

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial merupakan gabungan dari dua kata yang yaitu “media” dan “sosial”. Secara sederhana media dapat diartikan sebagai alat yang mana dalam pembahasan ini dapat diartikan sebagai alat komunikasi yang menghubungkan satu dengan lainnya. Sedangkan sosial sendiri dalam pembahasan kali ini dapat diartikan sebagai hubungan sosial yang menimbulkan suatu kerjasama antar individu atau kelompok dalam membentuk suatu komunitas baru di masyarakat. Dari kedua kata tersebut media sosial dapat diartikan secara sederhana yaitu suatu alat komunikasi yang digunakan individu atau kelompok dalam membentuk suatu interaksi atau komunitas baru di masyarakat. Pengertian media sosial tidak serta merta dapat didefinisikan secara sederhana saja, ada beberapa pengertian media sosial menurut beberapa tokoh.

Menurut Mandibergh menyatakan bahwa media sosial merupakan suatu media atau alat yang digunakan untuk menghimpun kerja sama bagi penggunanya untuk menghasilkan suatu konten (*user-generated content*). Selain itu juga dikemukakan oleh Van Dijk yang menyatakan bahwa media sosial adalah suatu *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi penggunanya yang disertai fasilitas untuk dapat beraktivitas dan

berkolaborasi.¹ Karena hal tersebut media sosial dapat dikatakan sebagai alat atau media yang berbasis *online* yang berfungsi untuk mempererat hubungan antar pengguna sehingga dapat mewujudkan suatu ikatan sosial. Menurut Antony Mayfield media sosial merupakan suatu cara menjadi manusia biasa. Manusia biasa di sini diartikan sebagai manusia yang biasa bertukar ide, berkolaborasi, dan bekerja sama, untuk menghasilkan suatu kreasi sehingga menemukan orang yang bisa dijadikan sebagai teman, pasangan, dan komunitas.²

Pengertian media sosial jika dilihat dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan suatu alat yang berupa situs atau aplikasi secara *online* yang memungkinkan penggunanya untuk saling berkomunikasi, bekerja sama, dan berkolaborasi dalam masyarakat baru. Media sosial dapat dikatakan sebagai media modern atau juga disebut sebagai media baru (*new media*), yaitu suatu media yang erat kaitannya dengan internet dan telepon pintar (*smartphone*) dalam penggunaannya. Dikatakan sebagai media baru (*new media*) karena dalam penggunaannya tidak dapat terlepas dari adanya internet, yang mana pastinya berbeda jauh dari media tradisional yang menggunakan media cetak.³

New media merupakan suatu teknologi yang menggunakan internet sebagai penghubung komunikasinya dengan publik, yang memberikan kemudahan dalam melakukan komunikasi. Sebagai suatu ciri khas dari adanya media baru internet merupakan suatu jaringan yang saling

¹ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*, IV (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 3–11.

² Suryanto, *Kapita Selekta Komunikasi*, I (Bandung: CV Pustaka setia, 2018), 243–245.

³ 206–208.

menghubungkan dalam berinteraksi. Kehadiran internet tidak akan dapat berjalan dengan semestinya jika tidak didukung dengan adanya *smartphone* yang saat ini telah berinovasi bukan hanya sebagai alat komunikasi suara tapi juga telah dilengkapi dengan fitur untuk berkomunikasi dengan canggih dan cepat untuk mengakses internet.⁴

2. Karakteristik Media Sosial

Media sosial merupakan suatu *platform* yang erat kaitannya dengan internet atau merupakan dari bagian *new media*. Adanya karakteristik pada media sosial merupakan suatu yang dianggap penting agar dapat memberikan ciri khas atau pembeda dengan media lainnya. Karakteristik media sosial dapat digunakan dalam bidang jurnalistik, hubungan masyarakat, pemasaran, juga politik. Nasrullah menyebutkan berikut merupakan karakteristik media sosial tersebut meliputi:

a. Jaringan (*network*) antar pengguna

Jaringan (*network*) dalam terminologi bidang ilmu komputer dapat diartikan sebagai suatu infrastruktur yang menghubungkan komputer atau perangkat keras lainnya. Karakter media sosial yang dikatakan jaringan (*network*) adalah media sosial yang terbentuk dari struktur sosial yang terbentuk dalam jaringan atau internet. Sebagai karakteristik media sosial, jaringan (*network*) berfungsi untuk menghubungkan penggunanya entah itu dalam dunia nyata atau dunia maya tidak peduli saling kenal atau tidak. Kehadiran media sosial dan

⁴ Arkan Shaleh dan Wulan Furrie, "Peran Public Relations Dalam Pemanfaatan Instagram Sebagai Alat Publikasi Untuk Meningkatkan Layanan Masyarakat Di Puskesmas Kecamatan Cilincing (Studi Kasus Pada Akun Instagram @ puskesmascilincing)," *LUGAS Jurnal Komunikasi* 4, no. 1 (29 Juni 2020): 9, <https://doi.org/10.31334/lugas.v4i1.936>.

jaringan menjadi suatu perantara bagi pengguna untuk membentuk suatu komunitas masyarakat.

b. Informasi (*information*)

Informasi merupakan karakteristik yang paling menonjol dalam media sosial, karena dari media sosial lah penggunanya dapat memproduksi, mengkonsumsi, dan saling bertukar informasi. Dari karakternya media sosial sebagai informasi dapat dijabarkan menjadi dua segi yaitu media sosial merupakan suatu alat atau perantara yang dijalankan berdasarkan informasi dan informasi juga merupakan suatu bahan dalam menggunakan media sosial. Informasi sebagai suatu bahan dalam media sosial di sini adalah setiap pengguna media sosial harus menyertakan informasi pribadi sebelum dapat mengakses lebih jauh ke arah media sosial.

c. Arsip (*archive*)

Karakter yang ada dalam media sosial selanjutnya adalah arsip, yang mana setiap informasi dan kegiatan pengguna dalam media sosial dapat diakses kembali. Hal ini menjadi salah satu keunikan dari media sosial, selain dalam penggunaannya media sosial menggunakan jaringan serta dapat memberikan informasi, maka media sosial juga memiliki fasilitas arsip. Dengan adanya arsip dalam media sosial memudahkan pengguna dalam mengakses dan menaruh informasi yang telah diakses.

d. Interaksi (*interactivity*)

Interaksi yang ada di media sosial merupakan salah satu ciri khas yang membedakan media sosial dengan media lainnya, terlebih pada media tradisional (*old media*). Dengan adanya karakteristik interaksi dalam media sosial menjadikan pengguna media sosial dapat memperluas hubungan pertemanan meskipun di dunia maya. Contoh interaksi sederhana yang terjadi di dalam media sosial adalah dengan adanya komentar, adanya tanda seperti *like*, dan juga sebagai bentuk pembagian perasaan pengguna satu dengan lainnya. Pada media lama kita tidak dapat menjumpai adanya interaksi timbal balik antara pengguna satu dengan lainnya, seperti halnya media cetak koran kita bisa mendapatkan informasi namun tidak dapat melakukan interaksi dengan pengguna atau pembaca koran lainnya.

e. Simulasi (*simulation*) sosial

Pengertian simulasi ditelusuri dari karya Jean Baudrillard yang mengungkapkan bahwa simulasi dalam pandangan media sosial merupakan kesadaran yang real di benak khalayak atau pengguna media sosial semakin berkurang bahkan hampir tergantikan dengan realitas semu yang ada di dunia virtual (internet). Karakteristik media sosial dikatakan simulasi karena saat ini pengguna media sosial seolah-olah berada diantara realitas atau kenyataan dan ilusi yang hanya berupa hayalan atau angan-angan.

f. Konten oleh pengguna (*user generated content*)

Istilah konten oleh pengguna dalam media sosial memiliki arti bahwa dalam media sosial penggunaannya dapat mengkonsumsi serta

memproduksi konten. Hal ini yang menjadi pembeda dengan media lama (*ole media*) di mana pada media lama seorang pengguna atau khalayak hanya dapat menerima dan menjadi sasaran konten yang didistribusikan, sedangkan dalam media baru (*new media*) yang mana media sosial juga termasuk dalam bagiannya seorang pengguna atau khalayak dapat mengkonsumsi, memproduksi, mengarsipkan, serta menyirkulasikan konten media.⁵

3. Klasifikasi Media Sosial

Kehadiran media sosial saat ini memiliki beberapa kalsifikasi sesuai dengan jenisnya. Kaplan dan Halein menciptakan klsifikasi dalam berbagai media sosial, jenis-jenis media sosial tersebut meliputi:

a. Proyek Kolaborasi

Jenis media sosial yang mengizinkan usernya dalam website untuk mengubah, manambah, atau menghapus konten atau informasi yang ada di dalam website. Contoh dari media sosial jenis proyek kolaborasi adalah wikipedia, yang mana merupakan suatu kumpulan halaman web yang dapat diubah oleh setiap orang.

b. Blog dan Microblog

Pengguna media sosial jenis ini memiliki keleluasaan dalam mengekspresikan sesuatu di suatu blog, ekspresi tersebut dapat berupa tanggapan, kritikan, komentar dan sejenisnya. Contoh media sosial jenis ini adalah twitter.

c. Konten

⁵ Nasrullah, Rulli. *Media Sosial Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi*, IV (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017) 16–32.

Pengguna media sosial jenis konten dapat saling membagikan konten atau berita, informasi, dan pesan yang berupa media yang berbentuk video, gambar, teks, audio, foto dan sejenisnya. Contoh dari media sosial jenis konten adalah *instagram*, *Youtube* dimana di dalamnya berisi fitur video dan tulisan atau teks.

d. *Situs Jejaring Sosial*

Situs jejaring sosial ini merupakan media sosial yang berjenis aplikasi, di mana dalam aplikasi tersebut memberikan izin kepada penggunanya untuk dapat terhubung dengan pengguna lainnya dan bisa mendapatkan informasi yang dibutuhkan dan diinginkan. Contoh media sosial jenis situs jejaring sosial adalah *Facebook*.

e. *Virtual Game Word*

Media sosial saat ini terkenal dengan dunia virtual yang dapat menghubungkan semua orang tanpa harus bertatap muka. Dalam media sosial jenis ini telah banyak mereplikasikan atau membuat tiruan lingkungan dalam bentuk 3D atau dibuat seakan-akan nyata. Setiap pengguna media sosial jenis ini bisa muncul dalam bentuk avatar yaitu bentuk tiruan yang berada dalam dunia maya dan dapat digunakan berinteraksi anatar pengguna satu dnegan lainnya sehingga terkesan seperti dunia nyata. Contoh dari *virtual game word* adalah *game online*.

f. *Virtual Social Word*

Merupakan dunia virtual yang dalam penggunaannya dapat disamakan dengan kehidupan di dunia virtual, sama seperti dengan *virtual game*

word yang dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya. Namun, yang membedakan adalah dalam media sosial jenis ini lebih bebas, terkesan lebih nyata, dan lebih ke arah kehidupan, contohnya seperti *second life*.⁶

Menurut Nasrullah menyatakan bahwa ada enam kategori besar melihat pembagian media sosial, yaitu:

a. Media jejaring sosial (*social networking*)

Jenis media sosial ini merupakan medium atau perantara yang paling populer. Media jejaring sosial merupakan jenis media sosial yang biasa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial. Ciri khas media sosial jenis ini adalah setiap penggunanya dapat membentuk jaringan pertemanan entah itu pertemanan yang sudah dikenal atau yang belum dikenalnya. Contoh media sosial yang banyak digunakan adalah facebook dan LinkedIn.

b. Jurnal *online* (blog)

Blog merupakan jenis media sosial yang memberikan keleluasaan kepada penggunanya untuk mengunggah aktivitas kesehariannya, selain itu juga pengguna dapat memberikan komentar dan dapat berbagi informasi. Secara mekanis, media sosial ini dibagi menjadi dua kategori yaitu *personal homepage*, yaitu pemilik akun yang menggunakan nama domain sendiri yaitu .com atau .net. kedua yaitu dengan menggunakan fasilitas penyedia halaman weblog gratis, contohnya seperti wordpress atau blogspot.

⁶ *Kapita Selekt Komunikasi*, 244–45.

c. Jurnal *online* sederhana atau *microblog*

Jenis media sosial ini sebenarnya tidak jauh beda dengan jenis media sosial blog, yang mana di media sosial jenis ini pengguna dapat menulis aktivitasnya yang nantinya juga dapat dipublikasikan atau dibagikan secara umum dan dapat menerima pendapat. Contoh *microblogging* yang sering digunakan adalah Twitter.

d. Media berbagi (*media sharing*)

Media berbagi merupakan suatu tempat atau situs yang mengizinkan pengguna media sosial untuk berbagi. Berbagai dalam hal ini berupa video, audio, gambar, dokumen (*file*) dan sejenisnya. Contoh dari media sosial ini adalah *Youtube, Flickr, Photo-bucket, Snapfish*.

e. Penanda sosial (*social bookmarking*)

Penanda sosial merupakan jenis media sosial yang bekerja untuk mengorganisasikan, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara *online*. Ada beberapa situs sosial *bookmarking* yang terkenal meliputi *delicious.com, stumbleUpon.com, Digg.com, dan LintasMe*.

f. Media konten bersama atau wiki

Media sosial jenis wiki merupakan media sosial yang mudah diakses oleh siapapun, konten atau informasi yang tersedia di dalamnya juga merupakan hasil kolaborasi dari penggunanya. Dalam wiki informasi yang didapatkan oleh pengguna meliputi pengertian, sejarah, rujukan buku atau tautan satu kata.⁷

⁷ Ahmad Setiadi, "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi," t.t., 2–3.

4. Manfaat Media Sosial

Media sosial merupakan suatu alat yang pastinya memiliki manfaat sehingga dapat digunakan dan dibutuhkan oleh manusia dalam kehidupan. Menurut Puntoadi menjelaskan bahwa media sosial memiliki manfaat yang sangat penting yaitu sebagai berikut:

- a. Media sosial menyediakan fitur dan fasilitas yang dapat digunakan seseorang untuk berkomunikasi, berdiskusi, mendapatkan teman baru, serta popularitas di media sosial. Contoh media sosial yang sering digunakan dan nampak dengan kasat mata akan manfaat tersebut seperti *facebook, instagram, twitter, dan youtube*.
- b. Alat atau media dalam mencari dan menyebarkan informasi. Kehidupan manusia saat ini yang tidak pernah terlepas dari adanya internet, *smartphone*, dan media sosial yang menyajikan berbagai informasi dengan jangkauan atau akses yang luas. Informasi merupakan salah satu kebutuhan manusia dalam segala bidang, sehingga dengan adanya media sosial dengan segala karakteristiknya yang memudahkan manusia dalam memperoleh informasi, media sosial sangat bermanfaat dalam kehidupan manusia.
- c. Sebagai alat promosi dalam bidang jual beli, dimana media sosial memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Dengan adanya media sosial yang menawarkan bentuk komunikasi dua arah menjadikan pemasar mampu melihat kebutuhan serta kebiasaan konsumen, sehingga pemasar mampu berinovasi dan memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen.

- d. Media sosial juga bermanfaat dalam kehidupan manusia karena adanya istilah viral, dimana dapat diartikan sebagai penyebaran yang sangat cepat. Dengan adanya istilah ini media sosial sangat bermanfaat bagi masyarakat terlebih dalam kecepatan dan ketepatan informasi.⁸

5. Dampak Media Sosial

Penggunaan media sosial sudah menjadi kebiasaan dalam kehidupan masyarakat, di mana yang awalnya hanya digunakan dalam ruang lingkup pekerjaan dan pendidikan kini telah memasuki ranah publik. Peran media sosial dalam kehidupan sehari-hari menjadi sangat penting didukung dengan kecanggihan teknologi dan manfaat dari media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Disamping media sosial yang memiliki segala keunggulan dan kelebihan, tentunya juga memiliki dampak tersendiri yang ditimbulkan dari pemakaiannya. Christian Thomas mengungkapkan bahwa ada beberapa dampak yang dihasilkan dari adanya penggunaan media sosial yaitu dampak positif dan negatif yang meliputi:

a. Dampak Positif

- 1) Dapat menghimpun dan menghubungkan keluarga, kerabat, dan teman melalui dunia maya berupa media sosial tanpa harus bertemu.
- 2) Dapat digunakan sebagai sarana penyebaran informasi dalam kurun waktu yang sangat cepat.
- 3) Dapat digunakan untuk memperluas jaringan pertemanan sekalipun dengan orang yang belum dikenal.

⁸ Yuni Fitriani, "Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat" 19, no. 2 (2017): 150.

- 4) Dengan adanya media sosial menjadikan anak dan remaja lebih bersahabat, perhatian, dan empati.
 - 5) Dapat digunakan sebagai media untuk mengembangkan keterampilan dan bersosialisasi.
 - 6) Dapat digunakan sebagai media promosi dalam bidang bisnis.
 - 7) Sebagai media pertukaran data yang mana setiap pengguna media sosial dapat bertukar informasi dengan sangat cepat.
 - 8) Sebagai media komunikasi antara pengguna media sosial satu dengan lainnya.
- b. Dampak Negatif
- 1) *Cyber crime* atau terjadinya kejahatan di dunia maya yang bisa dalam bentuk *spamming*, *phising*, *hacking*, dan *cracking*.
 - 2) Lebih mudah bersikap individualisme dan susah bersosialisasi dengan lingkungan sekitar.
 - 3) Mudah manampakkan sesuatu yang sifatnya privasi dan pribadi.
 - 4) Menurunnya semangat dan produktivitas karena banyaknya waktu yang digunakan untuk mengakses media sosial.
 - 5) Kemunculan informasi yang bersifat pornografi, *hoax*, dan informasi yang bersifat *bullying*.⁹

Penggunaan media sosial juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Pemnfaatan dan penggunaan media sosial harus sesuai dengan aturan yang telah tertulis dalam undang-undang tersebut, yang mana setiap orang yang melawan hukum akan

⁹ Vira Vanessa Priyanka Putri dkk., *Teori Komunikasi Massa dan Perubahan Masyarakat* (Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang bekerjasama dengan Inteligencia Media (Intrans Publishing Group), 2020), 37–40.

dikenakan sanksi. Melalui penelitiannya Debora mengungkapkan bahwa ada dampak yuridis penggunaan media sosial menurut UU No 11 Tahun 2008, adalah sebagai berikut:

a. Dampak Positif

- 1) Sebagai tempat promosi yang dapat dipasarkan dan dilihat oleh banyak orang.
- 2) Media atau alat untuk mencari pertemanan.
- 3) Sebagai media komunikasi dan mencari informasi.
- 4) Tempat berbagi di mana setiap orang pengguna media sosial dapat saling bertukar informasi yang berupa foto, dokumen, maupun audio.

b. Dampak Negatif

- 1) Banyak munculnya tindakan kejahatan seperti halnya penipuan.
- 2) Menimbulkan sifat candu dan lebih menutup diri terhadap lingkungan.
- 3) Merusak hubungan dengan lingkungan sekitar.¹⁰

B. Publikasi

1. Pengertian Publikasi

Publikasi secara sederhana dapat diartikan sebagai penyampaian atau penyebaran. Publikasi merupakan suatu kegiatan yang mengarah pada fungsi dan tugas humas dalam segala bidang. Pengertian publikasi menurut Philip dan Herbert M. Baus dalam buku *Perception for Communication* merupakan tugas humas atau *public relation* dalam menyampaikan dan menyebar luaskan suatu berita, pesan, dan juga informasi tentang kegiatan suatu organisasi

¹⁰ Debora Maya Mangadil, "Dampak Yuridis Penggunaan Media Sosial Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik," *Lex et Societatis* IV, no. 1 (2016): 2.

kepada masyarakat atau khalayak umum, yang mana dapat dikatakan bahwa publikasi merupakan kegiatan utama dalam humas. Menurut Lilweri publikasi merupakan suatu proses membuat suatu produk informasi (kontent) tertentu agar dapat diketahui oleh publik. Merujuk dari pengertian tersebut publikasi berarti penyebaran informasi yang dapat berupa teks, video, gambar dan sejenisnya agar diketahui oleh publik.¹¹ Menurut Lesly publikasi merupakan suatu penyebaran pesan yang direncanakan dan dilaksanakan dengan tujuan untuk kepentingan tertentu dari sebuah organisasi tanpa melalui adanya pembayaran kepada media.¹²

Publikasi juga sering disebut dengan publisitas yang memiliki pengertian beragam seperti yang dikemukakan oleh beberapa ahli. Menurut Sudarmo menjelaskan bahwa publisitas adalah cara yang digunakan suatu perusahaan atau seseorang untuk mempengaruhi konsumen yang dilakukan secara tidak langsung dengan tujuan agar konsumen menjadi tahu dan tertarik terhadap suatu produk atau jasa. Publisitas juga dijelaskan oleh Laksana yang menyebutkan bahwa publikasi adalah suatu ruang karya atau editorial yang dimuat disemua media, baik media yang dapat dibaca, dilihat atau didengar untuk membantu mencapai tujuan dari suatu penjualan atau pemasaran.¹³ Publikasi atau publisitas dapat disimpulkan sebagai suatu penyampaian atau penyebaran informasi yang dapat berbentuk tulisan, gambar, video, atau suara

¹¹ Baskara dan Fajar Rizki, "Proses Publikasi Humas Badan Nasional Pengelola Perbatasan Pada Akun Media Sosial Instagram," 21.

¹² Aziza Rahmah, Mutiara Hasni, dan Yuda Mulia Ramdhan Sitepu, "Aktivitas Humas Dalam Publikasi Sekolah di MAN 2 Langkat, Sumatera Utara," *PEMA: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 2 (2021): 89–90.

¹³ Sri Astuti, "Analisis Bauran Promosi Dalam Peningkatan Jumlah Mahasiswa Baru Di FKIP UHAMKA Jakarta," *Jurnal Utilitas* 1, no. 1 (2015): 89.

kepada khalayak umum yang dimuat melalui berbagai media untuk memenuhi tujuan organisasi atau perusahaan.

pengertian publikasi di atas menyebutkan bahwa secara sederhana publikasi adalah penyampaian atau penyebar luasan informasi kepada khalayak umum menggunakan media informasi. Publikasi memiliki peran penting dalam keberhasilan suatu program atau kegiatan yang dibuat, karena dengan adanya publikasi maka suatu informasi dapat tersebar luaskan pada publik. Publikasi merupakan proses yang harus diperhatikan dan dipertanggungjawabkan sebab publikasi merupakan suatu penyampaian informasi yang harus berisi kebenaran serta fakta yang sesuai kepada publik.¹⁴

2. *Digital Publication*

Digital publication memiliki arti sebagai publikasi digital, yaitu suatu penyebaran informasi yang dilakukan menggunakan media digital. *Digital publication* juga sering disebut dengan sebutan *electronic publication* yang secara sederhana diartikan sebagai penyebaran informasi melalui media digital atau media *online* bukan dalam bentuk koran atau majalah. Dilihat dari kata *digital publication* dapat diartikan dari dua kata yaitu *digital* yang berarti digital dan *publication* yang berarti publikasi.¹⁵

Digital publication merupakan perkembangan dari teknologi media digital yang dapat menyebarkan informasi dengan sangat cepat melalui media *online*. *Digital publication* sebenarnya terdiri dari pengertian publikasi dan digital. Dimana publikasi merupakan proses penyebaran informasi yang

¹⁴ Muhamad Anas Mustopa, Muhamad Andera Famuzia, dan Reza Budiawan, "SEMA: Sistem Pendataan Dan Publikasi Elektronik Kabupaten Majalengka," *e-Proceeding of Applied Science* 7, no. 5 (Oktober 2021): 3.

¹⁵ "Perpustakaan Nasional Republik Indonesia," diakses 25 Mei 2022, <https://www.perpusnas.go.id/magazine-detail.php?lang=en&id=8239>.

dilakukan melalui media informasi. Menurut Lesly publikasi merupakan suatu penyebaran pesan yang direncanakan dan dilaksanakan dengan tujuan untuk kepentingan tertentu dari sebuah organisasi tanpa melalui adanya pembayaran kepada media. Publikasi merupakan alat yang penting dan utama dalam bauran promosi produk maupun bauran humas, dikatakan penting karena publikasi merupakan kegiatan yang mendukung keberhasilan promosi dan humas.¹⁶

Digital sendiri menurut Feldman dapat diartikan sebagai bahasa komputer yang sering disebut dengan kode biner, yang mana kode tersebut hanya terdiri dua simbol yaitu 0 dan 1. Feldman juga menyebutkan bahwa ada lima kunci dalam memahami informasi dalam bentuk digital, yaitu:

a. Dapat dimanipulasi

Dimanipulasi dalam hal ini adalah segala informasi yang telah diubah dalam bentuk digital dapat dimodifikasi dengan cepat dan sederhana.

b. Berada dalam jaringan internet

Semua kegiatan bahkan juga dalam lingkup informasi yang berbentuk digital pasti mengenal adanya jaringan internet. Sehingga informasi dalam bentuk digital dapat dibagikan dan ditukar dengan mudah oleh penggunanya.

c. Padat

Informasi dapat disimpan melalui suatu teknologi penyimpanan data. Kekuatan dalam penyimpanan data tergantung pada teknologi yang

¹⁶ Rahmah, Hasni, dan Sitepu, "Aktivitas Humas Dalam Publikasi Sekolah di MAN 2 Langkat, Sumatera Utara," 89–90.

digunakan oleh pengguna, contohnya penyimpanan digital meliputi *compact disk* dan *hard disk*.

d. Dapat dikompresi

Ukuran dalam informasi digital dapat dikompresi atau diubah menjadi ukuran yang lebih kecil sehingga dapat disimpan sesuai dengan kapasitas penyimpanan informasi digital tersebut.

e. Imparsial

Imparsial dalam hal ini memiliki kaitan yang erat dengan pembacaan sistem kode biner. Dalam hal ini data digital dapat merepresentasikan berbagai media, dengan kata lain informasi digital dapat menjadi informasi multimedia.

Kawamoto menyatakan bahwa digitalisasi merupakan suatu proses konversi atau proses mengubah informasi ke format atau bentuk yang dapat terbaca oleh komputer. Digitalisasi juga memungkinkan penyebaran konten melalui berbagai macam *platform* dengan biaya yang relatif murah.¹⁷

Dari pengertian dan penjabaran di atas maka dapat disimpulkan bahwa publikasi digital merupakan suatu penyebaran dan penyampaian informasi melalui media online yang menggunakan internet dimana informasi tersebut dapat berupa audio, video, gambar, foto, dan teks.

3. *Public Relation*

Public relation merupakan terjemahan dari kata *public* dan *relation*. Kata *public* sebenarnya tidak serta merta dapat diartikan sebagai masyarakat namun dapat diartikan sebagai suatu perkumpulan orang-orang yang berada

¹⁷ Muhammad Ashari, "Jurnalisme Digital: Dari Pengumpulan Informasi Sampai Penyebaran Pesan," *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi* 4, no. 1 (2 September 2019): 4-5, <https://doi.org/10.33376/ik.v4i1.286>.

disuatu tempat dan memiliki kepentingan tertentu. Sedangkan pengertian *relation* sendiri dalam Bahasa Inggris dapat diartikan sebagai hubungan. Namun dalam konteks hubungan masyarakat, *public relation* dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang berada dalam organisasi namun bukan hanya melibatkan orang-orang di dalam organisasi tapi juga di luar organisasi juga.¹⁸

Menurut Ibnu Syamsi dan Suryosubroto mengemukakan bahwa humas merupakan suatu kegiatan organisasi yang untuk menciptakan hubungan dan lingkungan yang harmonis dengan masyarakat dengan tujuan agar masyarakat mampu mendukung organisasi dengan sadar dan sukarela. Istilah humas atau *public relation* dalam *International Public Relation Association* dalam Hermino dijelaskan bahwa humas merupakan suatu fungsi manajemen yang dilakukan secara terus menerus dan berkelanjutan serta terencana dalam suatu organisasi dan lembaga swasta atau publik untuk memperoleh pengertian, simpati, dan dukungan dari masyarakat. *Public relation* juga dapat didefinisikan sebagai suatu fungsi manajemen yang memiliki karakteristik dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya.¹⁹

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa humas merupakan suatu fungsi manajemen yang dilakukan secara terus-menerus dan berkelanjutan antara organisasi dengan masyarakatnya dengan tujuan untuk menciptakan keharmonisan, dukungan, dan mampu menghadapi segala persoalan organisasi dengan masyarakatnya.

¹⁸ Ropingi el Ishaq, *public Relation Teori dan Praktik* (Malang: Intrans Publishing, 2017), 1–2.

¹⁹ Afiful Ikhwan, "Penerapan Manajemen Hubungan Sekolah dan Masyarakat dalam Perspektif Islam," *Al-hayat* 2, no. 1 (2018): 4.

4. Publikasi di Lembaga Pendidikan

Pengertian publikasi juga disampaikan oleh Lesly yang mengungkapkan bahwa publikasi merupakan alat yang penting dan utama dalam bauran humas, dikatakan penting karena publikasi merupakan kegiatan yang mendukung keberhasilan suatu promosi dan humas. Dengan adanya publikasi di bidang hubungan masyarakat menjadikan terbentuknya suatu proses komunikasi antara organisasi atau lembaga dengan publiknya. Dalam kegiatan publikasi, humas (*public relation*) harus mampu membuat berita dan informasi semenarik mungkin sehingga dapat diterima dan dipahami oleh publik. Jadi publikasi merupakan suatu kegiatan penyebaran informasi dari organisasi kepada publik yang biasanya digunakan dalam promosi atau humas.²⁰ Jadi publikasi merupakan kegiatan utama dalam hubungan masyarakat atau *public relation*.

Humas di lembaga pendidikan pada dasarnya sama dan saling berhubungan antar lembaga pendidikan dengan masyarakatnya entah itu masyarakat internal maupun eksternal. Sebagai hubungan masyarakat di lembaga pendidikan maka humas memiliki fungsi yang sangat penting dalam menumbuhkan rasa ikut serta masyarakat dalam dunia pendidikan. Ada beberapa tugas humas pada lembaga pendidikan, meliputi:

a. Menjadi sumber informasi

Seuai dengan namanya hubungan masyarakat maka tugasnya juga tidak jauh dari itu, yaitu memiliki tugas untuk menjadi sumber informasi bagi masyarakat. Masyarakat sendiri merupakan suatu

²⁰ Rahmah, Hasni, dan Sitepu, "Aktivitas Humas Dalam Publikasi Sekolah di MAN 2 Langkat, Sumatera Utara," 89–90.

elemen pendukung dalam mewujudkan cita-cita lembaga pendidikan yang keberadaannya tidak bisa selalu ada di dalam lingkungan sekolah. Keberadaan masyarakat tersebut menjadi salah satu alasan mengapa humas memiliki tugas untuk menyampaikan informasi dari lembaga pendidikan atau pemimpinnya kepada masyarakat.

- b. Membantu pemimpin dalam menyiapkan bahan dan informasi yang dibutuhkan pemimpin sebagai bahan evaluasi serta perbaikan bagi lembaga pendidikannya, sehingga nantinya informasi yang akan diberikan kepada masyarakat dapat diterima baik oleh masyarakat.
- c. Sebagai humas di lembaga pendidikan yang memiliki peran untuk menjembatani aspirasi masyarakat sehingga dapat diterima oleh pimpinan lembaga pendidikan. Aspirasi masyarakat tersebut dapat berupa saran atau tanggapan masyarakat untuk bahan pengembangan pendidikan, dan masukan yang membangun bagi lembaga pendidikan.
- d. Membantu kepala sekolah dengan usaha untuk memperoleh kerja sama dan bantuan. Sasaran publik dari humas lembaga pendidikan salah satunya adalah dengan publik internal, di sini humas memiliki tugas untuk membangun citra baik kepada pihak publik eksternal yang mana nantinya dapat menjalin hubungan kerja sama dan dapat saling membantu dalam setiap permasalahan.
- e. Menyusun rencana tentang cara untuk memperoleh bantuan untuk kemajuan pelaksanaan pendidikan. Sebagai penghubung antara lembaga pendidikan dengan publiknya maka humas juga memiliki

tugas dan peranan dalam menyusun rencana kemajuan lembaga pendidikan.²¹

Penyebaran informasi merupakan salah satu tugas dan fungsi humas di segala organisasi atau perusahaan, tak terkecuali di lembaga pendidikan. Penyebaran informasi dari lembaga pendidikan dapat disampaikan kepada khalayak melalui adanya suatu media. Dalam penyebaran informasinya ada dua jenis media berdasarkan sasaran publiknya yang meliputi:

a. Media internal

Ada beberapa media yang dapat digunakan sebagai media penyampaian informasi kepada publik internal, yang mana publik tersebut berada di lingkungan internal sekolah, seperti guru, karyawan dan staf, serta peserta didik. Media tersebut meliputi:

- 1) Majalah, yaitu media yang dalam penyampaian informasinya berupa tulisan, gambar, atau grafik. Media ini biasanya diterbitkan secara bulanan.
- 2) Majalah dinding, media ini sering kali kita jumpai di lingkungan sekolah yang berbentuk poster kecil yang ditempelkan di dinding sekolah atau tempat umum di lingkungan sekolah.
- 3) *Slide* dan audio visual, media ini biasanya digunakan dalam penyampaian informasi yang berkaitan dengan penyampaian program atau lebih tepatnya digunakan dalam kegiatan rapat.

²¹ Fajri Dwiyama dan Riska Oktafiana, "Manajemen Humas: Membangun Peran Masyarakat Pada Lembaga Pendidikan," *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 10, no. 1 (2020): 64.

4) *Newsletter*, merupakan jenis media penyampaian informasi yang memuat berita seputar pendidikan dan lembaga pendidikan secara berkala.

b. Media eksternal

Media penyampaian informasi eksternal biasanya ditujukan kepada pihak luar lembaga pendidikan. Media eksternal ini hadir dibarengi dengan tujuan untuk dapat menjalin komunikasi yang baik dengan publik eksternal. Media tersebut meliputi:

- a) Jurnal eksternal
- b) Media cetak
- c) Media elektronik (internet).²²

²² Ishaq, *public Relation Teori dan Praktik*, 149–55.