



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB II

### KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menggunakan 4 (empat) penelitian terdahulu sebagai acuan serta referensi. Faktor penentu penggunaan penelitian terdahulu adalah kesamaan teknik, metode, serta konsep penelitian. selain itu, guna penelitian terdahulu juga untuk mencari kebaruan dan menghindari kesamaan dalam penelitian lain. penelitian ini, penulis menggunakan enam penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan mengenai metode penelitian, penerapan teori atau konsep, serta hasil penelitian.

Penelitian pertama merupakan jurnal dengan judul Kegiatan *Government Public Relations* dalam Membangun Komunikasi dengan Dunia Pers: Studi Kasus Humas Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Timur (Atas, 2014). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kegiatan Humas Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Timur dalam membangun komunikasi yang baik dengan Pers sebagai mitra pemerintah dalam mensosialisasikan berbagai kegiatan yang bermanfaat bagi masyarakat. Penelitian tersebut dengan penelitian penulis menggunakan teori yang sama yaitu *public relations* dan *government public relations* serta menggunakan metodologi yang sama yaitu studi kasus.

Penelitian kedua merupakan jurnal dengan judul Strategi *Government Public Relations* dalam Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam Mengelola Isu Publik (Arofi, 2018). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *government public relations* Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam mengelola isu publik dan media apa saja yang digunakan untuk melakukan strategi perubahan isu. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian penulis yaitu dengan menggunakan metodologi penelitian kualitatif.

Penelitian ketiga merupakan jurnal dengan judul *Implementasi E-Government Public Relations* sebagai Peningkatan Pelayanan Publik, Di Lingkungan Pemerintah Daerah di Jawa Timur dan Nusa Tenggara Barat (Trisnani, 2018). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemahaman aparat sipil Negara terhadap pelayanan informasi publik secara *online*. Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu dengan menggunakan teori *public relations*.

Penelitian keempat merupakan jurnal dengan judul *Government Public Relations* pada Diskominfo Kota Depok dalam Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik untuk Mencapai *Good Governance* (Pratiwi & Fitriani, 2021). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana *government public relations* Kota Depok yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika dan juga Humas Promentasi Kota Depok dalam menjalankan perannya sebagai Humas Pemerintah. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian penulis yaitu dengan menggunakan teori *public relations* serta menggunakan metodologi penelitian kualitatif yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Tabel 2.1 Pemetaan Penelitian Terdahulu

Judul Penelitian	Nama Peneliti / Tahun	Masalah / Tujuan	Teori	Metodologi	Hasil Penelitian
Kegiatan <i>Government Public Relations</i> dalam Membangun Komunikasi dengan Dunia Pers: Studi Kasus Humas Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Timur	Muhammad Atas (2014)	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kegiatan Humas Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Timur dalam membangun komunikasi yang baik dengan Pers sebagai mitra pemerintah dalam mensosialisasikan berbagai kegiatan yang bermanfaat bagi masyarakat.	<i>Public Relations Government Public Relations</i>	Studi kasus ( <i>case study</i> )	Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran <i>public relations</i> dari Pemerintahan Kota Administrasi Jakarta Timur dalam membangun komunikasi yang baik dengan pers adalah dilakukan melalui kegiatan-kegiatan, seperti <i>press conference</i> , <i>press release</i> dan <i>press gathering</i> . Semua kegiatan tersebut dilakukan dengan baik, sehingga tercipta sebuah komunikasi dan hubungan yang baik dalam setiap kerjasama antara Pers dengan Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Timur sehingga memudahkan pemerintah setempat dalam mensosialisasikan berbagai program kerja.
Strategi <i>Government Public Relations</i> dalam Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam Mengelola Isu Publik	Abdul Mukhlis Arofi (2018)	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi <i>government public relations</i> Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam mengelola isu publik dan media apa saja yang digunakan untuk melakukan strategi perubahan isu.	Manajemen isu	Penelitian kualitatif dengan sudut pandang konstruktivis	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi <i>government public relations</i> dalam mengelola isu publik dimulai dari melakukan identifikasi isu melalui monitoring media dengan mengumpulkan <i>headline</i> media massa cetak dan menggunakan aplikasi beritagar.id. Pengelolaan isu publik Kemkominfo selaku <i>government public relations</i> sudah berjalan dengan baik. Dengan catatan perbaikan pada sistem IMM.today. Sosialisasi terkait program pemerintah disajikan dengan lebih menarik.

Implementasi <i>E-Government Public Relations</i> sebagai Peningkatan Pelayanan Publik, Dilingkungan Pemerintah Daerah di Jawa Timur dan Nusa Tenggara Barat	Trisnani (2018)	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemahaman ASN terhadap pelayanan informasi publik secara online.	<i>public relations</i>	Survei dengan pendekatan deskriptif kuantitatif	Hasilnya sebagian besar ASN memahami pelayanan informasi publik secara <i>online</i> , ASN secara individu sebagian besar menggunakan media sosial. ASN terhadap penerapan integrasi jaringan sebagian besar sangat setuju. Hasil penelitian ini termasuk kategori positif karena ASN <i>public relations</i> memiliki pemahaman yang baik, kecenderungan dan perilaku setuju menggunakan TIK dan media sosial serta penerapan integrasi jaringan. Dengan demikian ASN mendukung terhadap integrasi jaringan.
<i>Government Public Relations</i> pada Diskominfo Kota Depok dalam Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik untuk Mencapai <i>Good Governance</i>	Desna Aryana Pratiwi, Dinda Rakhma Fitriani (2021)	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana <i>government public relations</i> Kota Depok yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika dan juga Humas Promentasi Kota Depok dalam menjalankan perannya sebagai Humas Pemerintah.	<i>Public relations</i>	Penelitian kualitatif yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Diskominfo telah menjalankan dua peranan penting sebagai <i>Government Public Relations</i> . Peranan Manajerial dan Peranan Teknisi telah dilakukan oleh Diskominfo untuk memberikan pelayanan publik di bidang pengelolaan informasi dan komunikasi publik baik untuk proses komunikasi secara internal dalam pemerintahan ataupun eksternal dengan masyarakat di Kota Depok. Diskominfo yang juga bekerja sama dengan Humas Protokol dan Dokumentasi Kota Depok berusaha menjalankan tugasnya sebagai <i>Government Public Relations</i> untuk mewujudkan pelayanan publik yang baik di bidang komunikasi agar tercapainya <i>good governance</i> pada Kota Depok. Namun usaha tersebut belum maksimal dilakukan melihat masih adanya tugas dan tanggung jawab Diskominfo ataupun Humas Protokol dan Dokumentasi Kota Depok yang belum terlaksana secara optimal.

## 2.2 Teori atau Konsep yang digunakan

### 2.2.1 *Public Relations*

*Public relations* merupakan kegiatan yang berkaitan dengan menjalin hubungan baik dengan publik sasaran, *public relations* menjalin komunikasi yang baik kepada organisasi eksternal dan internal. *Public relations* dapat membantu administrator publik melakukan pekerjaan yang lebih baik dengan menjadi lebih baik dalam mengimplementasikan misi pusat lembaga dan memenuhi tanggung jawab demokratis yang melekat pada pemerintah (Lee et al., 2021.). Dalam hal ini manajer pemerintah adalah pelayan publik, mereka bertanggung jawab kepada publik, tidak seperti pejabat terpilih, tetapi tetap bertanggung jawab (Lee et al., 2021.). Hubungan pemerintah-media cenderung bergejolak. selain skeptisisme yang melekat pada "sumber resmi" yang merupakan bagian dari budaya jurnalistik, ada beberapa faktor yang secara khusus berkontribusi pada kesulitan administrator publik untuk memiliki hubungan baik yang konsisten dengan media. faktor-faktor tersebut antara lain (Lee et al., 2021):

- a. Citra negatif birokrat dalam budaya pop.
- b. Opini publik serta motif mencari keuntungan dari media.
- c. Motif hiburan media.
- d. Meningkatnya daya saing media lama versus baru.
- e. Fakta bahwa lembaga pemerintah cenderung menghasilkan berita nonvisual dan tidak dramatis yang seringkali tidak menarik bagi media berita.
- f. Yang dibangun dalam kecenderungan wartawan untuk cerita pola dasar yang, pada dasarnya, menempatkan administrasi publik dalam cahaya yang buruk, seperti warga negara yang menjadi korban secara tidak adil oleh birokrat yang tidak berperasaan, lembaga pemerintah yang membuang-buang uang, atau lembaga

pemerintah yang berdiri diam (atau tidak kompeten) sementara kategori populasi tertentu menderita.

g. Ketegangan anti pemerintah dalam budaya politik Amerika.

Dalam hal ini suka tidak suka, penyelenggara publik dalam demokrasi harus bekerja sama dengan pers.

Konteks publik dalam administrasi publik adalah apa yang membedakannya dari administrasi bisnis (dan manajemen nirlaba). Teknik komunikasi eksternal dapat digunakan untuk membantu memenuhi kewajiban pengelola pemerintahan kepada publik; untuk melaporkan kepada warga tentang pencapaian dan kepengurusan badan; untuk dimintai pertanggungjawaban; dan untuk berkontribusi pada publik yang terinformasi, dasar demokrasi (Lee et al., 2021).

Alat dan teknik PR membantu menjangkau pelanggan dan klien potensial, memberi tahu publik tentang undang-undang dan program baru, mempromosikan tujuan agensi melalui kampanye layanan publik yang mendorong (atau mencegah) perilaku tertentu, atau meningkatkan kerja sama publik dengan agensi, seperti melalui jalur tip dan situs web. Dalam semua contoh ini, hubungan masyarakat merupakan pengganti yang tidak mahal untuk mempekerjakan lebih banyak staf, meningkatkan penegakan lembaga dan kegiatan regulasi, atau memperluas kantor lapangan. Melalui hubungan masyarakat, sebuah agensi dapat memperluas jangkauannya tanpa harus meningkatkan ukuran dan biayanya (Lee et al., 2021.).

### **2.2.2 Government Public Relations**

Menurut Supratowo (2018:44), humas pemerintah atau *government public relations* merupakan penggabungan dua kata yaitu hubungan masyarakat dan pemerintah. Akan tetapi batasannya bukan berarti penggabungan dua pengertian tersebut.” Menurut Susanto dalam Supratowo (Suprawoto, 2018) menyampaikan bahwa humas pemerintah

menurut tindakan yang ditujukan kepada menghasilkan pendapat dan iklim pendapat yang mendukung instansi”. Selanjutnya Black dalam Priansa (Priansa, 2017) menyatakan bahwa humas pemerintah dapat dibagi menjadi dua, yaitu humas pemerintah pusat dan humas pemerintah daerah. *Government public relations* adalah alat vital yang dapat membantu semua lembaga sektor publik mengimplementasikan misi mereka dan meningkatkan akuntabilitas (Lee et al., 2021). Misalnya, *public relations* dapat digunakan untuk mendidik warga ("hanya Anda yang dapat mencegah kebakaran hutan") dan lebih murah daripada peraturan; menginformasikan kepada publik tentang program dan layanan baru yang mungkin memenuhi syarat untuk mereka; dan membujuk publik untuk melayani sebagai mata dan telinga agensi (seperti *hotline* pelecehan lansia).

*Government public relations* berfokus pada tujuan yang sangat membantu karena sekali tujuan tertentu telah diidentifikasi, teknik komunikasi khusus yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut akan mengalir secara alami dari tujuan itu sendiri (Lee et al., 2021). Dalam publik administrator membutuhkan aspek dalam *public relations*. Hal tersebut dibutuhkan konteks pemerintahan dari manajemen Lembaga yang harus melibatkan kegiatan GPR itu sendiri. Terdapat 8 (delapan) hal yang perlu diperhatikan dalam menjalankan kegiatan GPR (Lee et al., 2021):

a. *Media Relations*

Manajer pemerintahan bertujuan melayani masyarakat, bertanggung jawab kepada publik, tidak hanya mengikuti arahan atasan, melainkan lebih akuntabel.

b. *Public Reporting*

Bekerjasama dengan media, manajer pemerintahan akan dimintakan pertanggung jawabannya atas kegiatan yang telah dilakukan melewati media. Hal tersebut perlu dioperasionalkan dengan menginformasikan secara langsung kepada publik.

c. *Responsiveness to the public*

Mendengarkan publik sudah menjadi dasar demokrasi *public realtions* pada publik administrasi. Hal tersebut menjadi hal yang berbeda dari responsive untuk pragmatis dan dasar pemasaran.

d. *Increasing the utilization of service and product*

Administrasi publik melakukan penjangkauan yang meninformasikan masyarakat layanan yang mungkin dapat mereka gunakan. Program kerja harus menjadi awareness tinggi pada masyarakat. Dalam hal itu, Manajer program harus memaksimalkan pemanfaatan layanan pemerintah guna untuk masyarakat itu sendiri.

e. *Public education and public service campaigns*

Apabila telah terbentuk hubungan baik antara instansi dengan *pers*, dapat dimanfaatkan untuk mengurangi pengeluaran dengan mendorong kegiatan yang mencerminkan nilai-nilai yang dianut secara luas dalam program kerja.

f. *Seeking voluntary public compliance with laws and regulations*

Pendekatan hemat biaya untuk implementasi fase proses kebijakan dengan cara melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

g. *Using the public as the eyes and ears of an agency*

Memanfaatkan warga untuk ikut menjadi bagian dari instansi pemerintahan dengan mengadakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat tersebut.

h. *Increasing public support*

Lembaga tidak bisa langsung meminta bantuan publik untuk pengawasan kegiatan pemerintahan, karena hal tersebut guna menghindari adanya propaganda.

Dengan pesatnya perkembangan era digital dan ledakan informasi, pentingnya mengelola hubungan informasi eksternal di abad kedua puluh satu pasti akan meningkat. praktisi administrasi publik dapat memperluas ruang lingkup perhatian mereka untuk merangkul praktek hubungan

masyarakat. Ini adalah aspek yang berguna, bermanfaat, dan penting dalam mengelola lembaga pemerintah. Mereka dapat menggunakan hubungan masyarakat untuk menyelesaikan tanggung jawab demokratis yang terkait dengan sektor publik, melaksanakan misi utama lembaga mereka dengan biaya yang efektif dan efisien, dan berkontribusi pada dukungan publik untuk lembaga mereka.

a. Humas Pemerintah Pusat

Humas pemerintah pusat umumnya terdapat di departemen-departemen, serta badan-badan yang termasuk ke dalam kekuasaan pemerintah pusat. Tugas pemerintah pusat, yaitu:

- 1) menyebarkan informasi secara teratur mengenai kebijakan, perencanaan, dan hasil yang telah dicapai oleh pemerintah.
- 2) menerangkan dan mendidik publik mengenai perundang-undangan, peraturan-peraturan, dan hal-hal yang bersangkutan dengan kehidupan rakyat sehari-hari.

b. Humas Pemerintah Daerah

Pada dasarnya humas pemerintah daerah sama saja dengan humas pemerintah pusat dalam menjalankan organisasi dan mekanisme kerja, hanya saja terdapat dalam ruang lingkupnya.

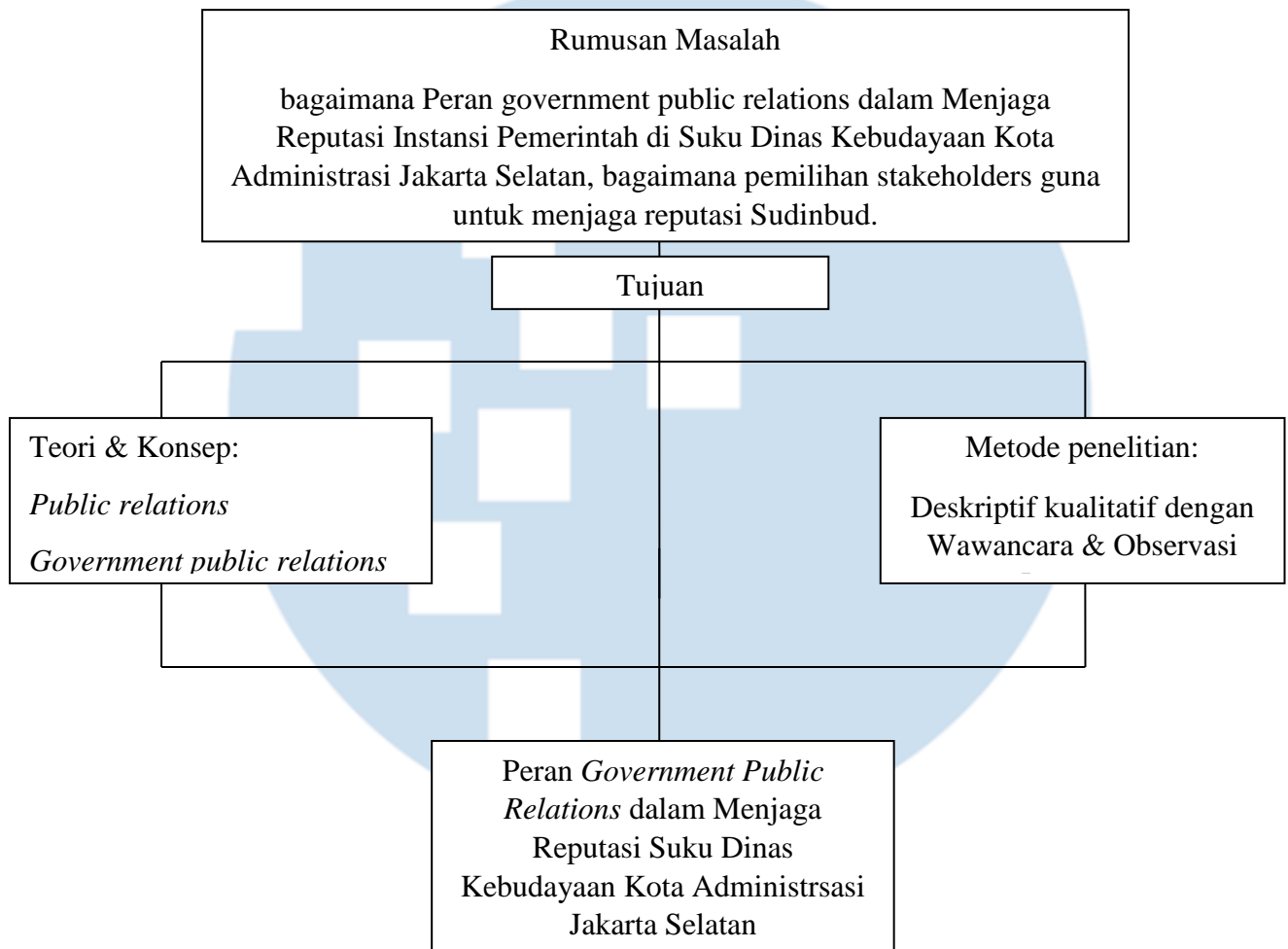
Humas pemerintah memiliki 2 (dua) fungsi yaitu *information release* dan *information seeking*. *Information release* maksudnya humas pemerintah harus selalu mengkomunikasikan setiap langkah, tindakan, program dan kebijakan kepada semua lapisan masyarakat agar dipahami. Sedangkan *information seeking* maksudnya humas pemerintah juga berfungsi sebagai mata dan telinga lembaga. Oleh karena itu, humas pemerintah harus dapat mendengar aspirasi masyarakat sebagai masukan dan pertimbangan dalam membuat kebijakan.

Menurut Lattimore dalam Suprawoto (Suprawoto, 2018) humas pemerintah berfungsi seperti praktisi *public relations* yang lainnya.

Berusaha untuk mencapai saling pengertian antar lembaga dan masyarakat mereka dengan mengikuti proses *public relations*. Humas pemerintah juga berfungsi untuk mengukur opini publik, merencanakan dan mengatur efektifitas humas, menyusun pesan untuk khalayak internal dan eksternal, dan mengatur efektifitas dari keseluruhan prosesnya.

Tugas *government public relations* yaitu *nation branding*, sosialisasi, kampanye program, kontra narasi, edukasi dan literasi (Gun Gun Siswadi SAM BIDANG KOMUNIKASI dan MEDIA MASSA, t.t.). Terdapat 5 tahapan dalam alur kerja pengelolaan komunikasi publik dalam kehumasan pemerintah dalam rangka publikasi output kementerian/lembaga. Yang pertama pengumpulan data dan analisis informasi melalui organisasi riset, kantor berita, media massa, media sosial, dan relawan. Kemudian setelah verifikasi data dan informasi, dilakukan manajemen isu yang dilakukan dengan *framing*, *signing*, *priming*. Setelah manajemen isu disetujui oleh pimpinan instansi, dilanjutkan dengan memproduksi pesan dalam bentuk konten yang dapat disebarkan melalui *briefing notes*, siaran pers, infografis, artikel, advertorial. Kemudian dilakukan diseminasi dengan mendistribusikan pesan melalui media massa, media sosial, humas kominfo, kelompok strategis dan relawan. Yang terakhir, diperlakukan pemantauan, evaluasi, dan audit komunikasi.

### 2.3 Alur Penelitian



Bagan 2.1 Alur Penelitian

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2023

