

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

Penelitian ini dilakukan menggunakan beberapa tinjauan yang dirasa membantu peneliti dalam pembuatan alur dari penelitian dan menjadikan sebuah penelitian memiliki patokan dan tujuan yang terstruktur melalui kerangkanya, berikut adalah beberapa tinjauan yang dipilih sebagai pegangan peneliti.

#### **2.1. Tinjauan Pustaka**

Tinjauan Pustaka adalah proses umum yang dilalui untuk mendapatkan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti, yang berarti tinjauan tersebut penting dimasukkan sebagai pegangan dalam penelitian ini yaitu “Strategi Humas Badan Pengelolaan Transportasi Darat Wilayah VI Bengkulu-Lampung Dalam Pemberian Informasi Lalu Lintas”. Mencari kumpulan-kumpulan penelitian yang terkait kemudian diangkat untuk mendukung penelitian yang dibuat. Kajian pustaka meliputi pengidentifikasian secara sistematis, penemuan dan analisis dokumen yang memuat informasi yang berkaitan dengan masalah peneliti.

##### **2.1.1. Penelitian Terdahulu Yang Sejenis**

Dalam tinjauan pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang relevan sehingga penelitian ini lebih memadai.

Peneliti menemukan beberapa referensi penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan sebagai bahan acuan yang

dapat membantu peneliti dalam merumuskan asumsi dasar dan untuk mengembangkan penelitian yang berjudul “Strategi Humas Badan Pengelolaan Transportasi Darat Wilayah VI Bengkulu-Lampung Dalam Pemberian Informasi Lalu Lintas”, sebagai berikut:

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Yang Sejenis**

No.	Uraian	Nama Peneliti
1.	<b>Judul</b>	Candra Dani Murdani Strategi Humas Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat Dalam Penyebarluasan Informasi Kepada Setiap Bagian Melalui Penyebaran Kliping
2.	<b>Universitas</b>	Universitas Komputer Indonesia
3.	<b>Tahun</b>	2013
4.	<b>Metode</b>	Kualitatif, Studi deskriptif
5.	<b>Hasil penelitian</b>	Hasil penelitian yang didapatkan dalam penelitian ini berdasarkan Pengumpulan Fakta kegiatan membuat kliping merupakan kegiatan yang rutin dilakukan, Definisi Permasalahan masih terdapat permasalahan dari jumlah personil humas dan respons yang kurang. Perencanaan dan program humas telah memiliki perencanaan jangka pendek dan jangka panjang. Aksi dan Komunikasi berjalan dengan baik dengan memperhatikan identitas dari kliping berita tersebut. Evaluasi Program dilakukan dalam sebuah forum yang dilakukan satu tahun sekali. Strategi humas dalam penyebaran kliping sudah berjalan cukup baik, walaupun masih terdapat beberapa permasalahan dalam definisi permasalahan.
Sumber, Peneliti 2019		

<b>No.</b>	<b>Uraian</b>	<b>Nama Peneliti</b>
		Reno Rein Gultom
<b>1.</b>	<b>Judul</b>	Strategi Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 2 Bandung Dalam Mensosialisasikan E-KIOSK
<b>2.</b>	<b>Universitas</b>	Universitas Komputer Indonesia
<b>3.</b>	<b>Tahun</b>	2016
<b>4.</b>	<b>Metode</b>	Kualitatif, Studi deskriptif
<b>5.</b>	<b>Hasil penelitian</b>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas PT.Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 2 Bandung sebelum melaksanakan sosialisasi melakukan Tahap Identifikasi Masalah terlebih dahulu dengan melakukan Tahap Identifikasi Masalah untuk mengetahui bagaimana tanggapan masyarakat dengan program yang di berikan, selanjutnya masuklah pada tahap perencana yaitu merencanakan program Sosialisasi dan melihat rencana yang akan dilakukan Humas DAOP 2 Bandung masuklah ketahap Aksi Humas yaitu melihat bagaimana sosialisasi yang dilakukan dan media yang digunakan Humas dalam mensosialisasikan E-Kiosk, selanjutnya di akhiri dengan Evaluasi yaitu meninjau dari program yang sudah dilakukan dan melihat harapan humas kedepan nya dalam sosialisasi ini.</p>
Sumber, Peneliti 2019		

No.	Uraian	Nama Peneliti
		Intan Muharni
1.	<b>Judul</b>	Strategi Humas Dalam Peningkatan Mutu Pelayanan RS.Islam Siti Khadijah Palembang
2.	<b>Universitas</b>	UIN Sunan Kalijaga
3.	<b>Tahun</b>	2016
4.	<b>Metode</b>	Kualitatif, Studi deskriptif
5.	<b>Hasil penelitian</b>	<p>Hasil penelitian menunjukkan Dalam hal Strategi humas yang digunakan sudah sesuai dengan strategi <i>PR on the Net</i>, yaitu: mengadakan <i>open house</i> untuk menginformasikan program-program perusahaan seperti kunjungan dan bakti sosial, mengirim <i>press release</i> ke koran sumeks dan sripo jika terdapat kasus, membuat <i>website</i> (situs web) perusahaan untuk membentuk citra positif dimata publiknya.</p> <p>Tantangan humas dalam peningkatan mutu pelayanan yaitu <i>softskill/word of mouth</i> (kemampuan berkomunikasi) dan tingkat pendidikan, kelas sosial, demografi dari khalayak yang berbeda-beda. Hambatan humas dalam peningkatan mutu pelayanan yaitu masih kurangnya RS.Islam Siti Khadijah menempatkan unit/instalasi humas dan kurangnya pengenalan media massa kepada masyarakat</p>
Sumber, Peneliti 2019		

No	Uraian	Nama Peneliti
1.	<b>Judul</b>	Sulistyoningsih Strategi Humas Dan Protokol Terhadap Publikasi Kegiatan DPRD DIY
2.	<b>Universitas</b>	UIN Sunan Kalijaga
3.	<b>Tahun</b>	2017
4.	<b>Metode</b>	Kualitatif, Studi deskriptif
5.	<b>Hasil penelitian</b>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan Humas DPRD DIY atau data kelembagaan yang disebut</p> <p>Humas dan Protokol DPRD DIY memiliki sepuluh strategi dalam mempublikasikan kegiatan DPRD DIY. Sepuluh strategi ini mencakup, legitikasi Mimbar, Advertoria / Newspapers, Mass Media Mass, Suplement (koran), Radio Interaktif Dialog, Radio Siaran Langsung, Siaran Televisi, Majalah TV, Situs Web, Konferensi Pers dan Pusat Media.</p>
Sumber, Peneliti 2019		

### 2.1.2. Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

Komunikasi Dalam kegiatan humas pasti diperlukan sebuah komunikasi organisasi, sebagai bahan dalam melakukan sebuah kegiatan perencanaan program dan lain halnya, maka dari itu peneliti tinjauan ini sangat berkorelasi dengan penelitian yang diteliti terkait “Strategi Humas Badan Pengelolaan Transportasi Darat Wilayah VI Bengkulu-Lampung Dalam Pemberian Informasi Lalu Lintas”.

#### 2.1.2.1. Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi dalam organisasi merupakan proses penyampaian informasi yang akurat dan pemahaman atas informasi dari suatu unit

(pengirim) ke unit yang lain (penerima) tidak hanya vital dalam perumusan tujuan organisasi, tetapi juga merupakan peralatan dan sarana penting melalui kegiatan organisasi. Komunikasi adalah alat pengalihan informasi dari komunikator kepada komunikan.

R. Wayne dan Don F. Paules sebagaimana dikutip oleh Ruliana dalam buku *Komunikasi Organisasi Teori dan Studi Kasus* mengemukakan definisi fungsional komunikasi organisasi sebagai berikut:

“Komunikasi organisasi sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi demikian terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan hierarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan.” (Ruliana, 2004)

Goldhaber dalam Ruliana memberikan definisi komunikasi organisasi sebagai proses penciptaan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah. Pengertian tersebut mengandung beberapa konsep sebagai berikut:

1. Proses; Suatu organisasi adalah suatu sistem yang terbuka dan dinamis yang secara tidak langsung menciptakan saling tukar menukar informasi satu sama lain. Karena kegiatan yang berulang-ulang dan tiada hentinya tersebut maka dikatakan sebagai suatu proses.
2. Pesan; Pesan adalah susunan simbol yang penuh arti tentang objek, orang, kejadian yang dihasilkan oleh interaksi dengan orang lain. Pesan dalam organisasi dapat dilihat menurut beberapa klasifikasi yang berhubungan dengan bahasa, penerima yang dimaksud, metode difusi, dan arus tujuan

dari pesan. Klasifikasi pesan dalam bahasa dapat dibedakan menjadi 2 (dua) bagian yaitu verbal dan non verbal, dimana pesan verbal dalam organisasi berupa: surat, memo, percakapan, dan pidato. Sedangkan pesan non verbal dalam organisasi bisa berupa: bahasa gerak tubuh, sentuhan, ekspresi wajah, dan lain-lain.

3. Jaringan Organisasi; terdiri dari satu seri orang yang tiap-tiapnya menduduki posisi atau peranan tertentu dalam organisasi. Ciptaan dan pertukaran pesan dari orang-orang ini terjadi melewati suatu set jalan kecil yang dinamakan jaringan komunikasi. Suatu jaringan komunikasi ini mungkin mencakup hanya dua orang, beberapa orang atau keseluruhan organisasi. Luas dari jaringan komunikasi ini dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya: arah dan arus pesan, isi pesan, hubungan peranan, dan lain-lain.
4. Keadaan saling tergantung; Hal ini telah menjadi sifat dalam organisasi yang merupakan suatu sistem yang terbuka. Bila suatu bagian dari organisasi mengalami gangguan maka akan berpengaruh kepada bagian yang lainnya dan mungkin juga kepada seluruh sistem organisasi.
5. Hubungan; Karena organisasi merupakan suatu sistem yang terbuka, sistem kehidupan sosial maka untuk berfungsinya bagian-bagian itu terletak pada manusia yang ada dalam organisasi. Oleh karena itu hubungan manusia dalam organisasi yang memfokuskan kepada tingkah laku komunikasi dari orang yang terlibat suatu hubungan perlu dipelajari.

6. Lingkungan; Yang dimaksud lingkungan adalah semua totalitas secara fisik dan faktor sosial yang diperhitungkan dalam pembuatan keputusan mengenai individu dalam suatu sistem. Yang termasuk dalam lingkungan internal adalah personal (karyawan), staf, golongan fungsional dari organisasi, dan juga komponen lainnya seperti tujuan, produk, dan lainnya. Organisasi sebagai sistem terbuka harus berinteraksi dengan lingkungan eksternal seperti: teknologi, ekonomi, dan faktor sosial. Karena faktor lingkungan berubah-ubah maka organisasi memerlukan informasi baru untuk mengatasi perubahan dalam lingkungan dengan menciptakan dan melakukan penerusan pesan baik secara internal maupun eksternal.
7. Ketidakpastian; Ketidakpastian adalah perbedaan informasi yang tersedia dengan informasi yang diharapkan. Ketidakpastian dalam organisasi juga disebabkan oleh terjadinya banyak informasi yang diterima daripada informasi yang sesungguhnya diperlukan untuk menghadapi lingkungan mereka. Bisa dikatakan ketidakpastian dapat disebabkan oleh terlalu sedikit informasi yang didapatkan dan juga karena terlalu banyak informasi yang diterima. (Ruliana, 2004)

Dari berbagai definisi yang dikemukakan oleh para ahli mengenai komunikasi organisasi ini dapat disimpulkan definisi komunikasi organisasi sebagai berikut:

- 1) Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu sistem terbuka yang dipengaruhi oleh pihak internal maupun eksternal



## 2) Komunikasi organisasi meliputi pesan, tujuan, arus komunikasi dan media komunikasi

Komunikasi organisasi meliputi orang yang mempunyai *skill*, hubungan dan perasaan yang sama.

### Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

Dalam kegiatan humas pasti diperlukan sebuah komunikasi organisasi, sebagai bahan dalam melakukan sebuah kegiatan perencanaan program dan lain halnya, maka dari itu peneliti tinjauan ini sangat berkorelasi dengan penelitian yang diteliti terkait “Strategi Humas Badan Pengelolaan Transportasi Darat Wilayah VI Bengkulu-Lampung Dalam Pemberian Informasi Lalu Lintas”.

#### **2.1.2.2. Fungsi Komunikasi Organisasi**

Komunikasi Sebagaimana dikemukakan oleh Sasa Djuarsa Sendjaja dalam buku *Teori Komunikasi*, dalam suatu organisasi baik yang berorientasi komersial maupun sosial, aktivitas komunikasi melibatkan empat fungsi, yaitu:

1. Fungsi informatif, dalam fungsi informatif organisasi dipandang sebagai suatu sistem pengelolaan informasi berupaya memperoleh informasi sebanyak-banyaknya dengan kualitas sebaik-baiknya dan tepat waktu. Informasi yang diperoleh oleh setiap orang dalam organisasi diharapkan akan memperlancar pelaksanaan tugas masing-masing. Melalui penyebaran informasi ini, setiap orang didalam organisasi menjadi mengerti akan tata cara serta kebijaksanaan yang diterapkan pimpinan.

2. Fungsi regulatif, fungsi regulatif ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang ditaati dalam suatu organisasi. Ada dua hal yang berpengaruh dalam fungsi regulatif ini:
  - a. Atasan atau orang-orang yang berada dalam tatanan manajemen memiliki kewenangan untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan. Mereka juga mempunyai wewenang untuk memberikan perintah atau intruksi, sehingga dalam struktur organisasi kemungkinan mereka ditempatkan pada lapisan atas supaya perintah-perintahnya dilaksanakan sesuai instruksi.
  - b. Berkaitan dengan pesan. Pesan –pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja. Artinya, bawahan membutuhkan kepastian peraturan tentang pekerjaan yang boleh atau tidak boleh untuk dilakukan.
3. Fungsi persuasif, dalam mengatur suatu organisasi tidak cukup dengan mengandalkan kewenangan dan kekuasaan. Adanya kenyataan ini, maka banyak pimpinan yang lebih suka untuk mempersuasi bawahannya daripada memberi perintah. Sebab pekerjaan yang dilakukan secara suka rela akan lebih menghasilkan kepedulian yang lebih besar dibanding dengan pimpinan yang sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya.
4. Fungsi integratif, untuk menjalankan fungsi integratif setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik. Ada dua saluran

komunikasi formal yang terjadi dalam setiap organisasi yaitu seperti penerbitan khusus dalam organisasi tersebut dan laporan kemajuan organisasi. Juga saluran komunikasi informasi seperti perbincangan antar pribadi. (Sendjaja, 2004)

### **2.1.3. Tinjauan Strategi Humas**

Strategi Humas adalah poin utama yang dibahas dalam penelitian ini, maka dari itu peneliti memasukan tinjauan strategi humas sebagai landasan utama kerangka pemikiran peneliti.

#### **2.1.3.1. Pengertian Strategi Humas**

Menurut Rhenald Kasali dalam buku yang berjudul “Manajemen *Public Relations*”. Strategi mempunyai pengertian yang terkait dengan hal-hal seperti, kemenangan, kehidupan, atau daya juang. Artinya, menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan mampu atau tidaknya perusahaan atau organisasi menghadapi tekanan yang muncul dari dalam maupun dari luar”. (Kasali, 2005)

Selain itu menurut Cutlip dan Center yang dikutip oleh Rhenald Kasali dalam bukunya *Manajemen Public Relations*, strategi *Public Relations* selalu dimulai dan diakhiri dengan penelitian. Berikut langkah-langkah yang dilakukan dalam strategi *Public Relations*:

1. Mendefinisikan Permasalahan : Seorang praktisi Humas harus dapat mengenal lingkungan dan penyebabnya serta perlu melibatkan dirinya dalam penelitian dan pengumpulan fakta. Selain itu juga seorang Humas

perlu memantau dan melihat keadaan perusahaan. Langkah ini dilakukan setiap saat secara berulang.

2. *Perencanaan dan Program* : Pada tahap ini seorang praktisi Humas sudah menemukan penyebab timbulnya permasalahan dan sudah siap dengan langkah-langkah pemecahan atau pencegahan. Langkah-langkah ini dirumuskan dalam bentuk rencana dan program yang berupa *consensus* yang disepakati bersama. Tercakup dalam tahap ini adalah *objective*, prosedur, strategi yang di arahkan pada masing-masing khalayak sasaran.
3. *Aksi dan Komunikasi* : Dalam tahap ini dihubungkan dengan *objective* dan tujuan yang spesifik, jadi Humas harus mengkomunikasikan pelaksanaan program sehingga mampu mempengaruhi sikap publiknya yang mendorong mereka untuk mendukung pelaksanaan program tersebut.
4. *Evaluasi Program* : Strategi Humas selalu dimulai dari mendefinisikan permasalahan dan diakhiri pula dengan mendefinisikan permasalahan. Tahap ini akan melibatkan pengukuran atas hasil tindakan dimasa lalu. Penyesuaian dapat dbuat dalam program yang sama atau setelah suatu masa berakhir. (Kasali, 2005)

#### **2.1.3.2. Perencanaan Dalam Strategi Humas**

Menurut Jefkins pada bukunya *Public Relation* ada empat alasan dibuatnya perencanaan terlebih dahulu dalam kegiatan *Public Relations*:

1. Untuk menetapkan target-target operasi PR yang nantinya akan menjadi tolak ukur atas segenap hasil yang diperoleh

2. Untuk memeperhitungkan jumlah jam kerja dan berbagai biaya yang diperlukan.
3. Untuk menentukan skala prioritas guna menentukan:
  - a. Jumlah *Program*
  - b. Waktu yang diperlukan untuk melaksanakan program PR yang telah diprioritaskan.
4. Untuk menentukan kemungkinan pencapaian tujuan-tujuan tertentu sesuai dengan ketersediaan;
  - a. Staf pendukung atau personil yang menckupi.
  - b. Dukungan dari berbagai peralatan fisik seperti alat-alat kantor, mesin cetak, kamera, endaran dan sebagainya.
  - c. Anggaran dana yang tersedia.

Perencanaan adalah hal yang utama dalam sebuah konsep program yang dibuat, dalam kutipan di ataspun Jefkins sangat menekankan kata “Menentukan” yang tentu saja hal ini membuktikan bahwa perencanaan yang dibuat harus mampu menembus keragu-raguan apakah *program* yang akan dibuat ini berhasil atau tidak sehingga *planning* amat menentukan dalam upaya *Public Relations* dalam menggapai tujuan dari diadakannya suatu program *Publlic Relations*.

Kemudian *Planning* kerja menurut Jefkins sebagaimana yang dikutip oleh Ruslan, adalah sebagai berikut :

*“PR consists if all forms of planned communications outwards and inwards between an organization and its public for the purpose of achieving specific objectives concerning mutual understanding”.*  
(Ruslan, 2013)

Secara garis besar pengertian dari perencanaan program kerja *Public Relations* yaitu terdiri dari semua bentuk kegiatan perencanaan komunikasi baik kegiatan ke dalam maupun keluar antara organisasi dan publiknya yang tujuannya untuk mencapai saling pengertian”. (Ruslan, 2013)

### **2.1.3.3. Evaluasi Dari Penerapan Perencanaan Strategi Humas**

Kegiatan pada tahap evaluatif adalah untuk menjawab pertanyaan “*how did we do?*”, tahap ini merupakan tahap kontrol dan barometer terhadap kinerja atau kegiatan kehumasan. Dan kegiatan humas dalam tahap ini ialah sebagai berikut :

1. Mengukur kegiatan humas
2. Mengevaluasi manfaat kegiatan
3. Mengevaluasi kekurangan dan kelebihan
4. Mengevaluai kegiatan yang menyimpang

Sehingga di ketahuilah apakah acara ini sudah mengaplikasikan perencanaan yang telah dibuat atau malah tidak sama sekali mendekati.

### **2.1.4. Tinjauan Tentang Informasi**

Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang berguna untuk membuat keputusan. Informasi berguna untuk pembuat keputusan karena informasi menurunkan ketidakpastian (atau meningkatkan pengetahuan) Informasi menjadi penting, karena berdasarkan informasi itu para pengelola dapat mengetahui kondisi obyektif perusahaannya. Informasi tersebut merupakan hasil pengolahan data atau fakta yang dikumpulkan dengan metode ataupun cara – cara tertentu.

Abdul Kadir (2002: 31); McFadden dkk (1999) mendefinisikan informasi sebagai data yang telah diproses sedemikian rupa sehingga meningkatkan pengetahuan seseorang yang menggunakan data tersebut.

Penjelasan diatas akan menjadi acuan peneliti dalam mencari hasil penelitian “Strategi Humas Badan Pengelolaan Transportasi Darat Wilayah VI Bengkulu-Lampung Dalam Pemberian Informasi Lalu Lintas”.

### **2.1.5. Tinjauan Tentang Publik**

Bagi Humas Balai, publik adalah sasaran utama dalam sebuah kegiatan yang dilaksanakan, maka dari itu peneliti merasa perlu memasukan tinjauan tentang publik, sebagai referensi dari pencarian hasil penelitian.

Menurut *The Lexicon Webster Dictionary* cetakan tahun 1978, kata publik diserap dari bahasa Inggris *public* yang secara etimologis berasal dari bahasa Latin, *publicus* yang berarti *for populus* dan *populus* berasal dari kata *populus* yang berarti *people*.

Selanjutnya kata public diartikan sebagai bukan perseorangan, meliputi orang banyak, berkaitan dengan atau mengenai suatu negara, bangsa, atau masyarakat, seperti digunakan dalam frase public finance (keuangan negara), public administration (tata usaha negara), public service (pelayanan publik), public transport (pengangkutan umum), public relation (hubungan masyarakat), public interest (kepentingan umum), dan lain-lain.

Menurut Herbert Blumer, pengertian publik adalah sekelompok orang yang dihadapkan pada suatu permasalahan dengan berbagai pendapat mengenai

cara pemecahan persoalan tersebut, serta terlibat dalam diskusi mengenai persoalan itu.

Sedangkan Emery Bogardus mendefinisikan Publik adalah sejumlah orang yang bersatu dalam satu ikatan dan mempunyai pendirian sama terhadap suatu permasalahan sosial.

### **2.1.6. Tinjauan Tentang Media Massa**

Beberapa diantaranya yang telah dilakukan Humas Balai ialah menggunakan media massa untuk menjangkau publik, maka tinjauan ini dirasa akan membantu peneliti dalam menyimpulkan hasil dari penelitian.

Media massa adalah salah satu sarana untuk memenuhi kebutuhan manusia akan informasi maupun hiburan. Media massa merupakan hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa. Merupakan salah satu elemen penting dalam proses komunikasi massa.

Saluran yang disebut media massa tersebut diperlukan dalam berlangsungnya komunikasi massa. Berdasarkan bentuknya, media massa dikelompokkan atas:

1. Media cetak (printed media), yang mencakup surat kabar, majalah, buku, brosur, dan sebagainya.
2. Media elektronik, seperti radio, televisi, film, slide, video, dan lain-lain. (Vivian, 2008)

Terdapat satu perkembangan media massa dewasa ini, yaitu ditemukannya internet. Kini masyarakat telah didominasi oleh media massa. Media massa begitu memenuhi keseharian hidup masyarakat yang tanpa



disadari kehadiran dan juga pengaruhnya. Media massa memberi informasi, menghibur, menyenangkan, bahkan kadang mengganggu khalayak. Media mampu menggerakkan emosi atau mempengaruhi perasaan, menantang, dan mendefinisikan masyarakat serta membentuk realitas khalayak.

Shirley Biagi (2010:10) menyebutkan tiga konsep penting tentang media massa yaitu:

1. Media massa adalah suatu bentuk usaha yang berpusat pada keuntungan.
2. Perkembangan dan perubahan dalam pengiriman dan pengonsumsi media massa, dipengaruhi oleh perkembangan teknologi.
3. Media massa senantiasa mencerminkan sekaligus mempengaruhi kehidupan masyarakat, dunia politik, dan budaya. (Biagi, 2010)

Dari seluruh penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa media massa merupakan saluran komunikasi massa guna menyampaikan informasi atau pesan kepada khalayak banyak secara luas. Media massa mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan masyarakat, sosial, budaya, ekonomi, politik, dan sebagainya. Media massa mengumpulkan sejumlah uang untuk menyediakan informasi dan hiburan. Media massa juga merupakan bisnis yang berpusat pada keuntungan. Menurut sejarahnya, buku adalah media massa pertama, sedangkan internet adalah media massa terbaru.

### **2.1.7. Tinjauan Tentang New Media**

Media Baru adalah konsep yang menjelaskan kemampuan media yang dengan dukungan perangkat digital dapat mengakses konten kapan saja, dimana saja sehingga memberikan kesempatan bagi siapa saja baik sebagai

penerima/pengguna untuk berpartisipasi aktif, interaktif, dan kreatif terhadap umpan balik pesan yang pada gilirannya membentuk komunitas/masyarakat baru melalui isi media. Aspek penting lain dari media baru, selain mengharuskan adanya perangkat digital maka lahirnya media yang berbasis *real-time* dimana konten media tidak bisa diatur seperti pada media konvensional sekarang ini. Sebagian besar teknologi media baru yang berbasis digital yakni media yang berkemampuan melakukan manipulasi, kemampuan bekerja dalam jaringan (termasuk jaringan padat), serta mempunyai *compressible* terhadap informasi (pesan). (Liweri, 2017)

#### **2.1.7.1. Media Sosial**

Perkembangan kata web yang di populerkan oleh O'Reilly (2005). Web ini merujuk pada media internet yang tidak lagi sekedar penghubung antara individu dengan perangkat teknologi dan jaringan komputer yang selama ini ada dan terjadi, tetapi telah melibatkan individu untuk mempublikasikan secara bersama, saling mengolah melengkapi data, web secara platform atau program yang dapat dikembangkan sampai pada pengguna dengan jaringan dan alur yang sangat panjang. (Nasrullah, 2016)

Berdasarkan teori-teori sosial yang dikembangkan oleh Durkheim, Weber, Tonnies, maupun Marx, dapat disimpulkan bahwa media sosial dapat dilihat dari perkembangan bagaimana hubungan individu dengan perangkat media. Dengan demikian, keberadaan media sosial pada dasarnya merupakan bentuk yang tidak jauh berbeda dengan keberadaan dan cara kerja komputer. Tiga bentuk bersosial diantaranya adalah pengenalan, komunikasi dan

kerjasama yang bias dianalogikan dengan cara kerja computer yang juga membentuk sebuah sistem sebagaimana dengan adanya sistem diantaranya individu dan masyarakat. Dan dari berbagai definisi atau pernyataan diatas media sosial merupakan medium internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain. (Nasrullah, 2016)

### **2.1.7.2. Instagram**

*Instagram* adalah aplikasi media sosial berbasis *Android* untuk smartphone, *iOS* untuk *iPhone*, *Blackberry*, *Windows Phone* dan sekarang juga dapat dijalankan di komputer Anda. Atas dasar itulah Humas Balai memilih *Instagram* sebagai media baru untuk menjangkau publiknya melalui informasi yang diberikan berupa gambar maupun video. Secara umum menggunakan *Instagram* untuk berbagi foto atau video. Prinsip ini cenderung berbeda dari aplikasi media sosial lainnya di mana penggunaan kata-kata atau status publik berada di garis depan.

Seperti halnya aplikasi media sosial lainnya, Anda dapat menemukan banyak teman di *Instagram* menggunakan istilah *Follow*. Dengan begitu banyak pengikut, akun Anda sudah memiliki banyak teman. Interaksi dapat dilakukan dengan suka atau komentar bersama ke posting atau teman Anda. Anda juga dapat menggunakan pesan atau pesan langsung (*DM*). *InstaStory* yang paling populer saat ini adalah dalam bentuk berbagi kegiatan langsung atau video langsung.

Instagram termasuk media sosial yang digunakan oleh banyak orang. Penggunaannya sangat beragam, mulai dari anak-anak hingga orang tua. Dari siswa hingga pebisnis. Media sosial, yang berfokus pada platform foto dan video, menjadi semakin populer hingga dapat dibandingkan dengan Facebook dan Twitter. Dengan fitur menarik seperti *filter*, *Instagram Story*, *IGTV* dan fitur jaringan lainnya, pesona Instagram dapat membuat hati penggunanya berdetak lebih cepat. Ketika pertama kali diluncurkan pada 2010, Instagram mengklaim memiliki 25.000 pendaftar akun. dan fungsi utama layaknya setiap aplikasi media sosial yaitu interaksi sesama pengguna. Sebelumnya dinyatakan bahwa interaksi spesifik *Instagram* dapat melalui berbagi foto atau video dan mengirim pesan (*DM*).

Ada juga fitur perekaman langsung atau fitur *Insta Story* yang populer, yang memungkinkan untuk berbagi kegiatan mereka melalui video langsung sambil berinteraksi dengan teman-teman yang menontonnya. Tentu saja, di antara banyak pengguna *Instagram*, Anda akan menemukan akun non-pribadi atau pribadi dengan informasi atau keahlian di bidang tertentu.

## **2.2. Kerangka Pemikiran**

Sebuah kerangka pemikiran bukanlah sekedar sekumpulan informasi yang di dapat dari berbagai sumber-sumber, atau juga bukan sekedar sebuah pemahaman. Tetapi, kerangka pemikiran membutuhkan lebih dari sekedar data-data atau informasi yang relevan dengan sebuah penelitian, dalam kerangka pemikiran dibutuhkan sebuah pemahaman yang didapat peneliti dari hasil

pencarian sumber-sumber, dan kemudian di terapkan dalam sebuah kerangka pemikiran.

“Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting jadi dengan demikian maka kerangka berpikir adalah sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman-pemahaman yang lainnya, sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari keseluruhan dari penelitian yang akan dilakukan.” (Sugiyono, 2011)

Pemahaman dalam sebuah kerangka pemikiran akan melandasi pemahaman pemahaman lain yang telah tercipta terlebih dahulu. Kerangka pemikiran ini akhirnya akan menjadi pemahaman yang mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran lainnya.

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir peneliti yang dijadikan sebagai skema pemikiran yang melatar belakangi penelitian ini, dalam penelitian ini peneliti bermaksud mengetahui “Strategi Humas Balai Pengelolaan Transportasi Darat Wilayah VI Bengkulu-Lampung Dalam Pemberian Informasi Lalu Lintas”.

Dalam kerangka penelitian ini, peneliti akan berusaha membahas masalah pokok dari penelitian ini yaitu membahas kata-kata kunci atau sub-fokus yang menjadi inti permasalahan dalam penelitian. Fokus pada penelitian studi deskriptif ini adalah mengenai strategi humas.

Strategi Humas Menurut Rhenald Kasali dalam buku yang berjudul “Manajemen *Public Relations*”. Strategi mempunyai pengertian yang terkait dengan hal-hal seperti, kemenangan, kehidupan, atau daya juang. Artinya, menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan mampu atau tidaknya perusahaan atau

organisasi menghadapi tekanan yang muncul dari dalam maupun dari luar”.  
(Kasali, 2005)

Selain itu menurut Cutlip dan Center yang dikutip oleh Rhenald Kasali dalam bukunya *Manajemen Public Relations*, strategi *Public Relations* selalu dimulai dan diakhiri dengan penelitian. Berikut langkah-langkah yang dilakukan dalam strategi *Public Relations*:

1. Mendefinisikan Permasalahan : Seorang praktisi Humas harus dapat mengenal lingkungan dan penyebabnya serta perlu melibatkan dirinya dalam penelitian dan pengumpulan fakta. Selain itu juga seorang Humas perlu memantau dan melihat keadaan perusahaan. Langkah ini dilakukan setiap saat secara berulang.
2. Perencanaan dan *Program* : Pada tahap ini seorang praktisi Humas sudah menemukan penyebab timbulnya permasalahan dan sudah siap dengan langkah-langkah pemecahan atau pencegahan. Langkah-langkah ini dirumuskan dalam bentuk rencana dan program yang berupa *consensus* yang disepakati bersama. Tercakup dalam tahap ini adalah *objective*, prosedur, strategi yang di arahkan pada masing-masing khalayak sasaran.
3. Aksi dan Komunikasi : Dalam tahap ini dihubungkan dengan *objective* dan tujuan yang spesifik, jadi Humas harus mengkomunikasikan pelaksanaan program sehingga mampu mempengaruhi sikap publiknya yang mendorong mereka untuk mendukung pelaksanaan program tersebut.
4. Evaluasi *Program* : Strategi Humas selalu dimulai dari mendefinisikan permasalahan dan diakhiri pula dengan mendefinisikan permasalahan. Tahap

ini akan melibatkan pengukuran atas hasil tindakan dimasa lalu. Penyesuaian dapat dbuat dalam program yang sama atau setelah suatu masa berakhir. (Kasali, 2005)

Seperti yang diungkapkan oleh Cutlip and Center, strategi *Public Relations* yang meliputi Mendefinisikan Permasalahan, Perencanaan dan Program, Aksi dan Komunikasi, dan Evaluasi Program. Maka dapat ditarik sebuah garis bahwa Pemberian Informasi Publik yang dilakukan oleh Balai Pengelola Transportasi Darat Wilayah VI Bengkulu-Lampung melewati empat strategi ini dikarenakan empat strategi ini umum dilakukan seorang *Public Relations* atau Humas karena ini adalah yang dilakukan dalam merancang sebuah strategi.

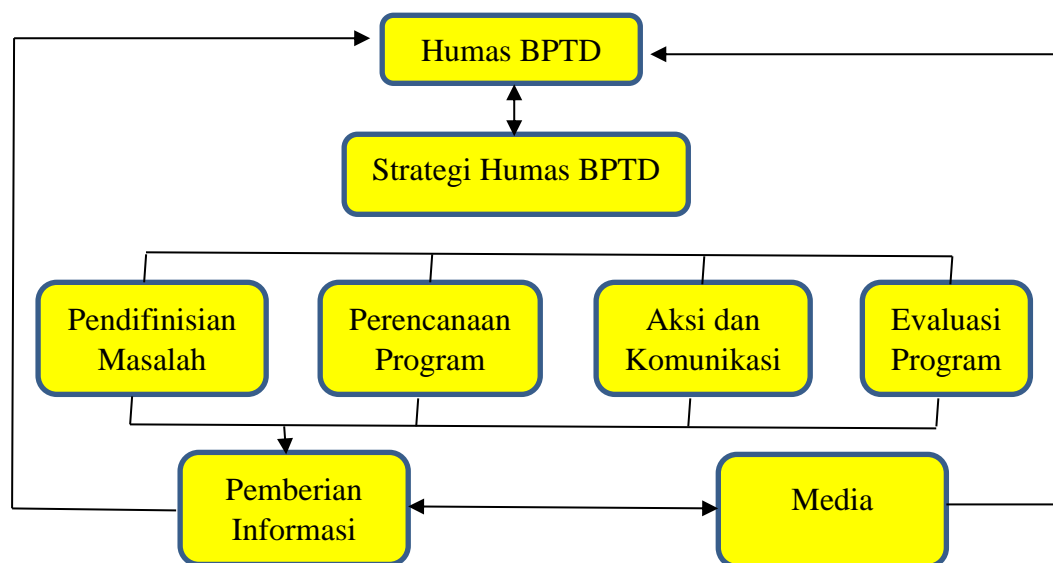
Dari keempat strategi tersebut maka akan dijabarkan sebagai berikut :

1. Mendefinisikan Permasalahan: Humas Balai Pengelola Transportasi Darat Wilayah VI Bengkulu-Lampung harus melakukan prapenelitian sebagai bentuk pencarian fakta di lapangan yang berkaitan dengan Pemberian Informasi Publik guna mengumpulkan fakta yang ada dilapangan dan menganalisis nya ,selain itu humas Balai Pengelola Transportasi Darat Wilayah VI Bengkulu-Lampung harus memantau dan memonitoring Informasi yang berada di stasiun untuk melihat respon respon masyarakat pengguna nya dengan begitu lebih memastikan langsung.
2. Perencanaan: Lalu apabila ditemukan penyebab timbulnya permasalahan dengan langkah-langkah pencegahan. Langkah-langkah ini dirumuskan dalam bentuk rencana dan program yang berupa consensus yang disepakati bersama.

3. Aksi Komunikasi: Setelah melakukan perencanaan yang matang, barulah diadakan kegiatan yang telah di rumuskan sebelumnya, dengan berbagai persiapan, kegiatan tersebut dikomunikasikan kepada khalayak untuk mencapai tujuan yang spesifik.
4. Evaluasi Program : Kemudian setelah berakhirnya kegiatan diadakanlah evaluasi program menyeluruh untuk mengetahui seperti apa kegiatan tersebut belangsung dan apakah kegiatan tersebut telah memenuhi ekspektasi dari tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka tergambar konsep yang akan dijadikan sebagai acuan penelitian dalam mengaplikasikan penelitian ini. Berikut dibuat model alur pemikiran guna mempermudah pemahaman kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut:

**Gambar 2. 1 Model Alur Kerangka Pemikiran**



*Sumber, Peneliti 2019*