

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini dan untuk menghindari duplikasi temuan dalam penelitian ini maka dicantumkan beberapa penelitian terdahulu. Selain itu dengan mengenal peneliti terdahulu maka sangat membantu dalam memilih dan mendapatkan desain penelitian yang sesuai karena peneliti memperoleh gambaran dan perbandingan dari desain-desain yang telah dilaksanakan. Adapun penelitian yang relevan dengan penelitian penulis yaitu :

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

NO	Nama Penelitian	Nama Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Universitas	Perbedaan Penelitian Terdahulu Dan Peneliti
1	PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI LAYANAN INFORMASI PEMERINTAHAN PADA DINAS KOMUNIKASI INFORMATIKA DAN STATISTIK KABUPATEN BANDUNG BARAT	Wildan Mochamad Sepdiansyah	Pada kegiatan penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif.	Diskominfoetik menetapkan, menggolongkan, dan mengatur berbagai macam kegiatan, menetapkan tugas-tugas pokok, serta pendelegasian wewenang oleh pimpinan kepada staf guna mencapai tujuan yaitu pemanfaatan media sosial instagram sebagai	Universitas Negeri Malang	pendekatan metode yang dimana peneliti memakai pendekatan deskriptif

				layanan informasi pemerintahan.		
2	Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kabupaten Kebumen	Amalia Nurul I'tikoh	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif.	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil perhitungan skor rata-rata pada variabel penggunaan media sosial instagram diukur dengan EPIC Model pada follower @humaskebumen didapatkan bobot 4,01 masuk dalam rentang skala efektif. Dapat dikatakan bahwa penggunaan media sosial instagram oleh Humas Kebumen efektif dalam menyebarkan informasi terkait kegiatan atau program dan kebijakan pemerintah, menampung dan mengolah aspirasi masyarakat, serta membangun kepercayaan publik guna menjaga citra dan reputasi pemerintah.	Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta	pendekatan metode yang dimana peneliti memakai pendekatan deskriptif metode kualitatif
3	PENGARUH PENGGUNAA N MEDIA SOSIAL AKUN	Siska	Metode penelitian yang digunakan dalam		UNIVERSITAS	pendekatan metode yang dimana peneliti memakai

<p>INSTAGRAM @DISKOMINFO_SUMSEL TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS (Studi Kasus: Dinas komunikasi dan informatika sumatera selatan)</p>		<p>penelitian ini adalah kuantitatif.</p>		<p>SRIWIJAYA</p>	<p>pendekatan deskriptif metode kualitatif</p>
---	--	---	--	------------------	--

2.1.2 Komunikasi

Manusia adalah makhluk sosial dan pastinya kamu pasti mendengar kalimat itu serta menyadari kebenaran dibalik kalimat tersebut. Kenapa manusia disebut sebagai makhluk sosial? Salah satu alasannya adalah karena manusia tidak bisa hidup sendirian. Komunikasi menjadi hal yang selalu kita lakukan setiap hari. Entah itu, dengan rekan kerja, teman, orang tua, keluarga, atau bahkan orang asing yang tidak sengaja kita temui di ruang publik dengan tujuan yang berbeda-beda. Komunikasi sekilas memang terlihat sederhana, tetapi makna dari komunikasi itu sendiri sebenarnya sangat beragam. Istilah komunikasi sendiri sebenarnya berasal dari bahasa Latin yakni *communicatus* yang memiliki arti berbagi atau tujuan untuk mencapai kebersamaan. Nah, kata “*communicatus*” ini kemudian diterjemahkan ke dalam banyak bahasa termasuk bahasa Indonesia dan menjadi istilah yang biasa kita gunakan untuk menggambarkan pembicaraan antara kita dengan orang lain.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia atau KBBI, komunikasi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang atau lebih.

- **Gerald R. Miller**

Terakhir, menurut Gerald R. Miller yang merupakan profesor Amerika Serikat di bidang komunikasi mengatakan bahwa sebuah komunikasi dapat terjadi ketika seseorang menyampaikan pesan ke penerima dengan tujuan untuk mempengaruhi si penerima pesan tersebut.

Dari beberapa pengertian di atas baik itu menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia atau para ahli, kita semua bisa menyimpulkan bahwa komunikasi adalah proses pemindahan berita atau pesan dari seorang ke penerima dengan tujuan untuk mengubah perilaku atau keputusan si penerima pesan.

Di masa lalu, komunikasi hanya bisa dilakukan secara langsung. Namun seiring berjalannya waktu, manusia semakin maju dan berhasil menemukan banyak cara untuk dapat berkomunikasi dengan orang lain, baik itu secara langsung maupun tidak.

Mulai dari lewat telegram atau surat yang membutuhkan waktu lama agar pesan itu sampai ke tujuan. Selain itu, komunikasi bisa juga dilakukan atau dengan menggunakan telepon, sms, video call, hingga berkomunikasi melalui fasilitas chat yang ada di berbagai aplikasi smartphone.

Komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (public opinion) dan sikap publik (public attitude) dalam kehidupan sosial dan kehidupan publik memainkan peranan yang amat penting. Kegiatan komunikasi sendiri tidak hanya menjadi proses penyampaian suatu informasi tetapi juga mengandung unsur-unsur yang

memiliki maksud untuk mengajak atau mempengaruhi orang lain agar dapat melakukan sesuatu. Kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh anggota Humas Polrestabes Bandung guna membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat maupun instansi terkait melalui pertukaran informasi kegiatan yang dilakukan oleh anggota Humas Polrestabes Bandung. Setiap informasi yang dibagikan oleh anggota Humas Polrestabes Bandung membentuk opini.

2.1.3 Humas (Hubungan Masyarakat)

2.1.3.1 Definisi Humas

International Public Relations Association (IPRA) Menurut IPRA, pengertian Public Relation adalah fungsi manajemen yang terencana dan berkelanjutan di dalam organisasi induk atau pun lembaga swasta yang bertujuan mendapatkan simpati, pengertian serta dukungan dari pihak terkait.

Kalau disederhanakan lagi Humas adalah manajemen yang membantu pencapaian tujuan organisasi, memfasilitasi perubahan organisasional dan mendefinisikan filosofi.

Humas adalah proses komunikasi strategis yang digunakan oleh suatu pihak, baik individu, perusahaan, atau organisasi, untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan masyarakat.

Dalam organisasi atau perusahaan, Humas merupakan divisi yang bertanggungjawab untuk melakukan interaksi, hubungan, dan kerjasama dengan masyarakat terkait dengan organisasi tersebut.

Dengan kata lain, divisi Public Relation adalah bagian dari organisasi yang bertanggungjawab untuk menyusun rencana komunikasi khusus dengan berbagai media dalam upaya membangun dan mempertahankan reputasi, citra, komunikasi, serta hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik.

Secara sederhana, Hubungan Masyarakat adalah proses strategis dalam mengelola penyampaian dan penyebaran informasi terkait organisasi kepada publik untuk mempertahankan reputasi yang baik dari organisasi dan mereknya.

Pada pelaksanaannya, proses Hubungan Masyarakat berfokus pada beberapa hal, yaitu:

- Informasi apa yang harus dirilis.
- Bagaimana informasi itu harus disusun.
- Bagaimana informasi itu harus dirilis.
- Media apa yang harus digunakan untuk menyebarkan informasi tersebut.

Humas merupakan satu fungsi manajemen yang menjadi jembatan antara instansi atau organisasi dengan publiknya. Humas membantu sebuah perusahaan/instansi, organisasi, lembaga, atau institusi agar publik mau bekerja sama dengan baik. Humas Polrestabes Bandung sudah melakukan tugasnya untuk menjalankan visi yang professional, bermoral dan modern serta dapat dipercaya lebih oleh masyarakat selain sebagai pelindung, pengayom dan pelayan masyarakat yang terpercaya dalam memelihara Kamtibmas dan penegakkan hukum untuk mendukung upaya Pemerinta Kota Bandung menjadi Kota yang lebih baik dan maju

2.1.3.2 Fungsi Dan kegiatan Humas

Pada praktiknya, bidang Humas nantinya membantu mendidik, memberikan informasi, membangkitkan ketertarikan masyarakat, merencanakan strategi untuk meraih simpati hingga membuat masyarakat mengerti dalam situasi tertentu.

Seperti ketika perusahaan diterpa kasus tidak sedap yang mengancam citra baik perusahaan, pihak Humas nantinya akan memberikan edukasi dan berbagai upaya pada khalayak supaya tidak memberikan citra buruk tentang perusahaan mereka.

Divisi Humas akan menyusun berbagai strategi supaya mendapatkan simpati dan agar brand yang dibangun dengan susah payah tidak redup begitu saja. Makanya pekerjaan humas nantinya akan berhubungan dengan pers dan tidak pernah lepas dari ilmu komunikasi.

Menurut Edward L. Bernays, ada beberapa fungsi humas, di antaranya:

- Memberikan pemahaman kepada publik mengenai sebuah merek atau perusahaan.
- Melakukan persuasi kepada masyarakat dengan tujuan untuk mengubah sikap dan tingkah laku
- Berupaya untuk menyatukan sikap dan perilaku publik agar sesuai dengan sikap dan perbuatan sebuah lembaga, atau sebaliknya.

Secara umum tugas utama humas adalah mempromosikan pengertian dan pengetahuan akan semua fakta tentang urutan situasi sehingga organisasi mendapatkan simpati dari situasi dan kejadian tersebut.

Tugas pokok humas pada sebuah organisasi di antaranya:

- Menciptakan Kesan/ Image; kesan yang didapatkan seseorang terhadap seseorang, produk, atau situasi, sesuai dengan tingkat pengetahuan orang tersebut.
- Pengetahuan dan Pengertian; Humas sangat berperan dalam memberikan informasi kepada publik internal dan publik eksternal dengan menyediakan informasi yang akurat dan dalam format yang mudah dipahami.
- Menciptakan Ketertarikan (Interest); Humas juga harus mampu menciptakan ketertarikan publik terhadap situasi tertentu yang berdampak besar pada organisasi.
- Penerimaan dari Publik; Humas bertanggungjawab dalam memberikan penjelasan kepada publik atas situasi atau kejadian sehingga sikap menentang, ketidakpedulian yang ada di sekitarnya dapat berubah menjadi pengertian dan penerimaan.
- Meraih Simpati; Humas harus bisa menyampaikan informasi secara jelas kepada publik untuk meraih simpati.

Hubungan Masyarakat bukan berarti harus banyak menggelar konferensi pers atau mengundang wartawan demi membuat citra baik. Namun Humas dituntut untuk membuat simbol komunikasi baik verbal maupun non-verbal.

Contoh kegiatan verbal antara lain menulis artikel, proposal, presentasi, press release, membuat progress report dan sebagainya. Sementara komunikasi verbal bisa berupa open house, desk information, announcer, dan lain-lain.

Berikut ini merupakan beberapa jenis hubungan masyarakat:

- Customer Relations; Divisi humas menciptakan hubungan baik dengan pihak di luar perusahaan, misalnya dengan konsumen.
- Employee Relations; tidak hanya di luar perusahaan, humas juga wajib membangun komunikasi antara pimpinan dan bawahan.
- Community Relations; dalam hal ini, community relation bertujuan menciptakan hubungan baik antara perusahaan dengan pihak terkait misalnya partner dan juga komunitas tertentu.
- Government Relations; menciptakan hubungan baik antara organisasi dengan pemerintah.
- Media Relations; media berperan penting dan harus dijembatani oleh humas perusahaan karena kebanyakan sumber citra perusahaan bersumber dari sini.

Hubungan Masyarakat juga bertujuan untuk menjaga hubungan strategis antara perusahaan dengan masyarakat, calon pelanggan, mitra, investor, pegawai, dan para pemangku kepentingan lainnya yang mengarah pada citra brand yang positif dan membuatnya terlihat sukses, jujur, penting, dan relevan.

Lebih jelasnya, berikut ini beberapa tujuan dari Hubungan Masyarakat:

- Meningkatkan dukungan, bantuan, dan partisipasi dari publik dalam bentuk sarana, prasarana, tenaga, dan dana, untuk memudahkan pencapaian tujuan organisasi.
- Menciptakan rasa tanggungjawab dari masyarakat akan keberlangsungan program organisasi secara efektif dan efisien.

- Melibatkan publik dalam penyelesaian berbagai masalah yang dihadapi oleh organisasi.
- Membuat dan mengembangkan pencitraan yang baik untuk organisasi dan juga kepada para pimpinan/ stakeholder dengan sasaran terjalinnya hubungan yang baik antara publik internal dengan publik eksternal.
- Memperluas jangkauan pelanggan yang terhubung untuk berpartisipasi dalam upaya peningkatan mutu organisasi.

2.1.4 Humas Pemerintahan

Di Indonesia, humas pemerintah pusat berupa kementerian, yakni Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kemenkominfo).

Kementerian ini sebelumnya bernama Departemen Penerangan (1945-1999), Kementerian Negara Komunikasi dan Informasi (2001-2005), dan Departemen Komunikasi dan Informatika (2005-2009).

Di tingkat pemerintahan provinsi dan kabupaten/kota, ada Dinas Komunikasi dan Informasi (Diskominfo). Salah satu tugasnya adalah Perumusan kebijakan teknis di bidang komunikasi, informatika dan hubungan masyarakat.

Humas pemerintah merupakan ujung tombak dalam menyampaikan program dan kinerja pemerintah.

Selain itu, humas pemerintah juga sebagai corong atau sumber informasi. Humas pemerintah diharapkan dapat meningkatkan pelayanan dan pengelolaan informasi di setiap instansi, serta mampu mendorong partisipasi masyarakat dalam mensukseskan berbagai program pemerintah.

Humas pemerintah disebut sebagai Public Affairs, Pejabat Penerangan, atau Pejabat Humas. Scott M. Cutlip, Aleen H. Center, Glen M. Broom (2009: 484) mendefinisikan humas pemerintah sebagai fungsi manajemen yang membantu agar agen, departemen, dan entitas publik lainnya dapat responsif terhadap warga yang mereka layani.

Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika tahun 2007 tentang Kode Etik Humas Pemerintahan menyebutkan, humas pemerintahan adalah segenap tindakan yang dilakukan oleh suatu instansi/pemerintahan dalam usaha membina hubungan yang harmonis dengan khalayak internal dan eksternal dan membina martabat instansi/pemerintahan dalam pandangan khalayak internal dan eksternal guna memperoleh pengertian, kepercayaan, kerjasama, dan dukungan dari khalayak internal dan eksternal dalam pelaksanaan tugas pokok dan fungsinya.

Humas pemerintah merupakan salah satu bagian khusus dari spesialisasi humas yang menjalankan fungsi manajemen untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang harmonis dalam rangka melayani dan mempengaruhi kebijakan publik guna memperoleh pengertian, kepercayaan, kerjasama, dan dukungan dari khalayak internal dan eksternal.

2.1.4.1 Tugas Dan Peran Humas Pemerintah

Scott M. Cutlip, Aleen H. Center, Glen M. Broom (2009: 466) menyebutkan tujuh tujuan dari humas pemerintah, yaitu:

1. Memberi informasi konstituen tentang aktivitas agen pemerintah
2. Memastikan kerja sama aktif dalam program pemerintah

3. Mendorong warga mendukung kebijakan dan program yang sudah ditetapkan
4. Melayani sebagai advokat publik untuk administrator pemerintah
5. Mengelola informasi internal
6. Memfasilitasi hubungan dengan media
7. Membangun komunitas dan bangsa

Humas pemerintah bertugas menjalankan kebijakan publik dan pelayanan publik.

Dalam kebijakan publik, humas bertugas memberikan berbagai informasi tentang kebijakan pemerintahan yang mengikat rakyat.

Dalam pelayanan publik, humas bertugas memberikan pelayanan terbaik, dengan birokrasi yang mudah untuk memberikan kepuasan kepada masyarakat.

Tujuan utama humas pemerintah adalah, sebagaimana tujuan utama humas pada umumnya, pemerintahan memperoleh citra dan reputasi yang positif.

Bertrand R. Canfield (dalam Ardianto, 2013:241) menjelaskan bahwa fungsi humas pemerintah terdiri atas:

1. Mengabdikan kepada kepentingan umum
2. Memelihara komunikasi yang baik
3. Menitikberatkan pada moral dan tingkah laku yang baik

Humas pemerintah mempunyai peran ke luar dengan berupaya memberikan informasi kepada masyarakat sesuai dengan tujuan dan kebijaksanaan lembaga.

Sedangkan peran ke dalam dengan menyerap reaksi, aspirasi atau opini khalayak demi kepentingan bersama. Oleh karena itu, humas pemerintah lebih menekankan kepada public service atau meningkatkan pelayanan umum.

Rosady Ruslan (2014: 342) menjelaskan tugas pokok humas pemerintah Indonesia mencakup kepada:

1. Mengamankan kebijakan pemerintah
2. Memberikan pelayanan, menyebarluaskan informasi kebijaksanaan dan program-program kerja secara nasional kepada masyarakat
3. Menjadi komunikator dan mediator yang proaktif dalam menjembatani kepentingan pemerintah, menampung aspirasi, dan keinginan-keinginan publiknya
4. Berperan serta menciptakan iklim yang kondusif dan dinamis demi stabilitas keamanan, politik, dan pembangunan nasional, baik jangka panjang maupun jangka pendek.

2.1.5 New Media

Abad ke-20 dapat digambarkan sebagai zaman pertama media massa. Abad ini juga ditandai dengan berubahnya ketakjuban maupun ketakutan atas pengaruh media massa. Walaupun terjadi perubahan yang sangat besar dalam Lembaga dan teknologi media serta dalam masyarakat sendiri dan juga munculnya “ilmu komunikasi”, perdebatan public mengenai signifikan social yang potensial dari “media” sepertinya tidak terlalu berubah.

Menurut Carey “new media adalah media yang berbasis internet dengan menggunakan computer dan telepon genggam canggih. Dua kekuatan utama

perubahan awalnya adalah komunikasi satelit dan pemanfaatan computer. Kunci untuk kekuatan computer yang besar sebuah mesin komunikasi terletak pada proses digitalisasi yang memungkinkan segala bentuk informasi dsibawa dengan efisien dan berbaur” (dalam Mcquil, 2011:43).

Adapun perbedaan new media dari media lama yang disampaikan oleh Poster yakni sebagai berikut :

1. New media mengabaikan Batasan percetakan dan model penyiaran dengan memungkinkan terjadinya percakapan antar banyak pilihan.
2. Memungkinkan penerimaan secara simultan, perubahan dan penyebaran kembali objek-objek budaya.
3. Mengganggu tindakan komunikasi dari posisi pentingnya dari hubungan kewilayahan dan modernitas.
4. Menyediakan kontak global secara instan dan,
5. Memasukkan subjek modern/akhir modern ke dalam mesin aparat yang berjaringan (dalam McQuail, 2011:151).

Perubahan utama yang berkaitan dengan munculnya new media yang membedakan dengan media lama yakni :

1. Digitalisasi dan konvergensi atas segala aspek media.
2. Interaksi dan konektivitas yang semakin meningkat.
3. Mobilitas dan deklokasi untuk mengirim dan menerima.
4. Adaptasi terhadap peranan publikasi khalayak.
5. Munculnya beragam bentuk “*pintu*” (gateway) media.
6. Pemisahan dan pengaburan dari “*Lembaga media*” (McQuail, 2011:153).

Klaim status paling utama sebagai new media dan mungkin juga sebagai media massa adalah internet. Meskipun demikian, ciri-ciri massal bukanlah karakteristik utamanya. Intern dimulai sebagai alat komunikasi nonkomersial dan pertukaran data antara professionial, dapat melihat aplikasi mesin pencari dan situng jaringan sosial sebagai aplikasi yang unik dan dominan. Denis McQuail memberikan beberapa ciri mengenai internet, yaitu sebagai berikut :

1. Teknologi berbasis computer.
2. Karakternya hibrida, tidak berdedikasi, fleksibel.
3. Potensi interaktif
4. Fungsi publik dan privat.
5. Peraturan yang tidak ketat.
6. Kesaling terhubungan.
7. Ada di mana-mana atau tidak tergantung lokasi.
8. Dapat diakses individu sebagai komunikator.
9. Media komunikasi massa dan pribadi (2011:44).

Selain itu, terdapat beberapa jenis media baruy yang kini tengah berkembang, diantaranya sebagai berikut :

1. Situs (*website*)

Situs adalah halaman yang merupakan satu alamat domain yang berisi informasi, dara, visual, audio, memuat aplikasi, hingga berisi tautan dari halaman web lainnya. Pengguna situs sebagai salah satu jenis media baru sejatinya bisa menjelaskan beragam bentuk media baru.

2. E-mail

E-mail atau surat elektronik ini merupakan bentuk media siber yang paling populer setelah situs. E-mail bisa dikatakan sebagai “*hybrid medium*” untuk menandakan bahwa fasilitas ini menggabungkan unsur-unsur komunikasi, yakni berbicara dan menulis. Surat elektronik ini bisa dikatakan sebagai media yang “*wajib*” dimiliki oleh mereka yang menggunakan media siber. Selain kegunaannya untuk berinteraksi melalui internet, keberadaan E-mail juga digunakan untuk penanda sekaligus prasyarat identitas bagi penggunaan jenis media siber yang lain.

3. Forum di internet (*Bulletin Board*)

Fasilitas Mail List atau disebut juga dengan istilah “*milis*” salah satu jenis media siber yang digunakan untuk berkomunikasi. Milis biasanya fasilitas group disediakan oleh provider besar seperti Yahoo, MSN, atau Google, didalam forum biasanya merupakan bagian dari kanal yang ada di situs web tertentu. Namun keduanya sama-sama berdasarkan kesukaan, minat atau latar belakang anggotanya.

4. Blog

Istilah blog berasal dari kata web-blog, yang pertama kali diperkenalkan oleh Jonh Berger pada tahun 1997. Pada awalnya blog merupakan suatu bentuk situs pribadi yang berisi kumpulan tautan ke situs lain dianggap menarik dan diperbarui setiap harinya, perkembangan selanjutnya blog banyak memuat jurnal (tulisan keseharian pribadi), pemilik dan terdapat kolom komentar yang bisa diisi oleh pengunjung. Jenis media

ini bisa dibagi menjadi dua : pertama kategori homepages, yaitu pemilik menggunakan nama domain sendiri seperti .com atau .net. Kedua dengan menggunakan fasilitas penyedia halaman web-blog gratis, misal Wordpress (www.wordpress.com) atau blogspot (www.blogspot.com) .

5. Wiki

Wiki merupakan situs yang mengumpulkan artikel maupun berita sesuai dengan suatu kata kunci. Mirip dengan kamus, Wiki menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah, hingga rujukan buku atau tauran tentang satu kata.

6. Aplikasi pesan

Teknologi telepon genggam berkembang tidak hanya sebagai perangkat untuk berkomunikasi seperti telepona atau sms semata, sebuah telepon genggam kini telah dilengkapi oleh perangkat yang memungkinkan warga bisa terkoneksi dengan internet (smartphone). Aplikasi pesan melalui telepon genggam atau bahkan melalui telepon pintar (smartphone) lainnya juga bisa dilihat dari cara kerja Line, KakaoTalk, atau WhatsApp yang menampilkan tidak hanya pesan (percakapan) teks, tetapi juga data pesan yang beragam dari audio, visual, dan sebagainya. Bentuk awal dari komunikasi melalui perangkat ini yaitu SMS yang berasal dari kata short-message-services atau layanan pesan singkat.

7. Internet “*broadcasting*”

Internet tidak hanya menampilkan liputan berupa teks atau lampiran (attach) file video atau audio semata. Media internet telah tumbuh menjadi media yang mampu menyiarkan secara langsung televisi maupun radio.

8. *Peer-to-peer*

Seperti halnya cara kerja SMS, peer-to-peer (P2P) merupakan media untuk berkomunikasi antar pengguna di internet, seperti untuk percakapan atau berbagi file. Fasilitas percakapan atau instant Messanging (IM) seperti Yahoo, Messenger, Google Talk, dan AOL memungkinkan warga untuk melakukan komunikasi, juga untuk mendistribusikan informasi. Selain itu, P2P juga bisa merupakan perangkat berbagi file seperti DropBox atau Google Doc.

9. The RRS

Content-syndication format atau dikenal dengan sebutan RRS atau sindikasi konten sebagai revolusi dalam perangkat lunak di internet. Perangkat lunak ini bekerja untuk mengambil dan mengumpulkan konten beritas sesuai dengan keinginan berita dari situs tertentu. Atau kanal dari situs tersebut. Maka RRS akan mendeteksi seluruh kata kunci yang terkait dengan konten dimaksud.

10. MUDs

Secara terminology MUDs diartikan sebagai suatu program computer yang diatur sedemikian rupa sehingga dapat diakses oleh beragam user dalam satu waktu secara bersamaan.

11. Media sosial (social media)

Kehadiran situs jejaring sosial (social networking site) atau sering disebut media sosial (social media) merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktivitas, atau bahkan pendapat pengguna juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang siber (Nasrullah, 2016:25).

Kemunculan media baru turut memberikan andil akan perubahan pola komunikasi masyarakat. Media baru, dalam hal internet sedikit banyak mempengaruhi cara individu berkomunikasi dengan individu lainnya.

“new media saat ini memasuki ruang digital dan saat sebuah komunikasi publik bisa dilakukan pada ruang virtual. Di dalam lingkungan digital, pesan dan pengaruh arus balik dapat timbul secara sepat karena pengirim dan penerima dapat berkomunikasi dengan sesame hamper secara serentak hal ini membuat sistem digital” (Biagi, 2010:22).

Dapat disimpulkan bahwa media baru (new mediaI) merupakan media komunikasi yang memberikan kemudahan untuk dapat dengan mudah diakses kapanpun dan dimanapun tanpa ada batasan waktu yang ditentukan, selain itu media baru juga memberikan kemudahan bagi para pengguna (user) untuk membuat sebuah jaringan komunikasi sendiri untuk bersosialisasi dengan orang-orang baru. Hal tersebut menjadi dasar inovasi Humas Polrestabes Bandung, dengan memanfaatkan media baru terutama media sosial untuk memperoleh kemudahan dalam memberikan pelayanan serta penyebaran informasi kepada publik secara luas dan serentak.

2.1.6 Media Sosial

Media sosial sebuah teknologi dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, Saat teknologi dan mobile phone makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini mengakses instagram misalnya, bisa dilakukan di mana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah mobile phone. Dengan cepatnya orang bisa mengakses media sosial. Kecepatan media sosial juga melalui tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

Era digital pelan tapi pasti mengubah kebiasaan manusia dalam bersosialisasi serta menyampaikan ide dan gagasan. Media sosial salah satu platform yang saat ini digandrungi banyak orang dalam menyampaikan ide dan gagasannya di ruang publik virtual. Media sosial sebuah aplikasi dalam media digital tempat realitas sosial terjadi dan ruang-waktu para penggunanya melakukan interaksi. Nilai-nilai yang ada di masyarakat maupun komunitas juga muncul bisa dalam bentuk yang sama atau berbeda di dunia maya. (Nasrullah, 2016). Maka dari itu media sosial sebuah media daring yang digunakan oleh masyarakat untuk saling berpartisipasi, berinteraksi, berbagi, dan menciptakan blog, jejaring, sosial, forum dan dunia virtual tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.

Di era kemajuan teknologi komunikasi dan informasi saat ini keberadaan media sosial sudah tak bisa dipisahkan lagi dari aktifitas masyarakat dunia. Semua fenomena yang terjadi di dunia nyata akan secara otomatis menjadi bahan perbincangan para netizen khususnya dalam media sosial. Sebuah peristiwa yang terjadi kerap menjadi viral di jagat maya dan sulit untuk dikendalikan.

1. Media jejaring sosial.

Media ini merupakan medium yang paling populer digunakan oleh para pengguna. Media ini biasanya digunakan untuk melakukan hubungan sosial di dunia virtual.

2. Jurnal oline (blog).

Suatu media yang digunakan oleh pengguna internet untuk mengunggah aktifitas keseharian berupa tulisan dan juga gambar.

3. Jurnal online.

Tidak jauh berbeda dengan blog, jurnal online sederhana ini juga digunakan oleh pengguna internet untuk mempublikasikan aktifitas dan pendapatnya.

4. Media sharing.

Merupakan situs berbagi yang digunakan oleh internet untuk berbagi foto, video, audio hingga dokumen mereka.

5. Penanda media sosial.

Media sosial yang digunakan untuk menyimpan, mengelola, mengorganisasi, dan mencari informasi atau berita tertentu secara online.

6. Media konten.

Bersama media sosial ini merupakan situs yang digunakan oleh penggunanya untuk mengakses data atau informasi seperti ensiklopedia hingga rujukan buku.

Keterkaitan media sosial dengan penelitian ini yaitu jenis media sosial sharing yang digunakan oleh humas Polrestabes Bandung untuk memberikan

sebuah informasi, karena zaman sekarang masyarakat lebih sering menggunakan media sosial untuk mencari informasi, media sosial sharing seperti media sosial whatsapp, twitter, instagram. Humas Polrestabes Bandung menggunakan media sosial instagram untuk memberikan sebuah informasi dengan menggunakan foto, dan video.

2.17 Informasi

Informasi dapat ditemukan dikehidupan sehari-hari, secara singkat informasi adalah sebuah penyampaian pesan kepada komunikan, pesan yang disampaikan bisa ucapan, ekspresi atau kumpulan pesan yang terdiri dari simbol. Sebuah pesan simbol yang memiliki makna yang dapat ditafsirkan.

Kata informasi dapat diartikan berita yang mengandung maksud tertentu. Manusi memiliki pengetahuan dan pengalaman yang selalui ingin dibagikan kepada orang lain. Pengalaman atau pengetahuan yang dikomunikasikan kepada orang lain tersebut merupakan pesan atau informasi (Maryono & Istiana, 2007:3). Informasi dapat disimpulkan oleh siapa saja dan melalui media apapun, baik secara langsung melalui sebuah arikel yang internet, berita dalam televise, koran dan lain-lain. Informasi yang disampaikan oleh komunikan pun beragam, baik berdasarkan fungsi dan kegunaannya. “informasi yang ilmiah dalam dunia perpustakaan masih bisa dibedakan anatara primer, skunder, dan tersier”(Yusup dkk, 2010:8).

- a. Informasi primer adalah informasi yang diterbitkan pertama kali dari penerbit atau dari sumber secara lengkap dan asli.
- b. Informasi skunder adalah informasi yang bertujuan untuk membuka informasi primer.

- c. Informasi tersier adalah keterangan atau tulisan dari sumber tertentu yang dapat digunakan untuk mengetahui atau menelusuri sumber-sumber informasi sekunder.

Pesan yang disampaikan oleh akun media sosial instagram @polrestabesbandung yaitu berupa informasi primer dan sekunder. menggunakan media sosial instagram sebagai media informasi yang dilakukan oleh instansi Polrestabes Bandung.

2.1.8 Instagram

Perkembangan teknologi yang semakin pesat telah memberikan ruang terbuka dengan segudang kemudahan bagi masyarakat khususnya dalam memperoleh informasi. Perkembangan teknologi ini sejatinya tumbuh dan berkembang pada generasi muda (milenial), sehingga menciptakan peradapan dunia yang maju. Kemudahan memperoleh informasi pada saat ini, terasa semakin mudah dalam menyebarkan informasi melalui media sosial Instagram dengan kreatif dan inovatif dengan kehadirannya media sosial yang salah satunya adalah Instagram.

Menurut Bambang, Instagram juga adalah sebuah aplikasi dari smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hamper sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistic dan menjadi lebih bagus (dalam atmoko, 2012:10)

Instagram merupakan salah satu platform yang terdapat pada telepon pintar, yang penggunaannya (user) berasal dari kalangan remaja maupun dewasa. Instagram juga merupakan aplikasi yang memiliki fitur sebagai berikut ;

1. Judul atau *caption* foto bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan pada pengguna tersebut.
2. *Hashtag* adalah simbol bertanda pagar (#), fitur pagar ini sangatlah penting karena sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto di Instagram dengan *hashtag* tertentu.
3. Fitur lokasi (*geotagging*) adalah fitur yang menampilkan lokasi dimana pengguna pengambilannya. Meski Instagram disebut layanan photo sharing, tetapi Instagram juga merupakan jejaring sosial. Karena pengguna bias berinteraksi dengan sesama pengguna (Atmoko, 2012:7)

Adapun beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di Instagram, yaitu sebagai berikut:

1. Follow adalah pengikut, dari pengguna Instagram pengguna satu agar mengikuti atau berteman dengan pengguna lain yang menggunakan Instagram.
2. Like adalah suatu ikon dimana pengguna dapat menyukai gambar ataupun foto pada Instagram, dengan cara menekan tombol “*love*” dibagian bawah *caption* yang bersebelahan dengan komentar. Kedua, dengan double tap (mengetuk dua kali) pada foto yang disukai.

3. Komentar adalah aktivitas dalam memberikan pikirannya melalui kata-kata, pengguna bebas memberikan komentar apapun terhadap foto, baik itu saran, pujian atau kritikan.
4. Mentions adalah untuk menambah pengguna lain, caranya dengan menambah tanda arroba (@) dan memasukan akun Instagram dari pengguna tersebut (Atmoko, 2012:7)

Instagram memberikan cara baru berkomunikasi di jejaring sosial melalui foto, konsep jejaring sosial dengan “*follow*”, “*like*” foto dan “*popular*” yang menjadikan Instagram semakin banyak penggunanya. Pengguna smartphone menjadi lebih gemar memotret. Namun tujuan dibuatnya Instagram bukanlah hanya sebuah aplikasi foto, melainkan sebuah cara baru berkomunikasi lewat gambar dan merupakan komunikasi yang berbeda (Atmoko, 2012:13).

Dengan adanya media sosial Instagram Humas Polrestabes Bandung memanfaatkan sebagai sarana publikasi mengenai informasi dan literasi tentang isu-isu. Instagram @polrestabesbandung aktif dalam menggunakan Instagram sebagai sarana edukasi, berikut merupakan fitur yang dipakai oleh @polrestabesbandung dalam melakukan publikasi tugasnya :

1. *Instagram stories*

Instagram stories adalah sebuah fitur terbaru dari Instagram di mana para penggunanya bisa memberikan kiriman foto ataupun video yang akan menghilang tiap 24 jam setelah diunggah ke Instagram. Dengan demikian @polrestabesbandung menggunakan fitur tersebut digunakan sebagai penyampaian informasi mengenai aktivitas.

2. *Feed*

Feed adalah salah satu aktivitas rutin yang dilakukan oleh pengguna untuk mengkreasikan foto-foto unggahan dalam Instagram. Dengan demikian feed pada akun Instagram @polrestabesbandung dapat menarik perhatian karena konten yang diunggah berisi foto-foto penelusuran data serta fakta mengenai berita yang masuk sebagai aduan dari masyarakat atau yang sedang jadi topik hangat atau trending topic.

3. *Caption*

Caption adalah sebuah informasi keterangan terkait unggahan yang pengguna kirimkan, pada *caption* tersebut. Pengguna dapat mencantumkan *hashtag* (menandai orang lain). Hal ini dilakukan oleh @polrestabesbandung pada setiap informasi yang diunggah pada akun Instagram.

Jadi dapat disimpulkan Instagram merupakan salah satu platform yang tengah digandrungi oleh masyarakat karena fitur-fitur yang di tawarkan begitu mudah, Instagram merupakan layanan jejaring sosial untuk berkomunikasi melalui gambar, foto, serta video. Pada fitur-fitur yang terdapat pada Instan, menambahkan keterangan foto dan lokasi. Feedback bagi orang yang melihat hasil unggahan yang telah dipublikasi di Instagram berupa komentar dan like dengan simbol love, serta follow untu menambahkan sebagai teman.

Instagram merupakan bagian dari media sosial yang hanya dapat diakses melalui internet untuk melakukan unggahan baik melauai home atau *instastory*. Hal ini dirasakan pula kemudahannya oleh Staf Humas polretabes Bandung, Instagram

dimanfaatkan untuk melakukan unggahan mengenai informasi berita-berita melalui akun @polrestabesbandung.

2.2 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini berawal dari muncul dari kegiatan penggunaan Instagram sebagai media informasi yang dilakukan oleh Staf Humas Polrestabes Bandung. Kegiatan Memberikan informasi merupakan strategi yang dilakukan oleh Staf Humas Polrestabes Bandung dalam membangun hubungan dengan lingkungan sekitar baik internal maupun eksternal. Kegiatan penyebarluasan informasi dianggap penting karena merupakan tugas dan fungsi Humas Polrestabes Bandung dalam melakukan kerja sama serta kemitraan dengan media massa. Pemaknaan mengenai penyebarluasan informasi muncul berdasarkan pengalaman dan keseharian Staf Humas Polrestabes Bandung dalam melakukan kegiatan penyebarluasan informasi.

Dalam menentukan strategi humas dibutuhkan sebuah proses yang berkesinambungan. Menurut Cutlip-Center-Broom, yang dikutip oleh Morissan dalam buku Manajemen Public Relation praktisi humas profesional dalam melaksanakan program humas harus terdiri atas empat langkah kegiatan atau sering juga disebut dengan empat langkah pemecahan masalah humas.

Berikut langkah-langkah yang dilakukan dalam proses Public Relation:

1. Menentukan Fakta (defining the problem) : Langkah pertama ini meliputi kegiatan untuk meneliti dan mengawasi pengetahuan, pendapat, sikap dan tingkah laku khalayak yaitu pihak-pihak yang berkepentingan atau berpengaruh oleh tindakan dan kebijakan organisasi atau perusahaan. Pada

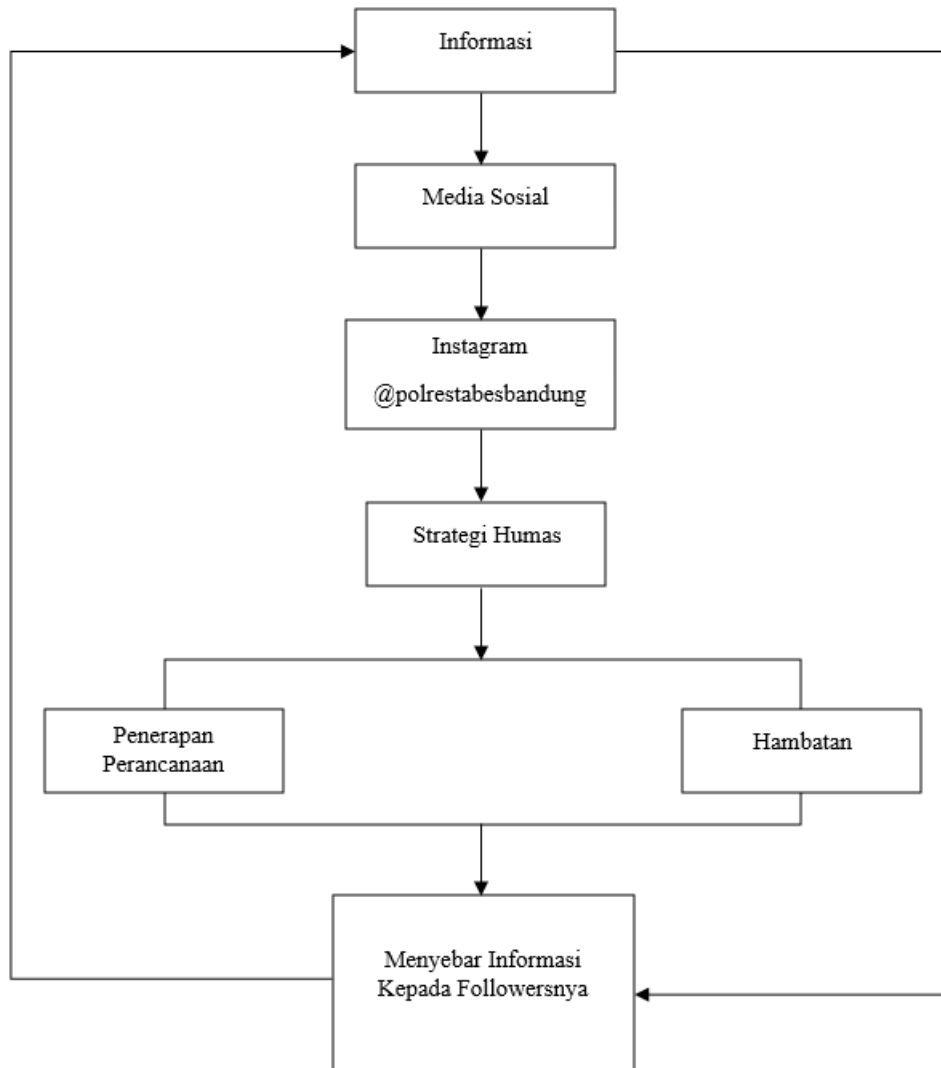
intinya, langkah pertama ini merupakan kegiatan intelegen untuk mengumpulkan informasi atau data yang menjadi dasar berpijak praktisi humas guna mengambil langkah selanjutnya. Dalam kegiatan penentuan masalah ini praktisi humas harus menjawab pertanyaan “ Apa yang terjadi saat ini?”

2. Perencanaan dan penyusunan program (planning and Programming) : Masalah yang telah di tentukan pada langkah pertama digunakan untuk
3. menyusun program, tujuan, tindakan, dan strategi komunikasi. Langkah kedua mencakup tindakan untuk memasukkan temuan yang diperoleh pada langkah pertama kedalam kebijakan dan program organisasi. Langkah kedua ini merupakan proses untuk menjawab pertanyaan: “ Berdasarkan situasi yang telah kita pelajari maka apayang harus kita ubah, perbuat dan katakan?”
4. Melakukan tindakan dan berkomunikasi (taking action and communicating) Langkah ketika mencakup kegiatan kegiatan melaksanakan tindakan dan melakukan komunikasi yang sejak awal dirancang untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Pertanyaaan yang harus di ajukan pada tahap ini adalah : “Siapa yang harus melakukan dan mengatakannya, kapan, dimana, dan bagaimana caranya ?”
5. Evaluasi program (Evaluating the program) : Langkah terakhir ini mencakup penilaian atau evaluasi atas persiapan, pelaksanaan dan hasil program. Program dapat dilanjutkan atau dihentikan setelah menjawab pertanyaan : “Bagaimana kita telah melakukannya?” Penyesuaian dan

perbaikan terhadap tindakan atau komunikasi yang telah dilaksanakan dapat dilakukan berdasarkan umpan balik yang diterima.”

Dari beberapa penjelasan dari proses strategi di atas dapat diambil empat kata kunci utama yaitu : Menentukan masalah, perencanaan dan penyusunan program, melakukan tindakan, dan evaluasi program. setiap tindakan yang diimplementasikan oleh Staf Humas Polrestabes Bandung dilihat dari aspek kesadaran Staf Humas Polrestabes Bandung dalam menjalankan penyebaran informasi yang mereka bangun melalui interaksinya bersama para media. Jadi tindakan pada penelitian ini berusaha untuk memahami dan mendeskripsikan bagaimana Staf Humas Polrestabes Bandung mengalami dan memberi makna pada sebuah pelaksanaan kegiatan penyebaran informasi pada media.

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran



Sumber : Peneliti 2022