

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Khalayak saat ini mendapatkan informasi dengan sangat cepat. Semua orang harus memiliki kemampuan untuk memahami dan menyerap ilmu yang berkembang, yang merupakan konsekuensi dari kemajuan ini. Karena banyaknya kegiatan yang dilakukan melalui media, teknologi menjadi hal yang tidak dapat dipisahkan dari manusia zaman sekarang. Media baru menjadi sangat penting dan signifikan dalam praktik komunikasi saat ini, di mana mereka menggunakan kegiatan seperti memberikan pendapat, mengunggah, membagikan, dan menerima berita, yang dapat mempengaruhi khalayak yang membaca atau melihatnya..

Perkembangan media saat ini membuat masyarakat bergantung dengan teknologi yaitu media. Pada buku West dan Turner, McLuhan menyebutkan bahwa khalayak memiliki kemampuan dalam menyesuaikan diri pada lingkungan global yang ada saat ini, seakan lingkungan ini merupakan desa kecil didalamnya¹. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran yang cukup penting dalam menyebarluaskan informasi yang berkaitan tentang masyarakat dalam kebutuhan informasi melalui media itu sendiri.

¹ Richard West dan Lynn H. Turner. 2013. *Pengantar Teori Komunikasi* Edisi 3. Jakarta: Salemba Humanika hal 139

Penting bagi Humas untuk berkomunikasi dengan publiknya untuk memberikan peristiwa yang terjadi pada Instansi. Humas membantu dalam perencanaan untuk mencapai sebuah tujuan organisasi, termasuk dengan mewujudkan hubungan dengan masyarakat dengan menumbuhkan kesan baik. Dengan demikian, Humas dapat menghasilkan opini positif mengenai kelangsungan instansi.

Humas harus dapat berperan aktif sebagai pusat layanan informasi publik dalam kegiatan pemerintahan dan harus mengembangkan kekerabatan dengan pihak dalam maupun luar untuk memberikan informasi tentang aktivitas, rencana, dan lainnya yang berkaitan dengan perusahaan atau lembaga. Humas juga perlu membangun ikatan dengan pihak eksternal untuk memberikan informasi tentang aktivitas, rencana, dan lainnya yang berkaitan dengan perusahaan atau lembaga.

Berdasarkan Keith Butterick dalam buku *Pengantar Public Relations* konsep dan praktek dikatakan bahwa strategi PR adalah sebuah pendekatan untuk suatu program yang menjelaskan rasional dibelakang program lalu nanti akan dijabarkan dan ditentukan oleh persoalan yang muncul dari analisis dan juga penelitian². Hal tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilaksanakan dapat dipengaruhi oleh situasi dan kondisi dalam mempelajari sebuah hal³, sehingga perlu menyampaikan

² Keith Buterick, 2013. *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: Rajagrafindo Persada. Hal.153

³ Dwi Kartikawati, Djujur Luciana Radjaguguk, Yuyu Sriwartini. 2018. *Communication Strategies for Inculcating Multicultural Values in Inclusive Elementary Schools in Yogyakarta and Bandung*, Journal of Education and Sosial Sciences. Vol. 10 (3). Hlm. 22 Dikutip pada 10 Juni 2023 pukul 10.15.

sebuah informasi yang layak dan terpercaya mengenai informasi yang berkaitan dengan bidangnya.

Penggunaan media saat ini membantu Humas dalam menyampaikan informasi untuk khalayaknya secara cepat. Dalam menyampaikan informasi, tentunya banyak sekali persaingan antara media lain yang juga ikut dalam menyebarkan informasi yang berkaitan. Berbagai isu pemberitaan terkadang membuat mudahnya gerakan massa dalam menyampaikan pendapatnya melalui media. Hal ini tentu menjadi tantangan bagi seorang Humas dalam menginformasikan pemberitaan yang aktual. Salah satunya ada pada Instansi pemerintahan yaitu Kementerian Pertahanan Republik Indonesia.

Dalam menyampaikan berita atau informasi kepada khalayak, Humas Kemhan menyampaikan informasi berkaitan dengan kegiatan yang dilaksanakan setiap harinya melalui perantara media massa seperti dengan menyebarkannya melalui akun media sosial Instagram resmi Kemhan yaitu @kemhanri. Hal tersebut membuat masyarakat dapat dengan mudah melihat dan menyalurkan aspirasi mereka. Seperti yang terdapat dalam UUD Pasal 28F yang menjelaskan mengenai bahwa "*setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari,*

*memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia.*⁴

Dalam menyebarkan informasi, Kementerian Pertahanan memiliki pola komunikasi yang dimana tidak semua hal atau informasi diberikan kepada khalayak atau media. Dikatakan oleh Staf Khusus Menhan, Dahnil Anzar bahwa, dalam segi pertahanan , khalayak saat ini masih menerima *blissing of unknowing* atau keberkahan karena ketidaktahuan, sedangkan pengemban relevansi di Kemhan khususnya Biro Humas sedang mengalami *Suffering of knowing* atau menanggung sesuatu hal karena mereka fahami.⁵

Salah satu contoh kasus yang terjadi adalah tentang tidak terbukanya informasi kepada khalayak yang dilakukan oleh Kementerian Pertahanan. Sebuah portal media *online* melalui judul “DPR: Kenapa Menhan dan TNI Tertutup Soal Pembelian Alutsista?” dimana hal tersebut menjadi pertanyaan dari kegiatan Rapat Komisi I DPR. Effendi Simbolon yang menjadi salah satu Anggota Komisi I DPR dimaksudkan supaya Menhan untuk lebih gamblang terkait dengan rancangan PERPU atas Pemenuhan Kebutuhan Alat Peralatan Pertahanan dan Keamanan (Alpalhankam)

⁴ Undang – Undang (UU) Tentang Hak Memperoleh Informasi Publik, https://jdih.komisiyudisial.go.id/upload/produk_hukum/UUD1945PerubahanKedua.pdf diakses pada 28 Agustus 2023 pukul 11.11

⁵ Kemhan.go.id. 2020. *Pola Komunikasi dalam Pertahanan yang Harus Diketahui Awak Media.* <https://www.kemhan.go.id/2020/01/16/pola-komunikasi-dalam-pertahanan-yang-harus-diketahui-awak-media.html> diakses pada 30 September 2022 pukul 13.30

Kementerian Pertahanan dan Tentara Nasional Indonesia Tahun 2020-2024.⁶

Hal ini dijelaskan oleh Menhan yaitu bapak Prabowo Subianto dalam kegiatan Rapat Komisi I DPR (Portal Berita Merdeka.com), bahwa beliau menjelaskan hasil rapat kerja sama yang berlangsung cukup lama yaitu hampir tujuh jam yang dimana rapat tersebut digelar dengan tertutup karena menyangkut keamanan dan pertahanan negara Republik Indonesia.

Permasalahan ini dapat menurunkan citra Biro Humas Setjen Kemhan RI karena berita – berita yang hoax dan disinformasi yang membuat khalayak dapat mengurangi tingkat kepercayaannya kepada lembaga dan acuh kepada informasi yang berkaitan dengan pemberitaan mengenai negara.

Pada rapat kegiatan pembahasan Rencana dan Anggaran (RKA), Wakil Menteri Pertahanan Republik Indonesia (Wamenhan RI) M. Herindra mengatakan bahwa dirinya berharap agar semua permasalahan yang terjadi dapat dikomunikasikan dan mampu mencari jalan keluar yang terbaik sehingga menghasilkan keluaran yang bermanfaat untuk instansi.⁷

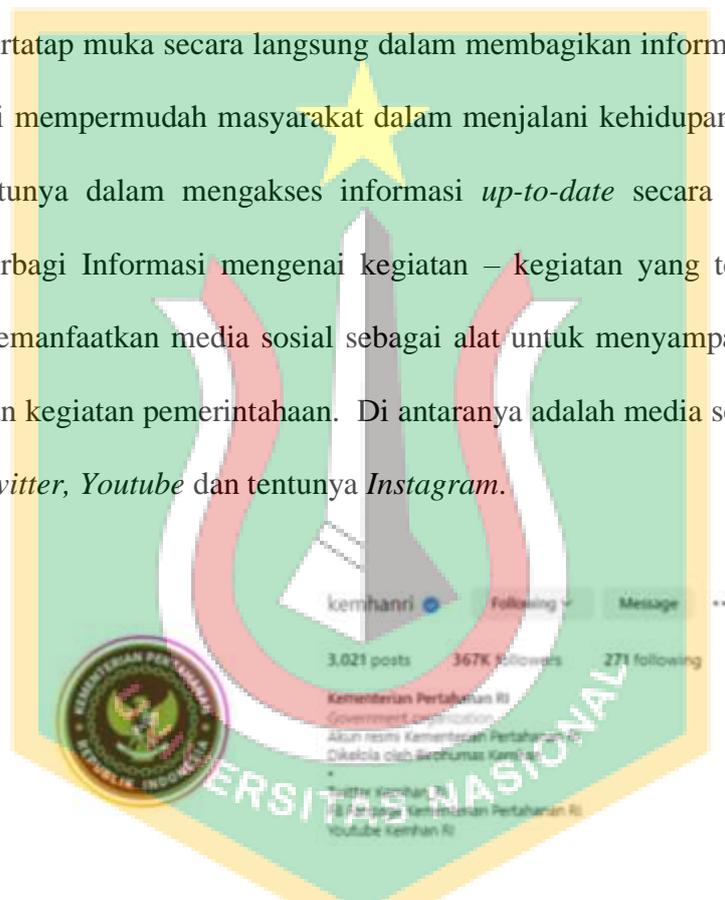
Hal tersebut terkandung dalam definisi Humas oleh Dr. Rex Harlow yang menjadi acuan bagi anggota IPRA (*International Public Relations*

⁶ DPR: Kenapa Menhan dan TNI Tertutup Soal Pembelian Alutsista?. 2021. [DPR: Kenapa Menhan dan TNI Tertutup Soal Pembelian Alutsista? | merdeka.com](https://www.merdeka.com) Diakses pada 30 September 2022 pukul 13.38

⁷ Wamenhan pada Raker RKA Kemhan : Komunikasikan dan Carikan Solusi di Setiap Permasalahan. 2022 <https://www.kemhan.go.id/2022/09/06/wamenhan-pada-raker-rka-kemhan-komunikasikan-dan-carikan-solusi-di-setiap-permasalahan.html> Diakses pada 30 September 2022 pukul 14.00

Association) yaitu bahwa Humas adalah sebuah komunikasi dua arah antar organisasi dengan khalayak dalam berkontributif dalam fungsi dan manajemen untuk meningkatkan pemenuhan kepentingan bersama”⁸

Pemanfaatan teknologi dalam berbagi informasi menjadi hal yang digunakan oleh khalayak saat ini. Dimana khalayak tidak wajib dalam bertatap muka secara langsung dalam membagikan informasi. Digitalisasi ini mempermudah masyarakat dalam menjalani kehidupan saat ini. Salah satunya dalam mengakses informasi *up-to-date* secara mudah. Dalam berbagi Informasi mengenai kegiatan – kegiatan yang terjadi, Kemhan memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menyampaikan informasi dan kegiatan pemerintahan. Di antaranya adalah media sosial *Facebook, Twitter, Youtube* dan tentunya *Instagram*.



GAMBAR 1 1 Profil Instagram @Kemhanri

Penyampaian informasi kepada khalayak, Humas Kemhan berupaya menyampaikan informasi secara singkat, padat dan jelas. sejumlah aktivitas yang dilakukan oleh Humas Kemhan berkaitan dengan media sosial. Humas Kemhan menyampaikan informasi melalui akun Instagram

⁸ Rosady Ruslan. 2008 *Manajemen Public Relations & Media komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persad. hlm. 130

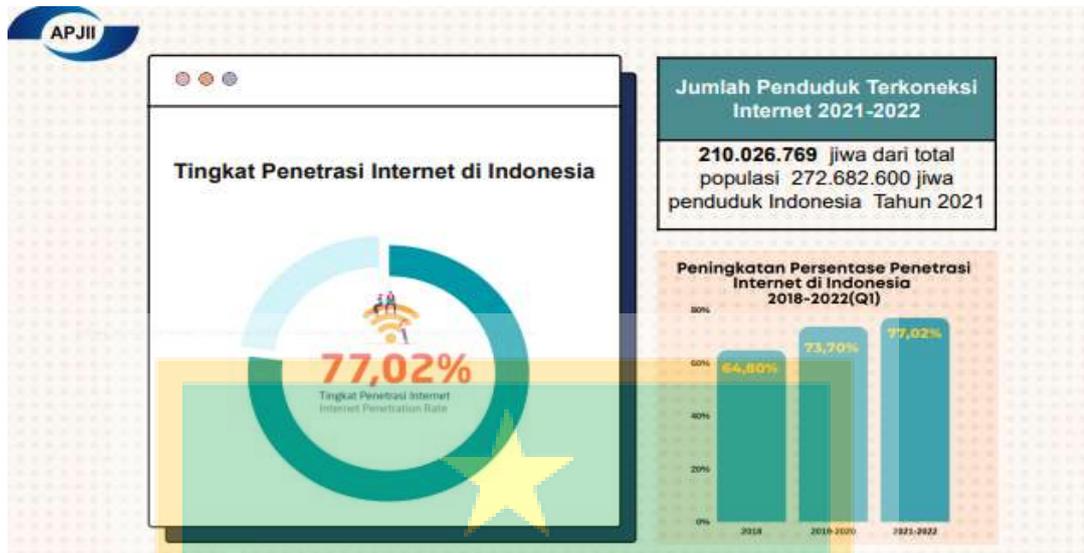
@kemhanri yang dibuat sejak tahun 2017 pada masa rezim Jenderal TNI (Purn) Ryamizard Ryacudu. Instagram resmi ini memiliki followers sebanyak sekitar 367 rb.⁹ Akun ini merupakan akun aktif yang digunakan oleh Kemhan dalam membagikan informasi tentang kegiatan apa saja yang dilaksanakan.

Karena Instagram saat ini menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer di Indonesia. Maka penulis menggunakannya sebagai alat untuk penelitian ini. Menurut data We Are Social, bahwa Indonesia masuk ke dalam empat besar di dunia dengan memiliki pengguna aktif Instagram sebanyak 99,9 juta¹⁰. Selain itu, Instagram juga merupakan aplikasi *user-friendly* karena masyarakat dapat dengan mudah mengakses media sosial tersebut dan juga hasil dari media tersebut merupakan sebuah gambar, maupun video sehingga masyarakat dapat dengan mudah melihat dan menerima informasi terkait kegiatan pemerintahan.

Kementerian Pertahanan selain menggunakan media sosial Instagram sebagai saluran informasi untuk disebarluaskan kepada Masyarakat, Humas Kemhan juga menggunakan media lain seperti media sosial *Facebook, Youtube, Twitter (X), TikTok* terkait dalam memberikan Masyarakat kebutuhan akan informasi.

⁹ Data laman Instagram Kemhanri, per 26 Juni 2023, diakses dari <https://www.instagram.com/kemhanri/>

¹⁰ DataIndonesia. Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia, <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia> diakses pada 15 November 2022 pukul 18.43



GAMBAR 1 2 Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia tahun 2021 – 2022

Dapat dilihat bahwa penggunaan internet sudah menjadi salah satu bagian yang selalu ada di kehidupan masyarakat saat ini. Dengan kemudahan yang diberikan membuat teknologi internet menjadi sebuah ladang bagi para orang untuk dapat membuka sebuah bisnis tanpa adanya Batasan antara ruang dan waktu. Hal ini dapat dilihat dari table diatas yaitu Jumlah pengguna Internet dan media sosial di Indonesia mengalami kenaikan dari tahun – ke tahun. Berdasarkan hasil survey yang diterbitkan oleh Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII) bahwa jumlah penduduk yang menggunakan internet berjumlah 210.026.769 juta jiwa pada tahun 2021. Peningkatan persentase pun memiliki angka yang cukup signifikan dimana sebelumnya tingkat penetrasi internet tahun 2019

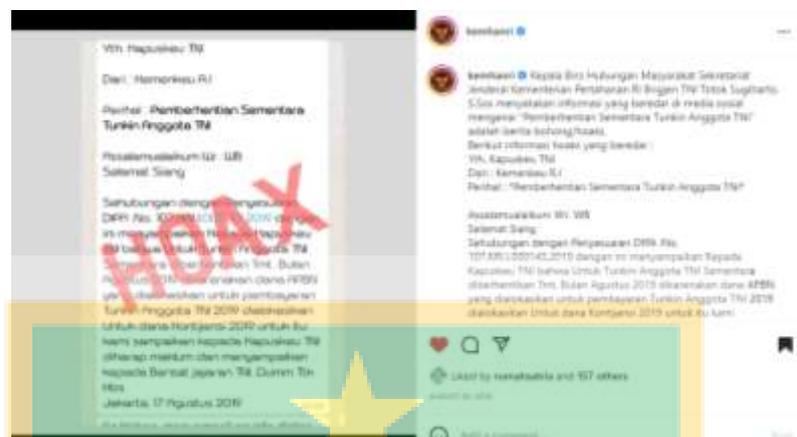
– 2020 dengan hasil 73,70% sedangkan untuk tahun 2021-2022 mencapai 77,02%. Kenaikan yang diperoleh ialah mencapai 3,32%.¹¹

Dari hal tersebut diketahui bahwa menunjukkan peningkatan tahunan dalam jumlah pengguna internet di Indonesia. Berdasarkan hasil tersebut tentunya membuat banyaknya pembuatan berita maupun opini publik melalui media sosial. Munculnya media sosial juga menjadi salah satu hal yang digunakan oleh masyarakat dalam membangun hubungan antar manusia. Media sosial dianggap sebagai wajah kedua karena dengan media sosial kita dapat menjadi pribadi yang berbeda dari yang ada pada dunia nyata. Hal tersebut dapat menjadi pemicu munculnya beragam persoalan yang ada dalam kehidupan masyarakat. Khalayak terkadang membuat opini yang tidak mendasar yang dapat mengadu domba masyarakat guna mencari sensasi maupun keuntungan untuk pribadinya sendiri. Opini tersebut disebut dengan menyebarkan berita hoax.

Berita hoax merupakan Upaya yang dilakukan dalam memperdaya orang lain dengan mempercayai sesuatu hal yang salah dengan membenarkan seseolah berita tersebut memiliki kebenaran¹². Hal tersebut dapat mengancam kehidupan masyarakat dalam bersosialisasi terutama pada pemerintahan yang dapat membuat adu domba.

¹¹ Apjii.or.id. Laporan Survei Profil Internet Indonesia 2022, <https://apjii.or.id/survei> diakses pada 15 November 2022 pukul 19.03

¹² Sugeng Winarno, dkk. 2017. *Turn Back Hoax: Tantangan Literasi Media Digital*. Jawa Timur: Buku Litera dan AspiKom Korwil. Hlm. 5



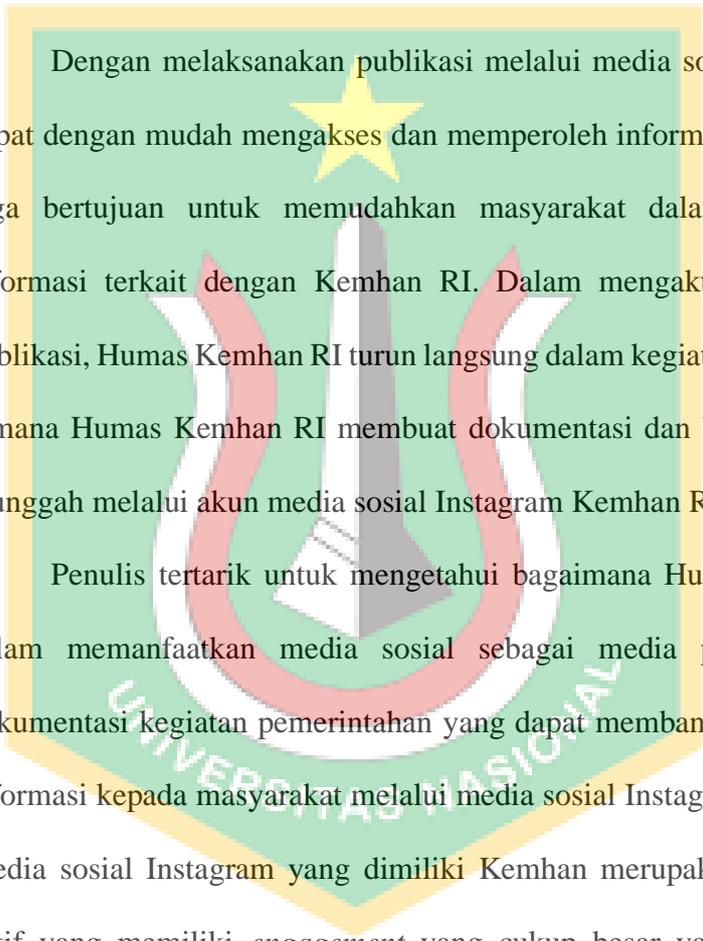
GAMBAR 1 3 Berita Hoax mengenai Kemhan

Pada gambar diatas merupakan salah satu berita hoax yang mengatasnamakan Instansi Kemhan RI mengenai Pemberhentian Sementara Tunkin Anggota TNI. Pemberitaan melalui *broadcast messages* ini merupakan berita bohong / hoax yang dibantah oleh Kepala Biro Humas Setjen Kemhan pada masanya yaitu Brigjen TNI Totok Sugiharto, S.Sos.

Dari hal tersebut membuat praktisi humas perlu mengembangkan inovasinya dalam menangani berita hoax. Karena untuk mengatasi berita hoax tidak dapat dengan cepat dihilangkan tetapi hanya dapat dikendalikan kemunculannya¹³. Maka hal ini membuat Kementerian Pertahanan Republik Indonesia menggunakan media sebagai alat dalam menyampaikan informasi kepada publik dengan cepat. Hal ini digunakan oleh Humas karena saat ini masih marak informasi - informasi tidak benar atau hoax

¹³ Nurudin. 2018. *Media Sosial: Agama Baru Masyarakat Milenial*. Jawa Timur: Intrans Publishing hlm 9.

yang dimana pesan tersebut pastinya memiliki efek yang negatif kepada Instansi Pemerintahan. Dalam melakukan pencegahan akibat realitas yang ada maka perlu didampingi dengan strategi agar pesan yang disampaikan dapat sampai kepada khalayak melalui pembagian informasi secara aktual dan terpercaya.



Dengan melaksanakan publikasi melalui media sosial, masyarakat dapat dengan mudah mengakses dan memperoleh informasi. Media sosial juga bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi terkait dengan Kemhan RI. Dalam mengaktualkan aktivitas publikasi, Humas Kemhan RI turun langsung dalam kegiatan pemerintahan dimana Humas Kemhan RI membuat dokumentasi dan berita yang akan diunggah melalui akun media sosial Instagram Kemhan RI.

Penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana Humas Kemhan RI dalam memanfaatkan media sosial sebagai media publikasi dalam dokumentasi kegiatan pemerintahan yang dapat membangun keterbukaan informasi kepada masyarakat melalui media sosial Instagram @kemhanri. Media sosial Instagram yang dimiliki Kemhan merupakan media sosial aktif yang memiliki *engagement* yang cukup besar yang dapat dilihat melalui kolom likes maupun komentar yang ada di postingan akun @kemhanri tersebut. Selain itu, Penulis ingin melihat bagaimana Kemhan RI membagikan informasi melalui media sosial Instagram untuk membangun hubungan baik dengan masyarakat luas yang dimana pengikut akun tersebut sudah melampaui angka ratusan ribu. Kemhan berperan aktif

dengan mengunggah aktivitasnya setiap harinya baik itu berupa informasi kunjungan, kegiatan *meeting*, informasi kegiatan dan lain sebagainya. Tetapi tentunya tidaklah mudah dalam mengumpulkan sebuah data dan memerlukan publikasi secepatnya, adanya pihak – pihak lain yang juga ikut serta dalam proses mempublikasikan kegiatan. Proses tersebut membuat humas dituntut untuk berperan aktif, akurat dan inovatif dalam mempublikasikan informasi tentang kegiatan kepada masyarakat.

Dari latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Strategi Humas Sekretariat Jenderal Kementerian Pertahanan Dalam Mempublikasikan Kegiatan Pemerintah Melalui Media Sosial Instagram @Kemhanri”**.

1.2. Batasan Masalah

Agar penelitian yang dilaksanakan tidak meluas dan dapat mempermudah penelitian yang dilaksanakan, maka Batasan ruang lingkup pada penelitian ini adalah kepada Kemhan RI mengenai Publikasi Kegiatan Pemerintahan.

1.3. Rumusan Masalah

Pada uraian diatas, maka penulis menemukan rumusan masalah sebagai berikut : **“Bagaimana Strategi Humas Sekretariat Jenderal Kementerian Pertahanan dalam Mempublikasikan Kegiatan Pemerintahan melalui media sosial Instagram @kemhanri?”**

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi Humas Sekretariat Jenderal Kementerian Pertahanan dalam mempublikasi kegiatan pemerintahan melalui media sosial Instagram @kemhanri

1.5. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penulis berharap penelitian ini menjadi referensi dalam penelitian serupa untuk masa mendatang yang masih berhubungan dengan *Strategi Humas*.

2. Manfaat Sosial

Penulis mengharapkan bahwa pembaca mendapatkan ilmu dan dapat menerapkannya dalam kehidupan sosial mengenai ilmu komunikasi yang menitik beratkan kepada Strategi Humas.

1.6. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis menguraikan mengenai tinjauan mengenai Strategi Humas Sekretariat Jenderal Kementerian Pertahanan dalam

Mempublikasikan Kegiatan Pemerintahan Melalui Media Sosial Instagram @kemhanri.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai pendekatan penelitian, jenis penelitian, teknik penarikan informan, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, subjek dan objek penelitian,

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai analisis dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai Strategi Humas Sekretariat Jenderal Kementerian Pertahanan dalam Mempublikasikan Kegiatan Pemerintahan Melalui Media Sosial Instagram @kemhanri.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini merupakan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai Strategi Humas Sekretariat Jenderal Kementerian Pertahanan dalam Mempublikasikan Kegiatan Pemerintahan Melalui Media Sosial Instagram @kemhanri.