

**BAB II**  
**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Penelitian Terdahulu**

Berdasarkan hasil tinjauan kepustakaan penelitian terdahulu, peneliti menemukan beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan dikaji yakni sebagai berikut :

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

	Penulis, Tahun & Sumber	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan & Perbedaan Penelitian
1.	Novia Riska, Sugandi, Kadek Dristiana 2019, Ejournal	Peran humas Badan Narkotika Nasional Provinsi Kalimantan timur dalam menjalankan program P4GN	Hasil dari penelitian ini adalah peranan humas sebagai penasehat ahli BNNP Kalimantan timur dalam melaksanakan program P4GN berhasil, selain itu peranan humas sebagai fasilitator komunikasi, fasilitator pemecah masalah dan teknisi komunikasi melalui <i>press realese</i> terkait kegiatan atau aktivitas yang dilakukan BNN.	Persamaan : Penelitian ini sama-sama membahas mengenai peranan humas di Badan Narkotika Nasional Perbedaan : Penelitian ini dilakukan dengan objek Badan Narkotika Nasional Kalimantan timur dan berfokus pada kinerja humas dalam mengatur dan mempublikasikan aktivitas P4GN sedangkan penelitian penulis dilakukan di BNNK Surakarta, dan membahas mengenai peran humas dalam memberikan informasi melalui media sosial Instagram.
2.	Nia Karmila Sembiring	Peran Humas Badan Narkotika	Hasil dari penelitian ini	Persamaan : penelitian sama-sama dilakukan di

	2019, Universitas Medan Area	Nasional Tanah Karo Dalam Memberikan informasi tentang penyalahgunaan Narkoba kepada masyarakat tanah karo	adalah humas BNN Tanah Karo berperan dalam menyebarkan informasi melalui media cetak & media elektronik dengan transparansi. Humas BNN juga berperan dalam menyebarkan informasi berupa layanan yang diberikan oleh instansi BNN, media yang paling sering digunakan adalah media sosial, radio dan media cetak lainnya.	Badan Narkotika Nasional dengan topik peran humas dalam memberikan informasi kepada masyarakat, penelitian sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Perbedaan : Penelitian dilakukan ditempat yang berbeda, pada penelitian milik Nia Karmila dilakukan di Badan Narkotika Nasional tanah karo sedangkan penelitian peneliti dilakukan di BNNK Surakarta.
3.	Eni Lestari, 2020, Universitas Sahid Surakarta	Peran Humas Dalam Sosialisasi Penerimaan Mahasiswa Baru Melalui Media Sosial Instagram Di Politeknik Indonusa Surakarta	Hasil dari penelitian ini adalah humas Politeknik Indonusa Surakarta sudah menjalankan peran humas sebagaimana yang dijelaskan dalam teori Ruslan yakni	Persamaan : Penelitian sama-sama menganalisis mengenai peran humas menggunakan teori ruslan dan menggunakan Instagram sebagai sumber data Perbedaan : Penelitian ini dilakukan di Politeknik

			sebagai fasilitator komunikasi, menjaga hubungan dengan khalayak, sebagai backup manajemen dan membentuk citra.	Indonusa Surakarta sedangkan penelitian milik peneliti dilakukan di BNNK Surakarta.
4.	Rini Wijayanti 2022, ejournal Universitas Slamet Riyadi	Instagram @infobnn_kota_s urakarta sebagai media informasi Pencegahan Pemberantasan Penyalahgunaan Peredaran Gelap Narkotika (P4GN)	Hasil dari penelitian ini adalah Instagram @infobnn_kota_Su rakarta dijadikan sebagai media penyebaran informasi pencegahan, pemberantasan, peredaran gelap narkotika (P4GN) oleh BNNK Surakarta dengan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia diinstagram seperti video IG TV , IG Story dan lain sebagainya.	Persamaan : Sama-sama melakukan penelitian pada objek Instagram @infobnn_kota_surakarta sebagai media informasi di BNNK Surakarta  Perbedaan : Penelitian yang dilakukan Rini Wijayanti lebih berfokus hanya pada Instagram sebagai media penyebaran informasi BNNK Surakarta dan tidak membahas peran humas. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan peneliti melakukan penelitian terkait peran humas dalam mengelola media sosial instagram sebagai media penyebaran informasi oleh BNNK Surakarta.

## 2.2 Definisi Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris disebut *communication* berasal dari bahasa Latin yaitu *communication* dan *communis* yang memiliki arti yang sama. Menurut menurut Effendy (1999:9) Sama dalam artian memiliki maksud dan makna sama. Sama makna yang dimaksud ialah membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Secara sederhana komunikasi merupakan tahapan yang terjadi apabila terdapat kesamaan antara komunikator pesan dengan komunikan baik yang terjadi secara verbal maupun nonverbal.

Menurut Suprpto (2011:6) “komunikasi merupakan proses interaksi antara sesama manusia berdasarkan kutipun tersebut komunikasi adalah aktivitas interaksi yang dilakukan manusia dengan manusia lain, makna untuk mencapai kesamaan dan tujuan”. Definisi yang dikemukakan oleh Suprpto lebih menekankan pada proses interaksi antara sesama manusia untuk mencapai kesamaan makna dan tujuan.

Selain itu, menurut De Vito (1997:23) komunikasi mengacu pada tindakan mengirim atau menerima pesan antara satu orang atau lebih pada konteks tertentu dan menimbulkan umpan balik yang juga dipengaruhi oleh kondisi lingkungan dimana komunikasi itu terjadi. Komunikasi yang diungkapkan oleh De Vito mendeskripsikan bahwa komunikasi memiliki sifat interaksional antar elemen komunikasi. Interaksional mengacu pada partisipan komunikasi yang saling bertukar posisi sebagai komunikator dan komunikan.

Dengan demikian, definisi komunikasi adalah adanya tindakan mengirim atau menerima pesan antara satu orang atau lebih pada konteks tertentu dan menimbulkan umpan balik serta proses tersebut dipengaruhi oleh kondisi lingkungan. Komunikasi bertujuan untuk mencapai kesamaan makna dan tujuan dimana partisipan komunikasi saling berinteraksi satu samalain membentuk komunikasi yang sifatnya interaksional.

## 2.3 Proses Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu proses dimana setiap komponen dalam komunikasi saling terkait satu samalain, sehingga menimbulkan *feedback* atau reaksi. Proses komunikasi adalah proses interaksi atau terjadinya suatu transaksi maksud dari komunikator dan komunikan yang saling terkait. Proses komunikasi

dimulai dari menyusun ide untuk menyampaikan pesan hingga penyampaian pesan dan feedback yang diterima.

Devito dalam Suprpto (2011:33) membagi proses komunikasi menjadi dua tahap, yaitu: tahap sekunder dan tahap primer. Proses komunikasi secara primer merupakan proses penyampaian pikiran atau perasaan kepada oranglain menggunakan suatu media atau lambang. Lambang dalam proses komunikasi primer meliputi gambar, isyarat, warna, bahasa dan lain sebagainya. Sedangkan proses komunikasi secara sekunder merupakan proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada oranglain dengan menggunakan alat sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Proses komunikasi dimaknai dengan bagaimana komunikator mampu menyampaikan pesan kepada komunikan sehingga tercipta kesamaan makna dan tujuan antara komunikator dan komunikan. Apabila komunikan mampu memahami makna dan tujuan komunikator artinya proses komunikasi berlangsung secara efektif. Dengan demikian, proses penyampaian pesan oleh komunikator dan penerimaan pesan oleh komunikan baik secara verbal maupun nonverbal terjalin secara *interaksional*. Dalam proses komunikasi secara umum terdapat empat proses, sebagai berikut :

a. Penyampaian pesan (*Transmitting the message*)

Sumber (*Source*) dalam hal ini bisa berupa individu, kelompok atau organisasi menyampaikan ide atau pemikiran (Pesan) kepada penerima individu, kelompok atau organisasi melalui saluran atau medium tertentu atau tidak.

b. Penerimaan pesan (*Receiving the message*)

Penerima pesan adalah sasaran utama dari pengiriman pesan. Seperti halnya pengirim pesan, penerima pesan juga dapat berupa individu, kelompok, institusi atau bahkan orang dalam jumlah besar.

c. Umpan balik (*Feedback*)

Umpan balik mengacu pada respons dari penerima pesan yang membentuk dan mengubah pesan yang berasal dari sumber. Umpan balik menunjukkan arus sebaliknya dari adanya proses komunikasi.

#### d. Gangguan (Noise)

Gangguan merupakan segala bentuk hal yang mengganggu proses komunikasi.

Berdasarkan definisi proses komunikasi di atas, proses komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator dengan menggunakan media tertentu sehingga komunikan dapat menerima dan menafsirkan pesan tersebut. Secara umum proses komunikasi terjadi melalui proses penyampaian pesan oleh komunikator (*source*), penerimaan pesan oleh komunikan (*Receiving the message*), kemudian menimbulkan umpan balik (*feedback*) yang sifatnya interaksional serta adanya hal-hal yang mengganggu bahkan menghambat proses komunikasi (*noise*).

### 2.4 Pengertian Humas

Pada dasarnya, humas adalah suatu bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan suatu organisasi, baik organisasi komersial maupun non komersial. Menurut Yuni dkk (2002:12) humas menempati posisi strategis terutama dalam kaitannya membangun hubungan organisasi dengan khalayak. Kebutuhan akan kehadiran humas dalam sebuah organisasi tidak dapat dihindari, karena humas menentukan adanya kelangsungan organisasi secara positif.

William L Rivers dkk mendefinisikan humas menurut Kusumastuti (2004:15) humas adalah keterampilan komunikasi gagasan yang ditujukan kepada khalayak yang bertujuan mendapatkan tujuan yang diinginkan yakni citra positif dari khalayak kepada korporasi atau mengubah sikap masyarakat yang sesuai dengan kebijakan organisasi.

Selain itu menurut Scott M. Cutlip dalam Ruslan (2010:25) humas merupakan suatu proses yang dilakukan secara terus-menerus sebagai usaha mengelola dan mendapatkan pengertian dari khalayak yang luas. Humas menjelaskan suatu informasi untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan dari khalayak. Humas menjalankan fungsi manajemen yang menilai sikap khalayak, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara organisasi demi kepentingan khalayak.

Sedangkan menurut Haris Munandar (1992:9) humas adalah keseluruhan komunikasi yang terstruktur baik itu kedalam lingkup organisasi maupun keluar

yakni lingkup publik dalam rangka mencapai tujuan secara spesifik yaitu menimbulkan saling pengertian dan meningkatkan kepercayaan terhadap organisasi. Humas bertindak menjadi komunikator yang menyampaikan dan menyebarluaskan informasi dari organisasi kepada khalayak sebagai sasaran komunikasi. Menurut Effendy (2005:142) humas merupakan suatu metode kegiatan atau tindakan yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Komunikasi berlangsung secara timbal balik atau dua arah.
- b. Kegiatan humas terdiri atas penyebaran informasi, penggiatan persuasi dan pengkajian khalayak secara umum.
- c. Tujuan yang ingin dicapai merupakan tujuan organisasi atau institusi.
- d. Sasaran yang dituju adalah internal dan eksternal organisasi
- e. Efek yang diharapkan adalah terjalin hubungan yang harmonis antara khalayak dan organisasi.

Berdasarkan pendapat-pendapat di atas, definisi humas erat kaitannya dalam membangun hubungan antara organisasi dengan khalayak memiliki tujuan untuk mendapatkan citra positif dari sasaran utama yakni khalayak. Humas merupakan proses yang dilakukan secara terus-menerus dan terstruktur baik didalam lingkup organisasi maupun diluar organisasi. Humas merupakan kegiatan atau tindakan dengan ciri-ciri komunikasi berlangsung secara timbal balik, kegiatan yang dibuat merupakan tujuan organisasi secara khusus dengan sasaran yang tepat serta efek yang timbul dari kegiatan yang disenenggarakan diharapkan dapat membuat hubungan antara organisasi dan khalayak terjalin secara harmonis.

## **2.5 Peran Humas**

Terdapat dua peran humas menurut Lattimore (2010:62) yang secara konsisten muncul dalam risetnya yakni peran humas sebagai teknisi dan sebagai manajemen organisasi. Peran humas sebagai teknisi adalah dengan melakukan kegiatan seperti mengambil dokumentasi atau foto kegiatan, memproduksi informasi, melakukan dan mengelola hubungan dengan media. Adapun peranan humas sebagai manajemen organisasi berfokus pada bagaimana humas mampu mengidentifikasi dan memecahkan permasalahan yang berkaitan dengan tupoksi humas.

Humas juga menjalankan peran sebagai pemberi penjelasan atas sebuah informasi. Humas merupakan orang yang bekerja sebagai komunikator atas suatu kebijakan atau program organisasi dengan khalayak. Dalam pekerjaannya humas memberikan penjelasan mengenai program atau informasi sebagai bentuk implementasi pelayanan organisasi dan menggiring pemikiran khalayak pada tujuan yang ingin dicapai organisasi.

Humas juga menjalankan peran sebagai fasilitator komunikasi dimana humas berada diantara organisasi dan khalayak untuk menjaga komunikasi antar keduanya. Hal ini dilakukan untuk menjaga komunikasi antara organisasi dengan khalayak dapat berlangsung dengan harmonis. Sebagai fasilitator komunikasi humas juga menjebatani pemecahan suatu masalah yang dihadapi khalayak maupun organisasi melalui keahlian humas dalam mengidentifikasi masalah dan kemudian merencanakan langkah penyelesaian yang efektif berdasarkan analisis humas.

Adapun peran humas menurut Dozier dan Broom dalam Ruslan (2012:20) dibagi menjadi empat kategori yaitu :

a. Humas sebagai penasehat ahli

Sebagai praktisi kehumasan, seorang humas harus memiliki kemampuan dalam memecahkan suatu permasalahan yang ada dalam organisasi. Humas harus melakukan analisis terhadap suatu permasalahan yang dialami organisasi guna mendapatkan solusi yang tepat. Solusi tersebut nantinya akan dikoordinasikan dengan internal organisasi kemudian melakukan perencanaan implementasi kebijakan untuk menangani permasalahan yang dihadapi.

b. Humas sebagai fasilitator komunikasi

Sebagai fasilitator komunikasi humas bertindak sebagai komunikator atau mediator antara harapan khalayak dengan organisasi. Sedangkan dari pihak organisasi humas juga dituntut untuk mampu menjelaskan kebijakan atau harapan organisasi kepada khalayak. Sehingga diperlukan komunikasi untuk memfasilitasi tercapainya hubungan yang berlandaskan saling pengertian dan rasa percaya antara kedua pihak.

c. Humas sebagai proses pemecahan masalah

Sebagai proses pemecahan suatu masalah, peran humas sebagai tim manajemen organisasi dilakukan dengan menjadi penasihat pimpinan organisasi dalam pengambilan langkah kebijakan hingga tindakan eksekusi yang dilaksanakan berdasarkan analisis humas pada khalayak. Biasanya dalam menghadapi persoalan krisis tertentu organisasi akan membentuk tim khusus yang dikoordinasi oleh praktisi humas. Sehingga dalam pengambilan kebijakan organisasi nantinya dapat mengatasi dengan langkah rasional dan professional.

d. Humas sebagai teknisi komunikasi

Berbeda dengan ketiga peran humas lainnya yang berkaitan dengan peranan humas sebagai manajemen organisasi. Peran humas sebagai teknisi lebih menekankan pada layanan teknis komunikasi yakni mengelola informasi yang kemudian dipublikasikan melalui media. Peran humas sebagai teknisi dapat ditemukan dalam contoh *press realese* yang dibuat untuk menginformasikan kegiatan kepada khalayak.

Pada intinya teori Ruslan (2012:22) menyatakan bahwa peran utama humas adalah sebagai berikut :

- a. Sebagai komunikator yang bertindak sebagai penghubung antara organisasi dengan khalayaknya. Artinya bahwa humas bertindak memberikan informasi kepada publik yang berkaitan dengan tujuan organisasi selain itu humas berperan mewakili organisasi dalam membentuk komunikasi dua arah atau timbal balik dengan publik internal dan eksternal.
- b. Membangun *relationship* yang positif dan menguntungkan organisasi maupun khalayak. Artinya bahwa tindakan yang dilakukan humas berupaya untuk menjaga dan meningkatkan hubungan yang terjalin antara organisasi dengan publik selain itu humas berperan dalam memelihara dan menciptakan kerjasama organisasi dengan eksternal organisasi untuk mendukung sinergitas tujuan organisasi dapat tercapai.
- c. Sebagai *back up management* yakni humas berperan dalam mendukung fungsi manajemen organisasi. Artinya bahwa humas berperan dalam menunjang aktivitas organisasi dalam mencapai tujuan organisasi.

- d. Membangun citra, artinya humas memiliki peranan dalam upaya mengelola kepercayaan khalayak sehingga organisasi memiliki citra positif. Artinya humas menciptakan kepercayaan publik kepada organisasi terkait kinerja yang dicapai organisasi sehingga masyarakat tidak meragukan integritas dan profesionalitas organisasi.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti menggunakan teori Ruslan (2012:22) untuk menganalisis data terkait peran humas. Pemilihan teori Ruslan ini didasarkan pada penjelasan mengenai peran humas menurut teori Ruslan dapat dipahami secara *komprehensif* dan kesesuaian teori dengan data yang tersedia.

## 2.6 Media Sosial

Media sosial berasal dari dua kata, yaitu “media” dan “sosial”. Media diartikan sebagai alat komunikasi. Sedangkan sosial diartikan suatu realitas sosial individu dalam berinteraksi dan berkontribusi dilingkungan masyarakat. Menurut Paramitha (2011:42) sosial media atau dalam bahasa Indonesia disebut sebagai media sosial adalah suatu teknologi yang didesain sebagai ruang interaksi sosial yang sifatnya praktis dan interaktif. Perkembangan teknologi yang berbasis internet, memberikan kemudahan dalam berbagai hal seperti berkomunikasi dan saling berbagi membentuk suatu jaringan yang saling terhubung secara online. Hal ini memberikan pengaruh dan mengubah pola penyebaran informasi karena jangkauan audiens yang besar.

Sedangkan menurut Gunelius (2011:10) media sosial adalah platform penerbitan informasi online yang merupakan alat komunikasi, situs, dan tujuannya adalah melakukan percakapan, interaksi, dan partisipasi. Definisi media sosial tersebut dikatakan bahwa media sosial mengubah orang dari pembaca konten menjadi penerbit konten sehingga hal ini disebut demokratisasi informasi. Dengan demikian, media sosial membawa pergeseran pada mekanisme penyebaran informasi dengan jangkauan audiens yang besar.

Media sosial hadir dengan berbagai kelebihan hingga menjadi bagian dari kehidupan manusia. Beragam media hadir dan memungkingkan pengguna berinteraksi, berbagi, dan berkomunikasi dengan pengguna lain memungkinkan media sosial menjadi tempat pengguna menghabiskan waktu untuk berinteraksi

secara intens tanpa adanya batasan ruang dan waktu. Pada dasarnya, berbagai kelebihan yang diberikan oleh media sosial merupakan gambaran apa yang terjadi di realitas dunia nyata, yang membedakannya adalah cara terhubung satu sama lain dilakukan secara virtual.

Berbeda dengan media seperti media cetak dan media broadcast yang merupakan media konvensional, media sosial menggunakan internet. Ada beberapa media sosial yang digunakan pengguna untuk berbagi dan mencari informasi saat ini meliputi saluran jejaring sosial media seperti Instagram, facebook, twitter, tiktok, google dan lain sebagainya. Media sosial yang menggunakan jaringan internet tersebut, dapat diakses dimanapun dan kapanpun menggunakan *mobile phone*.

Berdasarkan penjelasan di atas, media sosial adalah tempat dimana seluruh informasi terdesentralisasi dan terdistribusi antar pengguna melalui jaringan internet. Dalam hal ini interaksi antar pengguna akan semakin meningkat karena media sosial membentuk jaringan yang saling terhubung satu samalain.

## 2.7 Instagram

Instagram berasal dari kata “instan” atau “insta”, atau disebut dengan kamera instan karena menampilkan foto-foto dalam tampilannya. Berdasarkan pendapat Putri (2013:14) kata “gram” berasal dari kata “telegram” dengan cara kerja telegram sebagai tempat untuk mengirimkan informasi kepada oranglain. Dengan demikian Instagram merupakan suatu tempat dimana pengguna dapat berbagi informasi dan mengunggah foto kepada pengguna lain dengan menggunakan jaringan internet. Oleh sebab itu Instagram berasal dari kata “instan-telegram”.

Sedangkan menurut Atmoko (2012:10) Instagram adalah aplikasi yang dimiliki smartphone dan merupakan bagian dari media digital dengan fungsi yang hampir sama dengan twitter. Perbedaan Instagram dengan twitter adalah pada bentuk dan tempat berbagi informasi antar penggunanya dimana twitter lebih berfokus pada cuitan atau kalimat sedangkan Instagram berfokus pada pengambilan gambar. Dengan demikian, Instagram lebih memiliki *fitur* yang lebih *artistik* dan lebih bagus.

Instagram memiliki lima menu utama menurut Atmoko (2012:28) antara lain:

*a. Home page*

Tempat dimana foto-foto terbaru yang diunggah pengguna lain yang diikuti (follow) dapat diakses.

*a. Comments*

Fitur berinteraksi dengan pengguna lain di Instagram dengan cara memberikan tanggapan atas unggahan pengguna lain pada kolom komentar.

*b. Explore*

Tampilan yang menampilkan unggahan populer yang sering dicari oleh pengguna lain atau paling banyak disukai.

*c. Profile*

Pada tampilan ini kita dapat mengetahui informasi pengguna lain mulai dari nama, foto unggahan dan informasi lainnya yang dibagikan pengguna tersebut.

*d. News feeds*

Pada tampilan fitur ini merupakan tempat pemberitahuan (*notifikasi*) aktivitas yang berinteraksi dengan akun kita maupun akun pengguna lain yang diikuti (*follow*).

Instagram disebut sebagai layanan photo sharing yang sangat populer karena memiliki kelebihan dalam memberikan efek pada unggahan foto pengguna. Selain itu Instagram juga dapat memberikan efek pada unggahan video pengguna, sehingga kualitas unggahan menjadi lebih artistik. Instagram juga merupakan jejaring sosial karena memfasilitasi antar pengguna dalam berinteraksi. Berikut ada beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di Instagram menurut Atmoko (2012:59), yaitu :

*a. Follow*

*Fitur follow* digunakan untuk mengikuti atau saling mengikuti antar pengguna untuk memungkinkan berinteraksi dalam setiap postingan yang diunggah.

*b. Like*

*Fitur like* digunakan untuk menyukai postingan yang muncul di linimasa Instagram, cara menggunakan fitur ini cukup dengan menekan *icon love* yang

terletak disebelah *fitur* komentar atau dapat dilakukan dengan cara *double tap* (mengetuk duakali).

*c. Mentions*

*Fitur mentions* memiliki arti menandai atau menyebut pengguna lain. *Fitur* ini dapat digunakan dengan cukup menyebut nama akun pengguna lain yang ingin ditandai dalam suatu postingan.

*d. Comments*

*Fitur comments* digunakan untuk berinteraksi dengan lebih interaktif secara personal. Melalui fitur ini pengguna dapat dengan bebas memberikan komentar terhadap pengguna lain dalam unggahan milik mereka.

## **2.8 Korelasi Humas Dengan Media Sosial**

Media sosial sebagai sarana dalam melaksanakan peranan humas tentunya memiliki keterkaitan yang erat satu samalain. Media sosial atau digital media berarti media online yang tersaji di internet, dimana kaitannya dengan praktisi humas adalah mengenai perannya dalam penyebarluasan informasi. Humas menggunakan media sosial sebagai sarana penyebarluasan informasi karena efektivitas sosial media dalam menjangkau khalayak lebih luas. Bahkan media sosial berperan besar dalam membuat opini dan mempengaruhi kepercayaan khalayak terhadap keberadaan organisasi.

Organisasi yang berkualitas harus diimbangi dengan aktivitas sosial media yang baik dalam memberikan pelayanan informasi sesuai kebutuhan khalayak. Humas harus mampu membangun gambaran yang baik dalam pandangan khalayak melalui media sosial yang dikelolanya. Gambaran yang dibangun oleh seorang praktisi humas adalah bagaimana keberadaan organisasi mampu memberikan pelayanan dan melaksanakan tugas serta fungsinya dengan baik sehingga pengelolaan media sosial merupakan langkah yang tepat untuk menjalankan peran humas dalam memberikan informasi melalui saluran media sosial kepada khalayak.

Media sosial digunakan sebagai media publikasi untuk melaksanakan peran humas sebagai fasilitator komunikasi. Dengan memanfaatkan media sosial organisasi maupun institusi dapat berjalan dan mempertahankan eksistensinya.

Dengan demikian, hal ini nantinya akan menjadi suatu keberhasilan bagi praktisi humas apabila dapat membentuk terciptanya hubungan yang harmonis melalui publikasi informasi di media. Adapun beberapa manfaat media sosial bagi humas menurut (Pienrasmi 2015:207) yaitu:

a. Mempertahankan identitas organisasi

Dalam kegiatan humas, media sosial memberikan banyak keuntungan terutama dalam membranding organisasi atau institusi. Humas dapat memberikan informasi mengenai identitas organisasi dengan tujuan mengoptimalkan *brand awareness* pada khalayak. Kegiatan membranding organisasi melalui media sosial tidak hanya mengenai identitas organisasi tetapi juga dapat mencakup lainnya seperti pelayanan.

b. Mengontrol perkembangan isu dan krisis

Media sosial sangat memudahkan praktisi humas untuk mengetahui isu yang sedang menjadi perbincangan khalayak. Melalui media sosial praktisi humas melakukan *monitoring* terhadap trend khalayak untuk menentukan langkah penyampaian informasi atau kebijakan yang sesuai dengan ketertarikan khalayak. Kegiatan *monitoring* juga dapat membantu institusi dalam mengantisipasi ancaman yang berdampak pada eksistensi organisasi.

c. Pelaksanaan CSR (*Corporate Social Responsibility*)

Kelebihan Media sosial dalam menjangkau audiens yang luas juga digunakan praktisi humas untuk menyebarluaskan informasi mengenai kegiatan CSR maupun kegiatan terkait tugas dan fungsi yang dilakukan institusi. Media sosial dimanfaatkan praktisi humas untuk menjadi pertimbangan dalam merencanakan kebijakan atau kegiatan selanjutnya. Selain itu, media sosial juga dimanfaatkan untuk melakukan kampanye kebijakan atau mempengaruhi khalayak untuk ikut serta melakukan hal yang sama.

d. Berhubungan dengan khalayak

Media sosial memfasilitasi praktisi humas untuk membangun hubungan dengan khalayak menjadi lebih erat. Eksistensi media sosial memungkinkan audiens dapat dengan mudah mengakses informasi, sehingga humas dapat membangun hubungan secara intens. Sehingga, aktivitas praktisi humas dalam

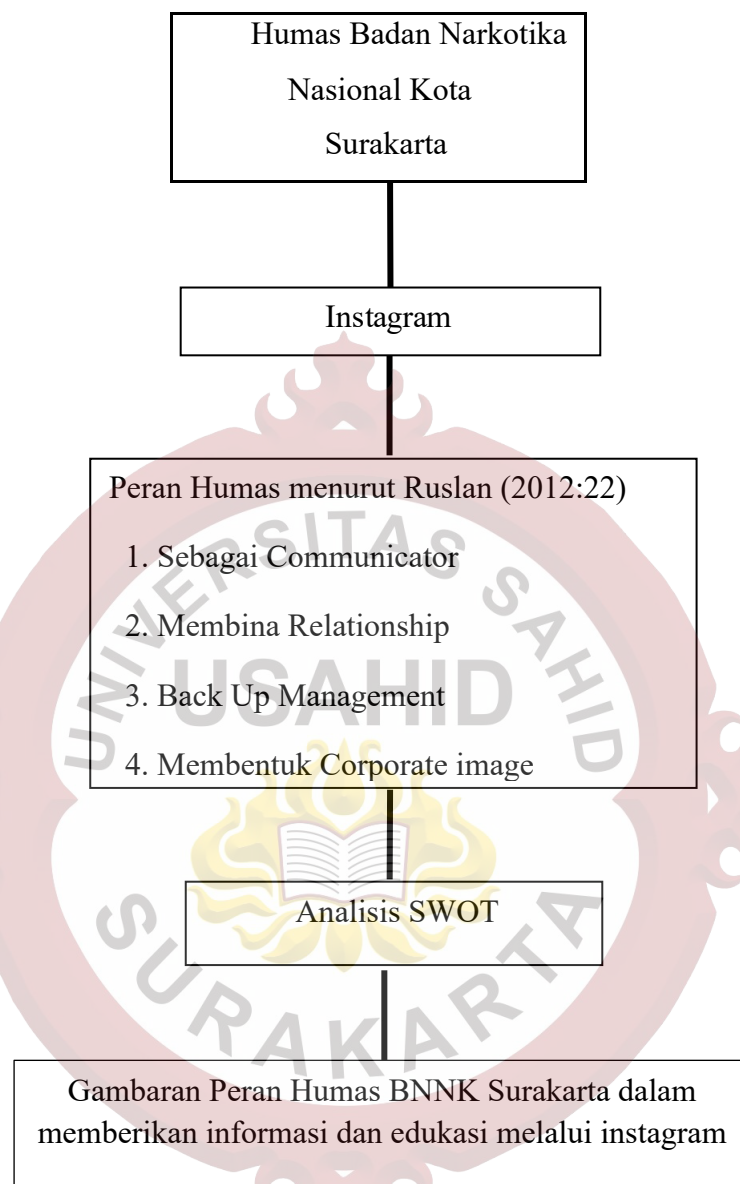
berhubungan dengan khalayak menjadi salah satu bentuk pelayanan yang diberikan organisasi.

## 2.9. Analisa SWOT

Analisa SWOT menurut Philip Kotler (2008:64) adalah suatu penilaian atau evaluasi secara menyeluruh terhadap kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Analisa SWOT merupakan salah satu instrumen lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang dikenal secara luas, didasarkan pada asumsi bahwa strategi yang efektif akan meminimalisir kelemahan dan ancaman yang ada. Analisa SWOT merupakan singkatan dari *strength*, *weakness*, *opportunities* dan *threats* dimana penjelasannya sebagai berikut :

1. Kekuatan (*strength*) adalah sumber daya yang menjadi keterampilan atau keunggulan diantara pesaing perusahaan atau organisasi. Kekuatan adalah kompetensi yang secara khusus dimiliki sehingga memberikan keunggulan bagi perusahaan atau organisasi.
2. Kelemahan (*weakness*) adalah keterbatasan atau kekurangan yang dapat menghambat kinerja efektif perusahaan atau organisasi.
3. Peluang (*opportunities*) adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi.
4. Ancaman (*threats*) adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi.

## 2.10 Kerangka Penelitian



Gambar II.1 Bagan Kerangka Pemikiran

Penelitian ini berusaha menganalisis peran humas pada Badan Narkotika Nasional Kota (BNNK) Surakarta dengan melihat akun instragam resmi BNNK Surakarta sebagai sumber datanya. Tahapan-tahapan penelitian ini dimulai dengan melakukan pengamatan pada akun instragam resmi BNNK Surakarta untuk memperoleh gambaran peran humas yang dilakukan. Analisis peran humas didasarkan pada teori Ruslan (2012:22) yang membagi peran humas menjadi *communicator*, *relationship*, *back up management*, dan *corporate image*.

Selanjutnya penelitian ini juga menjelaskan keunggulan dan kelemahan serta ancaman dan peluang dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil analisis peran humas dan SWOT ini dapat memberikan gambaran Peran Humas BNNK Surakarta dalam memberikan informasi dan edukasi melalui Instagram.

