

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Publik adalah salah satu unsur penting dalam komunikasi. Publik merupakan tujuan sebuah pesan dibuat. *Public Relations* (humas) adalah salah satu fungsi yang ada pada manajemen yang menjadi perantara antara perusahaan atau organisasi dengan publiknya, sehingga menimbulkan suatu hubungan yang bermanfaat untuk membangun suatu hubungan komunikasi, Kerjasama, serta dukungan antara yang satu dengan yang lainnya. Menurut Ishaq (2017: 28) salah satu fungsi *public relations* yaitu melayani publik dengan memberikan informasi yang berkenaan dengan tempat public relation bernaung. Memberikan keterangan atau penjelasan kepada publik dengan jujur akan menimbulkan opini publik yang menguntungkan bagi kelangsungan hidup lembaga tersebut. Menurut UU No.14 Tahun 2008 Pasal 4 dan 9 tentang Keterbukaan Informasi Publik, menyebutkan setiap badan publik wajib mengumumkan informasi secara berkala dan kewajiban menyebarluaskan informasi publik disampaikan dengan cara yang mudah dijangkau oleh masyarakat dan dalam bahasa yang mudah dipahami.

Humas pemerintah mempunyai peran penting untuk membuka ruang bagi masyarakat atau publik untuk mendapatkan akses informasi yang dibutuhkan. Informasi yang akan disampaikan kepada publik atau media harus akurat, mudah, dan cepat supaya nantinya kebijakan pemerintah sesuai dengan kebutuhan informasi masyarakat dan agar mengetahui kebijakan pemerintah sudah sesuai dengan masyarakat. Dengan adanya pandemic covid-19, pemerintah wajib menjaga hubungan baik dengan masyarakat karena merupakan aspek yang penting bagi PR di masa pandemi Covid-19. Seperti yang dikutip dari Baskin, Humas pemerintah memiliki peranan yang kuat dalam menjaga suatu informasi publik tentang masalah, isu-isu dan tindakan pada semua tingkat pemerintahan. Petugas humas pemerintah juga meminta persetujuan masyarakat terhadap program pemerintah, membantu menjelaskan apa yang diinginkan warga dari pemerintah, lalu berusaha membuat pemerintahan yang responsif terhadap apa yang diinginkan masyarakat, dan juga berusaha untuk mempengaruhi dan memahami opini publik (Boztepe: *Government Public Relations in Turkey*, 2016). Humas juga sebagai *communication facilitator* untuk menjembatani kebutuhan informasi antara pemerintah dan masyarakat, serta seluruh stakeholder (UU No. 14 Tahun 2008). Pada saat ini, hampir seluruh instansi pemerintah sangat

membutuhkan keberadaan humas dalam mengelola alur komunikasi dan informasi antar perusahaan dengan publiknya.

Dalam memberikan dan menyebarluaskan informasi kepada publik, seorang *public relations* membutuhkan media. Media merupakan saluran yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Media dapat berbentuk bahasa ataupun media komunikasi lainnya seperti tanda (seperti kentongan, sandi), telepon, televisi, internet, dan lain-lain (Ishaq: 2017:120). Salah satu media yang sering digunakan *public relations* atau humas dalam menyebarluaskan informasi kepada publik adalah media massa. Dalam hubungannya dengan media, humas pemerintah juga harus mempunyai kredibilitas, kecepatan dan menguasai masalah dalam menyampaikan informasi kepada media. Namun mengingat media tidak bisa disederhanakan hanya menjadi soal wartawan belaka, tapi media sendiri, sebagai organisasi merupakan suatu entitas yang tidak dapat diabaikan keberadaannya, yang harus diperhitungkan ketika organisasi menyusun atau merencanakan kegiatan media relation (Ruslan,2016:169).

Menurut Darmastuti (2012:29), dalam pekerjaan seorang public relations, media massa memiliki peranan yang sangat besar dalam hal memengaruhi masyarakat, baik pengaruh positif maupun pengaruh negatif. Penggunaan media massa adalah salah satu strategi yang dianggap paling efektif untuk membantu melakukan tugas public relations dalam menjangkau masyarakat luas. Sekali mengirimkan pesan lewat media massa, maka pesan tersebut akan diterima oleh masyarakat secara bersamaan. Terlebih lagi dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini yang melaju sangat pesat sehingga berpengaruh terhadap penyebaran informasi kepada masyarakat. Sadar akan kondisi ini sebuah institusi atau organisasi dituntut untuk lebih peka dan kreatif terhadap pengelolaan informasi kepada masyarakat. Di tengah beragamnya media komunikasi yang ada pada saat ini, humas dituntut untuk dapat memilih media mana yang sesuai, baik untuk publik internal maupun untuk publik eksternal. Penggunaan media memiliki manfaat yang cukup beragam bagi keberhasilan program humas. Pemilihan media untuk menyebarluaskan informasi publik juga menjadi salah satu aspek penting bagi humas Direktorat Jenderal Pemasarakatan karena humas adalah salah satu faktor penentu keberhasilan komunikasi yang dilakukan pemerintah.

Penyebaran informasi merupakan salah satu bentuk komunikasi yang dilakukan humas suatu pemerintah. Tujuan komunikasi yang dilakukan humas dari masing-masing pemerintahan tentu akan berbeda dengan pemerintahan yang lainnya. Pada bagian humas Direktorat Jenderal Pemasarakatan sendiri seringkali memanfaatkan media berbasis online

maupun offline untuk menyebarluaskan informasi kepada publiknya dengan menerapkan peran ataupun strategi yang sesuai dengan kebijakan yang diterapkan oleh bagian humas terkait. Namun, pada kenyataannya banyak masyarakat yang masih bertanya terkait kebijakan ataupun aturan yang telah ditetapkan oleh Direktorat Jendral Pemasarakatan, karena Direktorat Jendral Pemasarakatan merupakan lembaga pemerintahan yang sangat tertutup berbeda dengan lembaga pemerintah lainnya, sehingga tidak sembarangan masyarakat bisa memasukinya dan ditambah situasi sekarang ini adanya pandemic covid-19 diperketat dengan menjalani persyaratan yang harus dilakukan. Oleh karena itu dalam setiap kegiatannya, Humas melakukan perencanaan dan membuat strategi komunikasi di saat wabah penyakit sedang melanda, salah satunya dalam hal mengelola informasi publik serta memilih media mana yang akan digunakan untuk menyebarluaskan informasi kepada publik. Walaupun masing-masing media (cetak, elektronik, portal online, hingga internet atau cybermedia) memiliki karakteristik, kelebihan, dan kekurangannya tersendiri sehingga dapat dipilih sebagai media untuk menyebarluaskan informasi perusahaan kepada publiknya.

Dengan adanya UUD Keterbukaan Informasi Publik (KIP) Nomor 14 Tahun 2008 serta tingginya kebutuhan informasi masyarakat, Humas Direktorat Jendral Pemasarakatan dituntut untuk melaksanakan tugasnya sebagai pelayan informasi secara maksimal. Menurut Ron Levy dalam buku Lattimore, dkk (2010) sejatinya berpendapat bahwa pemerintah harus melakukan pekerjaan yang lebih baik dalam memberikan lebih banyak informasi kepada publik, yaitu tentang informasi arsip terkait pemerintah yang tersedia, apa saja pelayanan yang ada, dan di mana menuliskan informasi spesifik tentang pemerintah.

Peran Humas Direktorat Jenderal Pemasarakatan dalam mengelola informasi ketika pandemi covid-19 meliputi mengatur informasi yang akan di publish dengan memanfaatkan berbagai pilihan media massa, menyusun agenda yang akan di publish, serta membangun kerja sama dengan media eksternal. Segala sesuatu yang berkaitan dengan kepentingan publik diperlukan adanya pengelolaan informasi publik. Badan publik dan masyarakat sama-sama mempunyai kewajiban dalam hal mengelola informasi agar lebih berkembang dan berguna bagi masyarakat luas. Maka dari itu, humas Direktorat Jenderal Pemasarakatan memiliki peranannya agar masyarakat bisa memahami proses dalam pengelolaan informasi ditengah merebaknya wabah covid-19 yang dikelola oleh humas Direktorat Jenderal Pemasarakatan dengan memanfaatkan kegunaan dari media massa yang lebih efektif untuk menyebarluaskan informasi agar cepat sampai dan diterima kepada publiknya.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana peran humas Direktorat Jendral Pemasarakatan dalam mengelola informasi kepada publik.
2. Apa kendala atau hambatan dalam mengelola informasi kepada publik.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui peran humas Direktorat Jendral Pemasarakatan dalam mengelola informasi kepada publik.
2. Mengetahui kendala atau hambatan dalam mengelola informasi kepada publik.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Untuk memperkaya dan memahami kajian ilmu komunikasi khususnya dalam hal strategi komunikasi.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi para peneliti-peneliti selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti
Dapat memberikan kontribusi atau masukan pada konsep dan teori yang digunakan, khususnya teori kampanye *public relations*.
2. Bagi Perusahaan
Diharapkan dapat memberikan masukan terhadap Direktorat Jenderal Pemasarakatan dalam mengelola informasi terhadap masyarakat agar lebih baik lagi ke depannya.