

BAB II KERANGKA TEORI

A. Landasan Teori

Untuk menjawab dari penelitian ini peneliti akan menjelaskan tentang teori yang di ambil dalam mengambil dasar teori diantaranya tentang, politik, komunikasi politik, media sosial, citra dan strategi komunikasi politik humas DPRD sebagai pemegang pemasaran pemerintahan daerah terkait memberi informasi, berita dan pesan kepada publik/masyarakat. Hal ini yang menjadikan landasan teori agar terfokus terhadap rumusan masalah yang ingin peneliti kaji. Dapat di tarik kesimpulan dengan adanya teori ini mempermudah jalannya penelitian, sehingga terfokus pada permasalahan-permasalahan atau penelitian yang ingin peneliti kaji.

1. Komunikasi Politik

Komunikasi politik adalah komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh dan tujuan-tujuan tertentu sesuai dengan harapan, sehingga masalah yang dibahas oleh kegiatan komunikasi ini dapat mengikat semua warga dengan saksi yang ditentukan bersama melalui lembaga politik.

Michael Rush dan Philip Althoff mengemukakan komunikasi politik sebagai sebuah proses dimana informasi politik yang relevan diteruskan dari satu bagian sistem politik kepada bagian lainnya, dan diantara sistem sosial dengan sistem-sistem politik. mengenai poses-poses komunikasi politik ini berjalan secara berkesinambungan dan mencakup pola dimana terjadi pertukaran informasi terhadap individu-individu ataupun kelompok-kelompoknya pada semua tingkatan.¹

Sedangkan pengertian Rusadi Kantaprawita menjelaskan pada kegunaannya, diantaranya yaitu menghubungkan pikiran politik yang hidup dalam masyarakat, baik dari pola pikir, golongan, institusi, asosiasi, ataupun sektor kehidupan politik, hubungan masyarakat dengan sektor kehidupan politik pemerintahan. Komunikasi politik merupakan kegiatan penyampaian pesan-pesan politik oleh aktor-aktor politik kepada pihak lainnya, selain itu menurut Maswadi Rouf tentang komunikasi politik adalah komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh sedemikian rupa sehingga

¹ A P Soemarno, "Hakikat Komunikasi Politik Tinjauan Filosofis, Teoritis, Empiris Dan Hakikat Feedback Atau Respons," *Pustaka.Ut.Ac.Id*, n.d., 1–36.

masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi tersebut dapat mengikat suatu kelompok atau masyarakat tentunya.²

Al-Qur'an menyebutkan komunikasi sebagai salah satu fitrah manusia. Untuk mengetahui bagaimana manusia seharusnya berkomunikasi. Al-Qur'an memberikan kata kunci (*keyconcept*) yang berhubungan dengan komunikasi. Al-Syaukani, misalnya mengartikan kata kunci al-bayan sebagai kemampuan berkomunikasi. Selain itu, Al-Qur'an menyebutkan komunikasi adalah al-qaul. Mengena ikata al-qaul tersebut, Jalaluddin Rakhmat menjelaskan prinsip, qaulan sadidan yaitu kemampuan berkata benar atau berkomunikasi dengan baik. Dengan berkomunikasi, maka manusia bisa mengekspresikan dirinya, dalam membentuk jaringan interaksi sosial, dan mengembangkan kepribadiannya.

Para pakar komunikasi sepakat dengan pakar psikolog bahwa kegagalan komunikasi berakibat fatal baik secara individual maupun sosial. Secara individual, kegagalan komunikasi menimbulkan frustasi; demoralisasi, alienasi, selain itu juga seperti ada kejanggalan terhadap dirinya sendiri merasa kurang percaya diri dan juga gangguan psikolog. Secara sosial, kegagalan komunikasi menghambat saling pengertian, menghambat kerja sama, menghambat toleransi, dan merintangi pelaksanaan norma-norma sosial Al-Qur'an menyebut komunikasi sebagai salah satu fitrah manusia. Dalam QS. Al-Rahman (55) / 1 – 4:

الرَّحْمَنُ عَلَّمَ الْقُرْآنَ ۖ خَلَقَ الْإِنْسَانَ ۖ عَلَّمَهُ الْبَيَانَ ۖ

artinya : (*tuhan*) yang Maha pemurah, Yang telah mengajarkan Al-Qur'an. Dia menciptakan manusia. Mengajarnya pandai berbicara.³

Al-Syaukani dalam Tafsir Fath al-Qadir disebut dengan al-bayan yaitu sebagai kemampuan berkomunikasi. Untuk mengetahui bagaimana orang-orang seharusnya berkomunikasi secara benar (*qaulan sadidan*), harus dilacak kata kunci (*key-concept*) yang dipergunakan Al-Qur'an untuk komunikasi. Selain al-bayan, kata kunci untuk komunikasi yang banyak disebut dalam Al-Qur'an adalah “al-qaul” dalam konteks perintah (*amr*), dapat disimpulkan bahwa ada enam prinsip

² Sahya Anggara, “Buku Sistem Politik Indonesia.Pdf,” 2013. 1-10.

³ Departemen Agama RI, al-Qur'an dan Terjemahnya (Semarang: Toha Putra, 2001), 885.

komunikasi dalam Al-Qur'an yakni qaulan sadidan (QS. 4: 9: 33: 70), qaulan balighan (QS. 4:63), qaulan mansyuran (QS. 17:28), qaulan layyinan (QS. 20:44), qaulan kariman (QS. 17:23), dan qaulan marufan (QS. 4:5).

Menurut Maswadi Rauf dan Mappa Nasrun, komunikasi politik menjelaskan bahwa komunikasi politik merupakan objek kajian dalam ilmu politik karena informasi yang disampaikan dalam proses komunikasi bersifat politis, yaitu berkaitan dengan negara, pemerintahan dan kekuasaan politik negara. pemerintah.informasi. Aktivitas komunikator sebagai aktor (*aktor*). politik.⁴ Komunikasi sebagai kegiatan politik, dalam hal tersebut adanya penyampaian pesan-pesan politik oleh aktor-aktor politik kepada pihak lain dalam sistem politik.

Selain itu, Komunikasi politik menghubungkan semua bagian dalam sistem politik sehingga aspirasi dan kepentingan diwujudkan dalam berbagai kebijakan-kebijakan. Susanto Muhtadi mendefinisikan "komunikasi politik sebagai komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh sedemikian rupa, sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi ini dapat mengikat semua warganya melalui suatu sanksi yang ditentukan bersama".⁵

Menurut Kantaprawira⁶ mengenai sisi dan kegunaannya, Komunikasi politik membantu menghubungkan ide-ide politik dalam masyarakat, baik dalam kelompok, institusi, asosiasi, atau sektor kehidupan politik dalam pemerintahan. Sementara itu, P. Anthonius Sitepu mengatakan bahwa komunikasi politik merupakan proses transisi. (*Transmission*) Informasi (*berupa data, informasi, atau gambar*), yang mengandung maksud dan makna komunikator kepada komunikator, mengenai proses menjelaskan kekuasaan, wewenang, kehidupan publik, pemerintahan, negara, kebijakan, pengambilan keputusan, dan distribusi atau distribusi. Berdasarkan berbagai pengertian komunikasi politik, dapat disimpulkan bahwa komunikasi politik adalah suatu proses komunikasi berupa simbol komunikasi yang menyampaikan simbol atau berisi informasi

⁴ Sitepu, P. Anthonius. *Studi Ilmu Politik*. Yogyakarta: 2012, Graha Ilmu. 12-17.

⁵ Muhtadi, Asep Saiful. *Komunikasi Politik Indonesia Dinamika Islam Politik Pasca-Orde Baru*. Bandung: 2008 PT Remaja Rosdakarya. 5-10

⁶ Kantaprawira, Rusadi. *Sistem Politik Indonesia: Suatu Model Pengantar*. Bandung, 1999: Sinar Baru Algensindo.

politik yang mempengaruhi individu atau kelompok yang mempengaruhi aktivitas politik.⁷

Sedangkan politik merupakan proses pembuatan kebijakan pada sebuah Negara dengan tujuan untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu politik juga dikatakan sebagai proses untuk mendapatkan kewenangan dan juga kekuasaan dalam sebuah Negara. Adapun mengenai komunikasi politik ada beberapa fungsi komunikasi diantaranya sebagai berikut:

a. Fungsi- Fungsi Komunikasi Politik

MacNair menjelaskan teori komunikasi politik sebagai suatu disiplin ilmu, yang memiliki lima fungsi dasar yaitu: *Pertama*, memberikan informasi kepada masyarakat tentang apa yang terjadi di lingkungan sekitar. Sebagaimana Media komunikasi memiliki fungsi pengamatan dan fungsi monitoring yang terjadi dalam masyarakat. *Kedua*, memberikan wawasan kepada masyarakat, terhadap arti dan fakta-fakta yang ada secara signifikan. *Ketiga*, menyediakan diri sebagai platform untuk menampung masalah-masalah politik sehingga dapat menjadi wacana dalam membentuk opini dan mengembalikan hasil opini kepada masyarakat. *Keempat*, membuat publikasi yang ditunjukkan kepada pemerintah dan lembaga-lembaga politik. *Kelima*, media politik dalam masyarakat demokratis berfungsi sebagai saluran advokasi yang dapat membentuk kebijakan dan program lembaga politik dapat disalurkan kepada media massa.⁸

Dilihat dari hakikat komunikasi politik ini merupakan sebuah usaha yang dilakukan oleh sekelompok manusia yang memiliki tujuan pemikiran politik dengan harapan mendapat kekuasaan dan kewenangan. Orientasi lain tentang komunikasi politik dibagi menjadi 2 yaitu ; pertama, komunikasi politik selalu terfokus pada nilai dan upaya-upaya untuk mencapai sebuah tujuan. Kedua, komunikasi politik ber orientasi menjamin masa depan dan juga senantiasa memperhatikan peristiwa di masa lampau. Komunikasi politik berperan penting dalam menekankan pada nilai budaya politik yang berasal dari pemikiran masyarakat terhadap generasi penerus.

⁷ Sitepu, P. Anthonius. *Studi Ilmu Politik*. Yogyakarta, 2012: Graha Ilmu. 1-20

⁸ Sitepu, P. Anthonius. *Studi Ilmu Politik*. Yogyakarta, 2012: Graha Ilmu. 20-25.

b. Tujuan Komunikasi Politik

Adanya komunikasi politik pasti berkaitan erat dengan pesan politik yang disampaikan komunikator. tujuan komunikasi politik sendiri bergaris bawah diantaranya sebagai berikut:⁹

1) Citra Politik

Kesimpulan terhadap citra politik ini merupakan gambaran seseorang terkait dengan politik yang dimilikinya atau lebih dominan pada pendapat umum politik.

2) Opini Publik

Opini publik pada komunikasi politik lebih dominan terhadap terbentuknya sebuah opini publik bertujuan untuk mendorong adanya partisipasi politik. yaitu kebebasan dalam berpendapat, menyatakan kehendak dan gagasan.

c. Unsur-unsur Komunikasi Politik

Komunikasi politik memiliki beberapa unsur yang menjadikan sebuah komunikasi antara komunikator dengan komunikan, bertujuan mewujudkan sebuah persamaan visi dan misi yang sejalan. Berikut beberapa unsur komunikasi politik yaitu:¹⁰

1) Komunikator

Komunikator politik adalah seorang individu yang memiliki struktur kekuasaan, individu tersebut biasanya menduduki suatu institusi, asosiasi, dan partai politik. komunikator sendiri merupakan bagian terpenting dalam proses berlangsungnya komunikasi. Komunikator politik memiliki kekuasaan dalam mengelola dan juga mengendalikan pesan-pesan komunikasi dalam sebuah lembaga, seperti halnya partai politik ataupun lembaga pemerintahan.

2) Komunikan

Komunikan merupakan sebuah individu maupun sekelompok masyarakat yang berada dalam institusi, organisasi, masyarakat dan lembaga partai politik.

3) Pesan Politik

Pesan sendiri berupa ide ataupun gagasan yang disampaikan komunikator terhadap komunikan. Pesan

⁹ Husein Umar, "Universitas Indonesia ", 2005, 63–77.

¹⁰ Shahreza, "Pengertian Komunikasi Politik.", no. 893, 2018,. 26-30

politik ialah pernyataan yang di sampaikan, baik secara tertulis maupun tidak tertulis, baik secara verbal maupun non-verbal, tersembunyi ataupun terang-terangan, baik disadari maupun tidak di sadari yang isinya mengandung unsur politik. misal melalui pidato politik, penyampain undang-undang kepartaian, undang-undang pemilu, pernyataan terkait artikel atau isi buku, brosur dan berita-berita televise, radio, surat kabar, dan internet yang berisi ulasan politik dan pemerintahan.

4) Saluran atau Media Sosial

Saluran atau media sosial merupakan alat atau sasaran yang digunakan para aktor komunikator dalam menyampaikan sebuah pesan-pesan politik. melalui penyampaian para komunikator terdapat beberapa media diantaranya media cetak, yaitu surat kabar, majalah buku. Media elektronik misalnya televise, film, radio, video, computer, internet. Media format kecil, misal media pamphlet, brosur, selebaran, stiker, bulletin. Media luar ruangan, misal baliho, spanduk, reklame, elektronik board, bendera, pin, logo, topi, rompi, kaos oblong, iklan mobil, kalender, kulit buku, block note, pulpoin, gantungan kunci, dan segala sesuatu yang bisa digunakan untuk membangun citra politik.

5) Penerima pesan atau sasaran penerima pesan politik

Penerima pesan atau sasaran ialah anggota masyarakat yang diharapkan dapat memeberi dukungan dalam bentuk pemeberian suara (*vote*) kepada seseorang maupun dalam suatu organisasi terhadap jalannya pemilihan umum. Mereka adalah masyarakat khalayak diantaranya pengusaha, pegawai negeri, buruh, ibu rumah tangga, dan semua masyarakat yang memenuhi cukup umur untuk ikut serta dalam jalannya pemilihan umum.

6) Aktor Komunikasi Politik Humas DPRD

Aktor komunikasi Politik Humas DPRD juga diartikan sebagai *Publik Relations*, yang di miliki oleh lembaga yaitu DPRD Kabupaten Demak tentunya. Humas atau *Publik Relations* adalah aktor yang berkerja dan berusaha menciptakan sebuah citra positif, opini publik, selain itu kegiatan tersebut bertujuan memeperoleh *goodwill*, kepercayaan, saling pengertian, citra yang baik dari publik atau masyarakat. Adapun mengenai

humas pemerintahan yaitu divisi humas milik Negara yang bekerja di pemerintahan pusat maupun pemerintah daerah.

adapun hal tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa divisi humas (*hubungan masyarakat*) memiliki peran terhadap jalannya pemerintahan pusat maupun daerah untuk memecahkan suatu masalah dalam instansi. Selain itu humas juga harus memiliki komunikasi yang handal, mampu berkomunikasi dengan baik terhadap publik atau masyarakat. Diantaranya memeberikan nasehat dikala krisis, juga harus memanajemen komunikasi internal dalam instansi yaitu menciptakan iklim atau pesan positif antar atasan dan bawahan di dalam perusahaan.

2. Strategi Komunikasi Politik Humas atau *Public Relations*

Humas atau *public relation* merupakan suatu kegiatan yang bertujuan memperoleh *goodwill*, kepercayaan, saling pengertian, citra yang baik dari masyarakat, maupun dari publik. Mengenai kegiatannya *public relations* berusaha menciptakan citra positif atau opini publik yang menguntungkan semua pihak.

Ada beberapa devinisi *Publik Relations webster's New Word Dictionary* menyebutnya sebagai “hubungan dengan masyarakat luas, seperti melalui publisitas, khususnya terhadap fungsi-fungsi koprasi, lembaga organisasi, dan semua yang berhubungan dengan usaha untuk menciptakan opini publik dan juga citra yang menyenangkan untuk dirinya sendiri.”¹¹

Jefkins menjelaskan tentang *public relation* adalah sebuah komunikasi yang terbentuk dan terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang pada dasarnya saling pengertian. Pada penjelasan tersebut tentang *public relations*, maka dapat di artikan sebagai suatu kinerja yang sudah terencana dalam upaya membentuk opini publik yang baik sehingga timbul citra perusahaan yang baik dan upaya menjalin hubugan saling adanya pengertian yang sifatnya hubungan timbal balik dengan publiknya.¹²

¹¹ Frazier Moore, “*Humas Membangun Citra Dengan Komunikasi*”, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004), 6.

¹² Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. “Effective Public relation”. jakarta: Kencana, Prenada Media Group. 2011. 1-6

Menurut Faruq Alhasbi mendefinisikan dakwah sebagai sistem komunikasi dimana adanya interaksi antara individu ataupun sekelompok manusia yang bertujuan memindahkan umat dari situasi yang negative (*jahiliyah*) menuju situasi positif. Mengenai definisi tersebut bisa dikatakan makna dari public relations, yaitu komunikasi yang bertujuan untuk mencapai hubungan harmonis antara institusi/perusahaan dengan publiknya, serta untuk menciptakan opini public yang positif melalui bentuk hubungan komunikasi politik instansi/perusahaan tersebut.¹³

Cutlip menguraikan bahwa fungsi humas secara umum, sebagai pembinaan hubungan yang harmonis antara badan atau organisasi dengan publiknya, tentu khalayak sarannya, dengan ini menyangkut tentang opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan ataupun organisasi yang diwakilinya atau sebaliknya. Melayani keinginan publik dengan adanya hubungan timbal balik, memberikan sumbang saran kepada pimpinan manajemen demi untuk tujuan dan manfaat bersama.

Sedangkan menurut Kasali dari perspektif yang berbeda menyatakan Public Relations sebagai fungsi strategi dalam manajemen yang melakukan komunikasi guna melahirkan pemahaman dan penerimaan publik. Sehingga Dalam praktek *Public Relations* adalah suatu fungsi manajemen terkait komunikasi internal maupun eksternal perusahaan.¹⁴ Adapun Tugas *Public Relations* secara umum, menurut Oxley mencakup memberi saran kepada manajemen tentang semua perkembangan internal dan eksternal yang mungkin mempengaruhi hubungan organisasi dengan publik-publiknya, Meneliti dan menafsirkan untuk kepentingan organisasi, sikap publik-publik utama pada saat ini atauantisipasi sikap publik-publik utama terhadap organisasi, Bekerja sebagai penghubung antara manajemen dan publik-publiknya, dan memberi laporan berkala kepada manajemen tentang semua kegiatan yang mempengaruhi hubungan publik dan organisasi.¹⁵ Teori yang dikemukakan Oxley ini lebih mengarah pada *Public Relations* dalam sudut pandang manajemen yang berarti humas sendiri memiliki tugas

¹³ Slvianajayanti, " *Praktik Public Relation Dalam Pandangan Islam*, n.d., 134–54.

¹⁴ Dian Iskandar Jaelani, " *Manajemen Public Relation (Humas) Pendidikan Islam: Kajian Tematik Al Quran Dan Hadists* 7, no. 2 (2014): 107–15.

¹⁵ Sandra Oliver, " *Strategi Public Relations* ", (Jakarta : Erlangga, 2006), 2.

komunikasi internal dan eksternal yang dalam prakteknya melakukan manajemen organisasi perusahaan. Umumnya kita mengenal peran humas sebagai divisi yang memberikan informasi komunikasi agar instansi terjaga kredibilitasnya.

Selain itu *Public Relations* tidak saja hanya berperan menciptakan hubungan baik dengan publik dan menjadi padam ketika perusahaan atau lembaga terlanda krisis namun kinerja public relations mencakup lebih luas menurut Dozier & Broom bahwa peranan *Public Relations* terbagi menjadi empat kategori dalam suatu organisasi, yaitu:¹⁶

a. .Expert Prescriber

Sebagai *Public Relations* yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu untuk mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (*Public Relationship*). Hubungan praktisi ahli PR dengan manajemen organisasi seperti hubungan antara dokter dengan pasiennya, sehingga pihak manajemen bertindak pasif untuk menerima atau mempercayai apa yang telah disarankan atau usulan dari ahli PR (*Expert Prescriber*) yang memiliki pengalaman dan keterampilan tinggi dalam memecahkan serta mengatasi persoalan Public Relations yang tengah dihadapi oleh organisasi bersangkutan.

b. Communication Fasilitator

mengenai hal ini, praktisi *Public Relations* bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya dari organisasi yang bersangkutan, sekaligus harus menjelaskan kembali keinginan, kebijakan, dan harapan organisasi kepada pihak publiknya. Sehingga dengan adanya komunikasi timbal balik yang dilaksanakan oleh *Public Relations* bersangkutan dapat tercipta saling pengertian, mempercayai, menghargai, dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak.

c. Problem Solving Process Fasilitator

Peranan praktisi *Public Relations* merupakan proses pemecahan persoalan Public Relations ini, adalah bagian tim manajemen untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat (*adviser*) hingga mengambil tindakan eksekusi (*keputusan*) dalam mengatasi persoalan atau krisis

¹⁶ Program Studi et al., “Kota Yogyakarta Dalam Meningkatkan Citra Kota ‘Yogya Berhati NYaman’ Skripsi,” 2012.

yang tengah dihadapi secara rasional dan profesional. Biasanya dalam menghadapi persoalan-persoalan krisis, maka dibentuk suatu tim posko yang dikoordinir praktisi ahli *Public Relations* dengan melibatkan berbagai departemen dan keahlian dalam satu tim khusus untuk membantu organisasi, perusahaan, dan produk yang tengah menghadapi atau mengatasi persoalan krisis tertentu.

d. Communication Technician

Berbeda dengan tiga peranan praktisi *Public Relations* professional sebelumnya yang terkait erat dengan fungsi dan peranan manajemen organisasi. Sedangkan dalam peranan communication Technician ini sebagai Journalist in Resident yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan *methode of communication inorganization* dan sistem komunikasi dalam organisasi tergantung dari masing-masing bagian atau tingkatan (*level*), yaitu secara urutannya komunikasi dipergunakan dari tingkat pimpinan dengan bawahan akan berbeda dari bawahan ke tingkat atasan. Begitu juga arus dan media komunikasi antara karyawan satu level, misalnya komunikasi antar karyawan satu departemen dengan lainnya (*employee relations andcommunication media model*).¹⁷

Mengenai teori-teori tersebut penulis dapat menarik kesimpulan bahwa divisi humas memiliki peranan terhadap pemerintahan dan keunikan dalam upaya pemecahan masalah didalam instansi, lembaga, dan organisasi sebagai komunikator yang handal yang mampu berkomunikasi dengan baik dengan publiknya, pemberi nasehat dikala krisis, manajemen komunikasi internal dalam instansi yaitu menciptakan iklim positif antara atasan dan bawahan di dalam perusahaan.

Kegiatan humas atau *public relations* pada dasarnya merupakan bagian dari teknik kegiatan berkomunikasi (*technique of communication*) dapat diartika sebagai komunikasi dua arah antara lembaga atau organisasi yang diwakilinya dengan publiknya ataupun sebaliknya. Setelah kegiatan tersebut dilakukan maka pihak *public relatinos* melakukan analisis untuk mengetahui efek atau feed

¹⁷ Program Studi et al., “Kota Yogyakarta Dalam Meningkatkan Citra Kota ‘Yogja Berhati NYaman’ Skripsi,” 2012.

backnya, apakah hal tersebut berdampak baik terhadap citra, atau sebaliknya menjadi negative sehingga kurang menguntungkan posisi organisasi atau lembaga bersangkutan di mata masyarakat.¹⁸

Selain itu mengenai dasar konsepnya, fungsi *public relations officer* dalam menjalankan tugasnya, baik sebagai komunikator dan mediator, maupun organisator, menurut Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, M.A. dalam bukunya, “Hubungan Masyarakat Suatu Komunikologis” yaitu sebagai berikut:¹⁹

- a. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan suatu organisasi.
- b. mengajarkan hubungan harmonis antara organisasi dengan public internal maupun publik eksternal.
- c. Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya dan menyalurkan opini public kepada organisasi.
- d. Melayani public dan menasihati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.
- e. Operasionalisasi dan organisasi public relations adalah bagaimana membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya, untuk mencegah terjadinya rintangan psikologis, baik yang ditimbulkan dari pihak organisasi maupun dari pihak publiknya.

Adapun dalam kegiatan dan oprasional *Publik Relation* pasti ada tujuan tersendiri, tentang bagaimana pelaksanaan kegiatan dengan tujuan tertentu baik secara umum maupun secara khusus. Terutama pada kegiatan humas atau *public relations* Ketua DPRD dan Humas DPRD dalam menumbuhkan citra positif, opini yang baik bagi perusahaan, terhadap organisasi maupun sebuah lembaga dan juga khalayak publik .

3. Media Sosial dan Komunikasi Politik

Media sosial (*Social Media*) merupakan saluran atau sarana pergaulan sosial secara online di dunia maya atau (*internet*). Para pengguna (*user*) media sosial yaitu berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, dan saling berbagi (*sharing*), dan membangun suatu jaringan (*networking*). Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media

¹⁸ Oktarina, “Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Citra Positif Dprd Kabupaten Rejang Lebong.” “skripsi” 2018.

¹⁹ Pengertian Strategi, “BAB II KAJIAN PUSTAKA A. Pengertian Strategi,” n.d., 9–37.

sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content".²⁰

Media sosial adalah media komunikasi berbasis Internet, dapat digunakan oleh siapa saja untuk tujuan tertentu sesuai dengan keinginan seseorang dalam pemanfaatannya. Media sosial yaitu media yang independen, artinya penggunaannya tidak dikendalikan oleh lembaga tertentu. Selain itu peraturannya berada pada hati nurani masing-masing orang yang menggunakannya. Namun demikian, satu hal yang penting dikemukakan bahwa secara teoritik, manusia merupakan makhluk sosial yang senantiasa harus menyesuaikan dengan kondisi sosial disekitarnya.²¹

Media sosial sangat berpengaruh dalam memengaruhi opini publik. maka dalam meraih dukungan melalui media sosial menjadi lebih cepat dalam menyampaikan pesan. Karena itu, media sosial telah menempatkan ruang demokrasi dalam ajang baru dari perspektif komunikasi politik. Dengan demikian, media sosial sebagai sarana komunikasi memiliki peran membawa orang (*penggunanya*) untuk berpartisipasi secara aktif dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, baik untuk membagi informasi maupun memberi respon secara online dalam waktu yang cepat.²²

Selain itu *media relation* juga berhubungan dengan media, yang disebut sebagai *press relations*. Seperti pendapat Rahmadi yang dikutip oleh Nina Yuliana dalam buku yang berjudul *Media Relations* menjelaskan pres relation yang terus menerus dapat mendukung langkah pembinaan dan pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya dengan berkomunikasi, pengertian, penerimaan, dan juga kerjasama.²³

²⁰ Istiani and Islamy, "Fikih Media Sosial Di Indonesia." No. 2 (2020): 202-225.

²¹ Muhammad Qadri, "Pengaruh Media Sosial Dalam Membangun Opini Publik," *Qaumiyyah: Jurnal Hukum Tata Negara* 1, no. 1 (2020): 49–63, <https://doi.org/10.24239/qaumiyyah.v1i1.4>.

²² Sukma Alam, "Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Politik" 09, no. 01 2021, 68–78.

²³ Fikri Dikriansyah, "Strategi Media Relation Humas Sekretariat DPRD Kab. Bantul Dalam Membangun Citra Positif," *Biomass Chem Eng* 3, no. 2 (2018), [http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1268/1127%0Ahttp://publicoe](http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1268/1127%0Ahttp://pubblicoe).

Menurut frank Jefkins dalam bukunya *media relation* merupakan usaha untuk mencapai sebuah publikasi atau penyiaran yang maksimal maka pesan atau informasi humas harus menciptakan sebuah pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi ataupun perusahaan yang bersangkutan.²⁴

beberapa penyampaian diatas mengenai komunikasi politik, berawal dari pesan-pesan yang disampaikan pada orang lain akan ada makna tersendiri. Jika dilakukan dengan adanya kesadaran terhadap komunikasi atau komunikannya, maka akan saling menerima pesan yang disampaikan dengan baik. jika penyampaiannya tidak dilakukan dengan cara-cara baik maka komunikasi atau komunikannya akan tidak bermakna. Hadirnya media social akan tidak bermakna bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan praktek-praktek kehidupan sosial jika pemanfaatannya tidak disertai dengan kesadaran untuk tujuan kebaikan. Maka dari itu komunikasi politik Ketua DPRD dan Humas DPRD merupakan ujung tombak bagi DPRD dalam menciptakan atau membangun Citra positif yang baik terhadap jalannya komunikasi dengan khalayak (masyarakat) publik di media sosial.

Demikian penjelasan tersebut, mengenai strategi komunikasi politik *Public Relations* atau Humas dalam membangun citra positif DPRD di media sosial. Hubungan timbal balik menjadikan keharusan terhadap jalannya kesuksesan dalam suatu organisasi maupun perusahaan dan lembaga. untuk itu humas haruslah ulet dalam upaya membuat program-program, yang mampu meningkatkan pemerintahan terhadap pelayanan dan kesejahteraan masyarakat dengan adanya hubungan yang baik terhadap public atau khalyak.

B. Penelitian Terdahulu

Dasar dari penelitian ini mengambil contoh dari penelitian terdahulu berupa dengan teori atau temuan-temuan melaui hasil penelitian sebelumnya merupakan hal yang diperlukan sebagai acuan atau data pendukung. Salah satu data pendukung yang

²⁴ Fikri Dikriansyah, "Strategi Media Relation Humas Sekretariat DPRD Kab. Bantul Dalam Membangun Citra Positif," *Biomass Chem Eng* 3, no. 2 (2018), <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1268/1127%0Ahttp://pubblicoe>.

menurut penulis perlu dijadikan bagian tersendiri adalah hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini. Oleh karena itu penulis melakukan langkah kajian terhadap beberapa hasil penelitian berupa jurnal-jurnal yang berkaitan dengan masalah yang akan penulis teliti, seperti halnya sumber data pustaka yang ada melalui buku dan jurnal terkait strategi komunikasi politik ketua DPRD dan Humas DPRD Kabupaten Demak dalam membangun citra positif DPRD di media sosial antara lain yaitu:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Ayu Oktarina pada tahun 2019 dengan judul Strategi Publik Relations dalam mempertahankan citra positif DPRD Kabupaten Renjang Lebong. Dalam penelitian ini penulis memperoleh data tentang humas atau Publik Relations DPRD dalam mempertahankan citra positif DPRD di media sosial. Selain itu juga Untuk mendukung kelancaran pelaksanaan tugas DPRD, dibentuk sekretariat DPRD yang personelnnya terdiri atas pegawai negeri sipil. Sekretariat DPRD adalah penyelenggara administrasi kesekretariatan, administrasi keuangan, pendukung pelaksanaan tugas dan fungsi DPRD dan bertugas menyediakan serta mengoordinasikan tenaga ahli yang diperlukan oleh DPRD sesuai dengan kemampuan keuangan daerah. Sekretariat DPRD dipimpin seorang sekretaris DPRD yang di angkat oleh kepala daerah atas usul pimpinan DPRD. Sekretaris DPRD secara teknis operasional berada di bawah dan bertanggung jawab kepada pimpinan DPRD dan secara administratif bertanggung jawab kepada kepala daerah melalui sekretaris daerah.

Public relations mempunyai ruang lingkup kegiatan yang menyangkut banyak manusia (publik, masyarakat, khalayak), baik di dalam (publik intern) dan di luar (publik ekstern). Publik relations sebagai komunikator mempunyai fungsi ganda yaitu keluar memberikan informasi kepada khalayak dan kedalam menyerap reaksi dari khalayak. Dalam pelaksanaan kinerja publik relations DPRD Kabupaten Rejang Lebong menjadi salah satu fungsi manajemen yang sangat penting dalam lingkungan pemerintah kabupaten atau kota. Kinerja public relations dalam suatu pemerintahan biasanya membantu dalam menjalankan suatu program pemerintahan untuk mencapai suatu tujuan tertentu yang sudah ditargetkan oleh lembaga pemerintahan daerah, oleh karena itu peneliti ingin mengambil contoh dari penelitian terdahulu ini. hal tersebut menunjukkan ada kesamaan seperti halnya judul yang peneliti kaji yaitu tentang Strategi Komunikasi Politik Humas DPRD

Kabupaten Demak dalam membangun citra positif DPRD di media sosial.²⁵

Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, adalah sama-sama meneliti terkait dengan strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh Humas DPRD Kabupaten Demak dalam membangun citra positif DPRD di media sosial. Selain itu terkait dengan perbedaannya, penelitian ini hanya memfokuskan terhadap strategi komunikasi politik sebagai metode Humas DPRD dalam membangun citra positif DPRD di media sosial, serta objek penelitiannya dilakukan di DPRD Kabupaten Renjang Lebong dalam kinerja publik relation atau humas. Sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti, berfokus pada proses strategi komunikasi politik Ketua DPRD dan Humas DPRD Kabupaten Demak dalam membangun citra positif di media sosial, melalui berbagai kegiatan, baik secara formal atau informal, serta objek penelitiannya dilakukan di DPRD Kabupaten Demak.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Ismitaru Nurilla Sujianti pada tahun 2018 dengan judul Strategi Humas dalam meningkatkan citra positif DPRD Kota Malang. Akhir tahun 2017 bulan Agustus, adanya pemberitaan terkait hadirnya dan penetapan tersangka mantan ketua DPRD Kota Malang periode 2014-2019 oleh para penyidik Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK). Melalui berita ini, banyak hal yang dipertaruhkan seperti citra DPRD Kota Malang maupun konfigurasi politik jelang Pemilu 2019.

Sehingga, tujuan penelitian ini ingin mengetahui apa dan bagaimana strategi humas dalam meningkatkan citra positif DPRD Kota Malang. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori yang sebagaimana disebutkan oleh Ruslan (2005), melalui 4 tahap yaitu: 1. Tahap Penelitian (research), 2. Tahap Perencanaan (planning), 3. Tahap Kegiatan (action) dan 4. Tahap Evaluasi (evaluation). Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, data dihimpun dari proses wawancara yang mendalam serta hasil analisis dokumen, mencangkup deskripsi dalam konteks yang detail.²⁶

Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu sama-sama membahas mengenai strategi komunikasi politik yang dilakukan Humas (hubungan masyarakat), serta juga ada persamaan terkait metode penelitian yang digunakan.

²⁵ Oktarina, "Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Citra Positif Dprd Kabupaten Rejang Lebong." Skripsi " 2019.

²⁶ Fakultas Ilmu et al., "POSITIF DPRD KOTA MALANG (Studi Pada Humas Sekretariat DPRD Kota Malang)," 2018.

Selain itu perbedaan terkait dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu; tentang subjek penelitian yang dilakukan di DPRD Kabupaten Malang dalam meningkatkan citra DPRD Kabupaten Malang, yang mana tiap lembaga mempunyai mekanisme strategi komunikasi yang berbeda-beda.

Ketiga, mengenai penelitian ini dengan judul “ Strategi Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Citra Positif DPRD dalam Perspektif Rakyat Daerah”. Sebagaimana penelitian tersebut sama dengan apa yang peneliti jabarkan. Seperti halnya Eksistensi media sosial tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan sehari-hari karena sudah menjadi bagian kehidupan manusia, baik personal maupun institusi, baik swasta maupun pemerintah. Mereka berlomba-lomba mengembangkan teknologi informasi dengan bermacam jenis media sosial karena media sosial memiliki manfaat luar biasa. Hal itu merupakan peluang besar bagi DPRD yang merepresentasikan rakyat. DPRD dapat mendekatkan diri dengan rakyat melalui media sosial, baik untuk menyosialisasikan kegiatan, menyerap informasi dan aspirasi, maupun berkomunikasi langsung untuk mengetahui keinginan rakyat.

Terkait dengan itu, dilakukan kajian dengan judul Strategi Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Citra Positif DPRD dalam Persepsi Rakyat Daerah. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif, kajian ini bermaksud mendeskripsikan strategi yang dapat dijadikan rujukan bagi DPRD sebagai bagian dari Pemerintahan Daerah dalam pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan citra positif dalam persepsi rakyat daerah.

Hasil kajian menyimpulkan sebagai berikut: 1) Banyak pasal dalam peraturan perundang-undangan yang terkait dengan Dewan Perwakilan Rakyat yang mengamanahkan urgensi penyebaran informasi kinerja DPRD sebagai bagian dari pertanggungjawaban dan merupakan bagian penting dari upaya peningkatan citra positif DPRD; 2) Eksistensi media sosial dengan beragam bentuk dan cara memberikan peluang besar, baik bagi eksistensi kelembagaan DPRD maupun eksistensi personal anggota DPRD, baik bagi peningkatan citra positif maupun citra negatif DPRD ketika menjalankan fungsi pembuatan peraturan daerah, pengawasan, dan keuangan dalam persepsi rakyat; 3) Strategi pemanfaat media sosial yang efektif bagi DPRD sebagai wakil rakyat adalah strategi persuasif dengan menggunakan model alternatif penyebaran informasi Persuasi Hugh Rank yang lebih menguatkan pelibatan komponen pokok, mengekspose secara intensif ide-ide, peristiwa, kegiatan atau

substansi informasi yang bernilai kebaikan dan kelebihan (*sisi positif*) yang ada pada DPRD serta memainkan, menyamarkan, atau menyembunyikan (*downplay*) aspek-aspek sisi negatif.²⁷

Adapun persamaan penelitian ini dengan peneliti yang dilakukan peneliti adalah, sama-sama membahas terkait dengan strategi komunikasi dalam meningkatkan citra positif DPRD, serta persamaan pada metode yang digunakan dalam penelitian. Perbedaannya yaitu tentang meningkatkan citra positif oleh humas DPRD dalam meningkatkan komunikasi terhadap masyarakat melalui media sosial, sedangkan peneliti meneliti terkait dengan strategi yang di gunakan Ketua DPRD dan humas DPRD Kabupaten Demak dalam membangun citra positif DPRD di media sosial.

Ke empat, penelitian dengan Judul “Peran Humas DPRD Dalam Menjaga Kinerja Dan Citra DPRD (Studi Pada DPRD Kabupaten Bima). Mengenai penelitian ini menjelaskan mengetahui peran Hubungan Masyarakat (Humas) DPRD dalam menjaga kinerja dan citra DPRD Kabupaten Bima. Jenis penelitian menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian diketahui bahwa dalam menjalankan perannya Humas membangun hubungan fungsional dengan Publik secara kelembagaan dengan menjalin kemitraan dengan media massa, cetak, maupun online dengan melalui kerjasama advetorial dan Parlementaria dalam rangka pemuatan berita-berita kegiatan DPRD. Selain itu Humas juga berupaya meng-counter issue (*berita hoax*) yang beredar di masyarakat au di media massa dengan cepat, kemudian menerbitkan informasi dan dokumentasi.²⁸

Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu yaitu sama-sama meneliti terkait dengan proses strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh humas DPRD. Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan adalah perbedaannya terkait dengan DPRD yang diteliti dan juga tentang kinerjanya. Sedangkan humas DPRD mempunyai strategi komunikasi atau menaknisme yang berbeda-beda di setiap daerah.

Penelitian yang ke lima yaitu berjudul tentang Strategi Media Relations Humas Sekretariat DPRD Kab, Bantul Dalam Membangun Cira Positif. Penelitian tersebut di tulis oleh Amalia

²⁷ Mahi Hikmat, “Strategi Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Citra Positif Dprd Dalam Persepsi Rakyat Daerah,” *Jurnal Common* 2, no. 1 (2018), <https://doi.org/10.34010/common.v2i1.871>.

²⁸ Haeril, Mas’ud, and Irfadat, “Peran Humas DPRD Dalam Menjaga Kinerja Dan Citra DPRD (Studi Pada Dprd Kabupaten Bima).” Skripsi, (2020).

Luckyta Sari Arifah, Humas dan Protokoler DPRD Kabupaten Bantul berusaha untuk menjalin hubungan baik dengan berbagai media. Penerapan media relations pada humas pemerintahan dimaksudkan untuk mempermudah instansi pemerintah pada khususnya DPRD Kabupaten Bantul dalam memberikan informasi pada masyarakat mengenai kegiatan yang telah mereka lakukan, penyebaran informasi kebijakan, penyerapan aspirasi masyarakat, dan sosialisasi – sosialisasi mengenai peraturan yang telah mereka sepakati dengan Bupati dan publik.

Hubungan yang bersinergi dengan media telah diterapkan oleh sub bagian humas dan protokoler kantor DPRD Kabupaten Bantul. Pihak media tersebut meliputi stasiun TV JogjaTv, stasiun TV ADiTV, Radio Persatuan, Radio Bantul, media cetak Radar Jogja dan beberapa hubungan personal dengan pihak media lainnya. Program kerja yang diwujudkan melalui media relations humas meliputi program acara talkshow Gardu Projotamansari di JogjaTv, program ini dilaksanakan dalam 6 episode dalam satu tahun (dengan rincian 4 episode indoor dan 2 episode outdoor). Program kerja humas dengan media radio berupa program acara live streaming Rapat Paripurna yang dilaksanakan 4 kali dalam satu tahun di Bantul Radio dan program siaran utak-atik solusi Radio Persatuan. Selain itu terdapat program kerjasama dalam penerbitan iklan pemerintahan di beberapa media cetak.²⁹

Adapun dari persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah, sama-sama menggunakan teori strategi komunikasi politik dan juga adanya persamaan terkait dengan metode penelitian yang digunakan. Selain itu perbedaannya terletak pada penyampainya terhadap masyarakat dan juga objek penelitiannya, sedangkan peneliti mengikuti strategi yang digunakan Humas DPRD dalam membangun citra positif di media sosial.

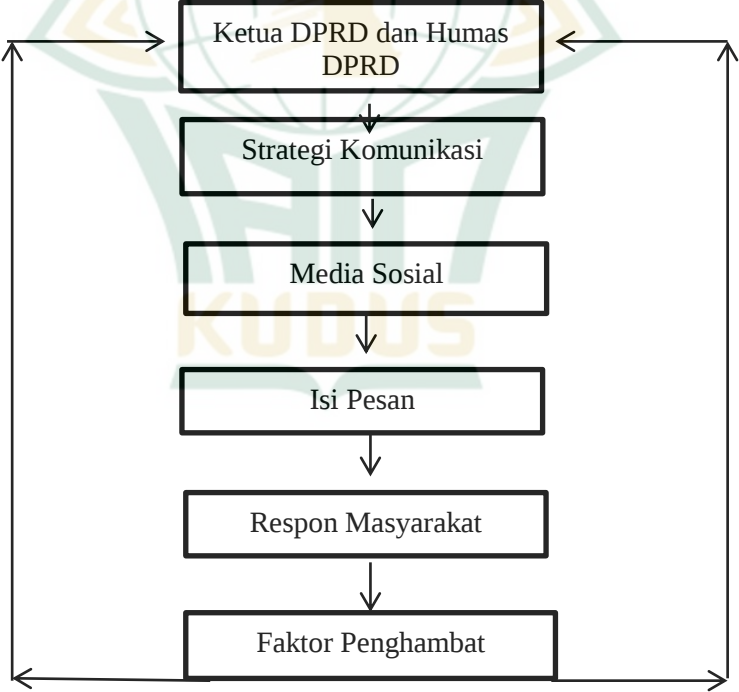
Adapun dari penelitian terdahulu yang peneliti paparkan, dapat disimpulkan terkait persamaan dengan penelitian yang sedang dilakukan yaitu, sama – sama mengkaji tentang proses strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh humas DPRD. Persamaan lain terletak pada jenis penelitian yang dilakukan, yaitu sama – sama jenis penelitian kualitatif deskriptif. Tidak hanya itu, metode yang digunakan untuk mengumpulkan data juga sama – sama

²⁹ Muamir Ahmad, Studi et al., “KOTA YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN CITRA KOTA ‘ YOGYA BERHATI NYAMAN ’ SKRIPSI.”(2012).

menggunakan teknik wawancara serta mengambil data dari jurnal, media, berita, dan yang lainnya.

Adapun kesimpulan terkait perbedaan dari penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian terdahulu yang dipaparkan yaitu, mengenai humas DPRD yang diteliti. Banyak penelitian terdahulu yang mengkaji tentang strategi komunikasi politik humas DPRD dalam membangun citra positif di media sosial dengan berbagai mekanisme yang digunakan. Sedangkan strategi komunikasi politik yang peneliti kaji adalah strategi komunikasi politik ketua DPRD dan humas DPRD Kabupaten Demak dalam membangun citra positif di media sosial. Dalam penelitian terdahulu yang peneliti paparkan, terdapat peneliti lain yang mengkaji tentang strategi humas DPRD, tapi hanya berfokus pada gerakan strategi komunikasi politik Humas. Sedangkan penelitian yang akan peneliti kaji adalah, terkait semua mekanisme yang dilakukan humas dalam melakukan komunikasi politik, termasuk upaya komunikasi yang dilakukan oleh Humas dalam proses membangun citra positif DPRD di media sosial.

C. Kerangka Berfikir



Bagan: 1 Kerangka Berfikir;

Bagan diatas menunjukan bagaimanana struktur strategi komunikasi politik Ketua DPRD dan Hubungan masyarakat

dalam membangun citra positif DPRD di media sosial. Pentingnya humas menjadi tolak ukur suatu organisasi atau lembaga tersebut dengan adanya komunikasi politik terhadap masyarakat public. Konsep dasar dari humas sendiri menjadi komunikator, mediator, dan organisator. Melalui jejaring komunikasi dan media sosial humas DPRD tugas dan wewenang untuk membangun citra DPRD di media sosial.

