

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP**

#### **2. 1 Tinjauan Pustaka**

##### **2.1. 1 Humas**

Hubungan Masyarakat atau Humas, adalah seni menciptakan pengertian publik yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu atau organisasi. Posisi humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang diterapkan oleh suatu organisasi. Sasaran humas ialah publik internal dan eksternal, dimana secara operasional, humas membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya dan mencegah timbulnya rintangan psikologis yang mungkin terjadi diantara keduanya.

Menurut Scott M. Cutlip dalam Ruslan (2016:6) *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.

Walaupun berbagai definisi kehumasan memiliki redaksi yang saling berbeda akan tetapi prinsip dan pengertiannya sama. Humas dalam menjalankan tugas dan fungsinya mempunyai ruang lingkup, dimana ruang lingkup tersebut menjadi acuan penting dalam setiap kegiatan humas. Dalam buku Komunikasi dan Hubungan Masyarakat (Widiaja, 2010:57) dikatakan bahwa ruang lingkup Humas meliputi antara lain:

a) **Pengumpulan dan Pengolahan Data**

Pengumpulan dan pengolahan data mempunyai tugas mengumpulkan dan mengolah data untuk keperluan informasi bagi masyarakat dan lembaga serta informasi bagi masyarakat dan lembaga serta informasi umpan balik masyarakat.

b) Penerangan

Penerangan mempunyai tugas mempersiapkan pemberian penerangan kepada masyarakat tentang kebijakan dan pelaksanaan lembaga melalui media massa.

c) Publikasi

Publikasi mempunyai tugas mengurus publikasi tentang kebijakan dan pelaksanaan kegiatan lembaga.

Humas memang tidak dapat menghindari posisinya yang berada diantara publik internal dan juga eksternal. Maka dari itu, Humas harus mampu membentuk hubungan yang harmonis dengan publik internal maupun publikeksternal. Untuk hubungan dengan publik internal dikenal dengan istilah Internal Relations dimana hal tersebut menunjukkan semua aktivitas humas yang ditujukan kepada publik internal, yang terdiri dari orang - orang yang terkait secara langsung di perusahaan, yaitu karyawan, keluarga karyawan, pemegang saham, eksekutif puncak. Sementara itu Eksternal Relations adalah aktivitas yang ditujukan kepada pihak eksternal seperti halnya, kalangan pers, pemerintah dan masyarakat diluar perusahaan yang memerlukan informasi atau penerangan melalui aktivitas publisitas yang dilaksanakan oleh Humas.

### **2.1.1.1 Fungsi Humas**

Humas sebagai alat manajemen modern, maka secara structural merupakan bagian integral dari suatu kelembagaan atau organisasi, artinya: Humas bukanlah merupakan fungsi terpisah dari fungsi kelembagaan atau organisasi tersebut. Sejalan dengan konsep *Public Relations* yang berkembang kini adalah konsep yang menekankan pentingnya komunikasi dua arah, menurut Howard Childs : Fungsi dasar *Public Relations* bukan untuk menampilkan pandangan organisasi atau seni sikap publik, tetapi untuk melakukan rekonsiliasi atau penyesuaian terhadap kepentingan publik setiap aspek pribadi organisasi maupun perilaku perusahaan yang punya signifikan sosial. Jadi disini *Public Relations* berfungsi membantu organisasi melakukan penyesuaian terhadap lingkungan tempat organisasi tersebut beroperasi.

Fungsi Humas menurut Cutlip & Center, and Canfield, fungsi Humas adalah sebagai berikut:

- a) Dapat menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi tersebut melekat pada manajemen lembaga/organisasi)
- b) Berfungsi untuk membina hubungan yang harmonis antara badan/organisasi dengan pihak publiknya, sebagai khalayak sarannya.
- c) Mengidentifikasi yang menyangkut opini, persepsi, dan tanggapan masyarakat terhadap organisasi yang diwakilinya atau sebaliknya.
- d) Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbangan saran kepada pimpinan manajemen demi tujuan dan manfaat bersama
- e) menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak.

Fungsi utama Humas adalah membantu organisasi agar ia selalu punya hubungan harmonis dengan berbagai publiknya melalui kegiatan komunikasi. Konsep *Public Relations* sebagai komunikasi dua arah menekankan pentingnya pertukaran komunikasi atau saling memahami dengan penekanan pada penyesuaian organisasi. Karena dengan hubungan yang demikian itulah, publik sebuah organisasi akan mendukung keberadaan organisasi, program - program dan kebijakan organisasi.

Humas dalam perannya di sebuah organisasi menjadi sebuah tombak utama yang dapat membantu organisasi untuk mencapai tujuan, maka dari itu humas menjadi sebuah fungsi manajemen yang penting di dalam sebuah organisasi.

Peranan Menurut Rosady Ruslan (2016:26), menyebutkan sebagai berikut:

1) *Communicator*

Artinya kemampuan sebagai komunikator baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui media cetak/elektronik dan lisan (spoken person) atau tatap muka dan sebagainya. Disamping itu

juga bertindak sebagai mediator dan sekaligus persuader.

2) *Relationship*

Kemampuan peran humas (*public relations*) membangun hubungan yang positif antara lembaga yang diwakilkannya dengan publik internal maupun eksternal juga berupaya menciptakan saling pengertian, kepercayaan, dukungan, kerjasama dan toleransi antara kedua belah pihak.

3) *Back Up Management*

Melaksanakan dukungan manajemen atau menunjang kegiatan lain, seperti manajemen promosi, pemasaran, Operasional, personalia dan sebagainya untuk mencapai tujuan bersama dalam suatu kerangka tujuan pokok perusahaan atau organisasi.

4) *Good Image Maker*

Menciptakan citra atau publikasi yang positif merupakan prestasi, reputasi dan sekaligus menjadi tujuan utama bagi aktivitas *public relations* dalam melaksanakan manajemen kehumasan membangun citra Atau nama baik lembaga/organisasi dan produk yang diwakilinya.

### **2.1.1.2 Tugas Humas**

Pada umumnya tugas - tugas Humas instansi atau lembaga pemerintahan, menurut Rosady Ruslan (2016:342) yaitu:

1. Upaya memberikan penerangan atau informasi Kepada masyarakat tentang pelayanan masyarakat kebijaksanaan serta tujuan yang akan dicapai oleh pemerintan dalam melaksanakan program kerja tersebut.
2. Mampu untuk menanamkan keyakinan dan kepercayaan serta mengajak masyarakat dalam prinsipnya atau ikut serta pelaksanaan program pembangunan di berbagai bidang, sosial Alennomi politik, serta meniaga stabilitas dan keamanan nasional.
3. Kejujuran dalam pelayanan dan pengabdian dari aparaturn Pemerintah

yang bersangkutan perlu dipelihara Atau dipertahankan dalam melaksanakan tugas serta kewajibannya masing-masing.

Menurut John D Millet, menjabarkan beberapa hal yang menjadi tugas utama Humas Pemerintah, antara lain (Ruslan, 2016:341) :

1. Mengamati dan mempelajari mengenai hasrat, keinginan keinginan dan juga aspirasi yang terdapat pada masyarakat (learning about public desires and aspiration).
2. Kegiatan memberikan saran atau sumbangan pemikiran untuk Kegiatan memberikan saran atau sumbangan pemikiran untuk menanggapi apa yang sebaiknya dilakukan oleh instansi/Lembaga pemerintah seperti yang dikehendaki oleh pihak publiknya (advising the public what is should desire).
3. Kemampuan untuk mengusahakan terjadinya hubungan yang memuaskan yang didapatkan antara hubungan publik untuk para apart pemerintahan (*ensuring satisfactory contact between public and government official*).
4. Memberikan penerangan dan informasi tentang apa yang telah diupayakan oleh suatu lembaga/instansi pemerintahan yang bersangkutan (informing and about what an agency is doing).

### **2.1.1.3 Peran Humas**

Menurut Dozeir D.M Peranan petugas humas atau praktisi humas menjadi salah satu kunci penting untuk pemahaman fungsi humas dan komunikasi organisasi. Peran humas dapat dibedakan menjadi dua, yakni peranan manajerial (communication maneger role) dan peranan teknis (communication technician role). Peranan manajerial dikenal dengan peranan di tingkat manajemen dapat diuraikan menjadi empat peranan, yakni expert prescriber communication, communication fasilitator, dan problem solving process facilitator.

Dari penjelasan diatas, Menurut Dozeir & Broom,1995 peranan *Public Relation* dalam suatu organisasi dapat dibagi empat karegori yaitu:

#### 1. Penasehat Ahli (Expert preciber)

Seorang praktisi pakar public Relation yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya. Hubungan praktisi PR dengan manajemen organisasi seperti hubungan antara dokter dengan pasiennya. Artinya, pihak manajemen bertindak pasif untuk menerima atau mempercayai apa yang telah disarankan atau usulan dari pakar PR tersebut dalam memecahkan dan mengatasi persoalan PR yang tengah dihadapi oleh organisasi yang bersangkutan.

#### 2. Fasilitator komunikasi (Communication Fasilitator)

Dalam hal ini praktisi PR bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Dipihak lain, seorang PR juga dituntut mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan organisasi kepada pihak publiknya. Sehingga dengan komunikasi timbal balik tersebut dapat tercipta saling pengertian, mempercayai, menghargai, mendukung dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak.

#### 3. Fasilitator proses pemecahan masalah (Problem solving process facilitator)

Peranan PR dalam proses pemecahan masalah PR ini merupakan bagian dari tim manajemen, hal ini di maksud untuk membantu pimpinan organisai baik sebagai penasihat (advisor) hingga mengambil tindakan eksekusi (keputusan) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional.

#### 4. Teknisi Komunikasi (Communication technician)

Berbeda dengan tiga peranan praktisi PR professional sebelumnya yang terkait serta dengan fungsi dan peranan manajemen organisasi. Peranan ini menjadikan praktisi PR sebagai journalist in resident yang

hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan *method of communication in organization*. Sedangkan kebijakan dan keputusan teknik komunikasi mana yang digunakan bukan merupakan keputusan petugas humas, melainkan keputusan manajemen dan petugas humas yang melaksanakannya. Sistem komunikasi dalam organisasi tergantung dari masing-masing bagian atau tingkatan, yaitu secara teknis komunikasi, baik arus maupun media komunikasi yang dipergunakan dari tingkat pimpinan dengan bawahan akan berbeda dari bawahan ke tingkat atasan. Hal yang sama juga berlaku pada arus dan media komunikasi antara satu level, misalnya komunikasi antar karyawan satu departemen dengan lainnya (*employee relation and communications media model*).

Dari keempat peranan public relation tersebut, dapat terlihat mana yang berperan dan berfungsi pada tingkat manajerial, keterampilan hubungan antar individu (*human relation skill*) dan keterampilan teknis (*technical skill*) dalam manajemen humas.

Kedudukan PR dalam struktur manajemen yang efektif adalah seorang PR berada di leher perusahaan. Penempatan posisi manajer PR di leher perusahaan ini guna memungkinkannya berhubungan dengan pucuk pimpinan dan memberikan pelayanan kepada seluruh divisi fungsional dalam organisasi.

Dalam sebuah perusahaan atau organisasi, bagian-bagian dalam perusahaan itu saling berhubungan. Maka jika ada satu system yang jatuh maka system lainnya pun akan berpengaruh, Konsep sistem berpengaruh pada pengaturan bagian-bagian, hubungan antara bagian-bagian dan dinamika hubungan tersebut yang menumbuhkan kesatuan atau keseluruhan.

Inti dari pemahaman teori system ini adalah “setiap bagian berpengaruh pada keseluruhan” atau sesuatu tidak dapat ada tanpa keberadaan yang lain. Ketika organisasi di pandang sebagai sebuah system social maka seluruh aspek harus diperhatikan atau di anggap penting. Sebuah organisasi tidak dapat hanya menganggap penting masalah struktur dan job description saja tetapi juga harus

memperhatikan masalah perilaku, sikap, fungsi dan peran, moralitas serta kepribadian dari seluruh sub sistem yang ada.

Pembuatan keputusan adalah bagian kunci kegiatan manajer. Pembuatan keputusan (decision making) menggambarkan proses melalui mana serangkaian kegiatan dipilih sebagai penyelesaian suatu masalah.

#### Jenis-jenis Pekerjaan seorang manajer Humas

- a. Menyusun serta mendistribusikan sebuah berita (news release), foto-foto dan berbagai artikel untuk konsumsi media massa.
- b. Mengorganisasikan konferensi pers, acara-acara resepsi dan kunjungan kalangan media massa ke organisasi atau perusahaan.
- c. Menjalankan fungsi sebagai penyedia informasi utama bagi kalangan media massa.
- d. Mengatur acara wawancara antara kalangan pers (media cetak), radio dan televisi dengan pihak manajemen.
- e. Memberikan penerangan singkat kepada fotografer, serta membentuk dan mengelola sebuah perpustakaan foto.
- f. Mempersiapkan berbagai bentuk instrumen audio-visual, seperti menyusun lembaran-lembaran slide untuk presentasi dan kaset rekaman video, termasuk melaksanakan distribusi, penyusunan katalog, pameran dan pemeliharannya.
- g. Mempersiapkan dan memelihara berbagai bentuk identitas perusahaan seperti logo perusahaan, berikut segenap komposisi warna, tipografi dan hiasannya, pengaturan jenis kendaraan-kendaraan dinas, pakaian seragam para pegawai dan sebagainya.
- h. Mengelola hal-hal yang berkaitan dengan berbagai kunjungan seperti fasilitas penerbangan/pelayaran, pengurusan tiket, persiapan akomodasi, tur, dan sebagainya.
- i. Mengikuti rapat-rapat penting yang diselenggarakan oleh dewan direksi dan pemimpin perusahaan, serta rapat-rapat terbatas yang

diadakan oleh kepala departemen produksi, pemasaran, penjualan, dan lain-lain.

- j. Berhubungan baik dengan kalangan birokrat.
- k. Mengatur penyelenggaraan acara-acara resmi, misalnya acara peresmian bangunan baru, termasuk mengatur para tokoh penting, tamu undangan dan kalangan media massa yang datang meliput.
- l. Mengorganisasikan berbagai umpan-balik dari berbagai sumber informasi, mulai dari kliping Koran/majalah, berita-berita radio dan televisi, serta memantau berbagai bentuk laporan dari luar.
- m. Menganalisis umpan balik dan mengevaluasi hasil dari upaya untuk mencapai suatu tujuan.

Lalu Menurut Frank Jefkins (2010), memiliki banyak definisi tentang peran hubungan masyarakat, diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Mengubah citra umum yang berhubungan dengan kegiatan baru yang dilakukan perusahaan dimata masyarakat
- b. Menyebarkan suatu cerita sukses yang telah dicapai perusahaan kepada publik guna mendapatkan pengakuan
- c. Mengenalkan perusahaan kepada masyarakat luas dan menidik para konsumen sehingga lebih efektif dan mengerti tentang produk - produk perusahaan
- d. Memperbaiki hubungan antara perusahaan dengan masyarakat sebagai publik sehubungan dengan telah terjadinya suatu peristiwa yang telah mengakibatkan kecaman, keraguan ataupun salah paham di masyarakat terhadap niat baik yang dilakukan perusahaan atau instansi
- e. Memastikan bahwa politisi telah benar - benar paham akan kegiatan atau produk perusahaan yang positif agar perusahaan yang bersangkutan terhindar dari undang - undang, ataupun kebijakan pemerintah yang merugikan
- f. Menyebarkan kegiatan riset yang telah dilakukan perusahaan supaya publik mengetahui jika perusahaan tersebut lebih mengutamakan kualitas dalam berbagai hal.

Danandjaja (2011:73), menyatakan bahwa peran humas di dalam perusahaan yaitu:

- a. Membantu menetapkan serta memelihara garis komunikasi. Garis - garis komunikasi yang dimaksud disini berupa saling pengertian, saling menerima satu sama lain, dan Kerjasama yang baik antara perusahaan/organisasi dengan publiknya.
- b. Memecahkan masalah - masalah manajemen
- c. Peran humas ketika terjadi masalah dalam suatu perusahaan/organisasi yaitu membantu para manajer untuk menciptakan pendapat publik sehingga permasalahan segera dapat dipecahkan/dicari solusinya, selain itu seorang humas juga dapat menjelaskan serta menekankan tanggung jawab kepada para manajer untuk dapat melayani kepentingan publik.
- d. Membantu para manajer untuk mengambil keputusan yang efektif
- e. Dalam mengambil keputusan *public relations* harus mampu menjadi penengah. Maksudnya adalah peran *public relations* disini tidak memihak antara manajer dengan publik atau harus netral. Serta berusaha mengambil jalan terbaik ketika suatu keputusan belum dapat diambil dengan catatan tidak akan menimbulkan permasalahan dan tidak merugikan satu sama lain
- f. Memberi peringatan dini kepada para manajer untuk mengantisipasi setiap kecenderungan
- g. Salah satu kewajiban seorang humas adalah selalu mengingatkan para manajer dalam melakukan berbagai kegiatannya. Jangan sampai dengan adanya suatu kegiatan akan menimbulkan permasalahan dimata publik.
- h. Menggunakan riset dan teknik - teknik komunikasi sebagai sarana utama.
- i. Media yang digunakan sebagai sarana komunikasi oleh *public relations* harus disesuaikan dengan tingkat kebutuhan masyarakat. Hubungan Masyarakat harus memiliki pengetahuan tentang bagaimana penggunaan media tersebut beserta teknik - teknik komunikasi.

Kemudian menurut Frida Kusumastuti (2013:24), "Peranan petugas humas dapat dibedakan menjadi 2 (dua), yakni peranan manajerial (communication manajerial role) peranan teknis (communication technician role)". Peranan manajerial dapat dibedakan menjadi tiga yaitu penasehat ahli (expert preciber communications), fasilitator pemecah masala (problem solving process facilitator), dan fasilitator komunikasi (communication facilitator).

Keempat peranan tugas humas tersebut sering digunakan dalam suatu perusahaan/organisasi secara berbeda - beda tergantung beberapa hal yaitu sistem budaya perusahaan/organisasi, tersedianya sumber daya manusia yang berkualitas, struktur perusahaan/organisasi yang menemukan wewenang dan kewajiban humas, serta ciri khas kehumasan tersebut perusahaan/organisasi.

Kemudian beberapa uraian yang telah disebutkan bahwa peran public relations dalam suatu perusahaan/organisasi sangatlah penting. Tapa adanya public relations suatu perusahaan/organisasi tidak akan dapat menjaga dan meningkatkan citra/image perusahaan/organisasi tersebut. Selain itu juga, agar public relations dapat lebih berhasil menjalankan peranannya, maka petugas public relations perlu mengetahui dan menguasai pengetahuan tentang public relations dengan berbagai aspeknya. Secara singkat peran public relations dalam perusahaan/organisasi yaitu untuk membantu menetapkan serta memelihara komunikasi dan membantu dalam penyelesaian pemecahan masalah - masalah manajemen yang telah terjadi.

## **2.1. 2 Humas Pemerintahan**

### **2.1.2.1 Pengertian Humas Pemerintahan**

Pemerintah juga memiliki HUMAS (hubungan masyarakat) berikut penjelasan dari para ahli:

Menurut Effendy (2017:341) menyatakan bahwa, Humas pemerintah adalah "Keberadaan unit kehumasan di sebuah lembaga/instansi Pemerintah merupakan keharusan secara fungsional dan operasional dalam upaya menyebar luaskan atau untuk mempublikasi tentang suatu kegiatan atau aktivitas instansi bersangkutan yang

bertujuan baik untuk hubungan masyarakat ke dalam, maupun pada masyarakat luar pada umumnya".

Berdasarkan pendapat menurut para ahli, peneliti menyimpulkan bahwa Humas Pemerintah bertugas menjalankan kegiatan kebijakan publik dan pelayanan publik. Salah satu tugas humas pemerintahan dalam bidang kebijakan publik adalah memberikan informasi tentang kebijakan Pemerintah yang mengikat masyarakat.

### **2.1.2.2 Fungsi Humas Pemerintahan**

Beberapa fungsi hubungan masyarakat pada pemerintah menurut para ahli:

Menurut Ruslan (2016:343), menyatakan bahwa, beberapa fungsi pokok humas pemerintahan sebagai berikut:

1. Mengamankan kebijakan pemerintah
2. Memberikan pelayanan, dan menyebarluaskan pesan atau informasi mengenai kebijaksanaan dan hingga program-program kerja secara nasional kepada masyarakat.
3. Menjadi komunikator dan sekaligus sebagai mediator yang pro aktif dalam menjabatani kepentingan instansi pemerintah di satu pihak, dan menampung aspirasi, serta memperhatikan keinginan-keinginan publiknya di lain pihak.
4. Berperan serta dalam menciptakan iklim yang kondusif dan dinamis demi mengamankan stabilitas dan keamanan politik pembangunan nasional, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Berdasarkan pendapat menurut para ahli, peneliti menyimpulkan bahwa fungsi humas pemerintahan adalah membina hubungan yang harmonis antara pihak internal maupun publiknya, sehingga dapat menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, agar tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak.

### **2.1.3 Pengertian Citra**

Menurut Frank Jefkins, yang dikutip oleh Soemirat (2007:117). Dalam kutipan tersebut Frank Jefkins menyatakan bahwa, jenis-jenis citra sebagai berikut:

1. *The mirror image* (cerminan citra), yaitu bagaimana dugaan (citra) manajemen terhadap publik eksternal dalam melihat perusahaannya.
2. *The current image* (citra masih hangat), yaitu citra yang terdapat pada publik eksternal, yang berdasarkan pengalaman atau menyangkut miskinnya informasi dan pemahaman publik eksternal. Citra ini bisa saja bertentangan dengan mirror image.
3. *The wish image* (citra yang diinginkan), manajemen menginginkan pencapaian prestasi tertentu. Citra ini diaplikasikan untuk sesuatu yang baru sebelum publik eksternal memperoleh informasi yang lengkap.
4. *The multiple image* (citra yang berlapis), yaitu sejumlah individu kantor cabang atau perwakilan perusahaan lainnya dapat membentuk citra yang belum tentu sesuai dengan keseragaman citra seluruh perusahaan.
5. *The multiple image* (citra majemuk), yaitu banyaknya jumlah pegawai (individu), cabang atau perwakilan dari sebuah perusahaan atau organisasi dapat memunculkan citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi atau perusahaan secara keseluruhan. Variasi citra tersebut harus ditekan seminimal mungkin dan citra perusahaan harus ditegakkan secara keseluruhan (Soemirat dan Ardianto, 2007:117).

Pengertian citra yang di definisikan oleh beberapa para ahli sebagai berikut:

Menurut Ruslan, (2010: 80) menyatakan, bahwa Citra adalah “merupakan sesuatu yang bersifat abstrak karena berhubungan dengan keyakinan, ide dan kesan yang di peroleh dari suatu object tertentu baik dirasakan secara langsung, melalui panca indra maupun mendapatkan informasi dari suatu sumber. Citra dapat berupa tanggapan positif yang berbentuk dukungan, ikut serta, peran aktif serta tindakan positif lainnya dan tanggapan negatif yang berbentuk penolakan, permusuhan, kebencian atau bentuk negatif lainnya. Citra sendiri akan melekat pada setiap diri individu maupun instansi, tanggapan positif maupun negatif tergantung pada proses pembentukannya dan pemaknaan dari objek sasaran pembentukan citra. Serta, semua orang memiliki hak untuk memaknai citra personal maupun instansi”

Berdasarkan pendapat menurut para ahli, peneliti menyimpulkan bahwa Citra adalah gambaran dari suatu objek sesuai dengan pandangan yang dibentuk dari objek tersebut dan sudut pandang kita.

### **2.1.3.1 Jenis-jenis Citra**

Berikut adalah penjelasan dari para ahli tentang jenis jenis citra:

Menurut Soemirat Dan Ardianto (2007:117) menyatakan bahwa, membagi citra dalam beberapa jenis yang diantaranya yaitu:

1. *The mirror image* (cerminan citra) yaitu bagaimana dugaan “*citra*” manajemen terhadap public eksternal dalam melihat perusahaannya.
2. *The current image* (citra masih hangat) yaitu citra yang terdapat pada publik eksternal yang berdasarkan pengalaman atau menyangkut miskinnya informasi dan pemahaman publik, eksternal citra ini bisa saja bertentangan dengan mirror image.
3. *The wish image* (citra yang diinginkan) yaitu manajemen menginginkan pencapaian prestasi tertentu, citra ini diaplikasikan untuk sesuatu yang baru sebelum public eksternal memperoleh informasi secara lengkap.
4. *The multiple image* (citra yang berlapis) yaitu sejumlah individu, kantor cabang atau perwakilan perusahaan lainnya dapat membentuk citra tertentu yang belum tentu sesuai dengan keseragaman citra seluruh organisasi atau perusahaan

## **2.1.4 New Media**

### **2.1.4.3 Pengertian New Media**

Menurut Littlejohn (2009:686) menyatakan bahwa, New Media sebagai berikut: “Selama tahun 2000, internet telah memasuki fase yang disebut web 2.0 dimana semua menjadi lebih interaktif dan menjadi area untuk semua orang, tidak hanya milik beberapa pihak saja. Semua orang saat ini dapat langsung mengambil peran dan menaruh apapun ke dalam internet. Perkembangan web 2.0 sebagai platform telah mengubah sifat interaktivitas di web dan membuka alam semesta bagi pengguna media. Sedangkan metafora halaman web 1.0 hanya diperbolehkan untuk

mengunduh informasi sejalan dan keran tidak berbeda dengan konsumsi media penyiaran, aplikasi web 2.0 memungkinkan pengguna untuk menjadi produsen otonom. Blog, Youtube, Wikipedia, Ebay, Flickr, Second Life dan situs jaringan sosial online lainnya seperti memungkinkan pengguna untuk memiliki pengalaman siaran.

Pentingnya Web. 2.0 adalah media siar menghasilkan sebuah konteks hubungan sosial instan nasional atau internasional, ada beberapa cara dimana individu mendapatkan interkasi berharga untuk membuat koneksi global secara nyata. Faktanya bahwa pengguna sekarang dapat bekerja dengan materi media siar sebagai sebuah cara mengembangkan ide pada ruang publik".

#### **2.1.4.3 Media Sosial**

Pengertian dari media sosial yang dikemukakan para ahli sebagai berikut. Menurut Ardianto (2013:165) menyatakan bahwa, media sosial adalah "sebuah media online di mana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, social network atau jejaring sosial wiki, forum dan dunia virtual. Blog jejaring sosial dan wiki mungkin merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia".

Menurut Van Dijk (2013), yang dikutip oleh Nasrullah dalam buku Media Sosial (2017;11) menyatakan bahwa, Media sosial adalah "platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi, Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium( fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

#### **2.1.4.3 Instagram**

Instagram diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, dan didirikan pada bulan Oktober 2010. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk

persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti bergerak.

Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata "gram" berasal dari kata "telegram" yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan Internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itu, Instagram merupakan gabungan dari kata instan dan telegram.

### **2.1.5 Penelitian Terdahulu**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian terdahulu sebagai tolak ukur dan perbandingan serta mempermudah penulis dalam menyusun penelitian ini. Ikhsan (2016) menyatakan bahwa tinjauan pustaka harus mengemukakan hasil penelitian lain yang relevan dalam pendekatan permasalahan penelitian, teori konsep-konsep, analisa, kesimpulan, faktor penunjang dan penghambat yang dilakukan orang lain. Peneliti harus belajar dari peneliti lain untuk menghindari duplikasi dan pengulangan penelitian atau kesalahan yang sama seperti yang dibuat oleh peneliti sebelumnya.

Peneliti sebelumnya digunakan sebagai acuan dan referensi penulis serta memudahkan penulis dalam membuat penelitian tersebut. Penulis menganalisis penelitian terdahulu yang berkaitan dengan bahasan dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis.

Tabel 2.1  
**Penelitian Terdahulu**

JUDUL	TEORI	METODOLOGI	HASIL
Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi Di Era Distrupsi (Studi Kasus Humas Univeristas Pertamina) Ita Musfirowati Hanika, Pristia Trisnu Anjani, Univeristas Pertamina 2019	<b>Teori Penelitian</b> tersebut adalah teori <i>Public Relations</i> , Disrupsi, dan citra ( <i>image</i> ).	<b>Metode Penelitian</b> yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif.	<b>Hasil Penelitian</b> hasil yang diperoleh dalam rangka meningkatkan citra Universitas Pertamina di mata publik adalah sebagai berikut : Tersedianya konten yang menarik di seluruh akun media sosial Universitas Pertamina, Terlaksananya penggunaan Earned, Shared, dan Owned media yang optimal, Terjalinnnya hubungan yang baik dengan para jurnalis., Terjalinnnya komunikasi yang baik dengan publik.
Peran Humas Dalam Mempertahankan Citra Pemerintahan Kota Tangerang Frans Surya, Universitas Prof. Dr. Moestopo 2015	<b>Teori Penelitian</b> yang digunakan yakni teori citra, dimana citra merupakan serangkaian pengetahuan, pengalaman, perasaan ( <i>emosi</i> ) dan penilaian yang diorganisasikan dalam sistem kognisi manusia atau pengetahuan pribadi yang sangat diyakini kebenarannya	<b>Metode Penelitian</b> yang digunakan yaitu metodologi penelitian kualitatif	<b>Hasil Penelitian</b> adalah bahwa Dalam Peran Humas Pemerintahan Kota Tangerang untuk menciptakan dan menumbuhkan hubungan yang baik ( <i>good relationship</i> ) Antara lembaga dengan para stakeholders dengan melaksanakan fungsi manajemen humas seperti tahap menentukan masalah ( <i>fact finding</i> ), perencanaan dan pemrograman dan tahap evaluasi serta Koordinasi yang aktif dengan stake holders akan mengefektifkan manajemen pengelolaan sumber daya yang terbatas, Masyarakat Kota Tangerang memiliki persepsi dan sikap Positif terhadap program Adipura Kota Tangerang. Faktor persepsi yang paling mempengaruhi sikap masyarakat terhadap program Adipura Kota Tangerang, yaitu faktor ketertarikan dan pengetahuan.

JUDUL	TEORI	METODOLOGI	HASIL
<p>Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Kantor Kesyahbandaran Utama Makasar</p> <p>Nurfaidah Rezky Mustafa, mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar 2017</p>	<p><b>Teori Penelitian</b> yang digunakan yakni Teori strategi <i>Public Relations</i> menurut Keith Butterick jendral dalam meningkatkan nilai instansi</p>	<p><b>Metode Penelitian</b> yang digunakan yaitu metode kualitatif.</p>	<p><b>Hasil Penelitian</b> ini ini yaitu Peran Humas dalam meningkatkan citra Kantor Kesyahbandaran Utama Makassar meliputi dua cara yaitu secara internal yakni penciptaan suasana nyaman di kantor dan peningkatan pelayanan publik internal, kemudian secara eksternal yang meliputi media komunikasi langsung seperti rapat-rapat formal maupun informal dan menggunakan media komunikasi tidak langsung seperti media massa serta media online. Faktor pendukung pada pelaksanaan strategi Humas Kantor Kesyahbandaran Utama Makassar dalam meningkatkan citra positifnya yaitu Teknologi dan Informasi yang baik dan cepat serta menjalin hubungan dengan jurnalis media untuk mempublikasikan kegiatan-kegiatan kantor. Kendala-kendala yang dihadapi oleh Humas Kantor Kesyahbandaran Utama Makassar diantaranya Humas belum dapat berfungsi maksimal karena pengurus Humas masih berfungsi ganda merangkap sebagai staf umum, terbatasnya waktu yang dimiliki pengurus Humas sehingga tidak dapat melayani publik eksternal secara maksimal serta ketidakpuasan publik internal dengan hasil kerja Humas yang kadang lambat dalam melayani.</p>

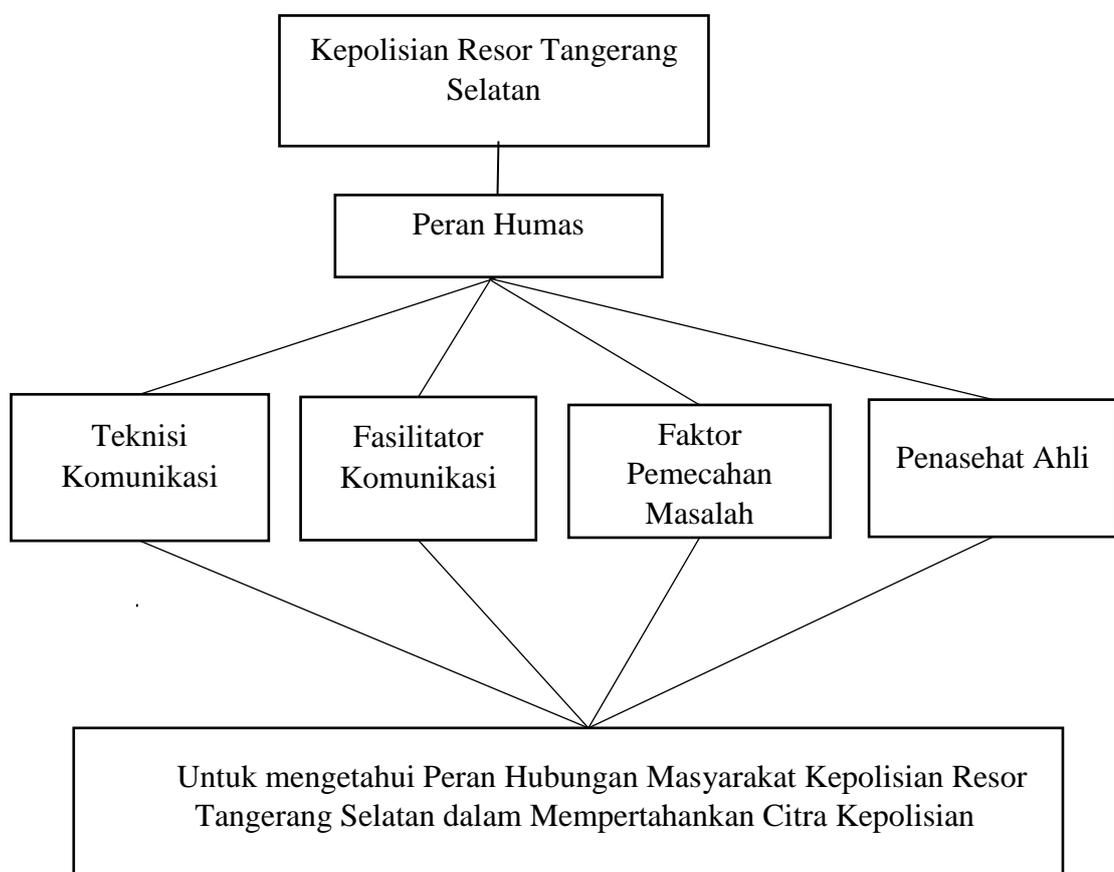
JUDUL	TEORI	METODOLOGI	HASIL
<p>Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi di Era Distrupsi (Studi Kasus Humas Universitas Pertamina) Ita Musfirowati Hanika, Pristia Trisnu Anjani. Universitas Pertamina Tahun 2019</p>	<p>Teori yang digunakan adalah teori <i>Public Relations,</i> Disrupsi, dan citra (image).</p>	<p>Metode Penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif.</p>	<p>untuk melihat Peran Humas Universitas Pertamina sebagai perguruan tinggi yang baru berusia kurang dari 3 (tiga) tahun di era disrupsi.</p>
<p>Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SMK Teuku Umar Semarang Luluk Atul Fu'ad (2018)</p>	<p>Teori yang digunakan adalah teori <i>Public Relations,</i> Disrupsi, dan citra (image).</p>	<p>Metode Penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif.</p>	<p>Peran humas dalam meningkatkan citra SMK Teuku Umar Semarang yaitu (1) Communication antar atau antara organisasi dan sekolah dengan baik, menyebarkan informasi ke luar dan menyampaikan informasi ke dalam sekolah, (2) menjalin relationship yang positif dengan DU/DI,</p>

### 2.1.6 Kerangka Konsep

Secara sederhana dapat dikatakan bahwa teori komunikasi pada dasarnya merupakan sebuah konseptualitas atau penjelasan yang logis tentang fenomena komunikasi dalam kehidupan manusia. Teori yang baik adalah teori yang sesuai dengan realitas kehidupan serta didukung fakta serta dapat diterapkan dalam kehidupan yang nyata. Dengan adanya media sosial Humas instansi dapat melakukan pencitraan melalui komunikasi, melalui konten yang dibagikan melalui media sosial, sehingga masyarakat dapat mengetahui program dan kegiatan yang sedang dilakukan suatu instansi. Media sosial khususnya Instagram juga menjadi salah satu alat yang efektif untuk memberikan informasi kepada publik.

**Gambar 2. 2**

#### **Kerangka Konsep**



Kerangka Konsep dapat dijelaskan sebagai berikut: Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, judul yang diangkat dalam penelitian ini adalah Peran Hubungan Masyarakat Kepolisian Resor Tangerang Selatan dalam Mempertahankan Citra Kepolisian (Studi Deskriptif Pada Media Sosial). Bila dikaitkan dengan penelitian, menganalisisnya dengan Teori Peran Humas (Dozeir D.M, ). Peran Humas Polres Tangerang Selatan dalam Mempertahankan Citra melalui Media Sosial Instagram @humaspolrestangsel melalui peran tersebut, dapat mengetahui bagaimana peran humas yang dijalankan sehingga masyarakat terpenuhi kebutuhan dari informasi sampai dengan pelayanan yang diberikan oleh Humas Polri Tangerang Selatan dan mengetahui bagaimana Humas Polri Tangerang Selatan mempertahankan citra melalui media sosial Instagra.