

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Humas adalah sebuah fungsi kepemimpinan dan manajemen yang membantu pencapaian tujuan sebuah organisasi, membantu mendefinisikan filosofi serta memfasilitasi perubahan organisasi. Para praktisi humas berkomunikasi dengan semua masyarakat internal dan eksternal yang relevan untuk mengembangkan hubungan yang positif serta menciptakan konsistensi antara tujuan organisasi dengan harapan masyarakat. Mereka juga mengembangkan, melaksanakan dan mengevaluasi program organisasi yang mempromosikan pertukaran pengaruh serta pemahaman di antara konstituen organisasi dan masyarakat (Lattimore et al., 2010 : 4).

Definisi humas adalah usaha yang direncanakan secara terus-menerus dengan sengaja, guna membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara organisasi dan masyarakatnya. Pendapat ini menunjukkan bahwa humas dianggap sebuah proses atau aktivitas yang bertujuan untuk menjalin komunikasi antara organisasi dan pihak luar organisasi (Coulson-Thomas, 2002 : 21). Untuk itu humas sekarang ini mulai dipandang penting dalam membangun citra dan reputasi sebuah perusahaan.

Humas juga menjadi sangat penting di sebuah pemerintahan kabupaten karena dianggap mampu menjaga citra dan menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat maupun pihak-pihak terkait lainnya. Sekretariat Daerah Kabupaten

Purbalingga Bagian Humas dan Protokol mempunyai tugas fasilitasi perumusan kebijakan, pengoordinasian, pembinaan, fasilitasi layanan administrasi dan teknis, pemantauan, evaluasi dan pelaporan pelaksanaan kebijakan daerah dan program bidang peliputan dan pemberitaan, kemitraan media, serta protokol. Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 65A, Bagian Humas dan Protokol mempunyai fungsi : fasilitasi perumusan kebijakan daerah bidang-bidang peliputan dan pemberitaan, kemitraan media, serta protokol, pengoordinasian penyelenggaraan kebijakan daerah dan pelaksanaan program bidang-bidang peliputan dan pemberitaan kemitraan media, serta protokol, pembinaan penyelenggaraan kebijakan daerah dan pelaksanaan program bidang-bidang peliputan dan pemberitaan, kemitraan media, serta protokol, fasilitasi layanan administrasi dan teknis penyelenggaraan kebijakan daerah bidang peliputan dan pemberitaan, kemitraan media, serta protokol, dan pelaksanaan fungsi kedinasan lain yang diberikan oleh Asisten Administrasi Umum sesuai tugas dan fungsinya (*SEKRETARIAT DAERAH KABUPATEN PURBALINGGA, 2021*).

Saat ini bisa disebut era media sosial. Hasil survei *WeAreSocial*, pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 sebanyak 132,7 Juta jiwa dan pengguna media sosial sebanyak 130 juta (APJII, 2017; *WeAreSocial*, 2018). Media sosial bisa digunakan sebagai sarana berkomunikasi oleh humas karena masyarakat sekarang adalah “masyarakat media sosial”, biaya yang dibutuhkan dalam kampanye melalui media sosial jauh lebih hemat, pesannya sangat mudah dibuat, cepat, dan memungkinkan dialog interaktif (Kriyantono, 2021 : 519 – 520).

Humas harus menggunakan berbagai macam media sosial agar pesannya bisa cepat menyebar dan mampu menjangkau sebanyak mungkin sasaran. Media sosial tersebut antara lain facebook, twitter, Instagram, path, dan sebagainya. Humas harus memahami profil pengguna masing-masing media sosial sehingga bisa tepat sasaran (Kriyantono, 2021 : 520).

Humas harus membuat akun resmi organisasi di media sosial yang berisi informasi positif tentang kegiatan dan prestasi organisasi, menjawab atau mengklarifikasi komplain atau khabar yang keliru tentang organisasi. Berkomunikasi melalui media massa bisa makin lengkap penggunaan saluran komunikasi. Semakin lengkap saluran komunikasi bisa membuat terpaan pesan makin banyak. Setidaknya *awareness* publik bisa dibentuk (Kriyantono, 2021 : 520).

I.2. Pokok Bahasan

Melihat berbagai kondisi dalam dunia kerja tersebut mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dilatih agar dapat menerapkan teori dan kegiatan praktek diperkuliahan, untuk melaksanakan ini maka diperlukan kegiatan yang bersifat realita, guna mencapai tujuan itu. Mahasiswa diwajibkan untuk mengikuti program kerja praktek yang diselenggarakan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Kerja praktek merupakan salah satu syarat kelulusan, kegiatan ini merupakan uji kemampuan dan ilmu yang diperoleh selama kuliah. Dalam kegiatan kerja praktek mahasiswa dihadapkan pada pekerjaan nyata yang harus

diselesaikan sesuai dengan kemampuan dan ilmu yang diperoleh selama kuliah. Untuk itu saya selaku mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi konsentrasi korporasi berusaha untuk mempelajari dan memahami kinerja produksi dan desain flyer Instagram di divisi Humas yang berada dalam pemerintahan kabupaten khususnya Setda Kabupaten Purbalingga.

I.3. Tujuan Kerja Praktek

1. Mengetahui, memahami dan mempelajari kinerja produksi dan desain flyer Instagram di divisi humas Sekretariat Daerah Kabupaten Purbalingga.
2. Sebagai pembekalan, pengalaman dan pengetahuan mahasiswa tentang kondisi lapangan kerja perusahaan secara langsung.

I.4. Manfaat Kerja Praktek

1. Mengetahui aktivitas dan sistem kerja di divisi humas secara nyata khususnya kinerja produksi dan desain flyer Instagram di divisi humas dalam pemerintahan kabupaten.
2. Menambah pengalaman kerja bagi mahasiswa di divisi humas.

I.5. Tinjauan Pustaka

I.5.1. Humas

Humas adalah sebuah fungsi kepemimpinan dan manajemen yang membantu pencapaian tujuan sebuah organisasi, membantu mendefinisikan filosofi serta memfasilitasi perubahan organisasi. Para praktisi humas berkomunikasi dengan semua masyarakat internal dan eksternal yang

relevan untuk mengembangkan hubungan yang positif serta menciptakan konsistensi antara tujuan organisasi dengan harapan masyarakat. Mereka juga mengembangkan, melaksanakan dan mengevaluasi program organisasi yang mempromosikan pertukaran pengaruh serta pemahaman di antara konstituen organisasi dan masyarakat (Lattimore et al., 2010 : 4).

Definisi humas adalah usaha yang direncanakan secara terus-menerus dengan sengaja, guna membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara organisasi dan masyarakatnya. Pendapat ini menunjukkan bahwa humas dianggap sebuah proses atau aktivitas yang bertujuan untuk menjalin komunikasi antara organisasi dan pihak luar organisasi (Coulson-Thomas, 2002 : 21). Untuk itu humas sekarang ini mulai dipandang penting dalam membangun citra dan reputasi sebuah perusahaan.

I.5.2. Humas Pemerintah

Praktek yang khas humas (*public relations*) pemerintah. Definisi humas pemerintah di sejumlah peraturan menteri sama dengan definisi *public relations* dari literatur ilmiah. Tujuan, fungsi, dan peran praktisi humas adalah bersifat universal berlaku pada berbagai jenis organisasi, baik pemerintah, bisnis/swasta, maupun organisasi nirlaba. Hal ini dikarenakan humas merupakan fungsi manajemen di bidang komunikasi atau humas adalah manajemen komunikasi yang menjaga hubungan harmoni, menjaga relasi yang baik, menjaga mutual *understanding* sehingga tercipta kerja

sama antara organisasi dan publiknya. Kerja sama ini yang menjadi wujud *outcome* dari kegiatan humas, yakni terciptanya reputasi positif organisasi di mata publik (Kriyantono, 2021 : 147).

“Perbedaan tujuan dan publik” menjadi perbedaan utama yang terjadi antara beberapa jenis organisasi. Organisasi/lembaga swasta atau bisnis bertujuan mencari keuntungan finansial (*profit oriented*) sedangkan lembaga pemerintah bertujuan menjalankan amanah konstitusi negara untuk melayani masyarakat/warga negara memenuhi hajat hidupnya agar bisa tercapai kemaslahatan dan kesejahteraan masyarakat. Tujuan lembaga pemerintah, mengacu pada Subarti (1999), adalah mencapai tujuan masyarakat-negara. Dengan kata lain, tujuan lembaga negara adalah berorientasi pelayanan publik (*public service oriented*) (Kriyantono, 2021 : 147 – 148).

Jadi, prinsip-prinsip kehumasan, yakni tujuan, fungsi, dan peran kehumasan bersifat universal bagi berbagai organisasi. Namun, berdasarkan perbedaan tujuan organisasi di atas maka terdapat ciri khas yang bisa membuat cara melaksanakan tujuan, fungsi, dan peran berbeda antara humas pemerintah dan humas lembaga bisnis. Perbedaan ini yang menjadi ciri khas humas pemerintah adalah : 1. Sifat Pelayanan, Yakni Pelayanan Publik 2. Produk Pelayanan Bersifat Wajib dan Mengikat 3. Humas Pemerintah Lebih Dituntut Melayani 4. Sifat Sasaran 5. Penyebaran Informasi ke Semua Masyarakat 6. Meski Profit, Sifat Layanan Publik

Tidak Hilang 7. Pelayanan Publik Bersifat Non-Profit 8. Kekhasan yang Lain (Kriyantono, 2021 : 148 – 154).

Ruang lingkup humas merupakan bidang tanggung jawab atau kewenangan pekerjaan humas. Berdasarkan ruang lingkup ini, disusun tujuan dan fungsi serta *job-description* humas. Secara umum, ruang lingkup humas adalah manajemen di bidang komunikasi atau fungsi manajemen di bidang komunikasi. Permenpan No. PER/12/M.PAN/08/2007 mendeskripsikan ruang lingkup humas pemerintah sebagai berikut : a. Penyampaian pesan dan penciptaan opini publik secara timbal balik dengan pemangku kepentingan b. Komunikasi positif internal dan eksternal untuk menciptakan pengertian bersama guna memperoleh manfaat bersama bagi lembaga dan pemangku kepentingan c. Melaksanakan fungsi manajemen pemerintahan d. Membangun citra lembaga, pemerintah, bangsa, dan negara (Kriyantono, 2021 : 174).

Sintesis tujuan humas dari berbagai literatur akademis, yakni : menciptakan pemahaman publik, membangun citra dan reputasi positif korporat, mengawal tanggung jawab sosial dan *public service communication*, membangun opini publik yang *favourable*, dan membentuk *goodwill* dan kerja sama. Tampaknya, tujuan ini juga senada dengan rumusan tujuan dalam Permenpan No. PER/12/M.PAN/08/2007 Pasal 5 tentang Tujuan dan Sasaran Humas Pemerintah, yakni : terciptanya SDM humas pemerintah yang berkualitas, komunikatif, aspiratif dan terciptanya kemitraan dengan pemangku kepentingan. Terciptanya “kemitraan dengan

pemangku kepentingan (*stakeholders*)” bisa diartikan sebagai *output* akhir tujuan aktivitas humas. Untuk mencapai hal tersebut Permenpan No 12/2007 ini merumuskan tujuan lebih detail ke dalam sasaran, yakni : a. Terbentuknya aparatur humas pemerintah yang profesional dan kompeten b. Terbentuknya opini publik yang positif c. Tersosialisasinya kebijakan dan program pemerintah d. Tersedianya layanan data dan informasi publik e. Berkembangnya aspirasi dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan f. Meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada pemerintah (Kriyantono, 2021 : 174 – 175).

I.5.3. Media Sosial

Media sosial didefinisikan sebagai media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia (Shaleh & Furrie, 2020 : 11).

Menurut Lattimore dalam (Shaleh & Furrie, 2020 : 11) berpendapat bahwa media sosial yang terkadang diidentifikasi dengan Web 2.0, merupakan istilah yang mengacu pada media baru yang menggunakan teknologi dalam menciptakan interaksi, partisipasi, dan kolaborasi terbuka dimana setiap orang mempunyai kesempatan untuk menyuarakan ide, pendapat, dan pengalaman mereka melalui media online dalam bentuk kata-kata atau materi visual. Menurut Margaretha dalam (Shaleh & Furrie, 2020

: 11) Beberapa tentang penggunaan media sosial maka dapat disimpulkan penggunaan media sosial adalah proses atau kegiatan yang dilakukan seseorang dengan sebuah media yang dapat digunakan untuk berbagi informasi, berbagi ide, berkreasi, berfikir, berdebat, menemukan teman baru dengan sebuah aplikasi online yang dapat digunakan melalui *smartphone* (telepon genggam).

Menurut Gerbaudo & Treré dalam (Mizanie & Irwansyah, 2019 : 158) aktivitas media sosial merupakan mekanisme untuk membuat orang lain merasa terhubung dengan berbagai masalah sosial yang membuat mereka berminat. Aktivitas pada media sosial tumbuh dan menjadi populer karena media sosial sangat erat kaitannya dengan pembangunan identitas kolektif, seperti isu sosial apa yang mereka minati dan sebagainya, identitas kolektif inilah yang menjadi tujuan dari aktivis media sosial.

I.5.4. Media Sosial Instagram

Menurut Atmoko dalam (Shaleh & Furrie, 2020 : 12) pengertian Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram merupakan salah satu media sosial yang dapat digunakan sebagai media promosi suatu produk atau jasa.

I.5.5. Desain Grafis

Desain grafis adalah suatu media untuk menyampaikan informasi melalui bahasa komunikasi visual dalam wujud dwimatra ataupun trimatra yang melibatkan kaidah-kaidah estetik. Elemen-elemen desain yang utama terlibat dalam desain grafis adalah sebagai bahan pokok (*ingredients*). Dengan demikian, elemen yang menjadi bahan pokoknya (*ingredients*) adalah bentuk-bentuk dasar yang berupa : garis, huruf, bentuk (*shape*) dan tekstur, sedangkan yang menjadi resep masakannya adalah struktur (*structure*). Struktur adalah pengorganisasian elemen-elemen desain tersebut. Struktur desain sendiri yang baik adalah hasil integrasi prinsip-prinsip desain yang akurat pada proses penempatannya (Dewojati, 2015 175 – 176).

Prinsip-prinsip desain yang utama terdiri dari : keseimbangan (*balance*), kontras, *unity*, nilai (*value*) dan warna. Unsur-unsur atau elemen dasar seni rupa inilah yang menjadi dasar pijakan dan diorganisir dengan baik demi efektifnya informasi yang akan disampaikan. Selain menggunakan prinsip-prinsip dasar desain, grafis juga melibatkan cita rasa estetik yang berorientasi komersial. Kita telah mengetahui bahwa desain poster film lebih menarik daripada selebar poster berisi imbauan tentang kesehatan di dinding Puskesmas. Hal ini berkat penataan elemen-elemen desain grafis yang melekat padanya serta keterlibatan unsur estetik yang menjadi daya tariknya (Dewojati, 2015 : 176).

Pada masa kini, di era teknologi komputer yang paling canggih pun, grafis semakin mengokohkan eksistensinya dalam percaturan komunikasi baik melalui media *outdoor*, *indoor* maupun audio visual. Seiring dengan majunya ilmu dan teknologi, desain grafis berkembang menjadi tiga fungsi dasar yakni, (1) identifikasi (*identification*), (2) instruksi dan informasi, dan (3) promosi dan presentasi. Identifikasi untuk menyatakan apa dan dari mana sebuah produk diproduksi. Dengan memperhatikan bentuk-bentuk visual tampilan suatu label pada sebuah kemasan, logo sebuah perusahaan, lambang, *badge*, dan sebagainya kita dapat mengidentifikasi beberapa aspek yang mendukung keberadaannya. Bentuk-bentuk desain berupa logo, label kemasan dan sebagainya tersebut masuk ke dalam kategori *corporate identity* (Dewojati, 2015 : 177).

I.5.6. Foto Jurnalistik

Menurut Wijaya (2011 : 17) foto jurnalistik adalah foto yang bernilai berita atau foto yang menarik bagi pembaca tertentu, dan informasi tersebut disampaikan kepada masyarakat sesingkat mungkin. Sedangkan menurut Motuloh dalam Wijaya (2011 : 17) foto jurnalistik adalah media komunikasi yang menggabungkan halaman verbal dan visual. Elemen verbal yang berupa kata-kata adalah *caption*. *Caption* berfungsi melengkapi informasi sebuah gambar karena sebuah foto tanpa keterangan dapat kehilangan makna.

I.5.7. Video Editing

Definisi video editing pada tahap produksi adalah proses pemilihan serta penyambungan gambar-gambar yang telah diambil. Sementara definisi video editing setelah videonya jadi (pasca produksi) adalah teknik-teknik yang digunakan untuk menghubungkan tiap *shot*-nya (Pratista, 2008 : 123). Berdasarkan aspek temporal, video editing dibagi menjadi dua jenis, yakni video editing *kontinu* dan video editing *diskontinu*. Video editing *kontinu* adalah perpindahan *shot* langsung tanpa terjadi lompatan waktu. Sebaliknya video editing *diskontinu* adalah perpindahan *shot* dengan terjadi lompatan waktu (Pratista, 2008 : 123 – 124).