

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan hal yang penting dalam kehidupan kita sehari-hari. Kita dapat terlibat dalam percakapan dan saling memberi informasi melalui komunikasi. Dengan membantu individu yang kurang memiliki pengetahuan untuk memperolehnya, dan mereka yang tidak dapat memahaminya untuk memiliki pemahaman yang lebih dalam, orang lain juga dapat memperoleh manfaat dari pengetahuan. Ini berarti bahwa pesan dapat dikomunikasikan dan penerima dapat merespons. Hubungan masyarakat di sebuah organisasi bertanggung jawab untuk berinteraksi dan bekerja sama dengan masyarakat. Di Indonesia, hubungan masyarakat, atau PR, semakin dikenal dan manfaatnya semakin disadari. Hal ini terbukti dari fakta bahwa lembaga pemerintah, perusahaan bisnis, dan organisasi dengan berbagai ukuran telah memiliki departemen khusus yang menangani hubungan masyarakat. Pada intinya, upaya hubungan masyarakat adalah upaya komunikasi.¹ Suatu instansi pemerintahan tentunya memiliki Humas yang bertugas untuk menyampaikan segala informasi penting mengenai instansi kepada publik.

Sejauh yang kita ketahui, sistem pemerintahan Indonesia saat ini sedang berkembang, memunculkan jenis pemerintahan baru, yang mengedepankan tata kelola pemerintahan yang baik. Sesuai dengan konsep ini, layanan pemerintah yang berkualitas tinggi harus mulai memiliki karakteristik seperti akuntabilitas, keterbukaan, dan kemudahan akses. Departemen Hubungan Masyarakat adalah salah satu departemen dalam suatu

¹ Irene Silviani, *Public Relations Sebagai Solusi Komunikasi Krisis*, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020), h.20.

lembaga yang bertanggung jawab untuk mempraktikkan keterbukaan, transparansi, dan kemudahan akses.

Humas adalah divisi dalam sebuah organisasi atau lembaga yang bertugas untuk menginformasikan kepada publik tentang segala informasi yang berkaitan dengan organisasi atau lembaga tersebut, baik dari dalam maupun dari luar. Humas berperan sebagai komunikator publik, yang terampil dalam menginformasikan segala sesuatu yang ada kepada publik. Diharapkan bahwa masyarakat umum akan dapat memahami informasi yang diberikan serta dapat memahami perspektif lembaga tentang suatu topik atau isu terkini. Hubungan masyarakat adalah bidang penting dalam lembaga pemerintah, yang berkontribusi pada tata kelola pemerintahan, transaksi ekonomi, dan transmisi informasi. Humas juga membantu lembaga pemerintah dalam mencapai tujuannya serta memelihara hubungan baik antara instansi dan khalayaknya.²

Media online telah berkembang menjadi alat yang sangat penting bagi para profesional Humas yang bekerja di lembaga pemerintah, seperti Kementerian Agama Provinsi Banten, di era globalisasi dan teknologi informasi yang berkembang pesat. Upaya kehumasan dapat dilakukan dengan lebih mudah menggunakan media online, terutama dalam hal penyebaran informasi. Media sosial, aplikasi, dan situs web pemerintah merupakan contoh media online yang sangat penting untuk penyebaran informasi publik.

Kementerian Agama Provinsi Banten merupakan lembaga pemerintah, yang bertanggung jawab untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang kebijakan agama, program-program ketenagakerjaan, dan hal-hal lainnya. Peran humas merupakan elemen kunci bagi institusi pemerintah, termasuk Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Banten. Media online adalah alat utama yang digunakan oleh humas untuk berkomunikasi dengan publik dan mendistribusikan informasi. Seperti yang diketahui, saat ini masyarakat lebih banyak menggunakan media sosial seperti

² Yosai Iriantara, "HUMAS PEMERINTAH 4.0," *Media Nusantara* Vol. 16, No. 1 (2019), h. 13-26.

Facebook, Instagram, Tiktok, Youtube, dan lainnya sebagai sumber kontak dan informasi. Alat utama yang digunakan oleh masyarakat untuk melakukan kegiatan sehari-hari, terutama mendapatkan informasi, adalah media sosial. Masyarakat menggunakan media sosial untuk mengikuti perkembangan zaman dan membuat hidup mereka lebih cepat dan mudah. Tidak dapat dipungkiri bahwa berita dan informasi akan sampai ke masyarakat dengan lebih cepat dan mudah melalui media sosial. Oleh karena itu, dalam rangka memberikan informasi kepada masyarakat, Humas Kementerian Agama Provinsi Banten memanfaatkan kemajuan teknologi dengan memanfaatkan media online.

Namun, Kementerian Agama Provinsi Banten menggunakan *media online* untuk informasi dan komunikasi memiliki alasan lain selain untuk mengikuti perkembangan teknologi. Penggunaan taktik komunikasi PR sangat penting dalam lingkungan yang semakin bervariasi dan dinamis. Mereka memastikan bahwa publik mendapat informasi dengan cara yang tepat, mudah diakses, dan efisien. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji strategi komunikasi Kementerian Agama Provinsi Banten dalam hal kehumasan dalam menyebarkan informasi melalui *media online*. Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan gambaran rinci mengenai strategi Kementerian Agama Provinsi Banten menjalankan tanggung jawabnya dalam mengelola informasi keagamaan melalui *media online* dan memberikan rekomendasi perbaikan apabila ditemukan kesenjangan dalam strategi komunikasi yang ada.³

Kanwil Kemenag Banten tidak hanya harus memberikan pelayanan kepada masyarakat berupa pembinaan dan pengelolaan urusan agama, tetapi juga mampu menjalin dan menjaga hubungan baik dengan masyarakat atau media. Peneliti berharap dengan menjalin hubungan baik dengan masyarakat atau media dapat membantu perkembangan Kanwil Kemenag Banten kedepannya khususnya dalam bidang pelayanan informasi.

³ Erni Herawati, "Komunikasi Dalam Era Teknologi Komunikasi Informasi", *Jurnal Humaniora*, Vol. 2, No. 1, (2011), h.103.

Sesuai yang tertera pada UU KIP (Keterbukaan Informasi Publik) UU No 14 Tahun 2008 yang diterbitkan sejak 1 Mei 2010. Lahirnya UU KIP (Keterbukaan Informasi Publik), mengamanatkan bahwa: “Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengelola, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia”.⁴ Lahirnya UU Keterbukaan Informasi ini, maka publik, menuntut adanya tata kelola pemerintahan yang baik serta adanya akuntabilitas transparansi dari sebuah instansi atau organisasi.

Untuk memberikan pencerahan kepada masyarakat, humas memainkan fungsi yang krusial dalam situasi ini. Oleh karena itu, Humas dituntut untuk menangani seluruh aspek distribusi informasi karena merekalah yang bertugas melakukan aktivitas komunikasi internal dan eksternal. Humas secara teoritis mengamankan kebijakan program kerja pemerintah, memberikan layanan, dan menyebarkan pesan dan informasi tentang kebijakan dalam rangka mensosialisasikan program pembangunan kepada masyarakat di tingkat nasional dan daerah. Sebagai komunikator dan mediator yang proaktif, humas berupaya menyeimbangkan kebutuhan masyarakat dengan tujuan organisasi pemerintah sekaligus mempertimbangkan keinginan masyarakat.⁵

Hal ini membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di kantor wilayah Kementerian Agama Provinsi Banten, mengingat kantor wilayah Kementerian Agama Provinsi Banten merupakan salah satu lembaga negara yang bertugas memberikan pelayanan dan bimbingan dalam bidang agama, seperti kegiatan ibadah haji dan umrah, kegiatan di bidang pendidikan

⁴ <https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/2008/14TAHUN2008UU.htm>. Diakses Pada 21 Maret 2024 Pukul 19.20 WIB

⁵ Ahmad Husain Mappaseling, Andi Alimuddin Unde, and Hasrullah Hasrullah, "Analisis Integratif Operasional Penyebaran Informasi Pada Bagian Humas Dan Infokom Sekretariat Daerah Kabupaten Bone", *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.4, No. 2 (2015). h. 208–225.

agama, pengembangan zakat dan kegiatan lain yang berkaitan dengan bidang keagamaan melalui *media online*. Berdasarkan hasil observasi peneliti sebelumnya menunjukkan bahwa humas Kanwil Kementerian Agama Provinsi Banten menggunakan *media online* internal sebagai sarana penyebaran informasi. Saat ini, penggunaan *media online* dapat memungkinkan penyebaran informasi secara cepat. Keuntungan lain dari penggunaan portal *media online* bagi humas Kanwil Kemenag Banten yaitu humas dapat lebih mudah untuk menunggah atau membagikan informasi tentang kegiatan yang dilakukan di lingkungan Kanwil Kemenag Banten maupun kegiatan di luar Kanwil Kemenag Banten, serta berbagai informasi lain yang berkaitan dengan Kementerian Agama Kabupaten dan Kota.

Penyebaran informasi adalah penyebaran pesan yang memuat fakta (data yang sesuai dengan kenyataan) guna menciptakan penjelasan yang akurat dan mudah dipahami serta mendorong pemahaman bersama terhadap pesan yang disebarkan. Selain itu, humas berkonsentrasi pada khalayak internal dan eksternal. Tugas seorang humas dalam operasionalnya termasuk menjaga hubungan baik antara lembaga dan khalayak serta menghindari adanya kesalahpahaman (*miss communications*). Hal tersebut dapat terjadi jika seorang praktisi humas tidak menjalankan kewajibannya secara maksimal.

Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan organisasi/lembaga dan bisa terus mengikuti perkembangan zaman, seorang praktisi Humas perlu memiliki strategi dalam merumuskan perencanaan dan selalu berpikir secara konseptual dalam arti kata metodis, sistematis, dan logis. Saat menciptakan ide untuk upaya hubungan masyarakat, seorang praktisi *Public Relations* perlu membuat penyajian pesan yang ringkas, mudah dipahami, serta menyeluruh, sehingga informasi yang disampaikan kepada masyarakat dapat diterima dan dipahami. Berdasarkan pada pemaparan diatas maka peneliti melakukan penelitian dengan judul Strategi Komunikasi Humas Kanwil Kemenag Provinsi Banten Dalam Penyebarluasan Infomasi melalui *Media Online*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi Humas Kanwil Kementerian Agama Provinsi Banten dalam penyebarluasan informasi melalui *media online*
2. Apa faktor pendukung dan penghambat Humas Kanwil Kementerian Agama Provinsi Banten dalam penyebarluasan informasi melalui *media online*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi Humas Kanwil Kementerian Agama Provinsi Banten dalam penyebarluasan informasi melalui *media online*.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat Humas Kanwil Kementerian Agama Provinsi Banten dalam penyebarluasan informasi melalui *media online*.

D. Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat penelitian ini, adalah:

1. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi akademik dan pemahaman yang lebih dalam tentang strategi komunikasi dalam konteks pemerintahan dan lembaga publik, yang dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

Manfaat praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan masukan kepada Humas Kanwil Kemenag Provinsi Banten dalam penyebarluasan informasi melalui *media online*. Sebagai pengembangan

ilmu komunikasi umumnya, dan *Public Relations* khususnya dalam melaksanakan kegiatan kehumasan.

E. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian ini dilakukan dengan beberapa literatur dan penelitian terdahulu yang relevan untuk mendukung penelitian ini, beberapa penelitian tersebut adalah:

Pertama, skripsi milik Yovanda Yusdiana Haris (2022), mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, dengan judul Strategi Humas Kementerian Agama Provinsi Banten dalam Mensosialisasikan Program Moderasi Beragama. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa data Strategi Humas Kementerian Agama Provinsi Banten dalam Mensosialisasikan program Moderasi Beragama menerapkan enam langkah yaitu bekerja sama dengan tokoh-tokoh agama dan pemuda agar realisasi program berjalan lancar, memerintahkan Kemenag di Kabupaten/Kota untuk merealisasikan program, menggendakan Madrasah-Madrasah untuk mengamalkan moderasi beragama kepada siswa, dan lainlain. Sedangkan platformnya menggunakan seluruh media massa, cetak, dan *media online*.

Perbedaan penelitian yang ditulis oleh Yovanda Yusdiana Haris dengan penelitian ini terdapat pada perbedaan fokus kajiannya, dimana peneliti tersebut terfokus pada Strategi Humas Kementerian Agama Provinsi Banten dalam Mensosialisasikan Program Moderasi Beragama, sedangkan penelitian ini terfokus pada Strategi Komunikasi Humas Kanwil Kementerian Agama Provinsi Banten Dalam Penyebarluasan Informasi Melalui *Media Online*. Persamaannya terletak pada subjek penelitiannya.

Kedua, skripsi milik Khairullah (2021), mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negri Bengkulu, dengan judul Strategi Komunikasi Humas Kantor Kementerian Agama Kota Bengkulu Dalam Meningkatkan Pengetahuan Peserta Haji. Penelitian ini

merupakan penelitian *field research* (penelitian lapangan), dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penentuan informan penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa Strategi Komunikasi Humas kantor Kementerian Agama Kota Bengkulu dalam meningkatkan pengetahuan tentang proses pelaksanaan manasik haji, yaitu mengadakan sosialisasi secara langsung maupun lewat media, surat panggilan dan buku pedoman untuk mengikuti manasik haji, menggunakan metode *redudancy* dan menggunakan metode *canalizing*. Sedangkan, Media Penyampaian Pesan menggunakan *media online* youtube dan media cetak seperti buku panduan, dan memberikan manasik online.

Perbedaan penelitian yang ditulis oleh Khairullah dengan penelitian ini terdapat pada perbedaan fokus kajiannya, dimana peneliti tersebut terfokus pada strategi komunikasi humas dalam meningkatkan pengetahuan peserta haji sedangkan penelitian ini terfokus pada strategi komunikasi humas dalam penyebarluasan informasi melalui *media online*.

Ketiga, skripsi milik Adithya Artha Wardhana (2020), mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negri Ponorogo, dengan judul Strategi Komunikasi Humas Pemkot Madiun Dalam Mensosialisasikan Program Kerja Pemerintah Melalui Media Sosial. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi Humas Pemkot Madiun dalam Menyosialisasikan Program Kerja Pemerintah Melalui Media Sosial dengan menggunakan teori perencanaan strategi lima langkah, yaitu penelitian, perencanaan, pelaksanaan, pengukuran dan pelaporan. Hambatan yang ditemui Humas Pemkot Madiun saat mengelola akun media sosial yaitu waktu, perbedaan pendapat wartawan Humas Pemkot dan narasumber berita, dan komentar negatif dari netizen.

Perbedaan penelitian yang ditulis oleh Adithya Artha Wardhana dengan penelitian ini terdapat pada perbedaan pada fokus kajiannya,

penelitian tersebut berfokus pada mensosialisasikan program kerja pemerintah melalui media sosial. Sedangkan penelitian ini terfokus pada penyebaran informasi melalui *media online*. Persamaannya ada pada objek kajiannya yaitu tentang penggunaan media.

Keempat, jurnal milik Adelia Masrifah Cahyani (2020), mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya, dengan judul Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya Dalam Melayani dan Menggali Potensi Masyarakat Melalui Media Sosial. Penelitian ini adalah Penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

Hasil penelitian ini diperoleh empat temuan. Pertama, dalam menyampaikan pesan melalui sosial media Humas Pemkot Surabaya terlebih melakukan diskusi dengan tim media sosial sebelum menyampaikan pesan kepada khalayak. Kedua, konten media sosial yang begitu variatif sesuai dengan apa yang sedang marak di lingkungan masyarakat khususnya di Kota Surabaya. Ketiga, Humas Pemkot Surabaya mengadakan lomba foto di media sosial setiap bulannya. Hal itu juga sebagai tempat untuk memfasilitasi aspirasi dan karya dari warga kota Surabaya. Keempat, dalam penggunaan media sosial, Pemkot Surabaya memiliki segmentasi tersendiri yang bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam memilah informasi yang dibutuhkan melalui sosial media.

Perbedaan penelitian yang ditulis oleh Adelia Masrifah Cahyani dengan penelitian ini terdapat pada perbedaan pada subjek penelitian nya, sedangkan persamaannya yaitu pada fokus penelitiannya yaitu sama-sama mengkaji tentang strategi humas dalam penggunaan media.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembahasan dalam menganalisa studi ini, penulis membuat sistematika pembahasan yang isinya sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, dan sistematika pembahasan.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Bab ini membahas mengenai kajian pustaka meliputi: strategi, komunikasi, humas, serta *media online* dan landasan teori.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai jenis dan metode penelitian, lokasi penelitian, waktu penelitian, sumber data penelitian, informan penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV: PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas gambaran umum lokasi penelitian, visi misi, dan struktur organisasi, membahas strategi komunikasi Humas Kanwil Kementerian Agama Provinsi Banten dalam penyebarluasan informasi melalui *media online*, serta faktor pendukung dan penghambat Humas Kanwil Kementerian Agama Provinsi Banten dalam penyebarluasan informasi melalui *media online*.

BAB V: PENUTUP

Bab ini merupakan penutup dari pembahasan bab-bab sebelumnya dengan mengemukakan kesimpulan dan saran.