

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP

A. Tinjauan Pustaka

1. Hubungan Masyarakat (Humas)

a. Definisi Humas

Humas merupakan fungsi manajemen yang membangun dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publik yang menjadi sandaran keberhasilan atau kegagalannya. (Broom & Sha, 2013:83-98)

Pengertian Humas menurut Kusumastuti dalam bukunya yang berjudul Dasar-Dasar Hubungan Masyarakat, humas adalah aktivitas komunikasi dua arah dengan publik organisasi, yang bertujuan untuk menumbuhkan saling pengertian, saling percaya, dan saling membantu atau kerja sama. (Kusumastuti, 2016:3)

Sedangkan menurut Mustafa dalam jurnal yang berjudul “Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Kantor Kesyahbandaran Utama Makassar “, bahwa humas merupakan divisi yang memiliki pengaruh besar terhadap jalannya kegiatan di suatu instansi maupun organisasi. Dibalik fungsi dan tugasnya, humas berperan sebagai komunikator dan juga untuk membangun citra organisasi atau instansi. Peran humas terbesar bagi sebuah organisasi adalah menciptakan, meningkatkan, dan menjaga citra organisasi di atas masyarakat atau publiknya. (Mustafa, 2017:31)

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa humas merupakan divisi yang memiliki pengaruh besar yang fungsinya memelihara hubungan antar organisasi atau publik yang saling menguntungkan serta bertujuan untuk meningkatkan dan menjaga citra organisasi.

b. Peran Humas

Menurut Rosady Ruslan (2016:26) dalam bukunya yang berjudul “Manajemen *Public Relations* dan Media Komunikasi” menyebutkan bahwa peranan humas dapat dibagi menjadi 4 kategori :

1) *Communicator*

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

2) *Relationship*

Kemampuan peran humas (*Public Relations*) membina hubungan yang positif antara lembaga dengan publik internal dan eksternal. Juga, berupaya menciptakan saling pengertian, kepercayaan, dukungan, kerja sama dan toleransi antara kedua belah pihak tersebut.

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 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 atau organisasi dan produk yang diwakilinya.

c. Tujuan dan Fungsi Humas

Pada dasarnya humas adalah kegiatan yang bertujuan memperoleh *goodwill*, kepercayaan, saling adanya pengertian dan citra yang baik dari publik atau masyarakat pada umumnya. Tujuan lainnya adalah pengembangan opini publik yang menyenangkan

dari sebuah lembaga sosial, ekonomi, atau politik. Secara garis besar, tujuan humas menyangkut tiga hal, yaitu :

1. Reputasi dan citra, tugas humas tidak dapat lepas dari reputasi dan citra, dengan asumsi bahwa citra yang positif akan berkaitan dengan semakin tingginya akses publik terhadap output dari organisasi tersebut.
2. Jembatan komunikasi, humas menjadi komunikator dan mediator organisasi dengan lingkungannya.
3. *Mutual Benefit Relationship*, yaitu humas harus meminjam kepada publik bahwa organisasi berada di dalam operasinya memiliki niat baik dalam berbisnis yang diwujudkan dalam tanggung jawab sosial dan diekspresikan melalui hubungan yang saling menguntungkan di antara perusahaan dan publiknya.

Dalam fungsinya humas publik internal secara terus menerus diberi informasi mengenai peraturan, seluk beluk organisasi atau organisasi, yang harus khalayak ketahui dan menambah daya ikut memiliki dan keterlibatannya semakin meningkat.

Menurut Liliweri fungsi utama humas adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga atau organisasi dengan publik, internal maupun eksternal, dalam menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi, dan partisipasi publik untuk menciptakan iklim pendapat umum (opini publik) yang menguntungkan lembaga (organisasi). (Liliweri, 2014:250)

2. Publikasi

a. Pengertian Publikasi

Publikasi adalah kegiatan memperkenalkan organisasi kepada publik sehingga publik dapat mengenal organisasi, baik itu terkait dengan program organisasi maupun kegiatan yang dilaksanakan. Publikasi biasanya dilakukan dengan kerjasama dengan pihak pers, maka dari itu perlunya menjalin hubungan yang baik dengan pihak pers.

Hubungan media dan pers merupakan media kerja sama untuk kepentingan proses publikasi dan publisitas berbagai kegiatan program kerja dan untuk kelancaran aktivitas komunikasi humas dengan pihak publik. (Syahputra, 2018)

Publikasi adalah informasi yang dirancang untuk memperlihatkan, memperkenalkan, mempertahankan nama dan kehormatan seseorang, kelompok, atau suatu organisasi kepada khalayak dalam suatu konteks tertentu melalui media dengan tujuan untuk menciptakan daya tarik khalayak. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa publikasi adalah sesuatu kegiatan yang dilakukan dalam rangka menyebarkan sebuah informasi mengenai kegiatan organisasi kepada khalayak untuk menciptakan daya tarik. (Liliweri,2014:456)

Sedangkan menurut Astika (2014) dalam jurnal yang berjudul “Pemanfaatan Publikasi Di Media Sosial Untuk Pembelajaran”, publikasi adalah sesuatu kegiatan yang dilakukan untuk menyediakan atau menyebarkan sebuah informasi kepada masyarakat umum dengan cara bermacam-macam mulai dari buku, teks, gambar, konten audio *visual* dan *website* sehingga masyarakat mengetahui informasi yang disediakan untuk konsumen sehingga kegiatan promosi diharapkan mampu mempengaruhi masyarakat untuk memanfaatkannya.

Dari pernyataan diatas disimpulkan pengertian publikasi adalah kegiatan memperkenalkan dan memperlihatkan suatu organisasi serta menyebarkan informasi untuk menciptakan daya tarik masyarakat umum.

b. Jenis-jenis Publikasi

Publikasi merupakan cara yang sering dilakukan oleh Humas untuk mempromosikan sebuah lembaganya. Di lakukan dengan dua cara :

1) Publikasi Lembaga Dengan Cara Kegiatan Tidak Langsung

Kegiatan publikasi tidak langsung merupakan kegiatan komunikasi dengan masyarakat melalui media perantara tertentu,

misalnya dengan melalui media sosial, media radio, media cetak, televisi, pameran dan kegiatan yang lainnya.

2) Publikasi Lembaga Dengan Cara Kegiatan Langsung

Kegiatan langsung adalah kegiatan yang dilakukan secara langsung tanpa perantara media sosial dalam melakukan tatap muka seperti rapat rapat bersama, konsultasi dengan tokoh masyarakat, bazar sekolah dan ceramah (Rustanto, 2015)

c. Kegiatan Publikasi

Kegiatan publikasi yang sering dilakukan oleh seorang humas adalah :

- 1) Publisitas adalah penempatan berupa artikel, tulisan, foto, atau tayangan visual yang penuh nilai berita baik karena luar biasa, penting, atau mengandung unsur-unsur emosional, kemanusiaan, dan humor secara gratis dan bertujuan untuk memusatkan perhatian terhadap suatu tempat, orang atau suatu instansi yang biasanya dilakukan oleh penerbitan umum.
- 2) *Event* (acara) adalah setiap bentuk kegiatan yang dilakukan oleh *public relations* dalam proses penyebaran informasi kepada khalayak, contoh : kampanye *public relations*, seminar, pameran pertunjukan, dan lain-lain.
- 3) *News* (pesan atau berita) adalah informasi yang dikomunikasikan kepada khalayak yang dapat disampaikan secara langsung maupun tidak langsung, informasi yang disampaikan bertujuan agar dapat diterima oleh khalayak dan mendapat respon positif.
- 4) *Press Release* adalah informasi dalam bentuk tulisan yang dibuat oleh *public relations* suatu organisasi yang disampaikan kepada pengelolal pers atau redaksi media massa (TV,radio,surat kabar,majalah) untuk dipublikasikan dalam media massa tersebut.
- 5) Penggunaan Media baru adalah informasi yang dikomunikasikan ke khalayak dengan menggunakan media internet seperti web, blog dan sosial media. Nova (2011:54)

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian serupa sebelumnya pernah diteliti oleh beberapa peneliti dengan perspektif berbeda-beda. Dibawah ini merupakan penelitian terdahulu yang pernah diajukan :

Tabel 1
Penelitian Terdahulu

NO	NAMA, JUDUL	TEORI	METODE PENELITIAN	HASIL	PERBANDINGAN
1.	Ni Luh Putu Ening Permini, I Made Wahyu Kusuma Atmaja. "Peran Humas Dalam Kegiatan Publikasi Online Pemerintah Di Kabupaten Badung" Jurnal MODERAT, Volume. 8, No. 3 (2020)	Ruslan (2014) Praktik dan Solusi <i>Public Relations</i> dalam Situasi Krisis dan Pemulihan Citra.	Deskriptif Kualitatif	Peran humas dalam publikasi online kegiatan pemerintahan di Kabupaten Badung adalah : 1. Pemerintah Kabupaten Badung telah menjalankan fungsi humas dengan baik sebagai Penasehat Ahli (<i>Expert prescriber</i>) terkait informasi tentang semua inisiatif. 2. Humas Pemerintah Kabupaten Badung telah menjalankan fungsi humas sebagai fasilitator komunikasi, dalam hal ini bertindak sebagai komunikator. 3. Peran Humas dalam menyikapi persoalan persepsi masyarakat di lingkungan Pemerintah Kabupaten Badung. Anggota	Terdapat perbedaan pada penelitian ini yaitu menggunakan empat variabel peran humas yaitu <i>expert advisor</i> , fasilitator komunikasi, pemecahan masalah, dan teknisi komunikasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi bagaimana Bagian Humas dan Protokol mempromosikan pemerintah Kabupaten Badung secara online. Adapun persamaan dalam hambatan penelitian, kurangnya para petugas atau SDM untuk melakukan pengolahan media informasi.

				<p>tim manajemen humas bertugas sebagai penasehat pimpinan organisasi agar dapat mengambil Tindakan.</p> <p>4. Humas Pemerintah Kabupaten Badung telah menjalankan fungsi kehumasan sebagai teknisi komunikasi (<i>Communication Technician</i>), di mana humas adalah <i>journalist in resident</i> yang hanya menawarkan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan metode komunikasi dalam organisasi.</p>	
2.	<p>Tiffany S. mahendra, Jaya Purnawijaya, “Strategi Humas Pemerintah Kota Surakarta dalam Mempublikasikan SIPA Mahaswara” <i>Journal of communication studies</i></p>	<p>Cangara, H. M. (2014). <i>Perencanaan & Strategi Komunikasi</i></p>	<p>Kualitatif</p>	<p>Humas Pemkot Surakarta bekerja sama dengan tim SIPA (Solo <i>International Performing Art</i>) di bawah naungan dinas pariwisata. Strategi yang digunakan dengan mengefisiensi biaya namun bisa menyebarkan potensi yang dimiliki secara luas, salah satunya menggunakan media sosial karena banyak masyarakat saat ini menggunakan smartphone</p>	<p>Tujuan penelitian ini untuk menganalisis strategi Humas Pemkot Surakarta dalam mempublikasikan SIPA Mahaswara. Adapun persamaan dalam penelitian ini yaitu teori yang digunakan <i>Communicator, Relationship, Back Up Management, Corporate Image</i> dan menggunakan media publikasi dengan memaksimalkan penggunaan media sosial.</p>

	Vol. 5 No. 1 (2019)				
3.	<p>Asti Haningtyas. "Peran <i>Public Relations</i> Dalam Meningkatkan Citra Hotel Sahid Melalui Event Yoga" Jurnal riset komunikasi P-ISSN: 2615-0875 E-ISSN: 2615-0948 Vol. 1 Nomor 2 Agustus 2018: 191-202</p>	<p>Rosady Ruslan (2005) Manajemen <i>Public Relations</i> dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi.</p>	Kualitatif	<p>Peran <i>Public Relations</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Communicator : melakukan kegiatan melibatkan masyarakat sekitar seperti fun walk. 2. Relationship : mengoptimalkan seluruh cara komunikasi agar dapat mempermudah publik dalam mengakses media social. 3. Back Up Management : terus berupaya untuk menganalisa kekurangan dan kelebihan dalam teknik yang digunakan, hal ini berguna untuk mengoptimalkan teknik yang dapat bekerja secara efektif dan meminimalisir dan mengganti teknik-teknik yang kiranya tidak bekerja secara efektif. 4. Corporate Image : secara intensif mengubah citra publik eksternal dari citra awal Hotel Grand Sahid 	<p>Terdapat perbedaan dalam hambatan penelitian yakni <i>Back Up Management</i>, dimana divisi <i>public relations</i> masih kesulitan untuk menemukan media yang tepat dalam menjangkau publik secara personal. Menggunakan teori yang sama <i>Communicator, Relationship, Back Up management, Corporate image.</i></p>

				Jaya - Jakarta, yakni hotel yang hanya ditujukan untuk kebutuhan bisnis dan rapat pemerintahan yang secara pelan pelan berubah menjadi hotel yang aktif dan kreatif.	
4.	Aalia Letiara Trisilia, Rina Pebriana “Peran Humas Dalam Mempublikasikan Kegiatan Pemerintahan Melalui Media Sosial Instagram Di Sekretariat DPRD Kota Lahat” Jurnal Studi Ilmu Komunikasi Vol. 2 No. 2 (2023)	Devito. Joseph. A (2011) Komunikasi Antar Manusia.	Deskriptif Kualitatif	Peran Humas dalam menjalankan tugas dan fungsi Sekretariat DPRD Kota Lahat adalah memastikan informasi tentang kegiatan DPRD Kota Lahat dapat diperoleh oleh masyarakat dengan mudah dan cepat. Humas bertanggung jawab dalam mempublikasikan kegiatan DPRD Kota Lahat melalui berbagai media, termasuk media sosial seperti Instagram, untuk memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat. Selain itu, Humas juga bertugas untuk menjaga hubungan baik antara DPRD Kota Lahat dan masyarakat serta mengatasi berbagai permasalahan komunikasi yang mungkin timbul.	Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peran humas dalam mempublikasikan kegiatan pemerintah melalui media sosial Instagram di Sekretariat DPRD. Terdapat perbedaan teori kehumasan yaitu keterbukaan, komunikasi yang efektif, empati, dan kepedulian. Persamaan dalam hambatan penelitian yaitu keterbatasan SDM untuk mengelola.
5.	Putri Vidiarti “Peran	Yosal Iriantara	Kualitatif dan metode kasus	Perencanaan hubungan media dilakukan dengan	Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana proses

<p><i>Media Relations dalam Mempublikasikan Program Kedinasan melalui Pendekatan Informal</i>” Jurnal Hubungan Masyarakat Vol.2 (2020)</p>	<p>(2011) Media Relations : Konsep, Pendekatan, Dan Praktik</p>		<p>beberapa cara memetakan program dinas, membentuk hubungan personal, mengelola hubungan, memberikan pelayanan kepada media, memberikan fasilitas kepada media, melakukan proses koordinasi berita, mengadakan pelatihan jurnalistik, dan melakukan kegiatan hubungan media.</p>	<p>hubungan media dengan pemilihan konsep proses hubungan media yang terdiri dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Terdapat perbedaan metode yaitu penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dan metode studi kasus.</p>
--	---	--	---	--

1. Hasil penelitian Ni Luh dalam “Peran humas dalam publikasi online kegiatan pemerintahan di Kabupaten Badung” adalah :
 - a. Pemerintah Kabupaten Badung telah menjalankan fungsi humas dengan baik sebagai Penasehat Ahli (*Expert prescriber*) terkait informasi tentang semua inisiatif.
 - b. Humas Pemerintah Kabupaten Badung telah menjalankan fungsi humas sebagai fasilitator komunikasi, dalam hal ini bertindak sebagai komunikator.
 - c. Peran Humas dalam menyikapi persoalan persepsi masyarakat di lingkungan Pemerintah Kabupaten Badung. Anggota tim manajemen humas bertugas sebagai penasehat pimpinan organisasi agar dapat mengambil Tindakan.
 - d. Humas Pemerintah Kabupaten Badung telah menjalankan fungsi kehumasan sebagai teknisi komunikasi (*Communication Technician*), di mana humas adalah *journalist in resident* yang

hanya menawarkan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan metode komunikasi dalam organisasi.

2. Hasil dari penelitian Rini dalam “Strategi Humas Pemerintahan Kota Surakarta Dalam Mempublikasikan SIPA Mahaswara” :

Humas Pemkot Surakarta tidak berjalan sendiri dalam menjalankan kegiatan publikasi. Humas Pemkot Surakarta bekerja sama dengan tim SIPA (*Solo International Performing Art*) di bawah naungan dinas pariwisata. Strategi yang digunakan oleh Pemkot Surakarta dengan mengefisiensi biaya namun bisa menyebarkan potensi yang dimiliki secara luas, salah satunya menggunakan media sosial karena banyak masyarakat saat ini menggunakan smartphone. Hambatan dalam melakukan publikasi SIPA Mahaswara adalah jika pihak dari Pemkot meminta hasil yang lebih baik dari sebelumnya, namun tidak seimbang dengan apa yang dilakukan oleh pihak Pemkot Surakarta. Oleh karenanya, pihak Humas SIPA memiliki anggapan bahwa jika pihak Humas SIPA memberikan hasil yang lebih dari sebelumnya, tanggungan yang akan diberikan oleh pihak Pemkot Surakarta akan berkurang.

3. Hasil dari penelitian Asti dalam “Peran *Public Relations* Dalam Meningkatkan Citra Hotel Sahid Melalui Event Yoga”, bahwa Peran Humas Hotel Sahid :

- a. Menjadi *Communicator*

Divisi public relations sudah menggunakan berbagai macam alat komunikasi untuk mempermudah publik yang ingin menggali informasi mengenai Hotel Grand Sahid Jaya - Jakarta. Divisi public relations juga membuka kesempatan seluas - luasnya untuk berkomunikasi secara dua arah lewat media sosial.

- b. Menjaga *Relationship*

Dukungan yang sudah dilaksanakan adalah mengoptimalkan seluruh cara komunikasi agar dapat mempermudah publik dalam mengakses media sosial dan membuat konsep visual hingga lebih instagrammable dan lebih mudah dipahami masyarakat.

b. *Back Up Management*

Bentuk dukungan yang diberikan public relations yakni diantaranya yang terpenting adalah untuk mempermudah publik mendapatkan informasi yang mereka inginkan mengenai Hotel Grand Sahid Jaya - Jakarta, tak hanya itu divisi *public relations* juga terus berusaha untuk mengoreksi usaha yang dilakukan demi mengoptimalkan hasil kerja

c. *Corporate Image*

Adanya perubahan citra yang terbentuk setelah diadakannya *Event Sunrise Yoga from The Skyline*, perubahan citra dari Hotel Grand Sahid Jaya - Jakarta ini tak lain dan tak bukan karena tingkat kepedulian hotel dalam isu kesehatan yakni mengadakan acara sesi yoga yang sebelumnya belum pernah diadakan di hotel ini.

4. Hasil dari penelitian Aalia Letiara dalam “Peran Humas Dalam Mempublikasikan Kegiatan Pemerintah Melalui Media Sosial Instagram Di Sekretariat DPRD Kota Lahat” :

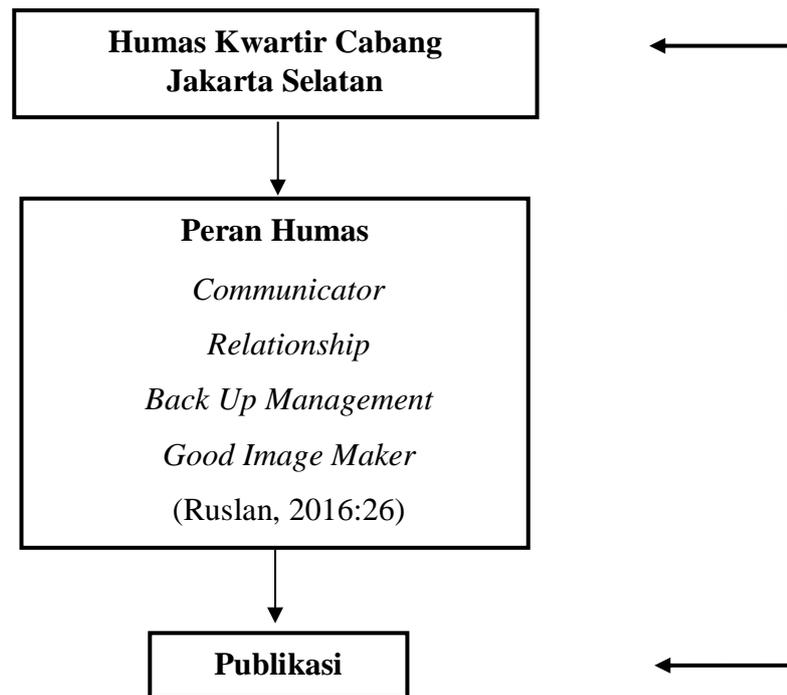
Peran Humas dalam menjalankan tugas dan fungsi Sekretariat DPRD Kota Lahat adalah memastikan informasi tentang kegiatan DPRD Kota Lahat dapat diperoleh oleh masyarakat dengan mudah dan cepat. Humas bertanggung jawab dalam mempublikasikan kegiatan DPRD Kota Lahat melalui berbagai media, termasuk media sosial seperti Instagram, untuk memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat. Selain itu, Humas juga bertugas untuk menjaga hubungan baik antara DPRD Kota Lahat dan masyarakat serta mengatasi berbagai permasalahan komunikasi yang mungkin timbul.

5. Hasil penelitian Putri “Peran *Media Relations* dalam Mempublikasikan Program Kedinasan melalui Pendekatan Informal” :

Perencanaan hubungan media dilakukan dengan beberapa cara memetakan program dinas, membentuk hubungan personal, mengelola hubungan, memberikan pelayanan kepada media, memberikan fasilitas

kepada media, melakukan proses koordinasi berita, mengadakan pelatihan jurnalistik, dan melakukan kegiatan hubungan media.

C. Kerangka Konsep



Gambar 2. Kerangka Konsep

Berikut beberapa indikator untuk mengetahui peran humas Kwartir Cabang Jakarta Selatan dalam membangun citra diantaranya :

1) *Communicator*

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

2) *Relationship*

Kemampuan peran humas (*Public Relations*) membina hubungan yang positif antara lembaga dengan publik internal dan eksternal.

Juga, berupaya menciptakan saling pengertian, kepercayaan, dukungan, kerja sama dan toleransi antara kedua belah pihak tersebut.

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 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 atau organisasi dan produk yang diwakilinya. (Ruslan, 2016:26)

Peran Humas dalam suatu lembaga pendidikan berperan penting dalam membangun citra yang baik terhadap lembaganya, agar masyarakat mempercayai lembaga pendidikan tersebut. Selain itu, humas dalam lembaga pendidikan juga berperan untuk membina dan memelihara hubungan baik dengan publik internal seperti antar anggota, karena hubungan baik dengan publik internal sangat dibutuhkan untuk membangun dan menjaga citra Gerakan Pramuka.

Selain publik internal, Humas Kwartir Cabang Jakarta Selatan juga berperan dalam meningkatkan dan menjaga hubungan baik dengan publik eksternal yaitu masyarakat. Untuk mendapatkan opini yang baik dan kepercayaan dari masyarakat, Humas juga harus bisa menjaga hubungan baik tersebut. Humas juga harus mampu mendengar keinginan dan pendapat masyarakat.