga dapat menghasilkan hasil yang baik.

Strategi humas terbentuk melalui komponen yang erat kaitannya, yang meliputi:

- a. Komponen sasaran, yang kebanyakan mencakup stakeholder dan publik yang memiliki kepentingan yang serupa. Sasaran tersebut biasanya diatur secara struktural dan formal dengan melakukan segmentasi. Segmentasi didasarkan pada sejauh mana sasaran tersebut memiliki opini bersama (*common opinion*), memiliki potensi kontroversial, dan memiliki pengaruh terhadap masa depan lembaga, oraganisasi, nama perusahaan, serta masyarakat yang menjadi target khusus. Dalam konteks ini, target khusus disebut sebagai publik sasaran (*target audience*).
- b. Komponen sarana, dalam strategi *public relations* berfungsi untuk mencapai posisi atau dimensi yang menguntungkan melalui stakeholder yang telah disegmentasikan menjadi publik sasaran.²¹

Agar mencapai tujuan strategi *public relations* kita perlu perlu menyesuaikan pemikiran para stakeholder sikap dan tindakan sesuai dengan pemikiran yang diharapkan, agar strategi dapat berhasil akan dicapai suatu

²¹ Artis, A. (2011). Strategi komunikasi *public relations*. *Sosial Budaya*, 8(2), 184-197.

langkah yang bermanfaat dari stakeholdernya yang pada akhirnya menciptakan pendapat dan reputasi yang positif.

Dalam mencapai tujuan humas yang efektif dan efisien, diperlukan strategi humas. Strategi humas merupakan strategi komprehensif yang melibatkan aktivitas perusahaan dalam upaya memberikan pengetahuan kepada masyarakat dan juga meninjau kebutuhan masyarakat. Strategi ini dapat disertai sebagai pemahaman terhadap strategi dan dampak yang mungkin terjadi. Dengan demikian, upaya yang dapat dilakukan oleh humas dapat mengubah pemahaman dan pendapat negatif masyarakat menjadi positif serta mengenalkan program-program yang ditawarkan. Dalam upaya mempengaruhi dan meyakinkan target yang dituju, humas harus menimbulkan ide yang membangun rasa tanggung jawab dan partisipasi antara pejabat humas kepada masyarakat (sebagai target) melalui berbagai pendekatan dan strategi *public relations*.

Menurut Rosady Ruslan ada beberapa strategi humas atau bentuk pendekatan humas dalam mengoperasikan bentuk tanggung jawab dan fungsi dalam menciptakan situasi yang kondusif terhadap organisasi dengan publiknya sebagai tujuan Bersama adalah sebagai berikut:

a. Strategi Operasional

Program humas yang berbasis kemasyarakatan diimplementasikan dalam strategi operasional, dengan memperhatikan nilai sosial dan budaya yang

berlaku kepada masyarakat serta mengacu pada opini publik yang terdokumentasi dalam media. Oleh karena itu, tim humas diharuskan memiliki pemahaman yang baik, kemampuan untuk mengamati, serta mendengarkan aspirasi masyarakat melalui prinsip moral, etika, dan nilai yang dijunjung tinggi.

b. Pendekatan Persuasif dan Edukatif

Dalam strategi ini, peran humas adalah untuk memfasilitasi komunikasi yang saling berhubungan antara organisasi dan publiknya. Hal ini dilakukan dengan menyebarkan informasi yang bersifat edukatif dan memberikan panduan serta menggunakan pendekatan persuasif untuk menciptakan pemahaman bersama, saling menghargai, toleransi, dan pengertian.²²

c. Strategi Pendekatan Tanggung jawab Sosial Humas

Humas harus memiliki sikap dan rasa tanggung jawab sosial serta merasa bahwa tujuan yang akan diperoleh bukan hanya keuntungan sepihak, namun keuntungan bersama anatar organisasi dengan publiknya.

d. Strategi Pendekatan Kerjasama

Strategi kerjasama bertujuan untuk memperkuat hubungan antara organisasi dan berbagai pihak, baik internal maupun eksternal, dengan tujuan meningkatkan kerjasama. Dalam hal ini, humas memiliki tanggung

²² Ruslan Rosady. Op.cit hal 143

jawab untuk mengkomunikasikan misi instansi atau organisasi agar diterima dan mendapatkan dukungan dari publik. Hal ini bertujuan untuk memperoleh opini publik yang positif dan mengubah sikap kedua belah pihak menjadi lebih positif.

e. Strategi Koordinatif dan Integratif

Supaya dapat memperluas peran Humas dalam masyarakat, fungsi Humas dalam arti yang sempit hanya sebatas mewakili lembaga atau institusi tersebut. Namun, peran Humas yang mencakup semua adalah berpartisipasi dalam mendukung program pembangunan nasional serta menciptakan ketahanan nasional di berbagai bidang seperti politik, ekonomi, sosial, dan budaya.²³

2.2.4 Edukasi

Edukasi adalah bentuk proses perubahan sikap dan perilaku seseorang melalui tahap pembelajaran seorang maupun kelompok, sebagai upaya mendewasakan melalui tahapan pembelajaran dan pelatihan. Kegiatan edukasi biasanya dilakukan kepada seseorang mulai dari awal agar mampu mengetahui hingga seumur hidup, karena hampir setiap hal yang bersangkutan dengan aktivitas kehidupan sehari-hari memerlukan arahan edukasi. Yaitu misalnya, pemerintah mengeluarkan suatu peraturan yang berhubungan dengan kepentingan semua orang, tentu saja tahap edukasi akan diterapkan kepada semua warga dari yang muda maupun yang tua.

²³ Ruslan Rosady. Op.cit hal 144

Edukasi suatu langkah pembelajaran atau memberi pelatihan dengan berdiskusi, bercerita, serta melakukan pengarahan terhadap penelitian yang bertujuan dapat memberikan banyak manfaat kepada banyak masyarakat, dalam memberikan pengetahuan secara luas. Oleh karena itu, edukasi dapat meningkatkan kepribadian manusia supaya menjadi lebih baik, meningkatkan nilai positif bagi manusia dan untuk melatih manusia supaya dapat meningkatkan bakat/talenta yang dimiliki dalam hal yang berguna.

Pengertian edukasi menurut Nugroho D, A. edukasi sebagai suatu proses dalam memperkenalkan system terhadap seseorang dan bagaimana seseorang tersebut dalam menentukan jawaban dan reaksinya. Edukasi ditentukan oleh lingkungan sosial, ekonomi dan kebudayaan dimana individu tersebut berada. Oleh karena itu, edukasi ditentukan melalui interaksi pengalaman dan kepribadian. Adanya edukasi, manusia selaku makhluk biologis menjadi manusia yang berbudaya, yang mampu menjalankan fungsinya dengan baik secara kelompok maupun individu.²⁴ Menurut John Dewey, Edukasi atau disebut juga pendidikan adalah suatu proses beberapa individu mengembangkan kemampuan intelektual dan emosional mereka melalui interaksi dengan alam dan sesama manusia. Dalam pemikirannya yang sejalan dengan konsepsi *instrumentalisme*, Dewey menganggap bahwa pengalaman, pertumbuhan, eksperimen, dan transaksi adalah konsep-konsep dasar yang penting. Bagi Dewey,

²⁴ Pradana, Afista Galih. "Rancang Bangun Game Edukasi "AMUDRA" Alat Musik Daerah Berbasis Android." *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi (SENATIK)*. Vol. 2. No. 1. 2019.

pendidikan dapat diibaratkan sebagai suatu "laboratorium" di mana perbedaan-perbedaan filosofi menjadi nyata dan diuji melalui praktik pendidikan.²⁵

Melalui program layanan Diskominfo Kota Depok yang bertujuan mengedukasi mengenai bagaimana penggunaan internet sehat untuk siswa dasar di panti asuhan an-nur kecamatan mampang. Dalam program ini bertujuan agar nantinya edukasi ini dapat memberikan manfaat positif dan semoga materi yang diberikan diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman serta dapat memberikan informasi

2.2.5 Internet Sehat

Internet ialah bentuk suatu sistem jaringan yang saling menghubungkan perangkat-perangkat satu dengan yang lainnya. Ini merupakan sebuah jaringan komunikasi elektronik yang menghubungkan komputer dan fasilitas komputer di seluruh dunia. Dengan adanya internet, proses komunikasi dengan orang lain menjadi lebih mudah. Melalui internet, seseorang dapat berkomunikasi dengan individu lain, bahkan dengan beberapa orang sekaligus.²⁶

Konsep "internet sehat" merujuk pada penggunaan internet yang cerdas dan bertanggung jawab, sesuai dengan nilai-nilai etika dan norma yang berlaku, tanpa mengancam keamanan individu maupun orang lain. Kehadiran dunia online memungkinkan kita terhubung dengan berbagai orang di seluruh dunia. Selain itu,

²⁵ Hasbullah." Pemikiran Kritis John Dewey Tentang Pendidikan". *JURNAL UIN ANTASARI* (2020).

²⁶ Sumolang, Marcelino. "Peranan Internet terhadap generasi muda di desa tounelet kecamatan Langowan barat." *ACTA DIURNA KOMUNIKASI* 2.4 (2013).

internet juga memudahkan akses terhadap informasi. Namun, perlu diingat bahwa penggunaan internet juga membawa potensi bahaya yang perlu diwaspadai.

Menurut Kementerian Informasi dan Informatika (kemenkominfo), penggunaan internet dapat mengubah pola hidup dan budaya manusia dalam belajar, bekerja, belanja, berkomunikasi dan berbagai aspek lainnya, hingga detik ini masyarakat lebih banyak menggunakan internet dalam berkomunikasi seperti sosial media dan email.²⁷ Informasi yang disampaikan melalui internet dapat memudahkan dalam mencari informasi serta pesan,

Internet juga bermanfaat, berikut ini beberapa manfaat kegunaan internet untuk pelajar:

1. Sebagai sumber informasi dan Sebagai proses pembelajaran
2. Sebagai sarana dalam menambah wawasan dan Sebagai sarana diskusi
3. Sebagai sarana promosi dan Sebagai sarana transaksi²⁸

Tujuan program edukasi internet sehat yaitu sebagai berikut:

1. Dapat meningkatkan pengetahuan, kesadaran, serta ketertarikan anak-anak akan pentingnya fungsi edukasi internet sehat untuk anak.
2. menambah pengetahuan anak-anak akan pemanfaatan edukasi internet dalam penggunaan aplikasi yang aman untuk anak.

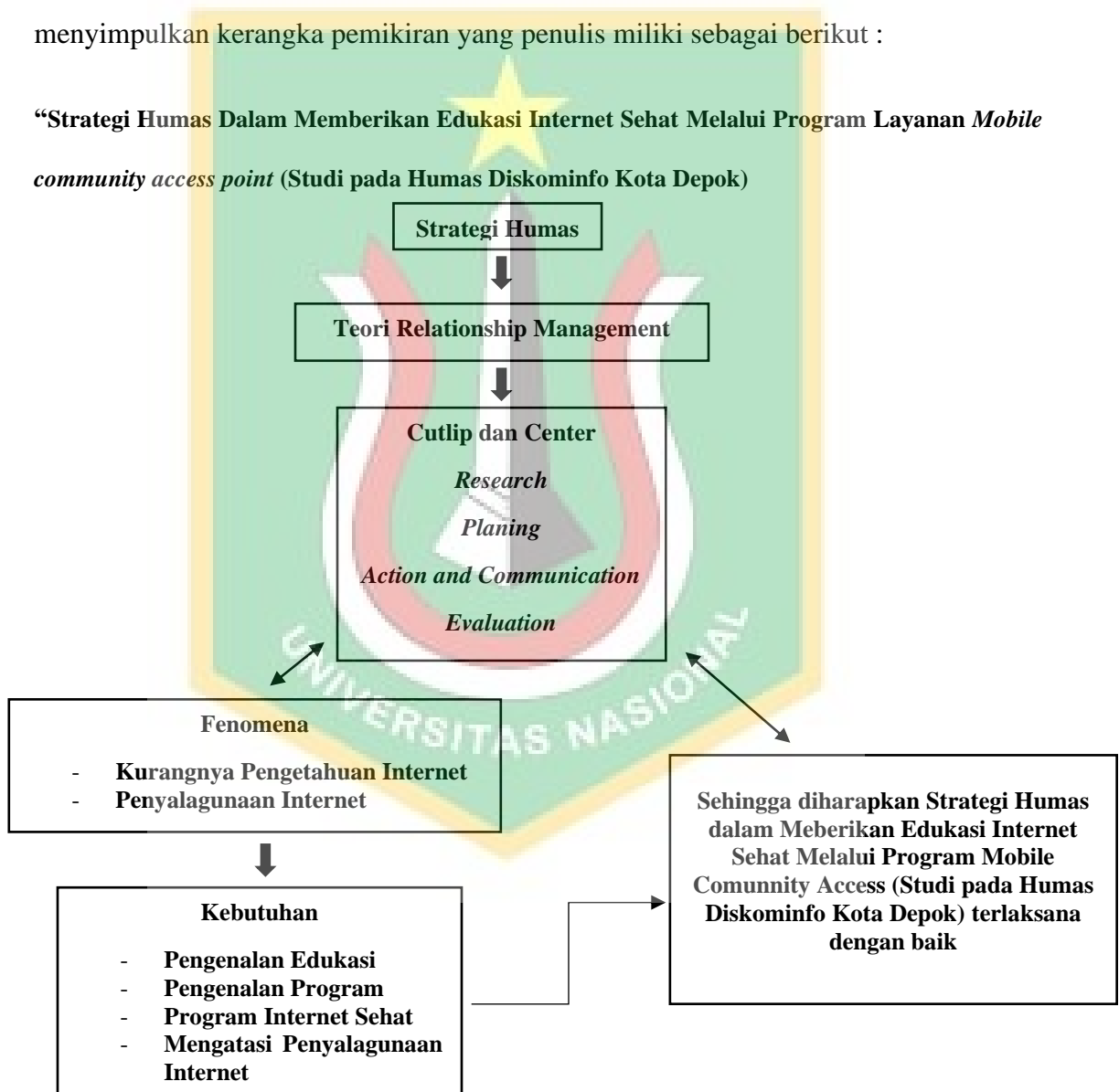
²⁷ https://www.kominfo.go.id/content/detail/3303/internet-sehat-dan-aman-insan/0/internet_sehat

²⁸ Nugraha, Alifian. "Edukasi Internet Sehat dan Aman." *Majalah Ilmiah Pelita Ilmu* 1.1 (2018).

2.3 Kerangka Pemikiran

Krangka pemikiran merupakan sebuah contoh yang memiliki konsep bagaimana sebuah teori yang bisa berkesinambungan dengan banyak. Berdasarkan tentang sebuah pemaparan mengenai kerangka pemikiran diatas, penulis dapat menyimpulkan kerangka pemikiran yang penulis miliki sebagai berikut :

“Strategi Humas Dalam Memberikan Edukasi Internet Sehat Melalui Program Layanan *Mobile community access point* (Studi pada Humas Diskominfo Kota Depok)



Gambar 2.1. 1 Kerangka Pemikiran