PERAN HUMAS DALAM IMPLEMENTASI PERATURAN MENTERI PAN-RB NOMOR 83 TAHUN 2012

(Studi Deskriptif Kualitatif pada Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Tengah dalam Penggunaan Instagram)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Disusun Oleh :
Annisa Nur Hanifah
NIM : 14730023

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2019

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Annisa Nur Hanifah

Nomor Induk : 14730023

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/ penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 30 Januari 2019

Yang menyatakan,

METERAI TEMPEL

EEF0AAFF583848263

6000

ENAM RIBU RUPIAH

Annisa Nur Hanifah

NIM. 14730023

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING

UIN.02/KP 073/ PP. 09/21/2011

Hal : Skripsi

Kepada :
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta .

Assalamualaikum, Wr. Wb

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : ANNISA NUR HANIFAH
NIM : 14730023
Prodi : ILMU KOMUNIKASI
Judul :
PERAN HUMAS DALAM IMPLEMENTASI PERATURAN MENTERI PAN-RB NOMOR 83 TAHUN 2012
(Studi Deskriptif Kualitatif pada Bagian Humas Dan Protokol Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Tengah Dalam Penggunaan Instagram)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 08 Februari 2019
Pembimbing

Dr. Yani Tri Wijayanti M. Si
NIP. 19800326 200801 2 010

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-76/Un.02/DSH/PP.00.9/02/2019

Tugas Akhir dengan judul : PERAN HUMAS DALAM IMPLEMENTASI PERATURAN MENTERI PAN-RB NOMOR 83 TAHUN 2012 (Studi Deskriptif Kualitatif pada Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Tengah dalam Penggunaan Instagram)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ANNISA NUR HANIFAH
Nomor Induk Mahasiswa : 14730023
Telah diujikan pada : Kamis, 14 Februari 2019
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos, M.Si
NIP. 19800326 200801 2 010

Penguji I

Niken Puspitasari, S.IP., M.A.
NIP. 19830111 201503 2 004

Penguji II

Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si.
NIP. 19610816 199203 2 003

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 14 Februari 2019
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
DEKAN

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
NIP. 19680416 199503 1 004

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

MOTTO

"Mengeluhlah, tapi jangan pernah menyerah. Bolehlah kau lelah, tapi jangan pernah pasrah.

Beristirahatlah sejenak, tapi jangan lupa untuk segera kembali beranjak"

-Anonymous-

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Almamaterku Tercinta

Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongann-Nya. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang "Peran Humas dan Implementasi Peraturan Menteri PAN-RB Nomor 83 Tahun 2012 (Studi Deskriptif Kualitatif pada Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Tengah dalam Penggunaan Instagram)". Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Moch. Sodiq, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
2. Drs. Siantari Rihartono, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Dr. Iswandi Syahputra, M.Si selaku Dosen Penasehat Akademik.
4. Dr. Yani Tri Wijayanti, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah meluangkan waktu, pikiran dan tenaga untuk membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Niken Puspitasari,S.IP, M.A, dan Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si selaku Dosen Penguji yang telah memberikan kritik dan saran pada penulisan skripsi ini.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

6. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Kedua orang tua tercinta Bapak Rahardi dan Ibu Fatatun Supriyati, kakak-adikku Rifqi dan Rahma atas dukungan secara moril dan materil.
8. Drs. Lilik Henry Ristanto, M.Si, selaku Kabag Humas dan Protokol dan Akhsin Dzul Qurnain, M.M, selaku Kasubag Humas dan Dokumentasi, telah memberikan kesempatan peneliti untuk magang sampai penelitian.
9. Mas Akmal, Bu Susi, Mbak Vera, Mbak Arifa Staf Subbag Humas dan Dokumentasi atas kemudahan, keramahan dan bantuannya.
10. Anggun Lukisari dan keluarga atas tumpangannya selama di Semarang.
11. Sahabat dan teman yang selalu memberikan bantuan, dukungan dan canda tawanya Fatim, Melly, Nurma, Lia, Eva, Dwi,
12. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2014 yang tidak dapat disebutkan satu per satu.
13. Semua pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu per satu.

Kepada semua pihak tersebut semoga amal baik yang telah diberikan dapat diterima di sisi Allah SWT, dan mendapatkan limpahan rahmat dari-Nya, aamiin.

Yogyakarta, 30 Januari 2019
Peneliti

Annisa Nur Hanifah
NIM : 14730023

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

SURAT PERNYATAAN ii

HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING iii

HALAMAN PENGESAHAN iv

HALAMAN MOTTO v

HALAMAN PERSEMBAHAN vi

KATA PENGANTAR vii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR LAMPIRAN xiii

ABSTRACT xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 7
E. Telaah Pustaka 7
F. Landasan Teori 14
G. Kerangka Berpikir 33
H. Metodelogi Penelitian 34

BAB II GAMBARAN UMUM

A. Gambaran Umum Pemerintah Provinsi Jawa Tengah
1. Profil Pemerintah Provinsi Jawa Tengah 42

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

2. Visi dan Misi Pemerintah Provinsi Jawa Tengah 43
3. Lambang Pemerintah Provinsi Jawa Tengah 45
B. Gambaran Umum Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Tengah
1. Profil Bagian Humas dan Protokol 47
2. Letak Geografis Kantor Humas 48
3. Tugas Pokok dan Fungsi 49
4. Struktur Organisasi Bagian Humas dan Protokol 49
5. Sub Bagian 51

BAB III PEMBAHASAN

A. Peran Humas sebagai Penasehat Ahli dalam Implementasi Peraturan Menteri PAN-RB Nomor 83 Tahun 2012 di Instagram 55
B. Peran Humas sebagai Fasilitator Komunikasi dalam Implementasi Peraturan Menteri PAN-RB Nomor 83 Tahun 2012 di Instagram 79
C. Peran Humas sebagai Fasilitator Proses Pemecahan Masalah dalam Implementasi Peraturan Menteri PAN-RB Nomor 83 Tahun 2012 di Instagram 85
D. Peran Humas sebagai Teknisi Komunikasi dalam Implementasi Peraturan Menteri PAN-RB Nomor 83 Tahun 2012 di Instagram 88

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan..... 107
B. Saran..... 108

DAFTAR PUSTAKA..... 110

LAMPIRAN..... xv

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Telaah Pustaka 13

Tabel 2 : Program Kerja Humas Tahun 2018 71

Tabel 3 : Wawancara *online followers* @humas.jateng 98

Tabel 4 : Wawancara *online followers* @humas.jateng..... 101

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Metode POST 29

Gambar 2 : Kerangka Berifikir 33

Gambar 3 : Logo Pemerintah Provinsi Jawa Tengah..... 45

Gambar 4 : Struktur Organisasi Bagian Humas dan Protokol 50

Gambar 5 : Kuis Humas Jateng di Instagram..... 62

Gambar 6 : Akun instagram @humas.jateng 66

Gambar 7 : Segmentasi Pengikut atau Khalayak 74

Gambar 8 : Konten Humas Jateng Flash 92

Gambar 9 : Konten *Human Interest*..... 93

Gambar 10 : Proses Mengunggah Pesan ke Instagram 95

Gambar 11 : *Screenshoot* Komentar Instagram @humas.jateng 102

Gambar 12 : *Screenshoot* Unggahan Penyebaran Program 105

Gambar 13 : Aktivitas Akun Instagram @humas.jateng 106

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: *Interview Guide*

Lampiran 2 : Dokumentasi Penelitian

Lampiran 3 : Surat Izin Penelitian

Lampiran 4 : Sertifikat TOEFL, IKLA, KKN

Lampiran 5 : *Curriculum Vitae*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

ABSTRACT

This research aims to describes the role of the Central Java Province Secretariat Public Relations (Humas Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Tengah) in applying the implementation the PAN-RB Ministerial Regulation number 83 of 2012 in the use of social media instagram @humas.jateng. For how the role of PR Central Java to implemented the steps contained the regulations so that the use of instagram is more directed.

The research method used is a descriptive qualitative. The subjects of research consisted of several informants are the head of Public Relations and Protocol, the head of Public Relations and Documentation sub-section, staff of Public Relations and Documentation sub-section who also to be admin from account instagram @humas.jateng. While the data collection technique are observation, interviews and documentation. The collected data then presented in narrative and analyzed through by data reduction, data presentation and drawing conclusions. To ensure the validity of this research data using data triangulations techniques.

Research findings indicate that Central Java Public Relations has implemented the steps containe in the PAN-RB Ministerial Regulation in the use of instagram @humas.jateng. Central Java Public Relations has executed the role of managerial and then technical. The managerial role of Central Java Public Relations in the implementations of the PAN-RB Ministerial Regulation are social media planning, social media activities, social media strategies, conducting analysis, providing recommendations, controlling up to the evaluation stage. While the technical role are carry out what has been planned and determined by the leadership, making message or content, monitoring coverstations, answering comments and conductiong the process of spreading follow-up policies and program implementation.

Keywords : The Role of Public Relations, Government Public Relations, PAN-RB Ministerial Regulation Number 83 of 2012, Use of Instagram

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Instansi pemerintah baik itu pemerintah pusat maupun pemerintah daerah, dalam menjalankan fungsi dan tugasnya membutuhkan humas sebagai jembatan komunikasi antara pemerintah dengan publiknya. Humas dalam pemerintahan berfungsi membantu menjabarkan dan mencapai tujuan program pemerintah, meningkatkan sikap responsif pemerintah, serta memberi publik informasi yang cukup untuk dapat melakukan pengaturan diri sendiri (Lattimore, 2010:363). Terkait dengan hal tersebut, humas harus mampu mengkomunikasikan kebijakan dan program pemerintah, menampung aspirasi dan membangun hubungan yang baik dengan publik dalam rangka menciptakan citra positif instansinya.

Yuddy Chrisnandi Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi mengungkapkan bahwa kerja keras pemerintah dalam mengerjakan banyak hal akan menjadi sia-sia apabila publik atau masyarakat tidak memahami secara utuh apa yang dikerjakan oleh pemerintah, sehingga opini yang muncul di masyarakat menjadi tidak relevan.

> Berdasarkan hal tersebut humas pemerintah dituntut untuk meningkatkan kualitas komunikasi publik, memanfaatkan media sosial, memanfaatkan relasi dengan media konvensional, serta memahami berbagai persoalan yang terjadi di kementerian atau lembaga lainnya. Ungkap Yuddy yang dilansir dari (http://big.go.id/humas-sebagai-penghubung-pemerintah-dengan-masyarakat/pada 28/02/2018 pukul 15.57 WIB).

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

Media sosial dapat membentuk proses komunikasi dua arah sehingga dapat dilakukan secara langsung tanpa harus bertatap muka atau bertemu langsung. Salah satu hal yang dapat dilakukan humas ialah dengan memanfaatkan media sosial. Media sosial yang berbasis internet ini dapat mempermudah humas pemerintah dalam menyebarkan informasi dan publik juga dapat berinteraksi. Sehingga kebijakan-kebijakan atau program-program yang akan atau sedang dilaksanakan pemerintah dapat diketahui, diawasi dan dikritik oleh publik

Penggunaan atau pemanfaatan media sosial untuk kegiatan humas pemerintah sebagai media penyebaran informasi tentunya didasari dengan berbagai hasil survei tentang tingginya penggunaan internet dan media sosial oleh masyarakat Indonesia. Menurut data dari hasil survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2017 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 143,26 juta jiwa. Angka tersebut meningkat dibandingkan pada tahun 2016 yang tercatat mencapai 132,7 juta jiwa pengguna. Survei tersebut juga menunjukan bahwa sebanyak 58,08 persen pengguna internet di Indonesia berada di Pulau Jawa dan rentang usia 19-34 tahun menjadi kontributor utama dengan presentase 49,52 persen.(http://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/19/161115126/tahun-2017-pengguna-internet-di-indonesia-mencapai-14326-juta-orang diakses pada 22/02/2018 pukul 16.30 WIB).

APJII dalam survei pada tahun 2016 terdapat tiga media sosial yang paling banyak dikunjungi oleh masyarakat Indonesia. Facebook menempati

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

posisi pertama dengan total 71,6 juta pengguna atau 54%. Kedua diduduki oleh media sosial dengan fitur utamanya untuk berbagi foto dan video pendek yaitu Instragram, dengan jumlah pengguna mencapai 19,9 juta atau 15%. Posisi ketiga adalah Youtube dengan 14,5 juta pengguna atau 11%. (https://indonesiaartikel.com/survey-pengguna-sosial-media/ diakses pada 25/02/2018 pukul 07.40 WIB).

Selain dari hasil survei pengguna internet dan media sosial yang tinggi di Indonesia, alasan jarak, waktu dan perilaku masyarakat saat ini yang kekinian dalam kebutuhan informasi akan dapat membantu humas pemerintah untuk menyebarkan program atau kebijakan pemerintah secara cepat dan efisien. Sehingga komunikasi dua arah antara humas yang mewakili pemerintah dengan masyarakat dapat berkesinambungan. Tetapi dalam penggunaan media sosial yang tidak dikelola baik akan membawa dampak negatif, seperti berbagai masukan dan komentar yang tidak direspon, kebingungan informasi, berita negatif atau bohong (*hoax*) bisa masuk tanpa dapat dikendalikan karena arus penyebaran informasi yang berjalan sangat cepat sehingga dapat mempengaruhi citra instansi.

Untuk menunjang hal tersebut, pemerintah melalui Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi membuat Peraturan Menteri No. 83 Tahun 2012 tentang Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah. Peraturan tersebut dibuat tentunya dilandasi berbagai persoalaan, humas pemerintah dituntut untuk meningkatkan kemampuannya dalam menghadapi tantangan dan perubahan lingkungan yang sangat cepat

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

serta mampu berfungsi sebagai jembatan untuk membangun suasana yang kondusif dengan publiknya melalui proses komunikasi yang baik. Humas pemerintah juga mengalami perubahan pendekatan dalam berhubungan dengan media. Apalagi dengan hadirnya media baru (Permenpan, 2012).

Peraturan tersebut bertujuan sebagai acuan humas dalam menjalankan mekanisme pengelolaan media sosial serta menjadi acuan bagi pembuatan petunjuk pelaksanaan/petunjuk teknis pengelolaan media sosial di instansi pemerintah (Permenpan,2012:5). Tentunya hal itu merupakan suatu dukungan bagi humas pemerintah agar mampu memaksimalkan peran dalam membangun komunikasi yang baik dengan publik yang luas. Selain itu, juga sebagai gebarakan humas pemerintah dalam menginformasikan berbagai program pemerintah dengan menggunakan media sosial.

Adanya langkah-langkah yang terdapat dalam permenpan tersebut, membuat aktivitas penyebaran informasi berbasis internet dengan media sosial oleh humas pemerintah tidak boleh asal-asalan. Namun, belum semua langkah-langkah dalam permenpan tersebut di implementasikan oleh humas pemerintah seperti sebagaimana seharusnya. Seperti pemanfaatan dalam bidang kehumasan salah satunya dengan menggunakan media sosial instagram yang dilakukan oleh Humas Provinsi Jawa Tengah. Instagram @humas.jateng sebagai salah satu media sosial yang digunakan bertujuan untuk memberikan informasi dan menjaring anak-anak muda atau kaum milenial agar dapat ikut berpartisipasi dalam setiap kegiatan atau program

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

yang dilakukan oleh pemerintah yang ditampilkan dalam bentuk foto atau video pendek yang menarik.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh perusahaan *research market* dunia Taylor Nelson Sofres Indonesia, mengatakan bahwa mayoritas pengguna aktif instagram di Indonesia adalah anak muda berusia 18-24 tahun (m.tribunnews.com/techno/2016/01/15/mayoritas-pengguna-aktif-instagram-di-indonesia-adalah-anak-muda, diakses pada 25/10/2018 pukul 08.00 WIB). Melihat fenomena saat ini rata-rata anak muda memiliki akun instagram. Humas Jateng sendiri dalam menyebarkan informasi menggunakan berbagi media sosial seperti facebook, twitter, instagram dan youtube. Peneliti memilih instagram karena ada beberapa hal yang menarik untuk diketahui.

Pertama, instagram yang digunakan oleh Humas Jateng termasuk baru tetapi jumlah *followers*-nya sudah lumayan banyak. Data yang dikumpulkan peneliti hingga tanggal 27 Februari 2018 menunjukkan bahwa akun resmi instagram @humas.jateng sudah memiliki pengikut dengan jumlah 2.147. Jumlah tersebut akan terus meningkat mengingat akun @humas.jateng baru digunakan pada awal tahun 2017 dan belum banyak dikenal oleh masyarakat. Kedua, konten yang disajikan berbeda dengan media sosial lainnya karena lebih menekankan pada kualitas visual konten berupa foto atau video pendek sehingga lebih menarik. Ketiga, apakah dalam penggunaan instagram ini Humas Jateng telah menjalankan langkah-langkah pengelolaan yang terdapat dalam permenpan atau hanya dikelola sekedarnya saja.

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

Penggunaan instagram oleh Humas Jateng memang menarik tetapi belum semuanya mengetahui bahwa dibalik tampilan instagram @humas.jateng tersebut terdapat langkah-langkah yang perlu dilakukan sehingga informasi dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat. Adanya penggunaan instagram oleh Humas Jateng sebagai media penyebaran informasi, dimana sebelumnya sudah dikeluarkan Permen PAN-RB No. 83 Tahun 2012 membuat peneliti tertarik untuk mengetahui peran humas dalam implementasi peraturan tersebut terkait dengan penggunaan instagram.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang sudah dijelaskan, maka rumusan masalah yang ditetapkan adalah bagaimana peran Humas Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Tengah dalam implementasi Peraturan Menteri PAN-RB Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah di Instagram?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyebutkan dan menggambarkan peran Humas Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Tengah dalam implementasi Peraturan Menteri PAN-RB Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah di Instagram.

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis
   a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pembelajaran Ilmu Komunikasi khususnya pada kajian *public relations* atau kehumasan.
   b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan konstribusi pengembangan penelitian terkait dengan media sosial.
2. Manfaat praktis
   a. Bagi Humas Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Tengah, dapat menjadi bahan masukan dan evaluasi dalam penggunaan media sosial di instansi pemerintah terkait dengan implementasi Permen PAN-RB Nomor 83 Tahun 2012 di instagram @humas.jateng.
   b. Bagi pihak lain, diharapkan dapat mengetahui dan dijadikan acuan maupun rujukan untuk penelitian sejenisnya.

E. Telaah Pustaka

Sejauh penelusuran peneliti terkait dengan judul penelitian, terdapat tiga penelitian yang menjadi rujukan guna menunjang dan mendukung penelitian tentang *Peran Humas dalam implementasi Peraturan Menteri Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah*, yaitu sebagai berikut.

Pertama, skripsi dengan judul "*Pengelolaan Media Sosial dalam Mewujudkan Good Governance (Studi Kasus Pengelolaan Media Sosial LAPOR! sebagai Sarana Aspirasi dan Pengaduan Rakyat secara Online Oleh*

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

Deputi I Kantor Staf Presiden)" oleh Anindita Lintang Pakuningjati, mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada Yogyakarta tahun 2015. Penelitian ini melihat bagaimana realitas pemanfaatan sosial media sebagai sarana pengaduan dan aspirasi oleh pemerintah melalui *LAPOR!* yang dikelola oleh Deputi I Kantor Staf Presiden sekaligus memberikan gambaran dan pemahaman mengenai manajemen pengelolaan dan proses pengelolaan pesan. Penelitian ini menggunakan langkah pengelolaan media sosial menurut Permen PAN-RB nomor 83 tahun 2012 dan 10 prinsip *good governance* yang dikemukakan Dwiyanto (2005).

Hasil dari penelitian ini, pengelolaan media sosial *LAPOR!* secara umum sudah memenuhi kelima tahapan yang ada dalam permenpan, tetapi pada tahap perencanaan *LAPOR!* tidak melakukan analisa POST. *LAPOR!* melakukan analisa masalah dan peluang dalam bentuk lain meskipun mengandung unsur-unsur POST itu sendiri. Pengelolaan media sosial *LAPOR!* yang dilakukan oleh Kantor Staf Presiden sudah berupaya memenuhi prinsip-prinsip *good governance,* namun belum semua dapat terpresentasi di dalam pengelolaan. Penelitian ini menggunakan Permen PAN-RB sebagai tolak ukur dan teori *good governance.*

Perbedaan penelitian Anindita Lintang Pakuningjati dengan penelitian yang telah dilakukan ialah subyek penelitian ini Deputi I Kantor Staf Presiden, dan obyeknya adalah media sosial *LAPOR!*. *S*edangkan subyek penelitian yang telah dilakukan ialah Humas Sekretariat Daerah Provinsi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

Jawa Tengah dan obyeknya ialah Peran Humas Setda Provinsi Jawa Tengah dalam implementasi Permen PAN-RB No. 83 Tahun 2012 di instagram @humas.jateng. Perbedaan selanjutnya ialah metode yang digunakan, dalam penelitian ini digunakan studi kasus untuk menyelidiki atau menganalisa suatu peristiwa, aktivitas ataupun program dalam jangka waktu tertentu, sedangkan penelitian yang telah dilakukan menggunakan metode studi deskriptif yang berusaha medeskripsikan suatu obyek. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan ialah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif. Kemudian menggunakan Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia No. 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah sebagai tolak ukur pengelolaan media sosial. Dalam penelitian ini kekosongan yang dapat peneliti ambil yaitu, peneliti menemukan metode POST yang digunakan oleh Humas Jateng yang tidak digunakan oleh Humas BPK RI.

Kedua, Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 10, Nomor 2, Desember 2013 hlm 159-178 dengan judul "*Media Sosial dan Peran Manajerial Public Relations PT PLN Persero*", oleh Narayana Mahendra Prasetya, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang membahas peran manajerial *public relations* di PT PLN Persero dalam penyusunan kebijakan penggunaan media sosial untuk lingkungan internal perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Bidang Komunikasi Korporat PT PLN Persero sudah melaksanakan peran manajerial walaupun

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

masih didominasi peran mengkomunikasikan kebijakan. Peran manajerial *public relations* dipengaruhi oleh pemahaman dan pengakuan formal organisasi tehadap peran dan fungsi *public relations* dalam organisasi, jumlah personel di departemen *public relations* dan tumpang tindih kewenangan dengan bidang kerja lain dalam organisasi.

Perbedaan penelitian Narayana dengan penelitian yang telah dilakukan terletak pada subyek dan obyek penelitian. Subyek penelitian ini adalah personel di bidang komunikasi korporat PT PLN Persero dan obyek penelitian ini adalah bidang komunikasi korporat kantor pusat PT PLN Persero. Sedangkan subyek penelitian yang dilakukan adalah Humas Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Tengah, dan obyeknya adalah peran Humas Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Tengah dalam pengimplementasian Permen PAN-RB No. 83 Tahun 2012 Tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah di instagram @humas.jateng. Teknik penelitian yang digunakan penelitian ini adalah studi kasus sedangkan peneltian yang telah dilakukan menggunakan studi deskriptif. Persamaan penelitian ini dengan penelitin yang telah dilakukan ialah konsep peran humas yang digunakan serta sama-sama meneliti tentang humas dan kaitannya dengan penggunaan media sosial. Dalam penelitian ini kekosongan yang dapat diambil yaitu, peneliti tidak hanya membahas mengenai peran manajerial saja tetapi peran manajerial dan peran teknis.

Ketiga, Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 8, Nomor 2, Desember 2017, hlm 101-116, dengan judul "*Pengelolaan Instagram @Humas_Jabar*

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

Oleh Bagian Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat", oleh Alfian Romadhoni, Hanny Hafiar, Kokom Komariah, Program Studi Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana pengelolaan media sosial instagram @humas_jabar oleh bagian Humas Pemprov Jawa Barat yang meliputi proses *share, optimize, manage* dan *engage*. Hasil dari penelitian ini bahwa Humas Jabar pada proses *share* menyadari instagram dapat membuka komunikasi dua arah, namun belum optimal dalam membangun kepercayaan publik. Pada proses *optimize* pemantauan perbincangan belum optimal karena hanya melakukan pengecekan manual. Pada proses *manage*, media monitoring belum optimal karena hanya membuat laporan *followers* dan jumlah posting, *quick response* belum optimal karena hanya melakukan pembalasan pada sore hari. Pada proses *engage*, menentukan *brand influencer* belum optimal karena belum menggunakan *social media tools*. Pada tahap menentukan audiens humas belum tepat karena menentukan audien terlalu luas.

Perbedaan penelitian Alfian dkk., dengan penelitian yang telah dilakukan terletak pada subyek dan obyek penelitian. Subyek penelitian ini ialah Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat dan obyeknya ialah pengelolaan Instagram @humas_jabar oleh bagian humas. Sedangkan subyek dalam penelitian yang telah dilakukan ialah Humas Setda Provinsi Jawa Tengah dan obyeknya ialah peran Humas Setda Provinsi Jawa Tengah dalam implementasi Permenpan RB No. 83 Tahun 2012 tentang Pedoman

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah di Instagram @humas.jateng. Kemudian perbedaan juga terletak pada teori yang digunakan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan ialah pada metode penelitian yaitu sama-sama menggunakan jenis penelitian deskriptif, persamaan selanjutnya ialah sama-sama meneliti tentang humas pemerintah kaitannya dengan penggunaan media sosial instagram. Dalam penelitian ini kekosongan yang dapat diambil yaitu, proses penggunaan instagram dapat diketahui lebih lengkap lagi menggunakan permenpan.

Berdasarkan penjabaran diatas, untuk memudahkan dalam membaca telaah pustaka dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

Tabel 1

Telaah Pustaka

No.	Nama/Asal	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Anindita Lintang Pakuningjati, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Tahun 2015	Pengelolaan Media Sosial dalam Mewujudkan *Good Governance* (Studi Kasus Pengelolaan Media Sosial *LAPOR!* sebagai Sarana Aspirasi dan Pengaduan Rakyat secara Online oleh Deputi I Kantor Staf Presiden	Pengelolaan secara umum sudah memenuhi kelima tahap dalam Permenpan RB No. 83 Tahun 2012, tetapi pada tahap perencanaan *LAPOR!* melakukan analisa masalah dan peluang dengan bentuk lain meskipun mengandung unsur-unsur POST. Prinsip *Good governance* belum semua dapat terpresentasi di dalam pengelolaan.	- Penelitian dengan pendekatan kualitatif. - Menggunakan Permenpan RB No. 83 Tahun 2012 sebagai tolak ukur pengelolaan media sosial	- Subyek dan obyek penelitian. - Metode penelitian studi kasus, peneliti menggunakan studi deskiptif. - Media sosial yang digunakan *LAPOR!*, sedangkan peneliti menggunakan instagram
2.	Narayana Mahendra Prasetya, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2013.	Media Sosial dan Peran Manajerial *Public Relations* PT PLN Persero. Sumber : Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 10, Nomor 2, Desember 2013 hlm 159-178	Bidang Komunikasi Korporat PT PLN Persero sudah melaksanakan peran manajerial walaupun masih didominasi peran mengkomunikasikan kebijakan.	- Penelitian dengan pendekatan kulaitatif. - Menggunakan konsep peran humas - Sama-sama meneliti penggunaan media sosial.	- Subyek dan obyek penelitian - Teknik penelitian studi kasus, peneliti menggunakan studi deskriptif
3.	Alfian Romadhoni, Hanny Hafiar, Kokom Komariah. Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran. 2017	Pengelolaan Instagram @Humas_Jabar oleh Bagian Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat Sumber : Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 8, Nomor 2, Desember 2017 hlm 101-116	Humas Jabar dalam pengelolaan instagram dengan menggunakan proses *share*, *optimize*, *manage* dan *engage* belum optimal dilakukan.	- Metode penelitian deskriptif kulaitatif, - Sama-sama meneliti humas kaitannya dengan penggunaan media sosial instagram.	- Subyek dan obyek penelitian - Teori yang digunakan *the cicular model of some* dari Luttrel, sedangkan peneliti menggunakan konsep peran humas dan 5 langkah dalam permenpan.

Sumber : Olahan Peneliti

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

F. Landasan Teori

1. Hubungan Masyarakat

a. Pengertian Hubungan Masyarakat

Menurut Frank Jefkins dalam (Sari,2012:1) humas adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar antara suatu orgaisasi dengan semua khalayak dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.

Scott M. Cutlip, Aleen H. Center dan Glen M. Broom (2000) dalam bukunya *Efective Public Relations* memberikan definisi *public relations* yaitu :

> *Public Relations is the management function which evaluate public attitudes, identifies the policies and procedures of an individual or an organization whit the public interest, and planss and executes a program if action to earn public understanding an acceptances.* Artinya ialah *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang menilai sikap-sikap publik, mengidentifikasi kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur dari individu atau organisasi atas dasar kepentingan publik dan melaksanakan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan publik (Ardianto, 2013:8).

Menurut definisi kamus terbitan *Institute of Public Relations* (IPR) mendefinisikan humas yakni :

> keseluruhan upaya yang diselenggarakan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayak. Jadi humas adalah suatu rangkaian kegiatan yang di organisasikan sedemikian rupa sebagai suatu rangkaian kampanye atau program terpadu dan semuanya itu berlangsung secara berkesinambungan dan teratur. Kegiatan humas sama sekali tidak bisa dilakukan secara sembarangan atau dadakan (Anggoro, 2005:2).

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

Dr. Rex Harlow dalam bukunya berjudul : *A Model for Public Relations Education for Professional Practices* yang diterbitkan oleh *International Public Relations Association* (IPRA) 1978, mendifiniskan humas sebagai berikut :

> *Public relations is a management function, of a continuing and planned character, trough which public and private organizations and institutions seek to win and retain the understanding, sympathy, and support of those withwhom there are or may be concerned by evaluating public opinion about themeselves, in order to correlate, as far as possible their own policies and procedures, to achieve by planned and widespread information more productive fulfillment of their common interests.* Definisi tersebut dapat diterjemahkan sebagai berikut, humas merupakan fungsi manajemen dari sikap budi yang direncanakan dan dijalankan secara berkesinambungan, yang oleh organisasi-organisasi dan lembaga-lembaga umum dan pribadi dipergunakan untuk memperoleh dan membina saling pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang ada sangkut-pautnya dan yang diduga akan ada kaitannya, dengan cara menilai opini publik mereka, dengan tujuan sedapat mungkin menghubungkan kebijaksanaan dan ketatalaksanaan, guna mencapai kerja sama yang lebih produktif dan untuk memenuhi kepentingan bersama yang lebih efisien, dengan kegiatan penerangan yang terencana dan tersebar luas (Sari, 2012:3-4).

Definisi dari Harlow ini terdiri dari : berbagai tujuan, berbagai proses, dan berbagai tugas *public relations*. Tegasnya, posisi *public relations* dalam organisasi sebagai sebuah peran manejemen (Ardianto, 2013:11). Dari beberapa definisi yang telah dijabarkan diatas, jika peneliti telaah maka terdapat kesamaan terkait dengan pengertian humas, yaitu humas merupakan suatu upaya atau fungsi manajemen yang direncanakan, berkesinambungan dan teratur, serta untuk menciptakan dan membina saling pengertian antara organisasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

dengan publiknya atau mereka yang ada sangkut pautnya terhadap organisasi dengan tujuan untuk memenuhi kepentingan bersama.

Seperti firmah Allah dalam Q.S An-Nahl ayat 125 yang berbunyi:

ٱدۡعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِٱلۡحِكۡمَةِ وَٱلۡمَوۡعِظَةِ ٱلۡحَسَنَةِۖ وَجَٰدِلۡهُم بِٱلَّتِي هِيَ
أَحۡسَنُۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعۡلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِۦۖ وَهُوَ أَعۡلَمُ بِٱلۡمُهۡتَدِينَ
١٢٥

Artinya : *"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk."*

Kaitan antara ayat tersebut dengan definisi humas yaitu dalam usaha membangun saling pengertian antara organisasi/lembaga dengan publiknya, maka humas perlu menyampaikan informasi dengan perkataan yang tegas dan benar agar tidak menimbulkan hal yang membingungkan. Disampaikan dengan pengajaran yang baik agar dapat meluluhkan hati yang keras dan menyajikan argumentasi yang kuat sesuai fakta jika terjadi perdebatan.

b. Fungsi Humas

Edward L. Bernays dalam bukunya *Public Relations* (1952, University of Oklahoma Press) (dalam Sari, 2012:9), mengatakan bahwa terdapat tiga fungsi utama humas, yaitu:

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

1) Memberi penerangan kepada masyarakat.
2) Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung.
3) Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan atau lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.

Menurut pakar humas internasional Cutlip, Center and Canfield (1982) (dalam Sari, 2012:9) fungsi *public relations* dapat dirumuskan sebagai berikut :

1) Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen lembaga/organisasi).
2) Membina hubungan yang harmonis antara badan/organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
3) Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan/organisasi yang diwakilinya atau sebaliknya.
4) Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbang saran kepada pimpinan manajemen demi tujuan dan manfaat bersama.
5) Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari badan/organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

c. Prinsip-Prinsip *Public Relations* dalam Teori *Excellence*

Excellence theory adalah terminologi yang digunakan untuk menggambarkan pengetahuan teoritis dan penemuan penelititan oleh *The International Association of Business Communicators* (IABC). Kajian ini dilakukan oleh James E. Grunig dari Universitas Maryland (Ardianto, 2010:96). Dikutip dari (Kriyantono, 2014:105), teori ini merupakan pengembangan dari empat model *public relations* (Grunig & Hunt, 1984) dan teori *situational of the public* (Grunig, 1979; Grunig & Hunt, 1984).

> Teori *excellence* menjelaskan peran *public relations* menyediakan saluran komunikasi dua arah timbal balik, yang memungkinkan organisasi dan publik berbagi informasi dan menyampaikan gagasan. Agar pesan ini berjalan baik, *public relations* mesti mengombinasikan peran sebagai teknisi dan manajer dengan baik. *Public relations* dituntut tidak fokus hanya sebagai teknisi komunikasi yang banyak melakukan pekerjaan teknis menyampaikan pesan. *Public relations* lebih dituntut menjelaskan peran manajer, yaitu peran yang lebih fokus pada perencanaan strategi mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah (Kriyantono, 2014:114-115).

Teori *excellence* menganggap bahwa *public relations* bukan lagi sekadar berperan sebagai alat persuasif atau sebagai teknisi komunikasi untuk menyebarluaskan informasi. *Public relations* adalah fungsi manajemen yang membantu organisasi berinteraksi dengan komponen sosial dan politik lingkungannya.

Peran sebagai manajer ini, menurut Lattimore, dkk (2007), mencakup *expert prescriber*, *public relations* berperan sebagai konsultan untuk mendeskripsikan masalah yang dihadapi,

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

memberikan pilihan solusi dan menyuperfisi proses pemecahan masalah; *communication facilitator, public relations* berperan sebagai penjaga gerbang (fungsi *boundary-spanning*) yang menghubungakan organisasi dan lingkunganya melalui komunikasi dua arah; *problem solving facilitatator, public relations* adalah patner manajemen senior untuk mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah (Kriyantono, 2014:107).

Agar dapat menghasilkan proses *public relations* yang *excellence*, teori *excellence* memberikan 10 premis yang disebut sebagai 10 prinsip *exellence* atau faktor *excellence* (Kriyantono, 2014:111) sebagai berikut :

1) Organisasi melibatkan aktivitas *public relations* dalam fungsi strategis manajemen.
2) *Public relations* mendapat akses langsung ke dalam kelompok dominan dan dapat langsung berkomunikasi dengan manajer senior.
3) Organisasi harus memiliki fungsi *public relations* yang terintegrasi ke dalam satu departemen sendiri.
4) *Public relations* yaitu fungsi manajemen yang terpisah dari fungsi manajemen yang lain.
5) Manajer *public relations* haruslah orang bercirikan "manajer komunikasi" bukan "teknisi komunikasi".

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

6) Mengadopsi model *two-way symmetric* sebagai basis utama menjalin relasi publik.

7) Komunikasi internal bersifat *two-way symmetric*, berupa desentralisasi struktur yang menjamin otonomi antar bagian.

8) Fungsi *public relations* model *symetric*, peran manajerial, pelatihan akademik *public relations* dan profesionalitas dilaksanakan dengan berdasarkan ilmu pengetahuan.

9) Adanya diversitas peran dalam menjalankan fungsi *public relations.*

10) Mengutamakan kode etik dan integritas profesi.

Berdasarkan penjabaran teori *excellence* diatas, peran humas atau *public relations* sangat penting untuk menjalin hubungan dengan publiknya, akan tetapi humas lebih dituntut untuk menjalankan peran manajerial daripada teknis.

d. Peran Humas

Konsep peran humas pada mulanya dikembangkan oleh Broom dan kemudian oleh Broom dan Smith (Dozier, 1992) dikutip dari (Kusumastuti,2004:24). Dikutip dari Modul Manajemen Hubungan Masyarakat Drs. I Gusti Ngurah Putra, M.A, peranan *public relations* dibagi ke dalam empat kategori yakni *expert prescriber* (ahli pemberi resep), *communication facilitator* (fasilitator komunikasi), *problem solving process facilitator* (fasilitator proses

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

penyelesaian masalah), dan *communication technician* (teknisi komunikasi) (Putra, 2014:1.17-1.18).

1) Penasehat Ahli (*Expert Precriber*)

Menurut Cutlip, Center dan Broom (2009:46) bahwa praktisi yang beroperasi sebagai praktisi pakar bertugas mendefinisikan *problem*, mengembangkan program dan bertanggung jawab penuh atas implementasinya.

> Seorang praktisi humas yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencarikan solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya, hubungan praktisi humas dengan manajemen organisasi seperti hubungan antara dokter dengan pasiennya. Artinya, pihak manajemen bertindak pasif untuk menerima atau memercayai apa yang telah disarankan atau usulan dari pakar humas tersebut dalam memecahkan dan mengatasi persoalan humas yang tengah dihadapi oleh organisasi bersangkutan (Sari, 2012:10).

2) Fasilitator Komunikasi (*Communication Facilitator*)

> Praktisi humas bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Di pihak lain, dia juga dituntut mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan organisasi kepada pihak publiknya. Sehingga dengan komunikasi timbal balik tersebut dapat tercipta saling pengertian, memercayai, menghargai, mendukung dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak (Sari, 2012:10). Praktisi yang berperan sebagai fasilitator komunikasi ini bertindak sebagai sumber informasi dan agen kontak resmi antara organisasi dan publik. Mereka menengahi interaksi, menyusun agenda diskusi, meringkas dan menyatakan ulang suatu pandangan, meminta tanggapan, dan membantu mendiagnosis dan memperbaiki kondisi-kondisi yang menganggu hubungan komunikasi diatara kedua belah pihak (Cutlip, *et al*, 2009:47).

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

3) Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem Solving Process Fasilitator*)

> Peranan praktisi humas dalam proses pemecahan persoalan humas ini merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasehat (*adviser*) hingga mengambil tindakan eksekusi (keputusan) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan profesional. Biasanya dalam menghadapi suatu krisis yang terjadi, maka dibentuk suatu tim posko yang dikoordinir praktisi ahli humas dengan melibatkan berbagai departemen dan keahlian dalam satu tim khusus untuk membantu organisasi, perusahaan dan produk yang tengah menghadapi atau mengatasi persoalan krisis tertentu (Sari, 2012:10).

4) Teknisi Komunikasi (*Communication Technician*)

Berbeda dengan tiga peranan praktisi humas profesional sebelumnya yang terkait erat dengan fungsi dan peranan manajemen organisasi. Peranan teknisi komunikasi ini menjadikan praktisi humas sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan *methode of communication in organization* (Sari, 2012:10).

Menurut Dozier (1992) peranan yang diemban praktisi *Public Relations* dalam organisasi, merupakan salah satu kunci penting untuk pemahaman fungsi *public relations* dan komunikasi organisasi (Sari, 2012:9). Tiga peranan pertama yaitu peran sebagai *expert prescriber*, *communication facilitator*, dan *problem solving process facilitator* akhirnya dipertimbangkan sebagai peranan manajerial, sedangkan peranan *communication technician*

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

dikategorikan sebagai peranan teknis. Ada dua peranan praktisi *public relations* dalam sebuah organisasi, yakni *public relations manager* atau *communication manager role* dan *public relations technician* atau *communication technician role*. Secara ideal, kedua peranan tersebut harus ada dalam praktek *public relations* sebuah organisasi (Putra, 2014:1.20)

> Sebagai manajer humas, praktisi humas melakukan kegiatan pengelolaan terhadap seluruh kegiatan kehumasan yang menjadi tanggung jawabnya. Kegiatan ini meliputi perencanaan, pengimplementasian dan pengevaluasian kegiatan. Sebagai teknisi humas atau teknisi komunikasi, seorang praktisi humas antara lain menjalankan kegiatan-kegiatan teknis untuk mengimplementasikan berbagai kegiatan yang sudah direncanakan oleh manajer humas (Putra, 2014:1.21)

Bagian Humas dan Protokol Pemerintah Provinsi Jawa Tengah mempunyai tugas sebagai jembatan komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat. Berdasarkan penjabaran konsep peran humas tersebut menjadi dasar peneliti untuk mengetahui pelaksanaan peran humas dalam mengimplementasikan Peraturan Menteri Pedayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah di instagram.

2. Humas Pemerintahan

Perbedaan pokok antara fungsi dan tugas humas di instansi pemerintah dengan non pemerintah adalah tidak adanya unsur komersial walaupun humas pemerintah juga melakukan hal yang sama dalam

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

kegiatan publikasi, promosi dan periklanan. Humas pemerintah lebih menekankan pada *public service.* (Ruslan, 2007:341). Humas Jateng sebagai humas pemerintah menggunakan media sosial instagram untuk meningkatkan *public service* berupa publikasi program, kebijakan maupun kegiatan yang dilakukan pemerintah dalam bentuk konten-konten yang lebih menarik.

> Humas di instansi pemerintahan dibentuk untuk mempublikasikan atau mempromosikan kebijakan-kebijkan mereka. Memberi informasi secara teratur tentang kebijakan, rencana-rencana, serta hasil-hasil kerja institusi serta memberi pengertian kepada masyarakat tentang peraturan dan perundang-undangan dan segala sesuatunya yang berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat. Selain keluar, humas pemerintahan dan politik juga harus memungkinkan untuk memberi masukan dan saran bagi para pejabat tentang segala informasi yang diperlukan dan reaksi atau kemungkinan reaksi masyarakat akan kebijakan institusi, baik yang sedang dilaksanakan, akan dilaksanakan, ataupun yang sedang diusulkan (Kusumastuti, 2004:37).

Menurut John D. Millett dalam bukunya *Management in Public Service the Quest for Effective Performance*, artinya Humas/PR dalam dinas instansi/lembaga kepemerintahan terdapat beberapa hal untuk melaksanakan tugas utamanya (Sari, 2012:74), yaitu sebagai berikut :

a. Mengamati dan mempelajari tentang hasrat, keinginan-keinginan dan aspirasi yang terdapat dalam masyarakat (*learning about public desires and aspiration*).
b. Kegiatan memberikan nasihat atau sumbangan saran untuk menanggapi apa sebaiknya dilakukan oleh instansi/lembaga pemerintahan seperti yang dikehendaki oleh pihak publiknya (*advising the public about what is should desire*).

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

c. Kemampuan untuk mengusahakan terjadinya hubungan memuaskan yang diperoleh antara hubungan publik dengan para aparat pemerintahan (*ensuring satisfactory concact between public and goverment official).*

d. Memberikan penerangan dan informasi tentang apa yang telah diupayakan oleh suatu lembaga/instansi pemerintahan yang bersangkutan (*informing and about what an agency is doing*).

Menurut Dimock dan Koening (1987) (dalam Sari, 2012:74) pada umumnya tugas-tugas dari pihak humas instansi atau lembaga pemerintahan yaitu sebagai berikut:

a. Upaya memberikan penerangan atau informasi kepada masyarakat tentang pelayanan masyarakat, kebijaksanaan serta tujuan yang akan dicapai oleh pemerintah dalam melaksanakan program kerja tersebut.

Tugas humas untuk memberikan informasi kepada publik ini juga tercantum dalam Q.S An-Nissa ayat 58 yang berbunyi :

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

۞ إِنَّ ٱللَّهَ يَأۡمُرُكُمۡ أَن تُؤَدُّواْ ٱلۡأَمَٰنَٰتِ إِلَىٰٓ أَهۡلِهَا وَإِذَا حَكَمۡتُم بَيۡنَ
ٱلنَّاسِ أَن تَحۡكُمُواْ بِٱلۡعَدۡلِۚ إِنَّ ٱللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُم بِهِۦٓۗ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ سَمِيعَۢا
بَصِيرٗا ٥٨

Artinya: "*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-*

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat".

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah memerintahkan manusia untuk menyampaikan informasi (amanat) kepada seseorang yang berhak menerima informasi tersebut. Humas pemerintah mempunyai kewajiban untuk menyampaikan informasi yang berhak diketahui oleh masyarakat mengenai perkembangan pemerintahan, kebijakan, kegiatan atau program yang sudah, sedang dan akan dilakukan, karena informasi tersebut merupakan suatu amanat yang harus disampaikan humas agar tidak menimbulkan penilaian yang negatif dari publik.

b. Mampu untuk menanamkan keyakinan dan kepercayaan serta mengajak supaya masyarakat dalam partisipasinya atau ikut serta pelaksanaan program pembangunan di berbagai bidang sosial, budaya, ekonomi, politik serta menjaga stabilitas dan keamanan nasional.
c. Kejujuran dalam pelayanan dan pengabdian dari aparatur pemerintah yang bersangkutan perlu dipelihara atau dipertahankan dalam melaksanakan tugas serta kewajibannya masing-masing.

Humas instansi pemerintahan memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan humas pada umumya, membutuhkan dasar hukum yang jelas dalam menjalankan tugas pokok dan fungsinya. Terlebih, efek dari kinerja humas instansi pemerintah sangat luas dan tidak terbatas kepada sekelompok publik tertentu. Fungsi pokok humas pemerintah Indonesia pada dasarnya antara lain sebagai berikut :

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

a. Mengamankan kebijakan pemerintah.

b. Memberikan pelayanan, dan menyebarluaskan pesan atau informasi mengenai kebijakan dan hingga program-pogram kerja secara nasional kepada masyarakat.

c. Menjadi komunikator sekaligus sebagai mediator yang proaktif dalam menjembatani kepentingan instansi pemerintah di satu pihak, dan menampung aspirasi serta memperhatikan keinginan-keinginan publiknya di lain pihak.

d. Berperan serta dalam menciptakan iklim yang kondusif dan dinamis demi mengamankan stabilitas dan keamanan politik pembangunan nasional, baik jangka pendek maupun jangka panjang (Ruslan, 2007:343-344).

Dalam rangka untuk menunjang pelaksanaan tugas dan fungsi kehumasan, ada beberapa kegiatan yang dihadapinya secara rutin yaitu :

a. Kemampuan membangun dan membina saling pengertian antara kebijaksanaan pimpinan lembaga/instansi dengan khalayak eksternal dan internal.

b. Sebagai pusat pelayanan dan pemberian informasi, baik bersumber dari instansi/lembaga maupun berasal dari pihak publiknya.

c. Menyelenggarakan pendokumentasian setiap ada publikasi dan peristiwa dari suatu kegiatan atau acara penting di lingkungan instansi/lembaga.

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

d. Mengumpulkan berbagai data dan informasi yang berasal dari berbagai sumber, khususnya yang berkaitan dengan kepentingan lembaga/instansi atau mengenai pembentukan opini publiknya (Ruslan, 2007:344).

3. Peraturan Menteri PAN-RB Nomor 83 Tahun 2012 Tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah

Pemerintah Indonesia telah membuat Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaaan Media Sosial Instansi Pemerintah, yang telah dituangkan dalam perundang-undangan di Jakarta pada 16 Januari 2013. Di dalamnya dijelaskan beberapa langkah pengelolaan media sosial sebagai berikut:

a. Perencanaan Media Sosial

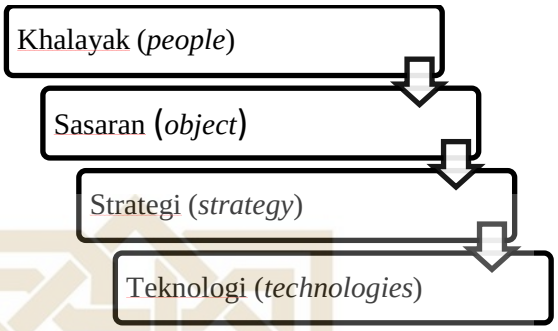
Secara sederhana, perencanaan media sosial dapat dilakukan dengan metode *People-Objectives-Strategy-Technique* (POST) yang merupakan empat tahapan yang sangat penting dalam mengembangkan strategi media sosial.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

Gambar 1

Metode POST (*People-Objectivies-Strategy-Technologies)*



Sumber: Permen PAN-RB No. 83 tahun 2012 bab 3 hal 16

Dari gambar tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Khalayak (*people*) adalah penetapan khalayak yang menjadi sasaran komunikasi instansi dan perilaku *online* khalayak, yang didasarkan pada segmentasi teknografis sosial.
2) Sasaran (*objectives*) adalah penentuan sasaran yang didasarkan pada kebutuhan instansi (mendengarkan aspirasi khalayak dalam memperoleh masukan, menyosialisasikan informasi untuk membangun kesadaran, atau memberdayakan khalayak).
3) Strategi (*strategy*) adalah cara instansi menetukan hubungan dengan khalayak. Strategi ini dapat disusun dari identifikasi-identifikasi yang dilakukan terhadap khalayak dan kapabilitas IT yang dimiliki instansi.
4) Teknologi (*technologies*) adalah penentuan aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan.

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

b. Kegiatan Media Sosial

Kegiatan media sosial merupakan bagian terpadu dari kegiatan komunikasi instansi pemerintah secara menyeluruh. Oleh karena itu, kegiatan tersebut harus diselaraskan dengan kebijakan umum pemerintah. Kebijakan instansi pemerintah yang memiliki akun media sosial tersebut harus tercermin dalam isi media sosial.

Untuk mengelola hubungan masyarakat dengan memanfaatkan media sosial digunakan akun resmi masing-masing instansi pemerintah dengan penanggung jawab (*administrator*) pimpinan dari instansi yang bersangkutan untuk dan atas nama pemimpin instansi. Penanggung jawab berhak sepenuhnya untuk mengunggah informasi yang berkaitan dengan instansi serta menanggapi atau menjawab komentar, pendapat, masukan dan saran khalayak. Dalam pelaksanaan sehari-hari dapat ditunjuk petugas yang khusus mengelola media sosial instansi yang bersangkutan (Permenpan bab 3, 2012:18). Sub Bagian Humas dan Dokumentasi merupakan sub bagian yang mempunyai tugas untuk mengelola akun media sosial Humas Jateng. Sumber daya manusia yang bertugas untuk mengelola akun media sosial humas juga sudah ditunjuk.

c. Strategi Media Sosial

Proses selanjutnya adalah strategi media sosial yang dilakukan dengan merancang pesan yang tepat untuk khalayak sasaran dan menyebarluaskan pada media sosial yang tepat. Pesan yang dimaksud

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

disini adalah pesan dalam aktivitas media sosial dan juga pesan-pesan pendukung yang akan bersifat sebagai sosialisasi media sosial. Strategi dibutuhkan untuk membuat jalannya aktivitas atau pelaksanaan media sosial menjadi lebih teratur dan dapat dikontrol. Penyusunan pesan disesuaikan dengan target yang telah disepakati di perencanaan sebelumnya. Penting untuk menyusun strategi atau pesan ini karena sangat berpengaruh terhadap ketertarikan warga dan jalannya aktivitas nanti (Permenpan bab 3, 2012:19).

d. Langkah Pelaksanaan Media Sosial

Langkah pelaksanaan media sosial terdiri dari delapan elemen, yaitu sebagai berikut (Permenpan bab 3, 2012:19) :

1) Menentukan khalayak sasaran yang tepat sesuai dengan segmentasi teknografis,
2) Memilih dan membuat akun media sosial yang sesuai dengan khalayak sasaran,
3) Membuat dan mengunggah pesan dengan melakukan *tagging*,
4) Memantau percakapan yang terjadi,
5) Menjawab komentar, masukan atau pertanyaan khalayak,
6) Menganalisis dan menyarikan seluruh masukan khalayak (*wisdom of the crowd*) sebagai umpan balik bagi pembuatan/perbaikan kebijakan,
7) Memberikan rekomendasi tindak lanjut kegiatan, program atau kebijakan sesuai dengan masukan dan aspirasi khalayak,

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

8) Menyebarluaskan kebijakan dan tindak lanjut pelaksanaan program.

e. Pemantauan dan Evaluasi Media Sosial

Pemantauan media sosial dikenal juga dengan istilah penyimakan sosial (*social listening*). Kegiatan ini merupakan proses identifikasi dan penilaian mengenai persepsi khalayak terhadap instansi dengan menyimak semua percakapan khalayak di berbagai media sosial. Pemantauan dilakukan untuk mengukur dan menganalisis kecenderungan persepsi, opini dan sikap khalayak terhadap instansi.

Misalnya saja media sosial instagram yang dikelola oleh humas untuk menyebarkan informasi kepada publik, melalui media tersebut dapat dilihat bagaimana respon atau masukan masyarakat terhadap program atau kegiatan yang dilakukan pemerintah. Pemantauan dan analisis tersebut dilakukan terus-menerus dan sewaktu (*real time*) sehingga instansi pemerintah mampu memantau pergerakan naik atau turunnya kecenderungan persepsi, opini dan sikap khalayak terhadap instansi.

Berdasarkan 5 langkah pengelolaan media sosial yaitu perencanaan, kegiatan media sosial, strategi media sosial, pelaksanaan, serta pemantauan dan evaluasi, peneliti dapat melihat dan mengetahui bagaimana proses humas dalam mengimplementasikan Permen PAN-RB Nomor 83 Tahun 2012

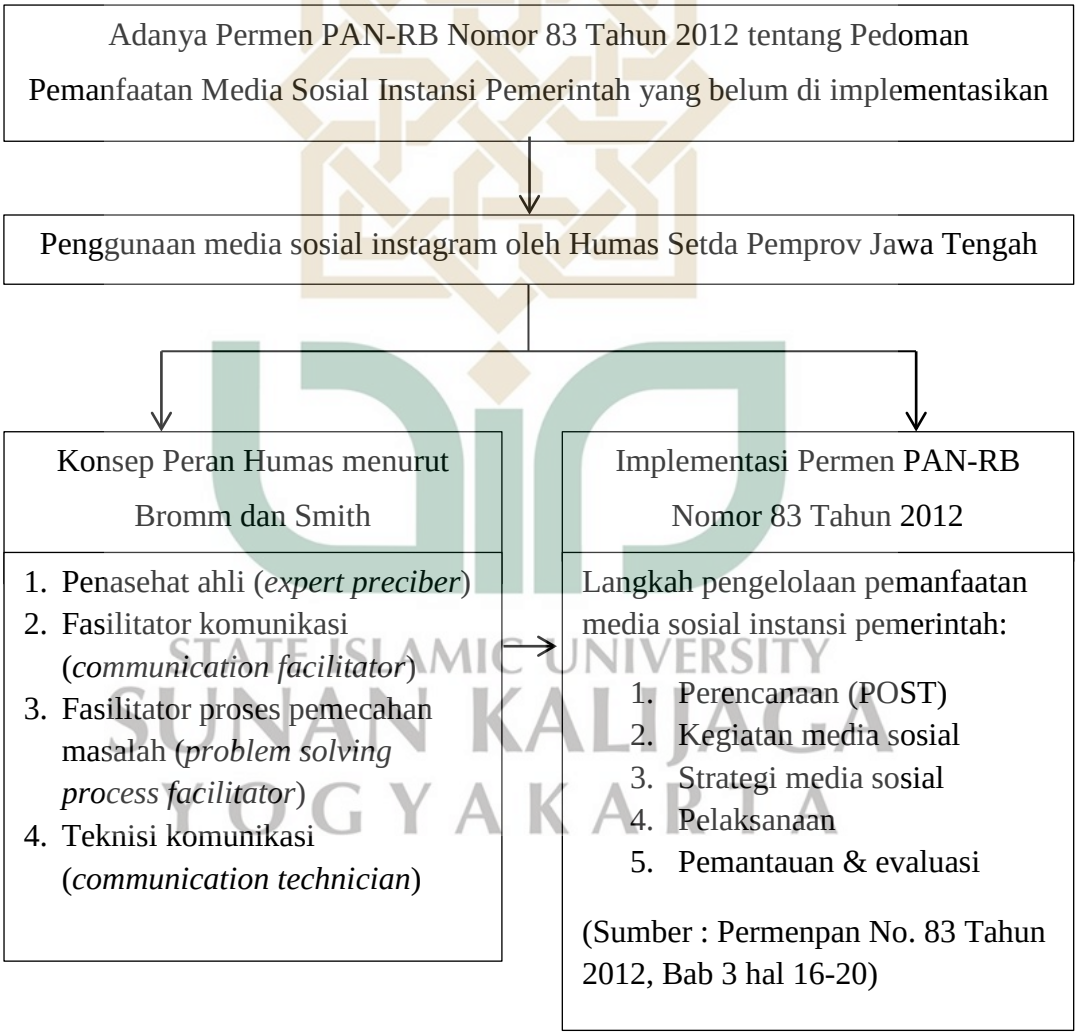
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah di instagram, apakah langkah-langkah dalam peraturan tersebut sudah dijalankan atau belum.

G. Kerangka Berfikir

Gambar 2

Kerangka Berfikir



Sumber : Olahan Peneliti

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

H. Metodelogi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian studi deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau dengan cara-cara kuantifikasi (Ghony, 2012:25). Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapat pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan (Ruslan, 2006:213). Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau obyek tertentu (Kriyantono, 2006:69).

Penelitian deskriptif kulaitatif ini menitikberatkan pada observasi dan suasana ilmiah (*natural setting)*. Peneliti terjun langsung ke lapangan, bertindak sebagai pengamat, ia membuat kategori perilaku, mengamati gejala dan mencatanya dalam buku observasi (Ardianto, 2010:59).

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah benda, hal atau orang yang padanya melekat data tentang objek penelitian (Silalahi, 2010:250). Subyek penelitian ini adalah Humas Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Tengah. Penentuan subyek dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu setiap elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

untuk dipilih menjadi sampel. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan (Sugiyono, 2012:300).

Metode *purposive sampling* digunakan karena elemen-elemen yang dipilih menjadi unit sampel dianggap dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan beberapa informan dari Humas Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Tengah yaitu:

1) Drs. Lilik Henry Ristanto, M.Si, selaku Kepala Bagian Humas dan Protokol.
2) Akhsin Dzul Qurnain, S.E, M.M, selaku Kepala Sub Bagian Humas dan Dokumentasi.
3) Akmaludin, S.Sn, selaku Staf Sub Bagian Humas dan Dokumentasi sekaligus admin akun @humas.jateng.

b. Obyek Penelitian

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Obyek penelitian adalah fokus masalah yang hendak dicari jawabannya melalui penelitian. Adapun yang menjadi obyek penelitian ini adalah peran humas dalam implementasi Permen PAN-RB Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pengelolaan Media Sosial Instansi Pemerintah di instagram.

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2012:308). Berikut adalah penjelasan jenis data dan teknik pengumpulan data yang dilakukan.

a. Jenis Data

Data adalah suatu atribut yang melekat pada suatu obyek tertentu, berfungsi sebagai informasi yang dapat dipertanggung jawabkan, dan diperoleh melalui suatu metode instrumen pengumpulan data (Herdiansah, 2015:8). Terdapat dua jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder.

1) Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari subjek penelitian dengan memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2012:308). Untuk mendapatkan data primer dalam penelitian ini, peneliti melakukan pencarian data kepada narasumber dengan melakukan wawancara pada Humas Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Tengah yaitu Kepala Bagian Humas dan Protokol, Kepala Sub Bagian Humas dan Dokumentasi, Staff Sub Bagian Humas dan Dokumentasi yang bertugas sebagai pelaksana harian atau admin dari instagram.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang secara tidak langsung diperoleh, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2012:309). Data ini sebagai pendukung data primer yang didapatkan. Untuk mendapatkan data sekunder, peneliti melakukan observasi dengan cara mengamati subyek yang diteliti, selain itu dengan dokumentasi berupa peraturan, tampilan instagram ataupun literatur lainnya.

b. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat didefinisikan sebagai satu proses mendapatkan data empiris melalui responden dengan menggunakan metode tertentu (Silalahi, 2010:280). Dalam penelitian ini, sesuai dengan kaidah dalam penelitian kualitatif, terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti sesuai dengan jenis datanya adalah sebagai berikut:

1) Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan (Bungin, 2008:115). Peneliti untuk mengamati atau mencatat suatu peristiwa dengan penyaksian secara langsung, dan biasanya peneliti dapat sebagai partisipan atau observer dalam menyaksikan atau mengamati suatu objek peristiwa yang sedang ditelitinya (Ruslan, 2006:219). Observasi dilakukan peneliti dengan

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

terjun langsung selama beberapa waktu untuk berpartisipasi dan mengamati kegiatan yang dilakukan oleh subyek penelitian serta kegiatan yang terjadi pada media sosial instagram.

2) Wawancara

Wawancara adalah proses percakapan yang berlangsung secara sistematis dan terorganisasi yang dilakukan oleh peneliti sebagai pewawancara dengan sejumlah orang sebagai pihak yang diwawancarai untuk mendapatkan sejumlah informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti (Silalahi, 2010:312). Jenis wawancara yang akan dilakukan adalah wawancara mendalam (*In-Depth Interview*) agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Dalam penelitian ini yang menjadi narasumber atau pihak yang akan diwawancarai adalah Humas Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Tengah yang terdiri dari kepala Sub Bagian Humas dan Protokol, Kepala Sub Bagian Humas dan Dokumentasi, staff Sub Bagian Humas dan Dokumentasi yang bertugas sebagai pelaksana harian atau admin dari instagram. Alat yang digunakan dalam melakukan wawancara adalah alat perekam dan *interview guide.*

3) Dokumentasi

Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Metode ini merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara (Sugiyono, 2012:329). Metode ini dilakukan untuk menunjang pengumpulan

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

data, dengan mengumpulkan data-data atau informasi yang bisa diperoleh dari catatan-catatan resmi, surat, agenda, dokumen-dokumen administratif, buku-buku, foto-foto, artikel yang menyangkut penelitian, bahkan *screenshoot* data dari media sosial yang digunakan humas untuk mendukung data penelitian.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian yang digunakan peneliti adalah dari Miles dan Huberman. Terdiri dari tiga kegiatan yang terjadi secara bersamaan sesuai yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (Silalahi, 2010:334), meliputi :

a. Reduksi data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pumusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstraksian dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catanan tertulis di lapangan (Silalahi, 2010:339). Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, mengolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan finalnya dapat ditarik dan diverifikasi (Silalahi, 2010:340). Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan (Sugiyono, 2012:338).

b. Penyajian data

Penyajian data adalah sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan (Silalahi, 2010:340). Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya (Sugiyono, 2012:341).

c. Penarikan kesimpulan.

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Penarikan kesimpulan adalah kegiatan penggambaran secara utuh dari objek yang diteliti pada proses penarikan kesimpulan berdasarkan data yang telah diperoleh dan diolah pada penyajian data yang telah diverifikasi untuk mendapatkan kesimpulan final (Silalahi, 2010:339-341).

5. Teknik Keabsahan Data

Untuk memperoleh kebenaran penelitian, maka data yang telah berhasil digali, dikumpulkan dan dicatat dalam kegiatan penelitian harus dimantapkan kebenarannya. Metode yang digunakan untuk memeriksa keabsahan data penelititan ini adalah trianggulasi. Teknik keabsahan data yang digunakan oleh peneliti adalah teknik triangulasi sumber data. Cara ini dilakukan dengan membandingkan baik derajat kepercayaan suatu

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

informasi yang diperoleh melalui waktu dan cara yang berbeda dalam metode kualitatif yang dilakukan dengan :

a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain.
e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan (Bungin, 2008:257).

Dalam triangulasi ini peneliti membandingkan data hasil penelitian dengan beberapa cara. Pertama yaitu membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara dengan informan inti. Kedua, membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain, dalah hal ini peneliti mewawancarai beberapa *followers* instagram @humas.jateng sebagai sumber. Peneliti juga menggunakan triangulasi ahli yaitu dosen Ilmu Komunikasi untuk memperkuat data hasil penelitian. Dengan beberapa cara tersebut, peneliti dapat menjelaskan tentang masalah yang diteliti dan mendapatkan data yang dapat dipertanggung jawabkan.

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan di lapangan, pada implementasi Peraturan Menteri PAN-RB Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah, Humas Jateng dalam hal ini Kepala Bagian Humas dan Protokol, Kepala Subbag Humas dan Dokumentasi dan Staf Subbag Humas dan Dokumentasi ternyata tidak hanya terlibat dalam menjalankan peran teknis saja tetapi juga terlibat dalam peran manajerial. Humas Jateng berperan dalam implementasi Permen PAN-RB Nomor 83 Tahun 2012 dalam penggunaan instagram sebagai berikut:

1. Peran Penasehat ahli, Humas Jateng melakukan perencanaan media sosial; kegiatan media sosial; strategi media sosial; pelaksanaan media sosial yaitu menentukan khalayak, memilih dan membuat instagram, *quality control* terhadap proses humas mengunggah konten di instagram; dan terkahir melakukan evaluasi terhadap program kerja
2. Peran fasilitator komunikasi, Humas Jateng menyediakan bahan informasi dalam strategi media sosial, dalam pelaksanaan media sosial Humas Jateng melakukan analisis masukan khalayak dan memberikan rekomendasi kepada gubernur sebagai bahan pertimbangan.
3. Peran fasilitator proses pemecahan masalah, Humas Jateng membantu penasehat ahli dalam memecahakan masalah yang terjadi di instagram seperti, mengkoreksi konten sebelum diunggah oleh admin. Kemudian

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

dalam langkah evaluasi bulanan jika ada respon yang rendah, fasilitator proses pemecah masalah membantu dengan melakukan *crosschek* pada akun instagram apa kesalahannya

4. Peran teknisi komunikasi, dalam kegiatan media sosial admin bertugas untuk mengunggah konten dan membangun hubungan dengan khalayak sedangkan editor sebagai eksekusi konten sebelum diunggah oleh admin. Humas Jateng dalam strategi media sosial mengimpelementasikan program kerja yang dengan menyebarkan konten kegiatan pimpinan dan *human interest.* Dalam pelaksanaan media sosial, Humas Jateng membuat dan mengunggah konten di instagram, memantau percakapan, menjawab komentar dan pertanyaan serta menyebarluaskan kebijakan dan tindak lanjut pelaksanaan program.

B. Saran

Berdasarkan pada kesimpulan yang telah paparkan peneliti, maka pada sub bab ini peneliti akan memberikan saran-saran yang semoga dapat memberikan konstribusi yang baik bagi Humas Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Tengah atau pihak laih nantinya.

1. Bagi Humas Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Tengah

Perlu diperhatikan dalam penggunaan media sosial instagram, karena masyarakat yang menjadi sasaran komunikasi ialah anak-anak muda atau milenial, sehingga konten yang diunggah harus disesuaikan dengan karakteristik khalayaknya. Sebaiknya konten yang diunggah ke akun instagram @humas.jateng jangan selalu meng-*ekspose* sosok

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

gubernur, karena akan menjadi kurang menarik dan tidak banyak yang memberikan komentar sehingga tidak terjadi diskusi yang menarik. Fungsi hiburan, edukasi dan partisipasi perlu ditingkatkan lagi.

Khalayak bukan hanya sekedar menerima informasi, tetapi juga menjadi komunikator dengan memberikan komentar, masukan atau saran kepada pemerintah, sehingga peran humas dalam hal itu perlu ditingkatkan lagi interaktrifitas kepada khalayaknya dalam membalas komentar.

2. Bagi peneliti dengan tema serupa

Secara umun, peneliti menyadari bahwa penelitian ini belumlah sempurna, karena sedikitnya penelitian yang membahas tentang Peraturan Menteri PAN-RB Nomor 83 Tahun 2012 ini dan tingkat subjektifitas peneliti. Untuk itu, akan lebih menraik lagi, peneliti berharap pada penelitian selanjutnya dapat menggali lebih mendalam lagi mengenai peraturan tersebut dengan menggunakan metode studi kasus serta menggunakan media sosial yang berbeda, sehingga peneliti dapat membuat perbandingan dari keduanya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

DAFTAR PUSTAKA

Al-qur'an :

Al-qur'an dan terjemahannya. Diterjemahkan oleh Yayasan Penyelenggara Penterjemahan/Pentafsir Al-Qur'an. Surabaya: Fajar Mulya.

Buku :

Anggoro, M. Linggar. 2005. *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia.* Jakarta : Bumi Aksara.

Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metodelogi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif.* Bandung : Simbiosa Rekatama Media.

———————. 2013. *Handbook of Public Relations : Pengantar Komprehensif.* Bandung : Simbiosa Rekatama Media

Bungin, H.M. Burhan. 2008. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta : Kencana.

Cutlip, Scott M, dkk. 2009. *Effective Public Relations.* Jakarta : Kencana

Ghony, M. Junaidi, Fauzan Almanshur. 2012. *Metode Penelitian Kulaitatif.* Yogyakarta : Ar Ruzz Media.

Herdiansyah, Haris. 2015. *Wawancara, Observasi, dan Focus Group : Sebagai Instrumen Penggalian Data Kualitaitf.* Jakarta : Rajawali Pers.

Kriyantono, Rachmat. 2006. *Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran.* Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

———————. 2014. *Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal : Aplikasi Penelitian dan Praktik.* Jakarta : Kenacana Pernamedia Group.

Kusumastuti, Frida. 2004. *Dasar-Dasar Hubungan Masyarakat*. Bandung : Ghalia Indonesia.

Lattiomore, dkk. 2010. *Public Relations : Profesi dan Praktek.* Jakarta : Salemba.

Sari, Betty Wahyu Nilla. 2012. *Humas Pemerintah.* Yogyakarta : Graha Ilmu.

Silalahi, Ulber. 2010. *Metode Penelitian Sosial.* Bandung : Sosial Refika Aditama.

Ruslan, Rosady. 2006. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi.* Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

————. 2007. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi : Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta : RajaGrafindo Persada.

Dokumen Peraturan :

Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Revormasi dan Birokrasi Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instasi Pemerintah.

Peraturan Gubernur Nomor 54 Tahun 2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Tengah.

Internet :

http://jatengprov.go.id, diakses pada 22/02/2018 pukul 16.18 WIB.

http://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/19/161115126/tahun-2017-pengguna-internet-di-indonesia-mencapai-14326-juta-orang, diakses pada 22/02/2018 pukul 16.30 WIB.

https://indonesiaartikel.com/survey-pengguna-sosial-media/, diakses pada 25/02/2018 pukul 07.40 WIB.

http://big.go.id/humas-sebagai-penghubung-pemerintah-dengan-masyarakat/, diakses pada 28/02/2018 pukul 15.57 WIB.

m.tribunnews.com/techno/2016/01/15/mayoritas-pengguna-aktif-instagram-di-indonesia-adalah-anak-muda, diakses pada 25/10/2018 pukul 08.00 WIB.

https://www.instagram.com/p/BnIMxifhBVZ/?utm_source=ig_web_copy_link, diakses pada 14/11/2018 pukul 10.15 WIB.

https://www.instagram.com/p/Bj3iMZYlVjv/?utm_source=ig_web_copy_link , diaksses pada 14/11/2018 oukul 10.19 WIB.

https://www.instagram.com/p/BiYXNv4FlBY/?utm_source=ig_web_copy_link\ diakses pada 22/11/2018 pukul 11.20 WIB.

https://www.instagram.com/p/BlcDL0xlEKZ/?utm_source=ig_web_copy_link diakses pada 22/11/2018 pukul 11.27 WIB.

https://www.instagram.com/p/BmNj6DXAPgi/?utm_source=ig_web_copy_link, diakses pada 22/11/2018 pukul 12.00 WIB.

https://www.instagram.com/p/BmVqObbADnF/?utm_source=ig_web_copy_link (diakses pada 22/11/2018 pukul 12.10 WIB).

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)

Jurnal dan Skripsi

Alfian Romadhoni, Hanny Hafiar dan Kokom Komariah. 2017. *"Pengelolaan Instagram @Humas_Jabar Oleh Bagian Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat"*, Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 8, Nomor 2, Desember 2017 hlm 101-116, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung.

Anindita Lintang Pakuningjati. 2015. *"Pengelolaan Media Sosial dalam Mewujudkan Good Governance (Studi Kasus Pengelolaan Media Sosial LAPOR! sebagai Sarana Aspirasi dan Pengaduan Rakyat secara Online Oleh Deputi I Kantor Staf Presiden)"* Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.

Narayana Mahendra Prasetya, 2013. *"Media Sosial dan Peran Manajerial Public Relations PT PLN Persero"*, Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 10, Nomor 2, Desember 2013, hlm 159-178, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Putra, I Gusti Ngurah. 2014. *SKOM4327/Modul 1. Manajemen Hubungan Masyarakat.* Hal. 1.1-1.35.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (02.04.2019)