

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Terdapat lima jurnal dan satu jurnal Internasional. Penelitian terdahulu berisi penjelasan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini tidak hanya merujuk pada teori dan konsep tetapi juga pada penelitian terdahulu.

Jurnal pertama berjudul “Analisis Strategi Humas Pemerintahan Era Milenial Dalam Menghadapi Tata Kelola Informasi Publik. Jurnal ini membahas strategi humas pemerintah dalam menghadapi tata kelola informasi publik di era milenial. Studi ini menekankan pentingnya kerjasama antara pemangku kepentingan melalui platform media konvensional dan digital untuk meningkatkan layanan komunikasi publik. Ini menyoroti perlunya layanan informasi publik yang efektif dan berkualitas untuk mendukung tata kelola informasi publik yang terbuka. Persamaan antara jurnal dan penelitian yang akan diangkat adalah menjadikan UU Nomor 14 Tahun 2008 sebagai konsep atau acuan pada penelitian. Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Humas Pemerintahan juga menggunakan strategi dalam penyampaian informasi publik sehingga penelitian ini dapat mengacu pada penelitian tersebut. Kedua penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam bidang humas pemerintahan. Keterbatasan utama yang dihadapi adalah kurangnya SDM yang kompeten, infrastruktur teknologi yang terbatas, dan pendekatan yang berlapis dalam pengambilan keputusan. Namun, penelitian ini juga menawarkan kebaruan dalam pendekatan komunikasi dialogis dan adaptasi teknologi, serta penggunaan paradigma post-positivistik dan fokus pada media sosial sebagai alat keterbukaan informasi. Kedua penelitian ini saling melengkapi dan memberikan wawasan yang komprehensif untuk pengembangan strategi humas pemerintahan di masa depan.

Jurnal kedua berjudul “Strategi Kehumasan Dalam Pelayanan Informasi Publik di Pusat Pelatihan dan Pengembangan dan Kajian Manajemen Pemerintahan

Lembaga Administrasi Negara” mengkaji strategi hubungan masyarakat dalam mengelola layanan informasi publik selama era milenial, khususnya dalam mengatasi tantangan yang dihadapi oleh kemajuan teknologi dan harapan masyarakat. Studi ini berfokus pada Unit Hubungan Masyarakat di Pusat Pelatihan dan Pengembangan serta Studi Manajemen Pemerintahan di Badan Administrasi Negara (Puslatbang KMP LAN) di Makassar, Indonesia. Perbedaan diantara jurnal ini dengan penelitian yang akan diangkat adalah subjek, subjek pada jurnal ini adalah pemerintahan Lembaga administrasi negara, sedangkan penelitian yang diangkat adalah Kementerian Hukum dan HAM. Persamaan kedua penelitian membahas pentingnya strategi kehumasan pemerintah dalam meningkatkan keterbukaan informasi publik. Keduanya menekankan penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi utama untuk mencapai audiens yang lebih luas dan meningkatkan partisipasi publik. Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa informasi publik menjadi salah satu fokus utama dari Humas Pemerintah sehingga perlu diadakan penelitian terdalam khususnya untuk penanganan di media sosial. Kedua penelitian memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana institusi pemerintah dapat mengadopsi strategi Humas yang efektif untuk meningkatkan keterbukaan informasi publik. Ini sangat relevan dalam konteks modern di mana transparansi dan akses informasi merupakan kunci keberhasilan komunikasi pemerintah.

Jurnal ketiga dengan judul “Strategi Pelayanan Informasi untuk Meningkatkan Keterbukaan Informasi Publik” membahas strategi layanan informasi untuk meningkatkan transparansi informasi publik, dengan fokus pada kasus Lembaga Penyiaran Publik (LPP) TVRI Padang di Indonesia. Persamaan dari kedua penelitian ini adalah kedua jurnal membahas pentingnya keterbukaan informasi publik dalam mendukung transparansi dan akuntabilitas lembaga publik. Mereka menekankan pada pentingnya akses informasi yang mudah dan terbuka bagi masyarakat untuk meningkatkan partisipasi publik dalam proses pengambilan keputusan dan pengelolaan badan publik. Selain itu juga kedua jurnal juga menyoroti penggunaan teknologi informasi sebagai alat untuk meningkatkan keterbukaan informasi. Misalnya, TVRI Padang diharapkan untuk menggunakan

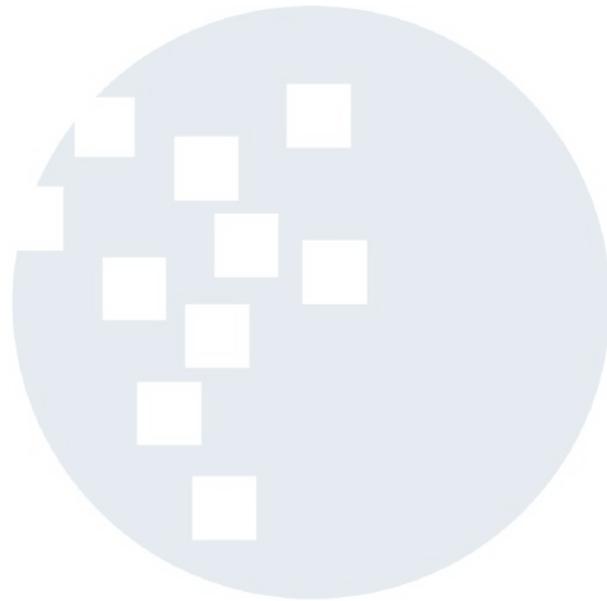
aplikasi yang ditentukan oleh Komisi Informasi Pusat, sementara DJPP menggunakan berbagai platform media sosial dan website khusus untuk memfasilitasi akses informasi publik. Perbedaan kedua penelitian ini ada pada subjek penelitian. Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Undang-undang nomor 14 tahun 2008 menjadi salah satu fokus utama pada Humas Pemerintah dan menemukan keterbatasan regulasi penyiaran masih banyak ditemukan permasalahan yang menyangkut konglomerasi media, konten yang rendah, dualisme regulator, prioritas rating, serta politik dan ekonomi pemilik media. Selain itu ada keterbatasan Partisipasi Masyarakat, bahwa Lembaga penyiaran publik harus meningkatkan partisipasi masyarakat, tetapi masih ditemukan kesempatan yang terbatas bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan dan evaluasi program siaran

Jurnal keempat berjudul “Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya Melalui Media Sosial” mengeksplorasi strategi komunikasi yang digunakan oleh Kantor Humas Pemerintah Kota Surabaya melalui media sosial. Studi ini menekankan pentingnya memilih media sosial yang paling efektif untuk berkomunikasi dengan publik dan menyoroti signifikansi peningkatan keterampilan kontinu dalam manajemen konten dan strategi humas. Penelitian ini memberikan gambaran tentang strategi komunikasi yang efektif yang digunakan oleh kantor humas Pemerintah Kota Surabaya melalui media sosial. Perbedaan kedua penelitian ini ada pada objek penelitian dan teori yang digunakan. Persamaan pada kedua penelitian ini adalah kedua penelitian membahas strategi humas pemerintah dalam menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi kepada publik dan berupaya untuk menemukan cara meningkatkan efektivitas komunikasi antara pemerintah dan masyarakat melalui media sosial. Keterbatasan pada kedua penelitian pada **generalisasi temuan**, Karena kedua penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dan studi kasus pada instansi tertentu, hasil temuan mungkin tidak dapat digeneralisasi ke seluruh instansi pemerintah lainnya. Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi Humas menjadi salah satu fokus utama pada Humas Pemerintah dan menjadikan media sosial sebagai platform utama.

Jurnal kelima berjudul “Strategi Humas Pemerintah dalam Pengelolaan Managemen Isu Era *Post-Truth*” yang membahas tentang mengeksplorasi strategi yang digunakan oleh hubungan masyarakat pemerintah atau *Government Public Relations Institute* (GPR) dalam mengelola isu-isu di era *post-truth*. Penelitian ini mendalami konsep pembangunan agenda dan subsidi informasi sebagai strategi kunci yang digunakan oleh GPR untuk memengaruhi opini publik. Perbedaan kedua penelitian ada pada objek penelitian dan pendekatan teoritis. Persamaan kedua penelitian kedua penelitian membahas strategi humas pemerintah dalam menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan publik dan bertujuan untuk menemukan cara meningkatkan efektivitas komunikasi antara pemerintah dan masyarakat melalui media sosial. Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Humas Pemerintah menggunakan media sosial dalam penyampaian informasi publik sehingga penelitian ini dapat mengacu pada penelitian tersebut.

Jurnal keenam yaitu jurnal Internasional yang berjudul “*Communication Strategy of Government Public Relations Depok City in Managing Covid-19 Information During Pandemic on Instagram*” berfokus pada strategi komunikasi dari Humas Pemerintah Kota Depok dalam mengelola informasi Covid-19 di Instagram selama pandemi. Studi ini menyoroti tantangan yang dihadapi oleh infodemi dan perlunya komunikasi yang efektif dari Pemerintah Kota Depok untuk memberikan informasi yang akurat dan terkini kepada masyarakat sehubungan dengan Covid-19. Penelitian ini menekankan pentingnya beradaptasi dengan strategi komunikasi terhadap perubahan lanskap teknologi, terutama peningkatan penggunaan Instagram dan ponsel pintar, serta signifikansinya dalam mengelola penyebaran informasi selama pandemi. Persamaan pada kedua penelitian ini adalah kedua penelitian fokus pada strategi komunikasi humas pemerintah dalam mengelola informasi melalui media sosial. Diskominfo Depok menggunakan Instagram untuk mengelola informasi terkait Covid-19, sedangkan Humas DJPP (Direktorat Jenderal Peraturan Perundang-undangan) menggunakan berbagai media sosial untuk meningkatkan keterbukaan informasi publik. Perbedaan kedua penelitian ini ada pada subjek penelitian. Penelitian pada Diskominfo Depok sangat tergantung pada konteks pandemi Covid-19, yang bisa berubah seiring dengan

perkembangan pandemi dan respon pemerintah. Sedangkan penelitian pada Humas DJPP mungkin terbatas pada periode dan kebijakan tertentu yang berlaku saat penelitian dilakukan.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4	Jurnal 5	Jurnal 6
Judul penelitian	Analisis Strategi Humas Pemerintahan Era Milenial Dalam Menghadapi Tata Kelola Informasi Publik (2022)	Strategi Kehumasan Dalam Pelayanan Informasi Publik di Pusat Pelatihan dan Pengembangan dan Kajian Manajemen Pemerintahan Lembaga Administrasi Negara (2023)	Strategi Pelayanan Informasi untuk Meningkatkan Keterbukaan Informasi Publik (2023)	Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya Melalui Media Sosial (2020)	Strategi Humas Pemerintah dalam Pengelolaan Manajemen Isu Era Post-Truth (2023)	<i>Communication Strategy of Government Public Relations Depok City in Managing Covid-19 Information During Pandemic on Instagram</i> (Pratiwi & Dunan, 2021)
Nama peneliti, tahun terbit, dan Lembaga	Aat Ruchiat Nugraha, Diah Fatma Sjoraida, dan Evi Novianti. Tahun 2022. Universitas Padjadjaran	Sri Kartika, Abdi, Nasrulhaq. Tahun 2023. Universitas Muhammadiyah Makassar.	Sintar Nababan, 2020, dan Jurnal Ilmu Komunikasi II UPN "Veteran" Yogyakarta. Tahun 2019. Sekolah Tinggi Multi Media Yogyakarta.	Adelia Masrifah Cahyani. Tahun 2020. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.	Farikha Rachmawati. Tahun 2023. Universitas Pembangunan Nasional.	Desna Aryana Pratiwi dan Amri Dunan. Tahun 2021. Universitas Gunadarma.
Fokus penelitian	Jurnal ini membahas strategi humas pemerintah dalam menghadapi tata kelola informasi publik di era milenial. Studi ini menekankan pentingnya kerjasama antara pemangku kepentingan	Jurnal ini mengkaji strategi hubungan masyarakat dalam mengelola layanan informasi publik selama era milenial, khususnya dalam mengatasi tantangan yang dihadapi oleh kemajuan teknologi dan harapan masyarakat.	Jurnal ini mengkaji strategi hubungan masyarakat dalam mengelola layanan informasi publik selama era milenial, khususnya dalam mengatasi tantangan yang dihadapi oleh kemajuan teknologi dan harapan masyarakat. Studi	Jurnal ini mengeksplorasi strategi komunikasi yang digunakan oleh Kantor Humas Pemerintah Kota Surabaya melalui media sosial. Ditemukan bahwa penyebaran pesan melalui media sosial melibatkan	Jurnal ini mengeksplorasi strategi yang digunakan oleh hubungan masyarakat pemerintah (GPR) dalam mengelola isu-isu di era post-truth. Jurnal ini mendalami konsep pembangunan agenda dan subsidi informasi sebagai strategi kunci yang digunakan oleh GPR	Dokumen ini berfokus pada strategi komunikasi dari Humas Pemerintah Kota Depok dalam mengelola informasi Covid-19 di Instagram selama pandemi. Studi ini menyoroti tantangan yang dihadapi oleh infodemi dan perlunya komunikasi

	<p>melalui platform media konvensional dan digital untuk meningkatkan layanan komunikasi publik. Ini menyoroti perlunya layanan informasi publik yang efektif dan berkualitas untuk mendukung tata kelola informasi publik yang terbuka.</p>		<p>ini berfokus pada Unit Hubungan Masyarakat di Pusat Pelatihan dan Pengembangan serta Studi Manajemen Pemerintahan di Badan Administrasi Negara (Puslatbang KMP LAN) di Makassar, Indonesia</p>	<p>diskusi dengan tim media sosial untuk menentukan audiens target dan penyusunan konten. Selain itu, kantor ini memanfaatkan berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan YouTube dengan segmentasi khusus untuk memfasilitasi penyaringan informasi bagi publik.</p>	<p>untuk memengaruhi opini publik. Studi ini menyoroti peran tim manajemen krisis, hubungan media, dan pemanfaatan beragam platform media, termasuk big data, media sosial, dan konferensi pers, untuk membentuk narasi pemerintah dan mengelola persepsi publik. Penelitian ini menekankan pentingnya perencanaan kontingensi GPR dan pendirian Forum Merdeka Barat 9 (FMB9) sebagai platform penting untuk komunikasi.</p>	<p>yang efektif dari Pemerintah Kota Depok untuk memberikan informasi yang akurat dan terkini kepada masyarakat sehubungan dengan Covid-19. Penelitian ini menekankan pentingnya beradaptasi dengan strategi komunikasi terhadap perubahan lanskap teknologi, terutama peningkatan penggunaan Instagram dan ponsel pintar, serta signifikansinya dalam mengelola penyebaran informasi selama pandemi.</p>
Teori	Government Public Relations	Teori komunikasi dua arah, teori cyber public relations, dan teori evaluasi program.	UU Keterbukaan Informasi Publik dan Public Relations.	Strategi Komunikasi, Humas Pemerintah, dan Media sosial.	<i>Government Public Relations</i>	Teori Ekologi Media Mc.Luhan
Metode Penelitian	Kualitatif	Penelitian tersebut menggunakan teknik pengumpulan data seperti observasi,	Kualitatif deskriptif	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif

		wawancara, dan studi dokumentasi.				
Persamaan	Persamaan antara jurnal dan penelitian yang akan diangkat adalah menganalisis strategi humas pemerintah.	Persamaan pada kedua penelitian ini adalah menganalisis strategi humas pemerintah.	Persamaan antara jurnal dan penelitian yang akan diangkat adalah menjadikan UU Nomor 14 Tahun 2008 sebagai konsep atau acuan pada penelitian.	Persamaan pada kedua penelitian ini menggunakan strategi Humas Pemerinah dan menggunakan platform media sosial.	Persamaan dari kedua penelitian ini adalah membahas isu strategi humas pemerintahan dengan memanfaatkan media sosial dalam menyebarkan informasi.	persamaan yaitu meneliti Humas Pemerintah.
Perbedaan	Perbedaan ini dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah informan yang berbeda.	Perbedaan diantara jurnal ini dengan penelitian yang akan diangkat adalah subjek, subjek pada jurnal ini adalah pemerintahan Lembaga administrasi negara, sedangkan penelitian yang diangkat adalah kementerian kemenkumham.	Perbedaan kedua penelitian adalah dengan menggunakan teori yang berbeda yaitu teori <i>Government Public Relations</i> .	Perbedaan pada jurnal dengan penelitian yang akan diangkat adalah tidak mengangkat UU Keterbukaan Informasi Publik.	Perbedaan kedua penelitian ini adalah pada subjek pemerintahannya dan teori konsep yang digunakan.	Perbedaan dari kedua penelitian ini adalah pada teori yang digunakan dan subjek penelitian.
Keterbatasan penelitian	Keterbatasan Temporal, Studi ini dilakukan selama pandemi Covid-19, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasikan ke periode setelah	Keterbatasan Temporal, Studi ini dilakukan selama pandemi Covid-19, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasikan ke periode setelah pandemi berakhir	Keterbatasan Data dan Sampel Penelitian ini terbatas pada penggunaan satu platform media sosial (Instagram) dan fokus pada satu kota (Depok), yang mungkin tidak	Keterbatasan Metode Penelitian Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang mungkin memiliki keterbatasan dalam generalisasi temuan karena	Keterbatasan Validasi Model, Model komunikasi yang diusulkan hanya sampai pada tahap verifikasi ahli tanpa uji coba lapangan	Keterbatasan Temporal, Penelitian pada Diskominfo Depok sangat tergantung pada konteks pandemi Covid-19, yang bisa berubah seiring dengan perkembangan

	pandemi berakhir dan tidak ada evaluasi jangka panjang mengenai efektivitas strategi yang diterapkan dalam menghadapi perubahan lanskap komunikasi setelah pandemi		seungguhnya mewakili strategi komunikasi di wilayah lain atau pada platform lain	hanya mencakup satu lokasi dan subjek penelitian tertentu		pandemi dan respon pemerintah. Sedangkan penelitian pada Humas DJPP mungkin terbatas pada periode dan kebijakan tertentu yang berlaku saat penelitian dilakuka.
Hasil penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi humas pemerintah pada era milenial mengutamakan pada peningkatan aspek kolaborasi dari berbagai pemangku kepentingan melalui pemanfaatan platform media konvensional dan media digital guna mewujudkan layanan komunikasi dan informasi publik yang efektif dan berkualitas dalam	Secara keseluruhan, jurnal ini menunjukkan peran penting hubungan masyarakat dalam mengelola dan menyebarkan informasi publik secara efektif, khususnya melalui penggunaan berbagai saluran media dan perlunya evaluasi terhadap strategi hubungan masyarakat untuk memastikan efektivitasnya dalam memenuhi kebutuhan informasi pemangku kepentingan.	Hasil penelitian mengungkapkan pentingnya strategi siaran netral, non-komersial, dan independen dalam menjaga kepercayaan publik, meningkatkan partisipasi masyarakat, dan meningkatkan kualitas layanan informasi publik. Dokumen tersebut menekankan perlunya TVRI Padang mengoptimalkan strateginya untuk	Hasil penelitian mengkonfirmasi bahwa penerapan strategi komunikasi melalui media sosial oleh kantor Humas Pemerintah Kota Surabaya sejalan dengan prinsip-prinsip ekologi media, yang bertujuan untuk menyatukan dan melibatkan masyarakat secara efektif. Artikel tersebut menyarankan bahwa penggunaan	Hasil penelitian ini telah membuktikan asumsi penelitian bahwa strategi government public relations telah menerapkan konsep agenda building information subsidies untuk memengaruhi opini publik melalui manajemen isu di Forum Merdeka Barat 9 (FMB9). Temuan penelitian ini membuktikan bahwa government public relations Indonesia di era post truth sudah sangat mempertimbangkan kemampuan teknologi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi strategi komunikasi persuasif dan kontributif oleh Diskominfo di Instagram @pemkotdepok untuk mencapai komunikasi publik yang baik dan mewujudkan visi dan misi Diskominfo sebagai hubungan masyarakat

	mendukung tata kelola informasi publik yang terbuka.		memenuhi tuntutan yang berkembang dan memastikan penyediaan konten berkualitas tinggi, mendidik, dan relevan secara budaya.	media sosial oleh kantor tersebut tidak hanya sebagai platform untuk menyebarkan informasi tetapi juga memupuk keterlibatan, partisipasi, dan interaksi positif dalam komunitas. Studi tersebut menekankan perlunya peningkatan kontinuitas dalam pembuatan konten dan penggunaan media untuk menjaga hubungan yang kuat dan positif dengan masyarakat.	seperti penggunaan artificial intelligence yakni big data dan media sosial terintegrasi sebagai bentuk perencanaan krisis (contingency plan). Penelitian ini menghasilkan beberapa proposisi, petunjuk teknis manajemen isu, dan model komunikasi manajemen isu di era post truth yang dapat digunakan sebagai panduan government public relations.	pemerintah. Kemajuan media sosial Instagram @pemkotdepok dikembangkan secara intensif sebagai bukti konkret dari asumsi Mc.
--	--	--	---	---	---	--

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu
Sumber: Olahan Peneliti

2.2 Teori atau Konsep yang digunakan

2.2.1 Government Public Relations

Government Public Relations (GPR) adalah serangkaian aktivitas komunikasi strategis yang dilakukan oleh badan pemerintah dengan tujuan untuk menginformasikan, melibatkan, dan mempengaruhi publik. Tujuan utama dari GPR adalah untuk menciptakan dan memelihara hubungan positif antara pemerintah dan warga negara, memastikan transparansi, meningkatkan pemahaman publik tentang kebijakan dan program pemerintah, serta membangun kepercayaan dan dukungan publik terhadap pemerintah (Lee, Neeley, & Stewart, 2012). Humas Pemerintah dalam Ramadani (2022) adalah proses yang dilakukan oleh lembaga atau individu untuk mengelola komunikasi dan informasi antara pemerintah dan para pemangku kepentingan (*stakeholder*), serta sebaliknya. Penting untuk terus memahami peran humas pemerintah guna mengedepankan semangat dalam memberikan pemahaman kepada publik tentang kebijakan dan program yang diimplementasikan oleh pemerintah. Di samping itu, humas pemerintah juga perlu menerima masukan dan aspirasi publik terkait kebijakan dan program tersebut. Humas Pemerintah didefinisikan sebagai fungsi manajemen strategis yang bertujuan untuk membangun dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara instansi pemerintah dan publiknya. Humas Pemerintah berperan penting dalam mengomunikasikan kebijakan, program, dan layanan pemerintah kepada masyarakat serta mengumpulkan umpan balik dari publik untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik. Fungsi ini melibatkan penggunaan berbagai alat komunikasi dan media untuk memastikan transparansi, akuntabilitas, dan partisipasi publik dalam proses pemerintahan. Humas Pemerintah juga berperan dalam mengelola reputasi dan citra pemerintah melalui pengelolaan isu dan krisis, serta membangun hubungan yang baik dengan media. Hal ini mencakup perencanaan strategis komunikasi, pelaksanaan kampanye komunikasi, dan evaluasi efektivitas program komunikasi. Tujuan utamanya adalah untuk menciptakan pemahaman bersama antara pemerintah dan masyarakat, meningkatkan kepercayaan publik, serta memfasilitasi partisipasi aktif

masyarakat dalam proses pemerintahan. Dengan demikian, Humas Pemerintah tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai mediator antara pemerintah dan masyarakat dalam membentuk opini publik yang positif dan konstruktif .

Menurut Ruslan masih dalam Ramadani (2022) tugas Humas Pemerintah yaitu;

1. Memberikan penjelasan atau informasi kepada masyarakat tentang layanan, kebijakan, dan tujuan yang akan dicapai oleh pemerintah dalam menjalankan program kerjanya.
2. Membangun keyakinan, kepercayaan, dan mengajak masyarakat untuk berpartisipasi atau terlibat dalam pelaksanaan program pembangunan di berbagai sektor, serta memelihara stabilitas dan keamanan nasional.
3. Penting untuk menjaga kejujuran, pelayanan, dan pengabdian dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab.

Tugas humas pemerintah diatur dalam Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 30 Tahun 2011 mengenai pedoman umum tata kelola humas di lingkungan instansi pemerintah, yang mencakup (Ramadani, 2022):

1. komunikasi dua arah antara instansi pemerintah dan masyarakat secara terencana untuk menciptakan pemahaman bersama dalam mencapai tujuan yang saling menguntungkan.
2. Meningkatkan kelancaran dan aksesibilitas komunikasi publik untuk memastikan informasi dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat.
3. Meningkatkan koordinasi dalam penyebaran informasi tentang kebijakan pemerintah untuk memastikan informasi yang akurat dan komprehensif.
4. Membangun citra dan reputasi positif pemerintah melalui komunikasi yang efektif dan transparan dengan masyarakat.

Secara umum, peran Humas Pemerintah memiliki dua fungsi utama. Pertama, adalah fungsi eksternal yang melibatkan penyampaian informasi atau pesan yang sesuai dengan tujuan dan kebijakan instansi atau lembaga kepada masyarakat sebagai target audiens. Kedua, adalah fungsi internal yang melibatkan penerimaan respon, aspirasi, atau opini dari masyarakat tersebut, yang kemudian disesuaikan untuk kepentingan instansi atau tujuan bersama. Komarudin dalam Ramadani (2022) menjelaskan Humas Pemerintah berperan dalam:

1. Menyediakan informasi kepada internal organisasi dan masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung persoalan kebijakan, program, dan aktivitas yang dilakukan oleh setiap Kementerian/Lembaga dan Pemerintah Daerah.
2. Mengumpulkan perkembangan situasi dan aspirasi masyarakat untuk digunakan sebagai masukan bagi para pemimpin dalam proses pengambilan keputusan selanjutnya.
3. Membuka jalur komunikasi dua arah antara Pemerintah dan masyarakat, baik secara langsung maupun melalui media massa.
4. Mengimplementasikan berbagai pendekatan dan strategi untuk mempengaruhi sikap dan pendapat masyarakat, sehingga kepentingan Pemerintah dan masyarakat dapat diselaraskan.

Sementara itu, Ruslan masih dalam Ramadani (2022) menjelaskan peran taktis dan strategis dari Humas Pemerintah yang melibatkan beberapa aspek, seperti berikut ini:

1. Peran taktis dalam periode pendek adalah ketika Humas memberikan pesan kepada masyarakat dan target yang dituju. Mereka memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dua arah, memotivasi, atau mempengaruhi pandangan masyarakat dengan usaha untuk "menyatukan persepsi" dengan tujuan dan sasaran yang diwakili oleh instansi.
2. Dalam tugas strategis jangka panjang, Humas berperan penting dalam mengambil keputusan, memberikan kontribusi dalam proses

pengambilan keputusan, memberikan saran, gagasan, dan ide, serta berperan kreatif dalam mendukung program kerja instansi. Mereka juga berperan dalam mendukung pelaksanaan pembangunan nasional dan bertanggung jawab dalam menciptakan citra positif bagi instansi tersebut.

2.2.2 Perancangan Humas dengan Media Sosial

Pada praktik humas, strategi biasanya merujuk pada konsep keseluruhan, pendekatan, atau rencana umum untuk program yang dirancang untuk mencapai suatu tujuan. Taktik merujuk pada acara, media, dan metode nyata yang digunakan untuk melaksanakan strategi tersebut. Semua organisasi membutuhkan humas lebih dari sebelumnya untuk membantu menentukan apa yang harus dilakukan (dan tidak dilakukan) dan apa yang harus dikatakan (dan tidak dikatakan). Itu merupakan strategi tindakan dan komunikasi (Broom & Sha, 2013). Penggunaan media digital untuk mengakses informasi telah menjadi preferensi dominan bagi banyak individu di era modern ini. Menurut Hanlon (2021) media sosial adalah fasilitasi interaktif yang terhubung, untuk tujuan pemasaran pada tingkat organisasi, antar teman sebaya, dan personal. Era digital sangat membantu dalam pekerjaan humas. Dari Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn, Blog hingga Youtube untuk posting. Kehadiran media saat ini sangat dibutuhkan oleh para praktisi humas karena media merupakan sarana penerbitan, tempat membangun dukungan bagi suatu perusahaan, sarana untuk membangun reputasi, karena media tidak jauh dari seseorang, jadi anggaplah media merupakan sumber informasi dan publikasi yang lebih cepat. Pembentukan jaringan juga membutuhkan kehadiran media, dan jika ada dukungan jaringan, penyebaran informasi bisa lebih cepat (Musi, 2022).

Adapun penerapan model SOSTAC (Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Actions, Control) dalam fungsi humas dapat membantu dalam merencanakan dan melaksanakan strategi komunikasi yang efektif. Berikut adalah bagaimana model SOSTAC (Chaffey & Smith, 2023, p. 42):

1. *Situation* (Analisis Situasi):

Tahap pertama dalam model SOSTAC adalah menganalisis situasi atau kondisi yang ada. Ini melibatkan pemahaman mendalam tentang posisi dan reputasi merek di media sosial, serta memahami tren industri, pesaing, dan audiens target.

2. *Objectives* (Tujuan):

Setelah memahami situasi, langkah berikutnya adalah menetapkan tujuan yang jelas dan terukur untuk kampanye humas di media sosial. Tujuan ini harus spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan berbatas waktu (SMART).

3. *Strategy* (Strategi):

Setelah menetapkan tujuan, strategi perlu dirumuskan untuk mencapai tujuan tersebut. Ini melibatkan pemilihan pendekatan atau strategi umum yang akan digunakan dalam kampanye humas di media sosial. Strategi bisa mencakup segmen pasar yang ditargetkan, pesan yang akan disampaikan, platform media sosial yang akan digunakan, dan cara interaksi dengan audiens.

4. *Tactics* (Taktik):

Setelah strategi ditentukan, langkah selanjutnya adalah merinci taktik-taktik yang akan digunakan untuk melaksanakan strategi. Ini mencakup rencana konkret seperti jenis konten yang akan dibuat (misalnya, posting, video, gambar), jadwal posting, penggunaan hashtag, dan interaksi dengan pengguna.

5. *Actions* (Aksi):

Tahap ini melibatkan pelaksanaan taktik yang telah dirancang. Tim humas bertanggung jawab untuk melaksanakan rencana dengan memproduksi dan mendistribusikan konten, berinteraksi dengan pengguna, dan mengelola kampanye di media sosial sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.

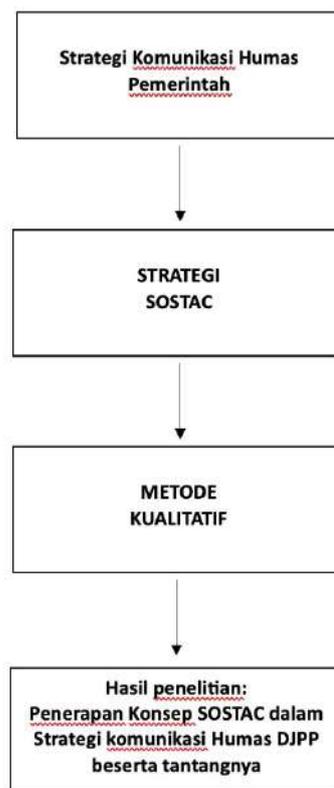
6. *Control* (Kendali):

Terakhir, tahap kontrol melibatkan pemantauan dan evaluasi hasil kampanye humas di media sosial. Ini melibatkan pengukuran kinerja

berdasarkan metrik yang telah ditetapkan sebelumnya, seperti jumlah pengikut baru, tingkat interaksi, dan jumlah tautan yang dibagikan. Evaluasi ini akan membantu dalam mengevaluasi keberhasilan kampanye dan membuat penyesuaian jika diperlukan.

Mengikuti model SOSTAC, organisasi dapat merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi kampanye humas mereka di media sosial secara terstruktur dan sistematis, sehingga meningkatkan efektivitas dan dampaknya.

2.3 Alur Penelitian



Gambar 2.1 Alur Penelitian 2024
Sumber: Data Pribadi 2024