**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

* 1. **Kajian Literatur**
		1. ***Review* Penelitian Sejenis**

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti melakukan beberapa rujukan skripsi terdahulu dalam rangka mendapatkan informasi tentang hal yang berkaitan dengan skripsi yang sedang ditulis, hal tersebut bertujuan agar tidak adanya kesalahan dalam mengolah data dan menganalisisnya.

Peneliti mengambil beberapa judul terkait penelitian sejenis, di antaranya :

* + - 1. Penelitian pertama yaitu berasal dari Universitas Sriwijaya yang ditulis Nogie Praba Hensyah dengan judul **“Strategi Humas Dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Publikasi PT Pupuk Sriwidjaja Palembang”**. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi yang relevan dengan penelitian. Peneliti menggunakan konsep strategi humas yang dikemukakan oleh Cutlip & Center sebagai acuan dalam melakukan penelitian ini. Strategi pengelolaan media sosial Instagram bertujuan untuk menjaga citra perusahaan tetap baik di mata publik, dan informasi

yang disampaikan melalui Instagram dapat dikomunikasikan dan diterima oleh publik. Salah satu langkah yang diterapkan oleh PT Pupuk Sriwidjaja Palembang yaitu dengan membuat tampilan beranda atau feed instagram yang selaras secara konsisten dan dipadukan dengan caption yang berisi pantun yang merupakan budaya asli suku melayu, yang juga merupakan domisili PT Pupuk Sriwidjaja Palembang berada.

* + - 1. Penelitian kedua yaitu berasal dari Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang ditulis M. Friliando Pratama dengan judul **“Pengelolaan Media Sosial Instagram oleh Humas sebagai Media Informasi Publik pada Pemprov Riau”**. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan berdasarkan pengamatan dilapangan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengelolaan Media Sosial Instagram oleh Humas sebagai Media Informasi Publik pada Pemprov Riau. Dari hasi penelitian, diketahui bahwa Pengelolaan Media Sosial Instagram oleh Humas sebagai Media Informasi Publik pada Pemprov Riau menggunakan rujukan teori 4C oleh Chris Heuer. Pemanfaatan sosial media dinilai sebagai langkah yang efektif dan efisien dikarenakan lebih mudah di akses, cepat dan murah. Pesan yang diterimapun lebih update dan bisa dilakukan secara terus menerus dan langsung ke sasaran, mendapatkan feedback langsung dengan menggunakan sarana

online chat, ataupun kolom komentar. Diantara publik yang dapat dijadikan sebagai sasaran kerja public relations dalam membangun hubungan melalui sosial media meliputi para investor, stakeholder, Pemerintah, konsumen, bahkan masyarakat umum.

**Tabel 2.1.**

***Review* Penelitian Sejenis**

|  |  |
| --- | --- |
| **No** | 1 |
| **Nama Peneliti** | Nogie Praba Hensyah |
| **Judul Penelitian** | Strategi Humas Dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Publikasi PT Pupuk Sriwidjaja Palembang |
| **Teori Penelitian** | Teori Strategi Humas |
| **Metode Penelitian** | Metode Kualitatif |
| **Hasil** | Hasil penelitian ditemukan bahwa Departemen Humas PT Pupuk Sriwidjaja Palembang dalam |

|  |  |
| --- | --- |
|  | Pengelolaan Media Sosial Instagram sebagai Media Publikasi Perusahaan dilakukan melalui beberapa tahap diantaranya, Mendefinisikan Masalah, Perencanaan dan Pemrograman terdiri dari perencanaan dan strategi komunikasi, Mengambil Tindakan dan Berkomunikasi terdiri dari implementasi dan komunikasi, sertaEvaluasi Program yang dilakukan. |
| **Persamaan** | 1) Metode penelitian yang sama |
| **Perbedaan** | 1. Objek penelitian yang berbeda
2. Teori Penelitian yang berbeda
 |
|  |  |
| **No** | 2 |
| **Nama Peneliti** | M. Friliando Pratama |
| **Judul Penelitian** | Pengelolaan Media Sosial Instagram oleh Humas sebagai Media Informasi Publik pada Pemprov Riau |
| **Teori Penelitian** | Teori 4C |

|  |  |
| --- | --- |
| **Metode Penelitian** | Metode Kualitatif |
| **Hasil** | Dari hasi penelitian, diketahui bahwa Pengelolaan Media Sosial Instagram oleh Humas sebagai Media Informasi Publik pada Pemprov Riau menggunakan rujukan teori 4C oleh Chris Heuer. Pemanfaatan sosial media dinilai sebagai langkah yang efektif dan efisien dikarenakan lebih mudah di akses, cepat dan murah. Pesan yang diterimapun lebih update dan bisa dilakukan secara terus menerus dan langsung ke sasaran, mendapatkan feedback langsung dengan menggunakan sarana online chat, ataupun kolom komentar. Diantara publik yang dapat dijadikan sebagai sasaran kerja public relations dalam membangun hubungan melalui sosial media meliputi para investor, stakeholder, Pemerintah, konsumen,bahkan masyarakat umum. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Persamaan** | 1) Metode penelitian yang sama |
| **Perbedaan** | 1. Teori penelitian yang berbeda
2. Objek penelitian yang berbeda
 |

*Olahan Peneliti, 2021*

* 1. **Kerangka Konseptual**
		1. **Komunikasi**

Sebagai makhluk sosial, komunikasi merupakan unsur yang penting dalam kehidupan manusia. Orang yang tidak pernah berkomunikasi dengan manusia bisa dipastikan akan “tersesat”, karena ia tidak sempat menata dirinya dalam suatu lingkungan sosial. Komunikasilah yang memungkinkan individu membangun suatu kerangka rujukan dan menggunakannya sebagai panduan untuk menafsirkan situasi apapun yang ia hadapi. Komunikasi pula yang memungkinkannya mempelajari dan menerapkan strategi-strategi adaptif untuk mengatasi situasi- situasi problematik yang ia masuki. Tanpa melibatkan diri dalam komunikasi, seseorang tidak akan tahu bagaimana makan, minum, berbicara sebagai manusia dan memperlakukan manusia lain secara beradab, karena cara-cara berperilaku tersebut harus dipelajari lewat pengasuhan keluarga dan pergaulan dengan orang lain yang intinya adalah komunikasi.

* + - 1. **Definisi Komunikasi**

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain. Kata *komunikasi* atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama, “*communico, communicatio,* atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common)*. Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Berbicara tentang definisi komunikasi, tidak ada definis yang benar ataupun yang

salah. Seperti juga model atau teori, definisi harus dilihat dari kemanfaatannya untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Beberapa definisi mungkin terlalu sempit, misalnya “Komunikasi adalah penyampaian pesan melalui media elektronik, “atau terlalu luas, misalnya “Komunikasi adalah interaksi antara dua makhluk hidup atau lebih,”sehingga para peserta komunikasi ini mungkin termasuk hewan, tanaman, dan bahkan jin.

Definisi menurut **Everett M. Rogers** yang dikutip oleh **Mulyana** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** yakni :

Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. (2017:69)

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari suatu komunikator kepada komunikan baik individu ataupun kelompok dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

Menurut **Effendy** dalam **bukunya Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek**

mengatakan bahwa:

Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara tulisan maupun tidak langsung melalui media (Effendy, 2006 : 5).

Dari pengertian diatas dapat dilihat bahwa komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan, ide, atau gagasan yang disampaikan baik secara

langsung maupun mengguakan media atau simbol dan lambang yang dapat menimbulkan efek.

Definisi menurut **Shannon** dan **Weaver (1949)** yang dikutip oleh

**Cangara** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi** yakni:

Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh memengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak disengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi. (2016:22)

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi adalah suatu bentuk interaksi dengan manusia lainnya yang dapat saling mempengaruhi secara sengaja atau tidak sengaja. Dalam prosesnya komunikasi ini tidak hanya secara verbal tetapi bisa secara nonverbal yaitu seperti menggunakan ekspresi, gerak tubuh, lukisan, seni dan teknologi.

Komunikasi mempunyai peranan penting bagi kehidupan manusia, dari kegiatan keseharian manusia dilakukan dengan berkomunikasi. Dimanapun, kapanpun, dan dalam kesadaran atau situasi macam apapun. Manusia selalu terjebak dengan komunikasi. Dengan berkomunikasi manusia dapat memenuhi kebutuhan dan mencapai tujuan-tujuan hidupnya, karena dengan berkomunikasi merupakan suatu kebutuhan manusia yang amat mendasar. Oleh karena itu sebagai makhluk sosial manusia ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Manusia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, Bahkan ingin mengetahui apa

yang terjadi dalam dirinya. Dengan rasa ingin tahu inilah yang memaksa manusia perlu berkomunikasi.

* + - 1. **Unsur-Unsur Komunikasi**

Komunikasi dapat terjadi jika didalamnya terdapat unsur-unsur yang terlibat dalam proses komunikasi. Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, maka jelas bahwa komunikasi antarmanusia hanya bisa terjadi, jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu.

**Gambar 2.1. Unsur-Unsur Komunikasi**



(Sumber : Komunikasi Organisasi, Arni Muhammad,1995:5)

* + - * 1. Sumber

Pengirim pesan adalah individu atau orang yang mengirim pesan. Pesan atau informasi yang akan dikirimkan berasal dari otak si pengirim pesan. Oleh sebab itu sebelum pengirim mengirimkan pesan, si pengirim harus menciptakan dulu pesan yang akan dikirimkannya. Menciptakan pesan adalah menentukan arti apa yang akan dikirimkan kemudian menyandikan arti tersebut ke dalam suatu pesan. Sesudah itu baru dikirim melalui saluran.

* + - * 1. Pesan

Pesan adalah informasi yang akan dikirimkan kepada si penerima. Pesan ini dapat berupa verbal maupun non verbal. Pesan secara verbal dapat secara tertulis seperti surat, buku, majalah, memo, sedangkan pesan yang secara lisan dapat berupa, percakapan tatap muka, percakapan melalui telepon, radio dan sebagainya. Pesan yang nonverbal dapat berupa isyarat, gerakan badan, ekspresi muka, dan nada suara.

* + - * 1. Media

Media atau saluran adalah jalan yang dilalui pesan dari si pengirim dengan si penerima. Media yang biasa dalam komunikasi adalah gelombang cahaya dan suara yang dapat kita lihat dan kita dengar. Akan tetapi alat dengan apa cahaya atau suara itu berpindah mungkin berbeda-beda. Kita dapat menggunakan bermacam-macam alat untuk menyampaikan pesan seperti buku, radio, film, televisi, surat kabar tetapi saluran pokoknya adalah gelombang suara dan cahaya. Di samping itu kita juga dapat menerima pesan melalui alat indera penciuman, alat pengecap, dan peraba.

* + - * 1. Penerima Pesan

Penerima pesan adalah yang menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya.

* + - * 1. Efek

Efek adalah respons terhadap pesan yang diterima yang dikirimkan kepada si pengirim pesan. Dengan diberikannya reaksi ini kepada si pengirim, pengirim akan dapat mengetahui apakah pesan yang dikirimkan tersebut diinterpretasikan sama dengan apa yang dimaksudkan oleh si pengirim. Bila arti pesan yang dimaksudkan oleh si pengirim diinterpretasikan sama oleh si penerima berarti komunikasi tersebut efektif.

* + - 1. **Fungsi Komunikasi**

Sejumlah pakar komunikasi memiliki pendapat yang berbeda-beda soal fungsi komunikasi. Akan tetapi, semua merujuk pada titik yang sama, yakni menyebarkan informasi untuk memberikan efek tertentu terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator.

**Judy C. Pearson** dan **Paul E. Nelson** (Mulyana 2017:5), mengemukakan bahwa komunikasi mempunyai dua fungsi umum. Pertama, untuk kelangsungan hidup sehari-hari, meliputi keselamatan fisik, meningkatkan kesadaran pribadi,

menampilkan diri kita pada orang lain dan mencapai ambisi pribadi. Kedua, untuk kelangsungan hidup masyarakat, tepatnya untuk memperbaiki hubungan sosial dan mengembangkan keberadaan suatu masyarakat. Selain itu, **William I. Gorden** pun mengemukakan empat fungsi komunikasi dalam buku **Deddy Mulyana (2017)** yakni :

* + - * 1. Komunikasi sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain. Orang yang tidak pernah berkomunikasi dengan manusia dipastikan dia akan tersesat, karena ia tidak dapat berkesempatan menata dirinya dalam suatu lingkungan sosial. Komunikasi menjadikan kita mengetahui segalanya dan apapun yang ingin kita ketahui, membuat diri kita dapat beradaptasi dengan lingkungan baru dan budaya baru. Komunikasi membantu manusia dalam menemukan hidupnya.

* + - * 1. Komunikasi Ekspresif

Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan- perasaan(emosi) seseorang. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan - pesan nonverbal. Perasaan sayang, peduli, simpati, rindu, sedih, takut, marah, prihatin, benci dapat disampaikan melalui bahasa nonverbal. Emosi juga dapat diungkapkan lewat bentuk-bentuk seni, puisi, novel, musik, tarian atau lukisan. Ada banyak cara untuk mengungkapkan perasaan atau emosi yang ada dalam diri kita, namun semua itu tidak bisa lepas dari yang namanya komunikasi.

* + - * 1. Komunikasi Ritual

Komunikasi ini erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual, yang biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai rites of passage, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan (melamar, tukar cincin), siraman, pernikahan (ijab qabul, sungkem, sawer dan sebagainya) hingga upacara kematian. Dalam acara-acara itu

orang kerap mengucapkan kata-kata atau menampilkan perilaku- perilaku tertentu yang bersifat simbolik dan sarat akan makna.Komunikasi ritual juga kadang-kadang bersifat mistik danmungkin sulit dipahami oleh orang-orang di luar komunitas tersebut. Namun hingga kapanpun tampaknya ritual akan tetap menjadi kebutuhan manusia, meskipun bentuknya berubah- ubah, demi pemenuhan jati diri sebagai individu, sebagai anggota komunitas sosial dan sebagai salah satu unsur dari alam semesta.

* + - * 1. Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum yakni menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindak, dan juga untuk menghibur. Sebagai instrument, komunikasi tidak hanya digunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, namun juga untuk menghancurkan hubungan tersebut. Studi komunikasi membuat kita peka terhadap berbagai strategi yang dapat kita gunakan dalam komunikasi kita untuk bekerja lebih baik dengan orang lain demi keuntungan bersama. Komunikasi berfungsi sebagai instrument untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka pendek ataupun tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek misalnya untuk memperoleh pujian, menumbuhkan kesan yang baik, memperoleh simpati, empati, keuntungan materil, ekonomi dan politik yang antara lain dapat diraih lewat pengelolaan kesan, yakni taktik verbal dan nonverbal. Sementara itu tujuan jangka panjang dapat diraih lewat keahlian komunikasi, misalnya keahlian berpidato, berunding, berbahasa asing ataupun keahlian menulis. Itu menunjukkan bahwa kemampuan berkomunikasi berperan penting mengantarkan seseorang ke puncak karirnya. (Mulyana, 2017: 5-33)

Komunikasi dapat membantu seluruh aspek kehidupan dalam menghadapi suatu masalah. Dengan berkomunikasi, kita juga dapat beradaptasi lebih baik dengan lingkungan baru, budaya baru, orang baru serta makhluk hidup lainnya.

**Rudolph F. Verderber** (Mulyana, 2017 : 5), memberikan pandangannya bahwa komunikasi mempunyai dua fungsi. *Pertama,* fungsi sosial, yakni untuk tujuan kesenangan, untuk menunjukkan ikatan dengan orang lain,membangun dan

memelihara hubungan. *Kedua,* fungsi pengambilan keputusan, yakni memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu pada saat tertentu, seperti: apa yang akan kita makan pagi hari,apakah kita akan kuliah atau tidak, dsb. Menurut Verderber, sebagian keputusan ini dibuat sendiri, dan sebagian lagi dibuat setelah berkonsultasi dengan orang lain. Sebagian keputusan bersifat emosional, dan sebagian lagi melalui pertimbangan yang matang. Semakin penting keputusan yang akan dibuat, semakin hati-hati tahapan yang dilalui untuk membuat keputusan. Verderber menambahkan, kecuali bila keputusan itu bersifat reaksi emosional, keputusan itu biasanya melibatkan pemrosesan informasi, berbagi informasi, dan dalam banyak kasus, persuasi, karena kita tidak hanya perlu memperoleh data, namun sering juga untuk memperoleh dukungan atas keputusan kita.

* + - 1. **Model Komunikasi**

Ada banyak model komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli salah satunya adalah model komunikasi linear. Pada dasawarsa 1940, komunikasi umumnya dianggap sebagai suatu fungsi linear. Seseorang mengomunikasikan pesan-pesannya melalui sebuah saluran kepada seorang penerima, yang kemudian memberikan umpan balik kepada pengirim tersebut (Gonzalez, dalam Jahi. 1988: 6)

**Gambar 2.2. Model Komunikasi Linear**

Sumber Pesan

Pesan

Saluran

Penerima Pesan

(Sumber : Filsafat Ilmu Komunikasi, Ardianto, E., Qomaruzzaman, B., 2007: 26- 27)

Model linear ini dikembangkan oleh Claude Shannon dan Waren Weaver (1949) atas dasar suatu model mekanis yang dirancang untuk sistem telepon di antara berbagai variasi model linear terdapat satu formula penelitian komunikasi, yang diungkapkan oleh Harold Lasswell: “Siapa mengatakan apa melalui saluran apa dengan efek apa.” (Who Says What to Whom in Which Channel with What Effect).

Model linear ini mengidentifikasikan elemen-elemen utama proses komunikasi: sumber/pengirim, pesan, saluran, penerima dan efek. Oleh karena itu riset pada waktu itu sangat memperhatikan persuasi dan propaganda, maka model tersebut tampaknya bermakna, dengan aliran pengaruhnya satu arah.

* + - 1. **Prinsip-Prinsip Komunikasi**

Terdapat 12 prinsip komunikasi yaitu :

* + - * 1. Komunikasi Adalah Proses Simbolik
				2. Setiap Perilaku Mempunyai Potensi Komunikasi
				3. Komunikasi Punya Dimensi Isi dan Dimensi Hubungan
				4. Komunikasi Berlangsung dalam Berbagai Tingkat Kesengajaan
				5. Komunikasi Terjadi dalam Konteks Ruang dan Waktu
				6. Komunikasi Melibatkan Prediksi Perserta Komunikasi
				7. Komunikasi Bersifat Sistemik
				8. Semakin Mirip Latar Belakang Sosial-Budaya Semakin Efektiflah Komunikasi
				9. Komunikasi Bersifat Nonsekuensial
				10. Komunikasi Bersifat Prosesual, Dinamis dan Transaksional
				11. Komunikasi Bersifat Irreversibel
				12. Komunikasi Bukan Panasea untuk Menyelesaikan Berbagai Masalah (Mulyana, 2017: 92-126)
		1. **Humas**
			1. **Pengertian Humas**

Hubungan masyarakat (humas) adalah seni menciptakan pengertian publik yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu/organisasi. Humas merupakan terjemahan istilah bahasa Inggris: Public Relations (sering disingkap PR) atau “Hubungan Publik”.

Menurut International Public Relations Association (IPRA), Humas adalah fungsi manajemen dari ciri yang terencana dan berkelanjutan melalui organisasi dan lembaga swasta atau publik (public) untuk memperoleh pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang terkait atau mungkin ada hubungannya dengan penelitian opini public di antara mereka.

Menurut para ahli sampai saat ini belum ada satu kesepakatan secara tegas mengenai definisi humas, ini disebabkan karena salah satunya banyaknya definisi humas yang satu sama lain saling berbeda pendapat tentang humas yang telah dirumuskan oleh para pakar atau ahli, maupun profesional humas yang satu sama lain saling berbeda pendapat tentang humas.

Tidak ada bidang ilmu lain yang sulit didefinisikan seperti Humas. Semua orang percaya bahwa definisi dari Humas bisa saja berbeda-beda arti bagi masing- masing pihak. Ada yang melihatnya dari segi komunikasi, publikasi, manajemen, pemasaran, atau periklanan, begitu kompleksnya. Berikut ini adalah beberapa definisi Humas atau Public Relation menurut para ahli :

Menurut **Denny Griswold** dalam buku **Hand Book of PR** karya **Elvinaro Ardianto (2011:9)**, Public Relations adalah Fungsi Manajemen yang mengevaluasi publik, memperkenalkanberbagai kebijakan dan prosedur dari suatu individu atau organisasi berdasarkan kepentingan publik, dan membuat perencanaan, serta melaksanakan suatu program kerja dalam upaya memperoleh pengertian dan pengakuan publik.

Selain itu, adapun pengertian menurut **Scott M. Cutlip** dari buku **Effective Public Relations (2007:6)**, Public Relations adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.

* + - 1. **Fungsi Humas**

Fungsi pokok humas di dalam instansi pemerintah (Rosady Ruslan, 2011:110) pada dasarnya sebagai berikut :

* + - * 1. Program pembangunan, baik secara nasional maupun daerah kepada masyarakat.
				2. Menjadi komunikator sekaligus mediator yang proaktif dalam upaya menjembatani kepentingan instansi pemerintah di satu

pihak dan menampung aspirasi atau opini publik (masyarakat), serta memperhatikan keinginan-keinginan masyarakat dilain pihak.

* + - * 1. Berperan serta secara aktif dalam menciptakan iklim yang kondusif dan dinamis demi mengamankan stabilitas dan program pembangunan, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Sedangkan menurut **Edward L. Bernay** dalam bukunya **Public Relations (1952, University of Oklahoma Press)** yang tertuang dalam buku karya **Rosady Ruslan, Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi** (2010:18) 3 fungsi utama humas, yaitu:

1. Memberikan penerangan kepada masyarakat.
2. Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung.
3. Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan/lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.

Berdasarkan fungsi-fungsi diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa peranan fungsi humas tidak hanya berlaku pada sebuah organisasi atau lembaga itu sendiri tetapi juga hubungan yang baik antara lembaga atau organisasi dengan masyarakat.

* + - 1. **Tujuan Humas**

Tujuan utama Hubungan Masyarakat atau Public Relation sendiri adalahmenciptakan mempertahankan dan melindungi reputasi organisasi/ perusahaan, memperluas prestis, menampilkan citra-citra yang mendukung. Riset menunjukkan bahwa konsumen/pelanggan lebih sering melakukan buying decision atau keputusan pembelian berdasarkan citra perusahaan. Pada dasarnya, tujuan Humas adalah menciptakan opini publik yang menyenangkan tentang kegiatan-kegitan yang dilakukan oleh organisasi atau instansi yang bersangkutan. Tujuan Humas atau program kehumasan adalah pencapaian citra yang dilahirkan dan memelihara citra positif yang sudah berjalan.

Menurut Widjaja (2008:55), tujuan humas yaitu untuk mengembangkan hubungan yang harmonis dengan pihak lain yakni publik (umum, masyarakat). Tujuan humas adalah untuk menciptakan, membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi lembaga atau organisasi di satu pihak dan dengan publik di lain pihak dengan komunikasi yang harmonis dan timbal balik.

* + 1. **Media Sosial**
			1. **Pengertian Media Sosial**

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan Wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Saat teknologi internet dan mobile phone makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses instagram misalnya, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah mobile

phone. Media sosial ada dalam ada dalam berbagai bentuk yang berbeda, termasuk social network, forum internet, weblogs, social blogs, micro blogging, wikis, podcasts, gambar, video, rating, dan bookmark sosial.

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein dalam **Uses Of The World Unite! The Challenges and Opportinities Of Social Media** di **Business Horizons**, mendefinisikan media sosial sebagai : “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran “user generated content”(Andreas, 2010:59).

Selain itu, menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial: proyek kolaborasi (misalnya, wikipedia), blog dan microblogs (misalnya, twitter), komunitas konten (misalnya, youtube), situs jaringan sosial (misalnya facebook, instagram), virtual game (misalnya world of warcraft), dan virtual social (misalnya, second life).

* + - 1. **Peran Media Sosial**

Kehadiran media sosial membuat penggunaan komunikasi digital berkembang secara pesat. Media sosial mempunyai semua kelebihan yang dimiliki komunikasi digital, yaitu pertukaran informasi yang dapat dilakukan secara bebas, dimana pun dan kapan pun. Berikut adalah beberapa peran media sosial dalam komunikasi digital yang dipaparkan oleh **Rudolf F. Verderber :**

* + - * 1. komunikasi mampu memberikan kesenangan atau hiburan bagi penggunanya dalam bentuk interaksi dengan sesama. Demikian pula komunikasi digital. Dengan adanya media sosial, komunikasi digital

menjadi sebuah cara berkomunikasi yang sangat popular terutama dalam hal pemenuhan kebutuhan hiburan sehari-hari. Melalui media sosial, komunikasi digital menawarkan hiburan dalam bentuk interaksi dengan sesama pengguna medsos lainnya. Baik berupa ungkapan emosi, ekpresi diri, menghilangkan penat atau mengalihkan perhatian dengan bermain game, atau sekedar mengikuti kabar berita dalam akun medsos seseorang untuk menghabiskan waktu.

* + - * 1. Media Sosial juga memudahkan penggunanya melakukan interaksi sosial dengan bergabung dengan berbagai komunitas. Cakupan lingkup komunitas yang diikuti juga bisa sangat luas, misalnya anggotanya berasal dari berbagai negara
				2. Komunikasi digital menawarkan kecepatan penyebaran informasi. Hal ini sangat diperlukan dalam merespon bencana. Media sosial sangat membantu pengunaanya untuk berbagi informasi mengenai kondisi terkini disekitar wilayah bencana.
				3. Penggunaan komunikasi digital dalam pemenuhan layanan kesehatan juga semakin meningkat dan berkembang dengan kehadiran media sosial. Media sosial membantu industri kesehatan untuk melakukan kampanye kesehatan dengan lebih murahm cepat dan tepat sasaran.
			1. **Fungsi Media Sosial**

Media sosial memilki pengaruh yang cukup besar sebagai komunikasi digital dalam mempengaruhi pola pikir masyarakat. Maka dari itu masyarakat pun merasakan *feedback* dari menggunakan media sosial.

Adapun fungsi media sosial diantaranya sebagai berikut :

* + - * 1. Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi.
				2. Media sosial berhasil mentranformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak audience.
				3. Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan juga informasi. Mentranformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

Selain itu menurut **Puntoadi (2011:5)** media sosial memiliki fungsi sebagai berikut :

1. Membangun personal branding lewat sosial media merupakan tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena audience yang akan menentukan. Berbagai sosial media menjadi media untuk orang yang melakukan komunikasi, berdiskusi, dan juga memberikan suatu popularitas di media sosial.
2. Memberikan suatu kesempatan yang fungsinya interaksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan content komunikasi yang lebih individual. Melalui media sosial juga berbagai kalangan pemasar bisa mengetahui kebiasaasn dari konsumen mereka dan melakukan suatu interaksi secara personal dan juga bisa membangun suatu ketertarikan yang lebih dalam.
	* + 1. **Kelebihan Media Sosial**

Kelebihan media sosial kian hari semakin memikat para penggunanya. Banyak fitur yang ditawarkan hampir setiap tahun diperbarui demi memberikan kenyamanan bagi penggunanya. Masyarakat pun merasakan manfaat dari media sosial. Berikut kelebihan dari media sosial :

* + - * 1. Dapat menjalin hubungan tanpa mengenal jarak dan waktu. Dengan adanya media sosial ada banyak aplikasi dengan fitur yang bisa digunakan untuk berkomunikasi seperti *chatting* dan *video call.*
				2. Mendapatkan penghasilan tambahan melalui media sosial. Banyaknya aplikasi bisa menjadikan sebagai media untuk mencari uang, selain itu media sosial dapat mengembangkan *branding* pada toko online.
				3. Media sosial dapat menghilangkan stress, pengguna dapat menulis kata-kata, membaca hingga memposting foto,video atau status sebagai bentuk ekspresi diri dan juga terdapat fitur game pada media sosial.
				4. Memperluas wawasan dan pengetahuan, ada banyak media sosial dengan fokus membagikan informasi bahkan ilmu pengetahuan yang bisa digunakan oleh pengguna sehingga masyarakat dapat meningkatkan pengetahuan.
			1. **Kekurangan Media Sosial**
				1. Lupa waktu, tidak sedikit pengguna yang lupa waktu akibat bermain media sosial, karena jika menggunakan media sosial terlalu berlebihan maka pengguna dapat mengalami kecanduan.
				2. Menjadi individualis, saat terlalu fokus bermain gadget tanpa kita sadari secara otomatis akan lebih memikirkan kepentingan diri sendiri

dan lupa dengan keadaan sekitar. Kita menjadi sedikit anti sosial dan kurang berinteraksi antar sesama.

* + - * 1. Mata menjadi sakit, tidak semua mengalami hal ini, akan tetapi bagi pengguna yang terlalu fokus bermain media sosial terutama game dan video, kemungkinan mata akan sakit jika menggunakannya terlalu berlebihan.
				2. *Hoax,* media sosial juga bisa menjadi berbahaya jika digunakan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab, seperti informasi yang tidak jelas kebenarannya hingga *cyber crime.*
		1. **Media Sosial Instagram**

Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan video, menerapkan filter digital (pemberian efek pada foto) dan membagikannya ke berbagai media sosial termasuk instagram itu sendiri. Nama Instagram berasal dari Kata ‘Instan’ dan ‘telegram’. Kata ‘instan’ yang mendasari penamaan ‘insta’ dimaksudkan seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan".

Menurut **Jubilee Enterprise** dalam buku **Instagram untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif**, ada banyak definisi mengenai instagram. Jika dirinci satu demi satu,instagram yang proyeksi awalnya dirintis oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger ini memiliki arti-arti sebagai berikut :

* + - 1. Instagram adalah aplikasi yang tersedia untuk iphone, ipod, ipad, dan Android. Fungsinya untuk memotret dan mengolah foto tersebut agar terkesan antic (vintage) dan menyebarkannya ke komunitas.
			2. Instagram adalah komunikasi yang saling berbagi foto antara satu anggota dengan anggota lainnya dari seluruh dunia. Instagram menyerupai galeri berukuran raksasa dimana setiap orang bisa melihat hasil karya pengguna instagram yang lain dengan menciptakan jaringan pertemanan. (Jubilee, 2012, hlm.2).

Fitur yang paling utama dari Instagram adalah sebagai tempat untuk berbagi foto dan video kepada pengguna lainnya. Foto yang ingin diunggah dapat diperoleh melalui galeri album foto maupun langsung dari fitur kamera bawaan aplikasi Instagram. Selain itu, adapun fitur like dan komen untuk memungkinkan pengguna saling bertukar komentar dan penanda bahwa pengguna lain menyukai unggahan apa yang kita unggah, explore yang menampilkan foto-foto populer, foto yang diambil di lokasi terdekat, dan pencarian, instagram story yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan video, menambahkan efek dan layer dan kemudian menambahkannya ke kilas cerita Instagram mereka, lalu ada IGTV yaitu fitur video vertikal yang memungkinkan unggahan video berdurasi hingga 10 menit dengan ukuran file hingga 650 MB atau 60 menit dengan ukuran file hingga 5,4 GB.

* 1. **Kerangka Teoritis**
		1. **Behaviorisme**

Menurut John dan Foss dalam Encyclopedia of Communication Theory (2009), Behaviorisme adalah sebuah aliran dalam psikologi yang didirikan oleh

John B. Watson pada tahun 1913 yang berpendapat bahwa perilaku harus merupakan unsur subyek tunggal psikologi. Behaviorisme merupakan aliran revolusioner, kuat dan berpengaruh, serta memiliki akar sejarah yang cukup dalam. Behaviorisme lahir sebagai reaksi terhadap introspeksionisme (yang menganalisis jiwa manusia berdasarkan laporan-laporan subjektif) dan juga psikoanalisis (yang berbicara tentang alam bawah sadar yang tidak tampak).

Teori ini memiliki arti bahwa semua tindakan memiliki balasan yang berbentuk respon. Dapat digambarkan seperti apabila seorang individu mendapatkan rangsangan, lalu individu tersebut berhasil menerima serta mengamatinya, maka kita akan mudah dalam memperkirakan seperti apa tanggapan atau responnya.

Behaviorisme secara keras menolak unsur-unsur kesadaran yang tidak nyata sebagai obyek studi dari psikologi, dan membatasi diri pada studi tentang perilaku yang nyata. Dengan demikian, Behaviorisme tidak setuju dengan penguraian jiwa ke dalam elemen seperti yang dipercayai oleh strukturalism. Berarti juga behaviorisme sudah melangkah lebih jauh dari fungsionalisme yang masih mengakui adanya jiwa dan masih memfokuskan diri pada proses- proses mental.

* 1. **Kerangka Pemikiran**
		1. **Teori Determinisme Teknologi (Mc. Luhan)**

Teori Determinisme Teknologi pertama kali dikemukakan oleh Marshall McLuhan di tahun 1962 melalui tulisannya yang berjudul The Guttenberg Galaxy:

The Making of Typographic Man dengan pokok gagasan dari teori ini adalah bahwa pola kehidupan masyarakat manusia, khususnya aspek interaksi sosial diantara mereka, ditentukan oleh perkembangan dan jenis teknologi yang dikonsumsi oleh masyarakat itu sendiri (McLuhan. 1994:108). McLuhan juga berpendapat bahwa media merupakan faktor utama yang paling memperngaruhi hal lainnya. Secara umum, teori determinisme teknologi ini berusaha menjelaskan bagaimana sebuah teknologi terutama media sangat berpengaruh dalam menentukan bagaimana individu dalam masyarakat memikirkan, merasakan dan melakukan suatu tindakan tertentu. Sedangkan menurut Smith (dalam Saefullah, 2007: 28) determinasi teknologi berawal dari asumsi bahwa teknologi adalah kekuatan kunci dalam mengatur masyarakat. Dalam paham ini struktur sosial dianggap sebagai kondisi yang terbentuk oleh materialistik teknologi. Lain halnya dengan analisis Feenberg yang mengemukakan dua premis determinasi teknologi yang bermasalah. Pertama, teknologi berkembang secara unlinear dari konfigurasi sederhana kea rah yang lebih kompleks. Kedua, masyarakat harus tunduk pada perubahan-perubahan yang tejadi dalam dunia teknologi itu.

Ide dasar teori ini adalah bahwa perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Teknologi membentuk individu bagaimana cara berpikir, berperilaku dalam masyarakat dan teknologi tersebut akhirnya mengarahkan manusia untuk bergerak dari satu abad teknologi ke abad teknologi yang lain. Misalnya dari masyarakat suku yang belum mengenal huruf menuju masyarakat yang memakai peralatan komunikasi cetak, ke masyarakat yang memakai peralatan komunikasi elektronik.

McLuhan berpikir bahwa budaya kita dibentuk oleh bagaimana cara kita berkomunikasi. Paling tidak, ada beberapa tahapan yang layak disimak. Pertama, penemuan dalam teknologi komunikasi menyebabkan perubahan budaya. Kedua, perubahan di dalam jenis-jenis komunikasi akhirnya membentuk kehidupan manusia. Ketiga, sebagaimana yang dikatakan McLuhan bahwa “Kita membentuk peralatan untuk berkomunikasi, dan akhirnya peralatan untuk berkomunikasi yang kita gunakan itu akhirnya membentuk atau mempengaruhi kehidupan kita sendiri”.

Kita belajar, merasa dan berpikir terhadap apa yang akan kita lakukan karena pesan yang diterima teknologi komunikasi menyediakan untuk itu. Artinya, teknologi komunikasi menyediakan pesan dan membentuk perilaku kita sendiri. Radio menyediakan kepada manusia lewat indera pendengaran (audio), sementara televisi menyediakan tidak hanya pendengaran tetapi juga penglihatan (audio visual). Apapun yang diterpa dari dua media itu masuk ke dalam perasaan manusia dan mempengaruhi kehidupan sehari-hari kita. Selanjutnya, kita ingin menggunakannya lagi dan terus menerus. Bahkan McLuhan sampai pada kesimpulannya bahwa media adalah pesan itu sendiri (the medium is the message). Sama halnya dengan apa yang sedang diteliti oleh peneliti mengenai bagaimana pemanfaatan humas dalam mempublikasikan media melalui instagram. instagram yang merupakan bagian dari teknologi mendukung untuk membuat dan menyebarkan informasi melalui media online atau media sosial dengan maksud untuk membentuk cara berfikir pembaca atau yang melihatnya, dan menimbulkan perubahan perilaku setelah membaca dan melihatnya.

Salah satu definisi dari media adalah alat untuk memperkuat, memperkeras dan memperluas fungsi dan perasaan manusia. Dengan kata lain, masing-masing penemuan media baru yang kita betul-betul dipertimbangkan untuk memperluas beberapa kemampuan dan kecakapan manusia. Misalnya, ambil sebuah buku. Dengan buku itu seseorang bisa memperluas cakrawala, pengetahuan, termasuk kecakapan dan kemampuannya. Seperti yang sering dikatakan oleh masyarakat umum, dengan buku, kita akan bisa “melihat dunia”.

Mengikuti teori ini, ada beberapa perubahan besar yang mengikuti perkembangan teknologi dalam berkomunikasi. Masing-masing periode sama- sama memperluas perasaan, dan pikiran manusia. McLuhan membaginya ke dalam empat periode. Di dalam masing-masing kasus yang menyertai perubahan itu atau pergerakan dari era satu ke era yang lain membawa bentuk baru komunikasi yang menyebabkan beberapa macam perubahan dalam masyarakat.

Pertama, a Tribal Age. Menurut McLuhan, pada era purba atau era suku zaman dahulu, manusia hanya mengandalkan indera pendengaran dalam berkomunikasi. Komunikasi pada era itu hanya mendasarkan diri pada narasi, cerita, dongeng tuturan, dan sejenisnya. Jadi, telinga adalah “raja” ketika kemampuan visual manusia belum banyak diandalkan dalam komunikasi. Bagi masyarakat primitif di era kesukuan, pendengaran adalah hal yang paling penting. Peran otak menjadi sangat penting sebagai wilayah yang mengontrol pendengaran. Dengan pengenalan huruf lambat laun masyarakat berubah ke era tulisan. Era ini mendudukkan kekuatan penglihatan sepenting pendengaran.

Kedua, the age of literacy, semenjak ditemukannya alfabet atau huruf, maka cara manusia berkomunikasi banyak berubah. Indera pengelihatan kemudian menjadi dominan di era ini, mengalahkan indera pendengaran. Manusia berkomunikasi tidak lagi mengandalkan tuturan, tapi lebih kepada tulisan.

Ketiga, the print age. Era ini dimulai sejak ditemukannya mesin cetak yang menjadikan alfabet semakin menyebarluas ke penjuru dunia. Kekuatan katakata melalui mesin cetak tersebut semakin merajalela. Kehadiran mesin cetak, dan kemudian media cetak, menjadikan manusia lebih bebas lagi untuk berkomunikasi.

Keempat, the electronic age. Era ini juga menandai ditemukannya berbagai macam alat atau teknologi komunikasi. Telegram, telepon, radio, film, televisi, VCR, fax, komputer, dan internet. Manusia kemudian menjadi hidup didalam apa yang disebut sebagai global village. Media massa pada era ini mampu membawa manusia mampu untuk bersentuhan dengan manusia yang lainnya, kapan saja, dimana saja, dan seketika itu juga.

Pada intinya determinisme teknologi adalah sebuah teori yang menegaskan bahwa perubahan yang terjadi dalam perkembangan teknologi sejak zaman dahulu sampai saat ini memberikan pengaruh yang besar terhadap masyarakat. Perkembangan teknologi seperti reka baru atau bisa disebut inovasi, penemuanpenemuan baru, dan hal-hal lain yang bertujuan mengembangkan teknologi untuk mempermudah kegiatan-kegiatan manusia, memberikan pengaruh yang besar kepada perkembangan nilai-nilai sosial dan kehidupan dalam masyarakat.

**Gambar 2.3.**

**Bagan Kerangka Pemikiran**

PEMANFAATAN HUMAS DALAM MEMPUBLIKASIKAN KEGIATAN PEMERINTAHAN MELALUI MEDIA SOSIAL

Cara Berfikir

Perkembangan Teknologi

Cara Berperilaku

Teori Determinasi Teknologi

(Marshall McLuhan) 1962

*Sumber : Olahan Peneliti 2021*