

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Hubungan masyarakat yang kerap kali disingkat menjadi humas merupakan terjemahan dari istilah *public relations*. Selaras dengan salah satu definisi humas oleh The British Institute of Public Relations (dalam Ruslan, 1998, p. 16) yakni *public relations activity is management of communications between an organization and its public*. Di Indonesia, humas sudah sangat umum dan telah secara luas dipergunakan oleh salah satunya ialah lembaga pemerintahan. Publik dari lembaga pemerintahan yakni masyarakat sebagai *stakeholder*. Praktisi humas memiliki salah satu fungsi yakni memberikan informasi sebagai bentuk publikasi (Nada, Maria Mutiara, Max. R Rembang, 2014, p. 1).

Humas dalam menciptakan publisitas harus menguasai salah satu bidang dan keahlian yakni jurnalistik. Keahlian dibidang jurnalistik dibutuhkan humas sebagai bekal untuk menulis siaran pers (*press release*), profil lembaga, membuat media internal dan sebagainya (Saleh et al., 2015, p. 28). Aktivitas jurnalistik yang dilakukan humas mencakup kegiatan mulai dari pengumpulan informasi, pengolahan hingga perluasan dan disebarkan melalui media massa.

Era globalisasi yang tengah berkembang membawa pengaruh besar dimana semakin terbuka saluran informasi dan komunikasi yang membantu humas dengan mudah menyebarluaskan informasi, kebijakan dan program

yang dilaksanakan oleh lembaga (Diah et al., 2008, p. 145). Dikutip dalam jurnal oleh Wardah (2017, p. 2), McLuhan dalam buku *Understanding Media* mengatakan bahwa teknologi membawa perubahan tatanan sosial budaya dalam hal konvergensi media cetak ke media elektronik. Hal ini disebut dengan *era new media* (media baru).

Media baru adalah media digital yang data serta sistemnya terhubung dengan internet (Wiratmo et al., 2017, p. 326). Perkembangan pesat internet melahirkan *website* sebagai salah satu media komunikasi untuk dapat mengakses informasi lebih luas lagi dimana dan kapan saja. (Syaban, Ilham, Norma N. Mewengkang, 2018, p. 2).

Pemerintah Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur (Diskominfo Jatim). Sebagai lembaga yang dilaksanakan untuk otonomi daerah dan bergerak dalam bidang komunikasi dan informatika, statistik serta persandian, maka adapun salah satu fungsi Diskominfo Jatim yakni merumuskan dan melaksanakan kebijakan dibidang komunikasi dan informasi. Diskominfo Jatim bertanggung jawab kepada Gubernur melalui Sekretaris Daerah. Ada berbagai macam unit kerja di dalamnya, salah satunya ialah bidang Informasi Publik.

Bidang Informasi Publik pada Diskominfo Jatim memiliki salah satu fungsi yakni pendokumentasian, pengklasifikasian informasi publik dan pengolahan aduan masyarakat serta pengolahan informasi/kebijakan nasional dan daerah. Melalui *website*, bidang informasi publik menjalankan

fungsiya. Dapat diketahui bahwa bidang Informasi Publik ini merupakan bagian dari kegiatan perhumasan Diskominfo Jatim.

Menurut Sahid (dalam Yohana & Yazid, 2014, p. 156), *website* adalah situs *web* yang sifatnya maya dan memiliki alamat internet sendiri. Melalui *website* [kominfo.jatimprov.go.id](http://kominfo.jatimprov.go.id), Diskominfo Jatim menyediakan, memberikan, dan menerbitkan informasi kepada masyarakat khususnya kepada masyarakat Jawa Timur. Humas Diskominfo Jawa Timur dapat memberikan pelayanan publik yang lebih cepat, tepat dan mudah.

### Gambar I.1

Laman *Website* Diskominfo Jatim



(Sumber: <http://kominfo.jatimprov.go.id/>)

Penggunaan *website* dalam praktik kehumasan dapat dikenal dengan istilah *Public Relations on the Net* atau *Electronic Public Relations (E-PR)* atau *PR Online* (Kriyantono dalam Akhlakulkarimah & Anisah, 2017, p. 4). Dikutip oleh Oktariana & Soemantri (2016, p. 71), Fellers & Hurte mengatakan bahwa *E-PR* adalah situs *online* yang praktik dasarnya menyebarkan informasi berupa rilis berita secara *online*.

Dalam publikasi rilis berita *online*, humas memiliki persepsi nilai berita yang menjadi poin utama yakni ketepatan fakta (*factual accuracy*), menarik untuk dibaca (*interest to readers*), kecepatan publikasi (*timely completeness*), memaparkan masalah dengan baik (*depicts subject in favorable light*) dan berguna bagi pembaca (*usefulness to readers*). Dari semuanya itu, titik berat humas dalam publisitas sebenarnya adalah mencapai publikasi positif agar mendapatkan citra lembaga yang baik (Maha Rani, 2013, pp. 84–85).

Bidang Informasi Publik Diskominfo Jatim memegang peranan cukup penting terhadap pembentukan citra Pemprov Jatim. Hal ini disebabkan hampir seluruh aktivitas publikasi seputar Pemprov Jatim berada dibawah naungan Diskominfo Jatim terlebih pada isi publikasi yang setiap hari dilakukan oleh Jatim Newsroom (JNR). Pada salah satu praktiknya, rilis berita yang diterbitkan pada *website* [kominfo.jatimprov.go.id](http://kominfo.jatimprov.go.id) mencakup kegiatan penting Gubernur/Wakil Gubernur Jawa Timur, Organisasi Perangkat Daerah (OPD) Pemprov Jatim

dan rilis berita mengenai Pemulangan Pekerja Migran Indonesia (PMI) di Jawa Timur sejak pandemi Covid-19.

Selain itu, *E-PR* yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informasi Pemerintah Provinsi Jawa Timur ini juga dalam bentuk pemberian layanan standar kepada publik seperti fasilitas berupa *call center* layanan pengaduan dan SIKIPO (Sistem Informasi Keterbukaan Informasi Publik Online) yang mana terdapat beberapa informasi dari 38 Kabupaten dan Kota di Jawa Timur. SIKIPO berjalan sesuai dengan Undang-undang No. 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik dimana dalam UU tersebut mewajibkan suatu lembaga publik menyediakan informasi secara berkala, informasi serta-merta, dan informasi setiap saat.

## **I.2 Bidang Kerja Praktik**

Bidang kerja praktik ini sesuai dengan konsentrasi korporasi pada penulisan berita online dari perspektif humas di *website* Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Provinsi Jawa Timur.

## **1.3 Tujuan Kerja Praktik**

Tujuan Umum:

1. Sebagai salah satu syarat kelulusan bagi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Penulis memperoleh wawasan baru dalam kerja praktik dibidang Informasi Publik pada penulisan berita online dari perspektif humas pada *website* serta menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan.

3. Mempersiapkan mental penulis dalam lingkungan profesional dan tantangan dunia kerja.

Tujuan Khusus:

1. Penulis dapat mengetahui dan turut serta dalam penulisan berita online dari perspektif humas pada *website* Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Provinsi Jawa Timur.
2. Menambah wawasan dan pengalaman pada bidang Informasi Publik dan Kehumasan di Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Provinsi Jawa Timur.

#### **I.4 Manfaat Kerja Praktik**

- a. Akademis : Memperkaya pengetahuan teori-teori yang digunakan dalam proses kerja praktik mengenai penulisan berita online dari perspektif humas pada *website* Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Provinsi Jawa Timur.
- b. Praktis : Memberikan saran masukan dan evaluasi bagi penulisan berita online dari perspektif humas pada *website* Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Provinsi Jawa Timur.

## I.5 Tinjauan Pustaka

### I.5.1 Penulisan Berita Online

Dewasa ini, teknologi yang tengah berkembang pesat mendorong praktik jurnalisme merambah digitalisasi. Hal ini yang akhirnya menyebabkan munculnya jurnalisme *online* dan saluran informasi media *online*. Perkembangan teknologi ini pula yang membuat perusahaan penyedia konten memanfaatkan peluang seperti pemanfaatan media berbasis *online* sebagai alat bantu distribusi khususnya laman *website*. Banyak perusahaan media yang beralih ke *website* diantaranya Kompas, MNC Group, Jawa Pos dan lain-lain. Pesatnya pertumbuhan media online akhirnya juga membuat pemberitaan di media semakin marak dan tak terbatas (Prilani, 2017, p. 517).

Meskipun tengah merambah ke digitalisasi, penulisan berita dalam jurnalisme tetap mengutamakan *news value* agar peristiwa layak untuk diberitakan. Menurut Romli ([www.romeltea.com](http://www.romeltea.com)) setiap berita yang akan diberitakan dan disajikan oleh media untuk konsumsi masyarakat paling tidak seorang jurnalisme harus memenuhi minimal salah satu diantara 10 (sepuluh) nilai berita yakni:

1. *Magnitude* (pengaruh) : nilai berita pengaruh memiliki makna bagaimana suatu berita tersebut dapat mempengaruhi publik dan apakah berita tersebut bernilai atau tidak. Contoh: kenaikan harga BBM.
2. *Significance* (penting) : sebuah berita harus menyangkut kepentingan orang banyak atau peristiwa tersebut perlu diketahui terutama bagi publik. Contoh: wabah penyakit.

3. *Timeliness* (aktualitas) : sebuah berita yang akan disajikan harus memiliki nilai kebaruan. Semakin aktual sebuah berita, semakin tinggi pula nilai berita tersebut.
4. *Proximity* (kedekatan) : nilai berita kedekatan memiliki pemahaman di mana sebuah berita memiliki kedekatan peristiwa secara ideologis, geografis, dan psikologis.
5. *Prominence* (ketokohan) : selain memenuhi poin-poin sebelumnya, suatu berita harus menarik. Salah satu daya tarik berita yakni Ketika peristiwa yang diberitakan melibatkan *public figure*.
6. *Impact* (dampak) : tidak jauh berbeda dengan nilai berita *magnitude* dan *significance* pada nilai berita *impact* memiliki makna bagaimana berita harus memiliki dampak yang bisa dirasakan oleh publik.
7. *Conflict* (konflik) : selain *public figure*, pemberitaan juga dikatakan menarik ketika adanya konflik seperti kericuhan, konflik politik dan atau konflik antarnegara.
8. *Human interest* : nilai berita yang memenuhi unsur *human interest* juga dapat dikatakan menarik karena menimbulkan efek emosi dan simpati.
9. *Unusualness* (keanehan) : publik juga tertarik pada pemberitaan yang memiliki nilai keanehan seperti hal yang unik

dan hal-hal yang belum pernah ditemui dalam kehidupan sehari-hari.

10. *Sex* (seks) : pemberitaan terkait seks dikatakan menarik karena menyangkut kebutuhan dasar manusia. Contoh: perkosaan, perselingkuhan, prostitusi, tindakan asusila.

Hadirnya jurnalisme *online* menurut Foust (dalam Muliawanti, 2018, p. 86) memiliki beberapa ciri-ciri diantaranya adalah *audience control*, *non-linearity* berita dapat berdiri sendiri sehingga pembaca tidak perlu membaca berurutan, *storage and retrival* berita tersimpan dan bisa diakses kembali, *unlimited space*, *immediacy* berita bisa sampai secara cepat dan langsung kepada khalayak, *multimedia capability* dan *interactivity*. Ciri-ciri tersebut juga bisa menjadi keunggulan. Namun ada pula sisi negatif dari jurnalime *online* yakni seringkali ditemui adanya pemberitaan yang tidak bisa dipertanggung jawabkan kebenarannya.

Media *online* yang berkembang tak lagi hanya sebagai peruntungan jurnalime *online* namun juga dimanfaatkan seorang praktisi humas untuk publisitas lembaga dan atau institusi tertentu. Humas juga tidak lagi praktik secara konvensional namun dalam perkembangannya humas juga merambah pada pemanfaatan teknologi.

#### **1.5.1.1 Penulisan Berita oleh Humas (*PR Writing*)**

Humas memiliki tugas penting yakni mencapai tujuan komunikasi dan publisitas melalui media salah satunya *website*. Publisitas tersebut mencakup berita

harian, *press release*, *website company profile* dan bentuk tulisan lain. Menurut Kriyantono (dalam Maha Rani, 2013, p. 89), salah satu produk tulisan humas adalah berita. Berita tersebut ialah *press release*. Tujuan dari publisitas tersebut dilakukan adalah untuk membangun opini publik dan pembentukan citra di masyarakat. Sehingga memang hakikatnya fokus dari praktisi Humas yakni publisitas positif, *superlative puff*, promosi/ memperkenalkan dan berita positif (Kriyantono dalam Maha Rani, 2013, p. 85).

Dalam praktik publisitas humas, praktisi humas harus memiliki keterampilan jurnalistik seperti pemahaman tentang *news values*, bahasa jurnalistik dan Kode Etik Jurnalistik (KEJ). Selain itu menurut Gandariani (2016, pp. 74–75), humas juga perlu memperhatikan bagaimana strategi pesan yang ingin disampaikan termasuk tampilan dan beberapa kriteria yang wajib ada dalam publisitas humas, diantaranya waktu atau tanggal *release*, logo lembaga, judul *release*, isi, gaya bahasa dan inisial reporter atau penulis dan editor.

Setiap berita yang dibuat oleh humas pasti memiliki *lead* yang merupakan bagian dari tampilan awal atau teras berita. *Lead* harus berfungsi sebagai pemikat dan menstimuli pembaca untuk membangkitkan rasa ingin tahu. Sebagai teras berita paling tidak pembaca dapat mengetahui gambaran atau isi dari berita yang dipublikasikan (Gandariani, 2016, p. 77). Dari keterampilan jurnalistik yang baik maka publisitas yang dilakukan oleh humas dapat menarik perhatian masyarakat.

### I.5.3 Website

Penemu *website* adalah ‘Tim’ Berners-lee pada tahun 1991. Menurut Hernita (dalam Syaban, Ilham, Norma N. Mewengkang, 2018, p. 4) *website* berisi informasi dan dapat dijangkau jika terhubung dengan internet. Dalam praktik kehumasan, *website* dapat digunakan sebagai media untuk menyampaikan informasi dan mempelajari keinginan publik. Salah satunya pada praktik humas di lingkup pemerintah. Pada dasarnya praktik komunikasi kehumasan bersifat satu arah namun sejak adanya Undang – Undang Nomor 14 tahun 2008 yang berisi tentang keterbukaan informasi publik maka komunikasi kehumasan berubah menjadi dua arah. Tujuannya untuk memenuhi kebutuhan pemerintah dan publiknya (Fahri & Unde, 2018, p. 176).

*Website* dimanfaatkan oleh lembaga pemerintahan antara lain sebagai penyampai informasi tentang visi misi, profil dan tugas pemerintahan. Selain itu, melalui *website* juga salah satu upaya dalam perwujudan *e-government*. Maksud dari konsep *e-government* ialah adanya campur tangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) agar hubungan pemerintah dengan publik dapat berlangsung secara efisien, efektif, responsif dan ekonomis (Irawan, 2017, p. 164). Penerapan *e-government* antara lain adalah menuju terciptanya *good governance* dan efisiensi total biaya administrasi. Dikutip oleh Naumann (dalam Yazid, 2015, p. 161) *good governance* merupakan salah satu praktik manajemen publik yang bertujuan memelihara hubungan pemerintah dengan masyarakat. *Good governance* merujuk pada praktik penyelenggaraan pelayanan pemerintahan yang harus beradaptasi dengan dimensi keterbukaan, mudah diakses, bertanggung jawab dan transparan.

Teknologi yang kian pesat berkembang mendorong humas pula untuk berperan secara optimal melalui *Online Public Relation (Online PR)*. *Online PR* terbilang cukup baru namun pada praktiknya justru lebih banyak keunggulan yang didapatkan seperti mempermudah membangun komunikasi dengan publik dan pengelolaan krisis *online* (Aprinta dalam Wiratmo et al., 2017, pp. 327–328).

Melalui *website* pemerintahan, humas dapat berinteraksi dengan masyarakat secara mudah. Selain menyebarkan informasi terkait kegiatan dan atau peristiwa pemerintahan, praktisi humas juga memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh masyarakat (Diah et al., 2008, p. 147). Dengan semakin lengkapnya fitur yang ada pada *website* maka pemerintah dapat mengupayakan peningkatan pelayanan publik guna tercipta partisipasi publik dalam pembangunan. Pelayanan yang diberikan oleh praktisi humas tersebut juga dapat dilakukan dengan maksimal karena praktisi humas dapat memberikan pelayanan selama 24 jam sehari dan 7 hari seminggu (Darmastuti dalam Yazid, 2015, p. 163). Bedasar kajian jurnal terdahulu, pelayanan publik yang berbasis elektronik ini juga menjadi kesempatan lembaga pemerintahan meningkatkan atau memperbaiki kualitas pelayanan, birokrasi dan perwujudan tata kelola pemerintahan yang baik (Rerung et al., 2020, p. 30).

Dalam pengelolaan *website* perlu diketahui bahwa beberapa komponen yang ada pada *website*. Website terdiri dari kumpulan dari beberapa situs halaman lain. Halaman tersebut bisa dikunjungi melalui sebuah *URL* yang disebut *Homepage* (Trimarsiah & Arafat, 2017, p. 2). Tak lagi berisi teks saja namun dalam *website* juga terdapat gambar, suara dan video. Dikutip dari sekawanmedia.com, beberapa komponen yang menjadi ciri utama *website* yaitu:

1. Domain : diartikan sebagai alamat / URL sehingga biasanya tidak terlalu panjang dan mudah diingat. URL ini biasanya menggunakan identitas dari suatu produk/lembaga tertentu.
2. Hosting : berperan sebagai penyimpanan semua database yang berupa teks, ilustrasi, gambar/video.
3. Konten : konten adalah isi dari tujuan *website* tersebut maka jika tidak ada konten maka *website* tersebut dapat dikatakan tidak memiliki tujuan. Misalnya konten tersebut adalah profil instansi atau dokumentasi kegiatan.

Saat ini, pesatnya perkembangan teknologi dan informasi membawa era Web tengah mencapai era 3.0 dimana internet semakin mudah memahami kebutuhan masyarakat. Selaras dengan karakteristik utama *website*, menurut Wood dan Smith (dalam (Yazid, 2015, p. 162) adalah *interactivity, synchronicity, packet switching multimedia and hypertextuality*.

