

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Humas, atau hubungan masyarakat, adalah suatu proses komunikasi strategis yang bertujuan untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Proses ini mencakup berbagai aktivitas yang dirancang untuk mengelola aliran informasi, membangun kepercayaan, dan menciptakan citra positif organisasi. Dalam konteks ini, hubungan masyarakat memainkan peran kunci dalam menciptakan pemahaman, memengaruhi sikap, dan mengarahkan perilaku publik melalui komunikasi yang efektif. Berikut adalah penjelasan lebih mendalam mengenai aspek-aspek penting dalam hubungan masyarakat.

Hubungan masyarakat dapat didefinisikan sebagai profesi yang berfokus pada upaya mempertahankan kredibilitas organisasi serta membentuk persepsi publik yang positif (Kriyantono & Anggraini, 2020). Lebih jauh lagi, hubungan masyarakat melibatkan proses menciptakan pemahaman antara organisasi dan publiknya melalui pengetahuan serta komunikasi yang strategis. Hal ini memungkinkan terjadinya perubahan sikap dan perilaku publik sesuai dengan tujuan organisasi (Jaelani, 2019). Dalam praktiknya, hubungan masyarakat tidak hanya sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga memastikan bahwa informasi tersebut relevan, akurat, dan mampu menciptakan dampak positif.

Salah satu elemen penting dalam hubungan masyarakat adalah menjalin hubungan yang efektif dengan media massa. Hubungan ini melibatkan kerja sama yang erat dengan berbagai outlet media untuk menyampaikan informasi yang benar dan menarik kepada publik (Annisa, 2024). Selama masa pandemi, pentingnya hubungan media menjadi semakin jelas, ketika hubungan masyarakat harus menyesuaikan pendekatan mereka dengan menggunakan model komunikasi simetris dua arah. Model ini memastikan bahwa informasi yang disampaikan tidak

hanya akurat, tetapi juga sesuai dengan kebutuhan masyarakat, sembari mematuhi protokol kesehatan yang berlaku (Farni et al., 2022).

Humas berfungsi untuk "mengelola komunikasi dan hubungan antara organisasi dan publik melalui platform digital." Pernyataan ini menegaskan bagaimana peran Humas telah berkembang seiring dengan era digital, di mana media sosial dan teknologi komunikasi menjadi alat utama dalam membangun serta memelihara hubungan dengan publik. Di era digital ini, humas tidak hanya dituntut untuk menguasai teknik komunikasi tradisional, tetapi juga harus mahir dalam memanfaatkan berbagai platform digital guna menyampaikan pesan dengan lebih efektif dan efisien.

Perbedaan antara Humas di sektor pemerintah dan sektor swasta menjadi sorotan penting dalam pembahasan ini. Di sektor swasta, Humas lebih terfokus pada tujuan komersial. Praktisi PR di sektor ini bertujuan untuk membangun citra positif Instansi, memperkuat reputasi merek, dan akhirnya meningkatkan penjualan produk atau layanan. Sedangkan di sektor pemerintah, peran Humas lebih banyak menekankan pada transparansi informasi dan dorongan partisipasi publik untuk mendukung kebijakan serta program pemerintah yang bertujuan untuk kepentingan umum. Humas pemerintah tidak berorientasi pada transaksi atau penjualan komersial. Sebaliknya, mereka berfokus pada pelayanan publik (public service) yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui informasi yang akurat dan tepat waktu.

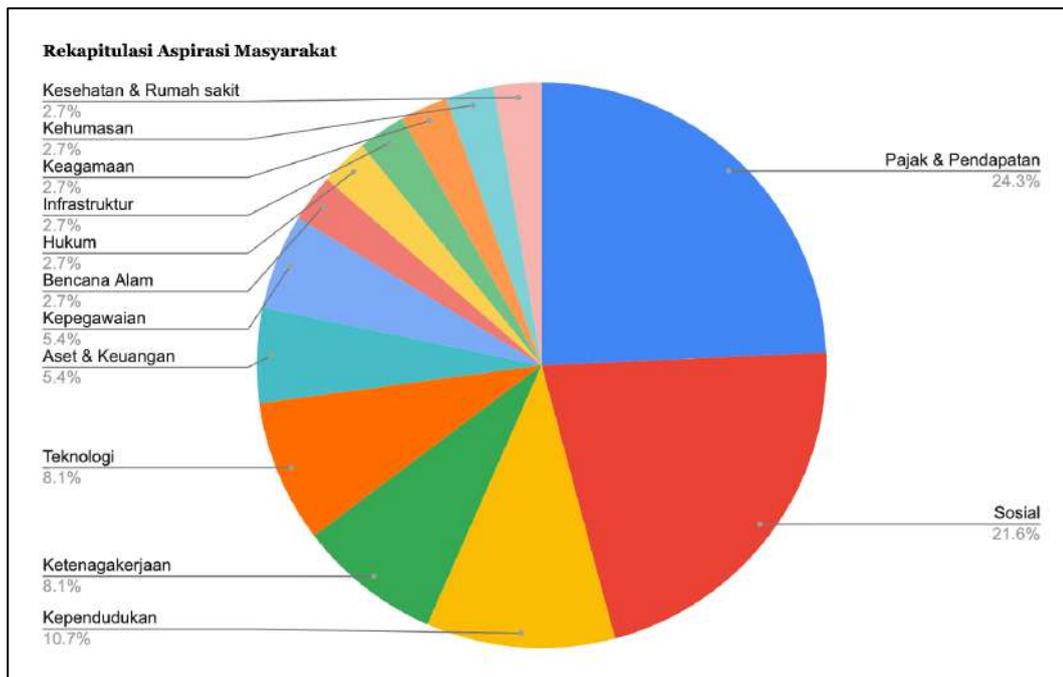
Humas pemerintah memiliki tanggung jawab yang kompleks, termasuk mengelola komunikasi dan hubungan dengan masyarakat secara lebih luas. Tugas ini meliputi penyebaran informasi terkait kebijakan publik, program-program pemerintah, dan layanan masyarakat. Melalui strategi komunikasi yang efektif, Humas pemerintah diharapkan dapat membangun kepercayaan publik, meningkatkan transparansi, dan mendorong keterlibatan masyarakat dalam berbagai inisiatif pemerintah. Kegiatan seperti kampanye informasi, publikasi berita, promosi program, dan penyebaran informasi dilakukan secara strategis untuk

memastikan pesan pemerintah dapat diterima dan dipahami dengan jelas oleh masyarakat.

Dalam konteks ini, penggunaan teknologi komunikasi modern menjadi sangat penting. Humas pemerintah harus mampu mengelola informasi melalui berbagai platform, baik media tradisional seperti televisi, radio, dan surat kabar, maupun media digital seperti website, media sosial, dan aplikasi mobile. Penerapan teknologi ini memungkinkan Humas pemerintah untuk menyebarkan informasi secara cepat dan transparan, serta menjaga akuntabilitas pemerintah di mata public (F. P. Sari, 2018). Selain itu, Humas juga harus siap menghadapi krisis, memastikan komunikasi yang tepat dan responsif saat terjadi masalah, serta menanggapi keluhan atau pertanyaan masyarakat melalui kanal komunikasi resmi seperti media sosial atau pusat panggilan (call center).

Salah satu contoh penerapan Humas pemerintah yang baik dapat ditemukan di Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik (Diskominfo) Provinsi Lampung. Diskominfo memiliki peran penting dalam memastikan kelancaran arus informasi antara pemerintah provinsi dan masyarakat. Mereka menggunakan berbagai saluran komunikasi untuk mengelola penyebaran informasi publik terkait kebijakan daerah, program pembangunan, dan layanan masyarakat. Diskominfo juga berkomitmen untuk memastikan transparansi informasi dengan menyediakan platform digital, seperti website PPID Provinsi Lampung (Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi), yang memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi penting mengenai kebijakan dan layanan pemerintah.

Menurut data dari Diskominfo Provinsi Lampung, dalam kurun waktu Januari hingga Agustus 2024, terdapat peningkatan yang signifikan dalam jumlah masyarakat yang menghubungi call center PPID. Data menunjukkan bahwa selama periode tersebut, call center PPID menerima total 2.500 panggilan dari masyarakat yang membutuhkan informasi terkait kebijakan dan layanan pemerintah.



Gambar 1. 1 Data Aspirasi Rakyat PemProv Lampung Agustus 2023 - Agustus 2024

Sumber: Data Instansi Diskominfo, 2024

Angka-angka dalam rekapitulasi aspirasi masyarakat Provinsi Lampung menunjukkan prioritas kebutuhan informasi dari berbagai kategori. Kategori Penerangan/Umum menempati urutan tertinggi dengan persentase 23,2%, mencakup informasi tentang layanan publik, kegiatan pemerintah, dan program umum yang sedang berjalan. Kategori Pajak & Pendapatan berada di posisi kedua dengan 16,1%, menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap kebijakan pajak, mekanisme pembayaran, serta pengelolaan pendapatan daerah. Selanjutnya, kategori Sosial mencatat 14,3%, meliputi isu kesejahteraan masyarakat, bantuan sosial, dan program penanggulangan kemiskinan. Data ini mencerminkan kebutuhan utama masyarakat Lampung akan akses informasi yang jelas dan terstruktur, sehingga dapat menjadi pedoman bagi pemerintah untuk merancang strategi komunikasi yang efektif dan responsif.

Motivasi untuk menjalani magang di Diskominfo Provinsi Lampung didorong oleh kesempatan untuk belajar langsung dari institusi yang telah membuktikan kemampuannya dalam mengelola komunikasi publik secara profesional dan adaptif. Dari sisi Humas, magang ini memberikan peluang untuk

memahami praktik terbaik dalam menjalin hubungan dengan media, mengelola informasi digital, dan menciptakan strategi komunikasi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat. Sementara itu, dari sisi institusi, Diskominfo menjadi lingkungan yang ideal untuk mempelajari bagaimana kolaborasi antara teknologi dan komunikasi dapat mendukung terciptanya pelayanan publik yang lebih baik dan transparan. Pengalaman ini diharapkan dapat memperkuat keterampilan dan wawasan di bidang Humas, sekaligus berkontribusi pada pengembangan komunikasi publik yang inovatif dan berdampak positif.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan magang bertujuan untuk memperoleh pengalaman dan memahami aktivitas yang dilakukan oleh Hubungan Masyarakat (Public Relations) di Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Provinsi Lampung. Secara lebih rinci, tujuan dari kegiatan magang ini adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan pengetahuan pemagang mengenai PR Writing dalam penulisan artikel di website PPID Provinsi Lampung, yang dilakukan oleh seorang PR Intern di Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Provinsi Lampung.
2. Memahami tantangan yang dihadapi oleh Bidang Pengelolaan dan Pelayanan Informasi Publik di Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Provinsi Lampung, serta solusi yang diterapkan untuk mengatasinya.
3. Mengembangkan keterampilan soft skills dan hard skills yang dimiliki oleh peserta magang, serta mempelajari keterampilan baru.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan magang dimulai pada September hingga Desember 2024, dengan total durasi sebanyak enam ratus empat puluh jam atau delapan puluh hari kerja, sesuai dengan pedoman MBKM Magang Track 2 dan arahan dari Program Studi Ilmu Komunikasi. Pelaksanaan magang mengikuti peraturan Pemerintah Dinas Provinsi Lampung, dengan rincian sebagai berikut:

- A. Hari Kerja: Senin – Jumat
- B. Jam Kerja: 07.30 – 17.00 WIB
- C. Sistem Kerja: *Work From Office (WFO)*

Magang ini dilaksanakan secara langsung di lokasi Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Provinsi Lampung.

1.3.1.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN via luring *Function Hall* Gedung A.
- 2) Mengisi KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 90 sks dan tidak ada nilai D & E.
- 3) Mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian Form Office untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi melalui E-mail dari Fikom.
- 4) Mengisi dan submit form KM-01 pada merdeka.umn.ac.id jika sudah mendapat Instansi atau lembaga yang sesuai.
- 5) Selanjutnya, mengunduh form KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Memberikan KM-02 (Surat Pengantar Magang) ke Diskominfo Provinsi Lampung pada tanggal 30 Agustus 2024.
- 2) Proses penerimaan praktik kerja magang di Diskominfo Provinsi Lampung dengan menerima surat penerimaan praktik kerja magang pada

tanggal 2 September 2024 yang di tandatangani oleh Kasubbag Umum dan Kepegawaian, Ibu Lillawati, S.E.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai Hubungan Masyarakat (*Public Relation*) pada Bagian Pengelolaan dan Layanan Informasi Publik
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Pejabat DungSIONal Pranata Hubungan Masyarakat Ahli Pertama, Ibu Sierta Putri Nurika, selaku Pembimbing Lapangan.
- 3) Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM-07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.

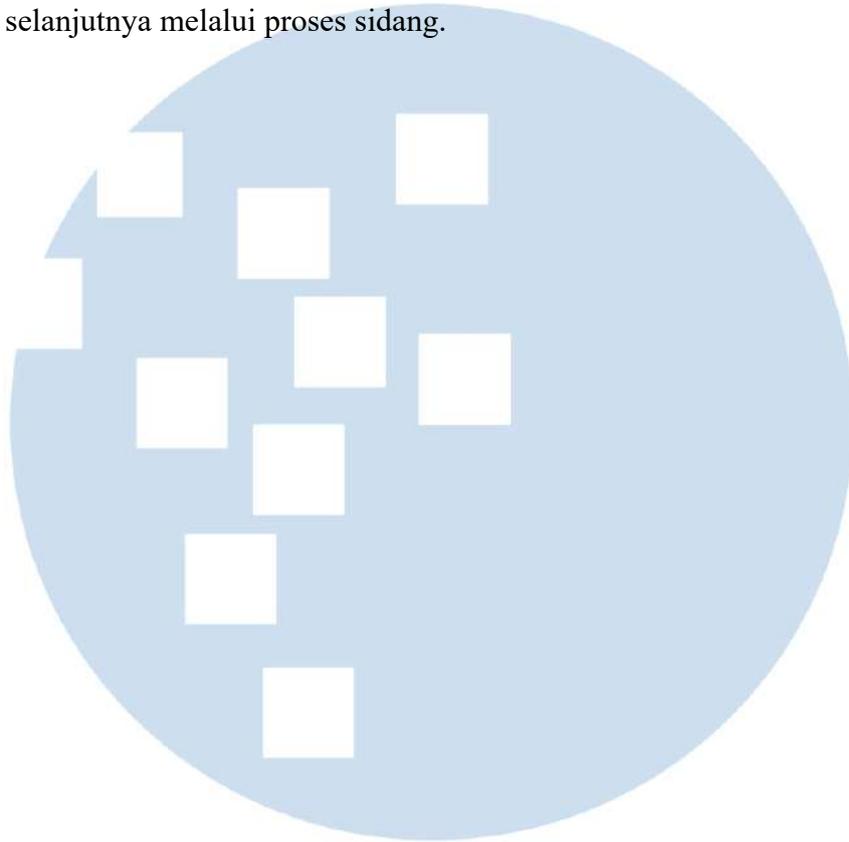
D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Mengajukan SR & SPTJM ke kantor Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Lampung
- 2) Memilih pada Bagian Pengelolaan dan Layanan Informasi Publik.
- 3) Menyerahkan surat permohonan magang pada 30 Agustus 2024.
- 4) Menerima keputusan offering pada 30 Agustus 2024.
- 5) Menerima offering secara langsung pada kantor DiskominfoProvinsi Lampung.
- 6) Memulai Praktik Kerja Magang pada tanggal 2 September 2024.

E. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Bapak Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan daring.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.

- 3) Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA