

**PERAN HUMAS DINAS LINGKUNGAN HIDUP DALAM MEMBERIKAN
LAYANAN INFORMASI MELALUI MEDIA SOSIAL PADA
MASYARAKAT KABUPATEN MESUJI**

(Tugas Akhir)

Oleh

SISKA AYU LESTARI

NPM 1806071026



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

BANDAR LAMPUNG

2022

ABSTRAK

PERAN HUMAS DINAS LINGKUNGAN HIDUP DALAM MEMBERIKAN LAYANAN INFORMASI MELALUI MEDIA SOSIAL PADA MASYARAKAT KABUPATEN MESUJI

Oleh

Siska Ayu Lestari

Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji merupakan instansi pemerintah yang bergerak dalam bidang lingkungan hidup. Dengan mengikuti perkembangan teknologi informasi, Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji melakukan salah satu peran humas yaitu dalam bentuk memberikan pelayanan informasi melalui media sosial *instagram*, *facebook* dan *youtube*, yang dimana humasnya berupaya untuk terus memberikan informasi kepada masyarakat tentang dinasny dan bagaimana peran dinas tersebut, sehingga melalui informasi tersebut masyarakat dapat mengetahui tentang Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji dan apa saja perannya. Berdasarkan permasalahan adanya pengelolaan layanan melalui media sosial Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji yang kurang optimal, yaitu terlihat dari keaktifan media sosial yang dimiliki oleh dinasny dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran humas Dinas Lingkungan Hidup dalam memberikan layanan informasi melalui media sosial pada masyarakat Kabupaten Mesuji. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya keterbukaan informasi publik kepada masyarakat, merupakan hak masyarakat yang wajib disediakan oleh Dinas Lingkungan Hidup kepada masyarakat Kabupaten Mesuji untuk mengetahui informasi tentang dinasny, yaitu mengenai lingkungan hidup yang disebarluaskan melalui email dan beberapa media sosial sebagai media penyebaran informasinya. Upaya yang dilakukan dalam pelaksanaan peran dinasny berupa melaksanakan pelayanan informasi dan penyebaran informasi melalui media sosial kepada masyarakat Kabupaten Mesuji.

Kata Kunci : Peran Humas, Layanan informasi publik

**PERAN HUMAS DINAS LINGKUNGAN HIDUP DALAM MEMBERIKAN
LAYANAN INFORMASI MELALUI MEDIA SOSIAL PADA
MASYARAKAT KABUPATEN MESUJI**

Oleh

SISKA AYU LESTARI

Tugas Akhir

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar

AHLI MADYA (A.Md.)

Pada

Program Studi Diploma III Hubungan Masyarakat

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

BANDAR LAMPUNG

2022

**Judul Tugas Akhir : PERAN HUMAS DINAS LINGKUNGAN
HIDUP DALAM MEMBERIKAN LAYANAN
INFORMASI MELALUI MEDIA SOSIAL
PADA MASYARAKAT KABUPATEN MESUJI**

Nama Mahasiswa : Siska Ayu Testari

Nomor Pokok Mahasiswa : 1806071026

Program Studi : DIII Hubungan Masyarakat

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Nanda Utaridah, S.sos., M.Si
NIP. 197507152008122003

2. Ketua Program Studi DIII Hubungan Masyarakat

Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si
NIP. 198109262009121004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

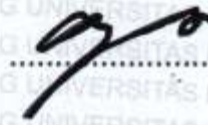
Ketua

: Nanda Utaridah, S.sos., M.Si



Penguji Utama

: Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si

NIP. 196108071987032001

Tanggal Lulus Ujian Tugas Akhir : 7 Februari 2022

PERNYATAAN

Nama : Siska Ayu Lestari
Npm : 1806071026
Program Studi : DIII Hubungan Masyarakat
Alamat : Desa Mekar Jaya, Kec. Tanjung Raya, Kab. Mesuji,
Lampung

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang berjudul "**PERAN HUMAS DINAS LINGKUNGAN DALAM MEMBERIKAN LAYANAN INFORMASI MELALUI MEDIA SOSIAL PADA MASYARAKAT KABUPATEN MESUJI**" adalah benar hasil karya saya sendiri bukan plagiat (milik orang lain) atau dibuatkan oleh orang lain. Apabila di kemudian hari hasil penulisan Tugas Akhir saya ada pihak lain yang merasa keberatan, maka saya bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku dan siap dicabut gelar akademik saya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dalam keadaan sadar, dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dalam keadaan sadar, dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 7 Februari 2022



nyataan

Siska Ayu Lestari

Npm. 1806071026

MOTTO

“Berhentilah untuk membandingkan diri sendiri dengan orang lain, karna masing-masing memiliki titik pencapaian yang berbeda”

(Penulis)

“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al-Baqarah ayat 286)

“Dan Allah bersama orang-orang yang sabar”

(Q.S Al-Anfal ayat 66)

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Siska Ayu Lestari. Lahir pada tanggal 31 Agustus 2000 di Mekar sari. Penulis merupakan anak ketiga dari empat bersaudara, dari pasangan Bapak Sutrisno dan Ibu Sri Astuti yang beralamatkan di Desa Mekar jaya, Kecamatan Tanjung Raya, kabupaten Mesuji, Lampung.

Jenjang pendidikan penulis bermula dari TK Al-Jihad pada tahun 2005 dan tamat pada tahun 2006 pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke SDN 01 Mekar Sari dan tamat pada tahun 2012 setelah itu penulis melanjutkan pendidikan ke SMPN 01 Panca Jaya dan tamat pada tahun 2015. Setelah tamat di SMP, penulis melanjutkan pendidikan di SMKN 02 Tanjung Raya dan tamat pada tahun 2018. Dan pada tahun yang sama penulis terdaftar sebagai Mahasiswi di Universitas Lampung, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Diploma III Hubungan Masyarakat melalui jalur Vokasi. Pada akhir masa kuliah penulis melaksanakan magang di Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji.

PERSEMBAHAN

Puji syukur saya ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini.

Tugas Akhir ini kupersembahkan untuk:

Kedua orang tua saya, kedua kakak saya serta adik tercinta yang tanpa lelah sudah mendukung semua keputusan dan pilihan dalam hidup saya apapun itu, yang selalu memberiku semangat dan dorongan dan tidak pernah putus do'anya untuk saya, semoga sehat selalu untuk keluarga tercinta dan semoga penyakit ibu segera diangkat.

Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang selalu memberikan yang terbaik bagi mahasiswanya, terutama Ibu Nanda Utaridah, S.Sos., M.Si selaku pembimbing saya yang sangat berjasa dalam membimbing saya selama penulisan tugas akhir ini. Almamater tercinta Universitas Lampung serta semua pihak yang turut memberikan semangat dan do'a sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.

Untuk semua teman-teman seperjuangan D3 Humas 2018, terimakasih telah menemani berjuang bersama duduk di bangku kuliah yang penuh kenangan dan semoga urusan kita menuju wisuda diperlancar.

Terimakasih juga saya ucapkan untuk sahabat-sahabat saya Putri, Ella, Mahda, Dewi, Gita, Sekar, Dita yang selalu ada untuk menemani keluh kesah saya, yang selalu memberi semangat untuk saya dan terimakasih sudah menjadi pendengar yang baik untuk saya.

SANWACANA

ASSALAMU'ALAIKUM WR.WB

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini sebagai salah satu syarat dalam Program Studi Diploma III Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Dalam penyelesaian Tugas Akhir ini, penulis banyak mendapatkan bantuan saran, nasihat, bimbingan serta data dan informasi dari berbagai pihak. Sebelumnya penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak yang telah banyak mendukung, yaitu kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Karomani, M.Si., selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Ibu Dra. Ida Nuraida, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Agung Wibawa, S.Sos.I.,M.Si, selaku Ketua Program Studi Diploma III Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
4. Ibu Nanda Utaridah, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing tugas akhir saya, saya ucapkan terimakasih sudah sangat membantu memperbaiki tugas akhir saya, atas waktu luang yang diberikan untuk saya, memberikan masukan, saran dan sangat sabar dalam membimbing saya. Saya mohon maaf apabila selama proses bimbingan saya salah berucap dan merepotkan ibu dengan penulisan saya yang mungkin kurang sesuai. Semoga Allah SWT selalu melindungi dan merahmati Ibu Nanda dan keluarga.

5. Seluruh staf dosen yang telah memberikan ilmu selama penulis menempuh pendidikan di program studi Diploma III Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
6. Seluruh staf dan karyawan program studi Diploma III Hubungan Masyarakat Universitas Lampung.
7. Ayah dan ibu tercinta yang selalu mendukung dan membimbing serta memberikan do'a restu hingga saya bisa sampai pada tahap ini.
8. Terimakasih untuk mas agus, mas sigit serta adikku aldi yang selalu memberikan semangat, do'a serta dukungan yang luar biasa selama penulisan tugas akhir ini.
9. Terimakasih untuk pak S. Bowo Wirianto selaku Kepala Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji yang telah mengizinkan saya untuk magang di dinasnyanya dan sudah membimbing saya selama magang.
10. Bapak Bambang Irawan, ST., selaku Kepala Bidang Pengawasan Dan Penataan Lingkungan Hidup, terimakasih atas bimbingan, saran dan masukan selama saya melaksanakan magang di Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji.
11. Terimakasih untuk bapak Purwanto, selaku sekretaris Dinas Lingkungan hidup Kabupaten Mesuji serta sebagai pembimbing lapangan yang telah membimbing serta memberikan pengarahan kepada penulis selama kegiatan magang.
12. Terimakasih untuk pak beni, pak sus, pak rama, mba kifa, mba reni, mba atun, bang mizi dan seluruh karyawan Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji yang telah banyak membantu saya saat magang selama 40 hari.
13. Terimakasih untuk sahabat-sahabatku Putri, Ella, Dita, Dewi, Mahda, Gita, Sekar yang telah menemani ku dari semester satu hingga saat ini, terimakasih sudah menjadi sahabat yang sangat baik untuk ku dan sudah sabar mendengar keluh kesahku, semoga urusan kita semua menuju wisuda dilancarkan.
14. Terimakasih untuk teman-teman seangkatan 2018, semoga kita menjadi orang sukses dan selamat berjuang untuk menuju hidup yang lebih baik.

15. Terimakasih untuk teman-teman Nocturnal Adventur yang telah menjadi tempat bercanda tawa dan telah menyiapkan tempat-tempat yang nyaman untuk menghilangkan penat, semoga kita bisa menjadi keluarga selamanya.

Akhir kata, penulis berharap Tugas Akhir ini dapat bermanfaat dan memperluas wawasan bagi penulis dan pembaca.

Bandar Lampung, 7 Februari 2022



Penulis

Siska Ayu Lestari

NPM.1806071026

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	ii
HALAMAN JUDUL.	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
PERNYATAAN.....	viii
RIWAYAT HIDUP	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
SANWACANA	x
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Metode Pengumpulan Data.....	6
16_ Sistematika Penulisan.....	9

II. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Tinjauan Tentang <i>Public Relations</i>	10
2.1.1. Fungsi dan Peran <i>Public Relations</i>	12
2.1.2. <i>Public Relations Digital</i>	15
2.2. Tinjauan Tentang Pelayanan	24
2.2.1. Layanan Informasi	25
2.2.2. Karakteristik Media Sosial.....	29
III. GAMBARAN UMUM	33
3.1. Sejarah Singkat Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji.....	33
3.2. Visi dan Misi Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji.....	34
3.3. Logo Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji	35
3.4. Struktur Organisasi Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji.....	36
3.5. Tujuan Pokok dan Fungsi (Tupoksi).....	36
3.6. Bagan Struktur Organisasi Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji	41
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1. Hasil	42
4.1.1. Hasil Wawancara	43
4.1.2. Hasil Observasi.	47
4.1.3. Hasil Dokumentasi.....	56
V. KESIMPULAN DAN SARAN	73
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Dokumen yang diperoleh dari lokasi penelitian	8
Tabel 2. Rekapitulasi data pengikut dan postingan media sosial Dinas Lingkungan Hidup.	48
Tabel 3. Perbandingan jenis informasi perbulan yang disebarluaskan melalui media sosial Facebook Dinas Lingkungan Hidup tahun 2021.....	49
Tabel 4. Perbandingan jenis informasi perbulan yang disebarluaskan melalui media sosial <i>Instagram</i> Dinas Lingkungan Hidup tahun 2021	52
Tabel 5. Perbandingan jenis informasi perbulan yang disebarluaskan melalui media sosial <i>Youtube</i> Dinas Lingkungan Hidup tahun 2021.....	53
Bagan 1. Struktur organisasi Dinas Lingkungan Hidup	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji	35
Gambar 2. Postingan pada akun <i>Facebook</i> Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji	56
Gambar 3. Postingan pada akun <i>Instagram</i> Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji	57
Gambar 4. Postingan pada akun <i>Instagram</i> Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji	57
Gambar 5. Postingan pada akun <i>Youtube</i> Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji	58
Gambar 6. Dokumentasi Rapat dalam persiapan pelaksanaan Hari Peduli Sampah Nasional (HPSN).....	58
Gambar 7. Akun <i>Instagram</i> Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji ...	60
Gambar 8. Akun <i>Facebook</i> Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji ...	61
Gambar 9. Akun <i>Youtube</i> Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji.....	62

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kemajuan humas sebagai ilmu dan profesi tidak lepas dari kemajuan teknologi komunikasi. Dampak teknologi komunikasi terhadap kehumasan dapat berupa media kehumasan yang sederhana atau cara pandang baru kehumasan sehingga memunculkan nama humas, sehingga hal tersebut memunculkan istilah humas digital. Teknologi, termasuk internet, berkembang dan berubah dari waktu ke waktu. Menurut Rob Franklin dkk (2009:114), kehadiran internet mempengaruhi dunia bisnis dan organisasi media, termasuk dunia humas. Dunia bisnis dan humas juga telah memberikan dampak sebagai saluran komunikasi baru dalam berhubungan dengan publik. Seorang juru bicara memiliki saluran untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat umum tanpa melalui sekelompok wartawan. Lebih dari itu, internet dapat mengubah hubungan komunikasi antara dua orang.

Grunig (2009:1) juga berpendapat bahwa kehadiran media sosial telah mengubah cara berpikir dan praktik humas dan mereka melihatnya sebagai kekuatan revolusioner dalam hubungan masyarakat. Grunig juga mengatakan bahwa dengan memanfaatkan potensi media sosial, hubungan masyarakat akan lebih holistik, lebih strategis, lebih interaktif, lebih infektif, simetris, dan bertanggung jawab secara sosial. Cukuplah untuk mengatakan bahwa di era baru ini, media sosial dapat digunakan sebagai salah satu media yang digunakan dalam strategi humas untuk menjangkau massa.

Humas memanfaatkan media sosial untuk mengedukasi masyarakat umum tentang program-program yang diselenggarakan oleh suatu lembaga, sehingga masyarakat diluar dapat mengedukasi dirinya sendiri. Masyarakat dapat berpartisipasi dalam program tersebut apabila program tersebut bersifat umum. Cara ini mempermudah humas untuk melakukan pekerjaannya untuk memberitahu apa saja kegiatan yang dilakukan oleh lembaga pemerintahan. Humas juga dapat menggunakan media sosial untuk membuat citra baik kepada masyarakat tentang lembaga pemerintahannya. Jenis media sosial yang digunakan seperti *instagram*, *facebook*, *twitter*, *youtube* dan masih banyak lagi (Permasih, dkk : 2018).

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa tidak dapat dipungkiri bahwa praktisi humas masih erat hubungannya dengan internet. Humas digital adalah suatu metode kerja humas digital dimana para profesional humas menggunakan fasilitas internet untuk melakukan aktivitas kehumasan. Dalam penyampaian sebuah informasi humas Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji harus memberikaan informasi yang *terupdate* karena di era modern seperti ini media sosial dapat dimanfaatkan sebagai strategi humas dalam menyampaikan informasi dengan cepat dan murah kepada masyarakat. Bila humas memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat dengan baik dan cepat, maka masyarakat percaya kepada humas sehingga reputasi humas Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji menjadi lebih baik.

Walaupun saat ini internet sudah menjadi kebutuhan masyarakat, tetapi masih banyak masyarakat yang masih awam dalam menggunakan internet dan masih ada di beberapa tempat di wilayah Kabupaten Mesuji yang memiliki jaringan internet yang buruk. Maka dari itu, dengan melakukan pengenalan secara langsung/tatap muka dan pemasangan slogan/poster ditempat ramai ditempat yang sering dikunjungi oleh masyarakat. Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji dapat sekaligus mengamati sejauh mana masyarakat mengetahui tentang Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji. Sehingga cara tersebut membuat masyarakat pengguna media sosial maupun tidak, dapat mengetahui keberadaan Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji

beserta fungsinya. Konsep tersebut cukup ideal jika dilihat dengan ruang lingkup masyarakat Kabupaten Mesuji seperti saat ini.

Dampak kurangnya informasi tentang lingkungan hidup dapat membuat masyarakat melakukan beberapa kegiatan tanpa seizin pemerintahan Kabupaten Mesuji. Misalnya, seperti pembangunan rumah walet, yang seharusnya dalam pembangunan tersebut pemilik rumah walet harus mengajukan izin kepada Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji tetapi mereka tidak melakukan hal tersebut dikarenakan kurangnya informasi tentang Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji. Maka dari itu Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji berupaya mensosialisasikan media baru yang digunakan saat ini sebagai media informasi secara virtual atau melalui jaringan internet.

Dalam menanggapi perkembangan teknologi di era milenial seperti saat ini, sangat diharapkan agar Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji dapat menghadapi dan mencari cara yang strategis untuk tetap memberikan informasi kepada masyarakat yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan perkembangan teknologinya. Informasi-informasi yang dipublikasikan oleh Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji kepada masyarakat didapatkan dari data-data sesuai fakta seperti hasil kegiatan-kegiatan yang sudah dilakukan di masyarakat kemudian diposting dengan aturan-aturan yang berlaku.

Dalam mempersiapkan sumber-sumber yang akan dipublikasikan pada media sosial, Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji mencari data di tiap bidang dan kegiatan yang dijalankan sebagai bahan media publikasi. Mencari data di setiap bidang dan kegiatan yang di jalankan sebagai bahan media publikasi. Mencari referensi dasar kegiatan dan mencari informasi lain yang berkaitan dengan lingkungan hidup. Dalam pemberian informasi, tentu saja ada standar minimal pelayanan, tentunya tidak dapat memposting sesuatu yang bersifat memancing opini negatif masyarakat. Hal ini dapat

menimbulkan argumen dan masalah yang memecah belah rasa persatuan, jadi Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji harus memberikan informasi yang benar dan sesuai dengan fakta yang ada.

Pada perkembangan zaman yang semakin pesat dan berkembangnya internet, maka humas Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji harus menyusun strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanannya sesuai dengan perkembangan teknologi yang ada dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Karena itu kualitas pelayanan yang diberikan kepada masyarakat harus baik. Pelayanan yang diberikan oleh Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji kepada masyarakat harus memberikan kegunaan bagi masyarakat.

Sejauh ini pelayanan yang diberikan oleh Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji sudah baik, namun dikarenakan kurangnya informasi yang diberikan melalui media sosial oleh humas Dinas Lingkungan Hidup kabupaten Mesuji kepada masyarakat, membuat masyarakat memperoleh informasi tentang Dinas Lingkungan Hidup melalui orang terdekat. Misalnya memiliki rekan yang bekerja di Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji atau dinas-dinas Kabupaten Mesuji lainnya yang belum sepenuhnya mengakses informasi di media sosial.

Penulis memilih Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji sebagai objek penelitian dikarenakan pengelolaan jejaring media sosial seperti *instagram*, *facebook*, *youtube* yang dimiliki oleh Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji yang dinilai masih belum berhasil dalam menyampaikan program-program dan informasi kepada masyarakat dan meningkatkan pelayanannya. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian Tugas akhir yang berjudul “Peran Humas Dinas Lingkungan Hidup Dalam Memberikan Layanan Informasi Melalui Media Sosial Pada Masyarakat Kabupaten Mesuji”. Studi dilakukan pada Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan pada tugas akhir adalah :

1. Bagaimana peran humas Dinas Lingkungan Hidup dalam memberikan layanan informasi melalui media sosial kepada masyarakat Kabupaten Mesuji?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian tugas akhir ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana peran humas Dinas Lingkungan Hidup dalam memberikan layanan informasi melalui media sosial kepada masyarakat Kabupaten Mesuji.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah dirumuskan diatas, maka diharapkan penelitian ini mempunyai manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Sebagai dokumen atau referensi yang berkaitan dengan penelitian riset pelengkap yang menjadi acuan bagi pengembang program-program yang berkaitan dengan riset ini. Apalagi melalui studi ini penulis dapat mengomentari kepentingan dan dasar pertimbangan pengelolaan sampah masyarakat yang terintegrasi.

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai salah satu syarat untuk mencapai Ahli Madya pada program Diploma III Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
- b. Sebagai tolak ukur dan masukan pada Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji agar dapat meningkatkan kinerja dalam meningkatkan mutu pelayanannya.

- c. Manfaat yang didapat dari penelitian ini adalah penulis mengerti tentang peran humas dalam meningkatkan mutu pelayanan pada Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji.

1.5. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang penulis gunakan untuk mengumpulkan data penelitian dari sumber data (subyek dan sampel). Peralatan penelitian diperlukan karna nantinya akan digunakan sebagai dasar untuk mengedit peralatan penelitian. Peralatan penelitian adalah kumpulan peralatan yang digunakan penulis untuk mengumpulkan data penelitian (Kristanti, 2018). Mengumpulkan data merupakan langkah yang sangat penting dalam sebuah penelitian. Teknik pengumpulan data yang baik menghasilkan data yang reliabel dan begitu pula sebaliknya. Oleh karena itu, poin ini tidak boleh salah dan harus dilakukan dengan hati-hati sesuai dengan proses dan karakteristik penelitian kualitatif. Ini karena kesalahan dan ketidaksempurnaan dalam metode pengumpulan data memiliki konsekuensi serius dalam format data yang tidak dapat diandalkan dan hasilnya tidak diinterpretasikan. Pada penelitian ini penulis menggunakan 3 teknik penelitian, diantaranya :

a. Teknik Wawancara

Menurut Sugiyono (2016:231), Teknik wawancara adalah pertukaran informasi dan ide secara interaktif melalui sesi tanya jawab yang dapat memasukkan makna ke dalam topik tertentu. Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data dan informasi sebanyak-banyaknya dari responden, terutama tentang peran humas di instansi pemerintah melalui wawancara mendalam pada Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji.

Wawancara tersebut dilaksanakan pada Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji pada tanggal 28 Juni 2021 yang bertempat di Jalan ZA Pagar

Alam, Desa Sido Mulyo, Kec. Tanjung Raya, Kab. Mesuji. Pada wawancara tersebut penulis mewawancarai tiga informan, yaitu Bapak Bambang Irawan, ST selaku Kepala Bidang Pengawasan Dan Penataan Lingkungan Hidup (Admin Sosial Media) dan Bapak Wellyanto Nugroho, ST sebagai Divisi Humas. Pada wawancara tersebut dilakukan secara *online* dan *offline*.

b. Teknik Observasi

Teknik observasi merupakan teknik pengumpulan data melalui pengamatan langsung pada objek penelitian dengan mencari data-data yang berhubungan dengan penelitian terhadap peran humas Dinas Lingkungan Hidup dalam memberikan layanan informasi melalui media sosial kepada masyarakat Kabupaten Mesuji. Penelitian ini dilakukan pada saat penulis melakukan kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) / Magang di Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji. Pada 11 Januari 2021 – 05 Maret 2021.

Untuk menjalankan tugas humas dalam memberikan informasi kepada masyarakat melalui media sosial, divisi humas yaitu Bapak Wellyanto Nugroho, ST, dibantu oleh Bapak Bambang Irawan, ST, yang dimana Bapak Bambang bertugas sebagai admin media sosial sedangkan Bapak Wellyanto bertugas sebagai editor serta mengumpulkan atau mencari informasi yang akan dipublikasikan pada media sosial sesuai dengan fakta yang ada.

Sehingga dalam tugas dan fungsinya sebagai pelayanan informasi publik, akan menghasilkan kinerja dalam bentuk penyebarluasan informasi atau publikasi melalui berbagai bentuk yang dimana hasil kinerja ini dilakukan sesuai dengan hak yang dimiliki oleh masyarakat untuk mengetahui informasi mengenai pemberitaan terkait kinerja pemerintah, pelayanan, kebijakan, program dan lain sebagainya.

c. Teknik Dokumentasi

Menurut Sugiyono(2015), metode dokumentasi adalah mencari data tentang suatu objek atau variabel berupa data, catatan, jurnal, buletin, agenda, dll. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa metode penelitian yang dilakukan dengan cara menelaah catatan resmi dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian. Dalam teknik ini, penulis memperoleh informasi melalui foto kegiatan Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji yang dilakukan penulis selama berada dilapangan. Dokumentasi tersebut berupa gambar dan tulisan.

Tabel 1. Dokumen yang diperoleh dari lokasi penelitian

No.	Dokumentasi	Substansi
1.	Profil Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji	Gambaran umum lokasi (sejarah, visi & misi, tugas pokok & fungsi, sarana prasarana dan struktur organisasi
2.	Data nama-nama media sosial yang dimiliki oleh Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji, seperti: <i>Instagram @dlhmesuji</i> , <i>facebook Dlh Mesuji</i> , dan <i>Youtube Dinas Lingkungan Hidup kabupaten Mesuji</i>	Perkembangan media sosial yang dikelola dan apa saja informasi yang dimuat dalam media sosial (<i>Instagram, Facebook dan Youtube</i>) Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji
3.	Foto-foto kegiatan Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji	Pelaksanaan dari kegiatan-kegiatan yang dilakukan

Tabel 1.
Dokumen yang diperoleh dari lokasi penelitian
(Sumber: Profil Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji)

1.6. Sistematika Penulisan

akhir ini terdiri dari 5 bab, yaitu:

1. Tugas Bab I Pendahuluan

Pada bab ini, menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat, teknik pengumpulan data dan sistematika penulisan.

2. Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini, menjelaskan mengenai tinjauan tentang *public relations*, fungsi dan peran *public relations*, *public relations digital*, *public relations internal* dan eksternal, tinjauan tentang pelayanan, layanan informasi, jenis-jenis media sosial dan informasinya dan karakteristik media sosial.

3. Bab III Gambaran Umum

Pada bab ini, menjelaskan mengenai sejarah singkat dinas lingkungan hidup kabupaten mesuji, visi dan misi dinas lingkungan hidup kabupaten mesuji, dan struktur organisasi dinas lingkungan hidup kabupaten mesuji.

4. Bab IV Hasil dan Pembahasan

Memaparkan dan menganalisis data-data yang di dapatkan dari hasil magang pada tanggal 11 Januari – 5 Maret 2021 pada Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji.

5. Bab V Penutup

Pada bab ini, menjelaskan mengenai kesimpulan akhir penelitian dan saran-saran yang direkomendasikan berdasarkan pengalaman di lapangan untuk perbaikan proses pengujian selanjutnya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Tentang *Public Relations*

Public relations atau yang dikenal dengan hubungan masyarakat (humas) adalah bagian penting bagi pemerintahan, karena kegiatan yang dilakukan menggunakan metode kehumasan dengan membangun dan memelihara citra pemerintahan dan memastikan agar tetap terjaga dengan baik dimata masyarakat. Menurut Andrianto, Elvinaro (2018:27) humas merupakan upaya yang direncanakan dan berkelanjutan untuk menciptakan dan memelihara pemahaman bersama tentang batasan antara organisasi dan publik. Berdasarkan definisi di atas, humas memerlukan strategi yang terencana untuk mencapai upaya yang ada.

Menurut Djanaid, dalam Nurjaman dkk. (2012), menyimpulkan bahwa humas merupakan upaya untuk menciptakan kehidupan yang harmonis baik di dalam maupun di luar lingkungan organisasi. Humas adalah kegiatan membangun hubungan baik di dalam maupun di luar humas untuk mencapai tujuan organisasi. Singkatnya, humas adalah keterampilan yang ditekankan dalam upaya kita membangun hubungan yang lebih baik.

Menurut Windah (2012:21-32) mengatakan humas adalah praktik komunikasi yang memiliki banyak dimensi dan bentuk, salah satunya adalah seni berkomunikasi. Humas disisi lain, dipandang sebagai seni membangun hubungan unik yang menjembatani komunikasi yang efektif antara organisasi atau bisnis dan masyarakat umum. Disisi lain, praktik ini mewajibkan penulis

untuk memenuhi kode etik yang berlaku, termasuk kode etik perusahaan atau organisasinya.

Menurut Frank Jefkins dari Gassing dan Suryanto (2016:9) menyatakan bahwa hubungan masyarakat akan mengintegrasikan komunikasi yang direncanakan secara artistik, baik secara internal maupun eksternal, antara organisasi dan organisasi audiens untuk mencapai tujuan tertentu berdasarkan saling pengertian. Menurutnya, Humas selalu fokus menciptakan pemahaman dan berbagi ilmu melalui informasi, perubahan yang baik diharapkan melalui kegiatan ini.

Selain itu, Scott M. Cutlip dkk. (2007:5), membahas definisi dari humas, yaitu fungsi manajemen khusus yang berkontribusi pada pembentukan dan pemeliharaan saluran komunikasi, saling pengertian, saling menerima dan kerjasama antara organisasi dan khalayaknya; humas mencakup manajemen masalah; penjangkauan publik membantu manajemen tetap responsif dan mengetahui opini publik terbaru; humas membantu manajemen mengikuti perubahan, dan memanfaatkan perubahan secara efektif, dan humas dalam hal ini adalah sistem peringatan untuk trend yang diantisipasi ; dan humas menggunakan penelitian dan komunikasi yang sehat dan etis sebagai alat utama.

Adapun definisi lain tentang humas menurut Roberto Simoes (Bambang Herimanto dkk. (2007:5), yaitu:

- a. Humas adalah proses interaksi. Humas menciptakan opini publik sebagai masukan yang menguntungkan kedua belah pihak.
- b. Humas adalah fungsi manajemen humas memajukan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga atau organisasi dengan publiknya.
- c. Humas adalah kegiatan di berbagai bidang ilmu (multidisiplin ilmu) humas menciptakan pemahaman, meningkatkan motivasi dan partisipasi publik, bertujuan untuk kebijakan, kepercayaan, saling pengertian dan citra yang baik di depan umum.

- d. Humas adalah pekerjaan profesional di bidangnya. Humas merupakan faktor yang sangat penting dalam mencapai tujuan perusahaan secara akurat dan berkesinambungan.
- e. Humas adalah campuran dari berbagai disiplin ilmu. Humas adalah penerapan kebijaksanaan dan implementasinya melalui interpretasi yang sensitif terhadap peristiwa.

2.1.1. Fungsi dan Peran *Public Relations*

Menurut Cutlip and Center (Rosady Ruslan, 2012: 19), fungsi humas dapat dibentuk sebagai berikut:

1. Mendukung kegiatan utama manajemen dalam mencapai tujuan umum (fungsi yang terkait dengan pengelolaan lembaga/organisasi).
2. Mempromosikan hubungan yang harmonis antar lembaga/organisasi dan audiensnya, yang merupakan target sasaran.
3. Mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan publik terhadap instansi/organisasi yang diwakilinya atau sebaliknya.
4. Melayani keinginan publik dan membuat proposal kepada pimpinan manajemen untuk kebaikan bersama.
5. Menciptakan komunikasi dua arah dua arah, dan mengatur arus informasi, publikasi dan pesan dari instansi/organisasi kepada publik atau sebaliknya, guna mencapai citra positif bagi kedua belah pihak.

Fungsi-fungsi humas yang disebutkan oleh Cutlip dan Center juga termasuk dalam peran humas. Dengan demikian, dalam peran humas, terdapat uraian tentang fungsi humas. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya oleh Rosady Ruslan, peran humas meliputi empat peran

utama yaitu: sebagai *communicator*, *relationship*, *back up manajemen*, dan peran keempat adalah *corporate image*.

Selanjutnya, untuk peranan humas dalam suatu organisasi menurut Rosady Ruslan (2005:10) terdapat (empat) peran utama dalam humas, yaitu:

1. Sebagai *communicator* atau penghubung antar organisasi atau instansi yang diwakili oleh publiknya. Yang artinya kemampuan sebagai *communicator* baik secara langsung atau tidak langsung, melalui pers/sarana elektronik dan lisan (*spoken person*) atau tatap muka dll. Selain itu, ia bertindak sebagai mediator serta sebagai pembujuk.
2. Sebagai *relationship*, yang berarti berusaha menjalin hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya. Yang artinya dimana peran humas (*public relations*) dalam membangun hubungan positif antara organisasi yang diwakilinya serta publik internal dan eksternal. Juga, berusaha untuk menciptakan saling pengertian, kepercayaan, dukungan, kerjasama dan toleransi antara kedua belah pihak.
3. Sebagai *back up manajemen*, yaitu sebagai pendamping dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan. Yang artinya memberikan dukungan manajemen atau mendukung aktivitas lain, seperti mengelola promosi, pemasaran, operasi, sumber daya manusia, dll. untuk mencapai tujuan bersama dalam rangka tujuan utama perusahaan/organisasi.
4. Sebagai *corporate image*, yaitu peran humas dimaksudkan untuk menciptakan citra bagi organisasi atau instansi. Yang artinya menciptakan citra atau artikel positif merupakan keberhasilan, reputasi dan sekaligus menjadi tujuan utama kegiatan humas dalam melakukan manajemen humas untuk membangun citra atau reputasi baik instansi/organisasi dan produknya mereka mewakili.

Selain itu, Rosady Roslan (2005: 1011) menjelaskan bahwa, jika dijelaskan secara rinci, empat peran utama humas (*communicator*, *relationship*, *back up manajemen*, dan *corporate image*) adalah sebagai berikut:

Pertama, bertindak sebagai *communicator* dalam kegiatan komunikasi dalam organisasi bisnis, yang berlangsung dua arah (komunikasi dua arah komunikasi timbal balik). Dalam hal ini, komunikasi berfungsi di satu sisi sebagai bentuk pemberian informasi, di sisi lain komunikasi berlangsung dalam bentuk penyampaian pesan dan menciptakan opini publik.

Kedua, menjalin atau membina hubungan (*relationship*) yang positif dan baik dengan khalayak sasaran, yaitu khalayak internal dan eksternal, terutama dengan menciptakan pemahaman dan pencapaian satu sama lain. Saling menguntungkan (*mutually understanding*) antara instansi/organisasi perusahaan dan khalayaknya.

Ketiga, peranan *back up manajemen* adalah membantu dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan. Dalam ilmu manajemen menurut Currier dan Filley (Rosady Ruslan, 2005: 9), berpendapat bahwa istilah fungsi menunjuk pada fase pekerjaan yang jelas dan dapat dibedakan, bahkan membedakannya dari fase tugas lain dengan pekerjaan lain. Hal ini serupa dengan fungsi humas yang dijelaskan pada subbab berikutnya. Dengan demikian, fungsi humas juga terintegrasi dengan fungsi manajemen. Agar mencapai tujuan fungsi manajemen, menurut teori bahwa proses manajemen melewati tahapan yang terkenal, yaitu POAC, merupakan singkatan dari *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actualing* (penggiatan), dan *controlling* (pengawasan). Selanjutnya, elemen lainnya berpartisipasi dalam proses penerapan komunikasi dua arah untuk mendukung kegiatan bagian (departemen) lain.

Keempat, membangun citra perusahaan (*corporate image*) merupakan tujuan (*goals*) akhir dari suatu aktivitas kehumasan program kerja *campaign* (kampanye kehumasan), baik untuk kepentingan publik dalam mempublikasikan maupun mempromosikan. Peran humas mencakup bidang hubungan yang luas dengan berbagai pihak dan tidak terbatas pada pengertian relasional yang sempit, karena hubungan pribadi telah memainkan peran penting dalam melakukan kampanye hubungan masyarakat.

2.1.2. *Public Relations Digital*

Memasuki era modern seperti sekarang ini, pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tidak dapat dielakkan. Senada dengan apa yang disimpulkan oleh Cutlip, Center and Broom (2011:287) yang menyatakan bahwa saat ini tidak ada lagi perbedaan jarak, tempat dan waktu yang menghalangi masyarakat dari seluruh dunia untuk saling bertukar informasi dan berkomunikasi. Internet adalah jaringan komputer global, perkembangan Internet telah membuat dunia tanpa batas. Internet adalah jaringan informasi yang melibatkan jutaan orang di seluruh dunia. Dengan Internet seseorang dapat terhubung dengan orang lain yang tempatnya berjauhan, namun tetap dapat bertukar data dan informasi. Pengaruh teknologi komunikasi mengubah kegiatan Humas sebelumnya.

Seperti yang dijelaskan Soemirat dan Ardianto (2012:187) sebelum perkembangan teknologi komunikasi seperti sekarang ini, profesional humas harus mendistribusikan publikasi seperti brosur, pamflet atau majalah kepada audiens mereka dengan surat berlangganan yang harus dikirim satu per satu ke alamat rumah mereka. Oleh karena itu, dengan perkembangan teknologi, semakin banyak profesional PR yang menggunakan Internet sebagai sarana untuk menyediakan dan menyebarkan informasi. Penggunaan Internet untuk mendukung kegiatan kehumasan telah melahirkan konsep humas digital. Menurut Soemirat dan Ardianto (2012: 186), dengan humas digital, profesional

humas dapat secara langsung menyiarkan pesan untuk disampaikan kepada publik. Keberadaan media di Internet digunakan dalam Humas karena berfungsi untuk menjangkau khalayak yang besar.

Dengan menerapkan konsep humas digital, *Public Relations* dapat berperan lebih luas, selain sebagai sarana penyebaran informasi, juga dapat digunakan untuk membentuk dan membangun citra positif perusahaan (Onggo, 200:7), humas digambarkan sebagai divisi yang tujuannya untuk mendapatkan kepercayaan publik dan mempengaruhi persepsi publik terhadap citra perusahaan maupun pemerintahan. Pelayanan yang baik dan sikap yang baik sangat penting untuk membentuk citra positif di mata masyarakat. Kegiatan humas digital adalah manajemen hubungan masyarakat moden untuk menciptakan goodwill, memperoleh dukungan publik dan untuk menciptakan citra positif perusahaan (Iriantara, 2006:9).

Public Relations digital merupakan inovasi dari upaya penyampaian informasi yang memanfaatkan keberadaan internet. Teknologi yang tersedia di Internet membuat Humas bekerja lebih nyaman, lebih cepat, dan lebih dinamis. Menurut Onggo (200:2), humas digital memainkan peran yang lebih besar dari pada humas di dunia nyata. Keberadaan humas digital dapat mengambil manfaat dari potensi besar, Seperti: komunikasi konstan, respon cepat, pasar global, interaktif, komunikasi dua arah, dan ekonomi. Solis dan Breakenridge (2009: 170) juga menjelaskan bahwa ada berbagai bentuk humas digital, antara lain sebagai berikut:

a. Membangun hubungan dengan blogger

Membangun hubungan dengan blogger penting karena blog berisi opini dari penulis tentang suatu pemerintah, dan opini penulis tersebut merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi opini masyarakat terhadap peran pemerintah. Hubungan dengan blogger didasarkan pada rasa hormat.

b. Membuat siaran pers media sosial

Siaran pers media sosial umumnya menekankan pentingnya informasi konten menarik dapat berisi informasi yang mencerminkan pandangan perusahaan seperti pangsa pasar atau fakta menarik tentang perusahaan yang membedakannya dari perusahaan lain. Siaran pers di media sosial dapat didistribusikan dalam beberapa cara, termasuk blog dan media sosial lainnya.

c. Produksi siaran pers video

Siaran pers video adalah siaran pers dalam format audiovisual. Rilis Berita Video adalah cara yang ampuh bagi PR untuk menceritakan cerita secara visual karena orang-orang menghargai cerita dalam format video daripada hanya teks.

d. Menggunakan media sosial

Media sosial dapat digunakan untuk memperoleh opini publik tentang organisasi atau pemerintahan, hal tersebut dilakukan dengan cara memberikan informasi kepada masyarakat mengenai organisasi atau pemerintahan tersebut.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa humas digital merupakan kegiatan humas yang menggunakan media Internet sebagai alat atau media untuk memberikan informasi dan publikasi. Selain itu, humas digital juga merupakan cara untuk menggunakan inovasi teknologi yang semakin berkembang, di mana media internet memungkinkan pengguna untuk merespon dengan cepat, efektif dan interaktif.

2.1.3. Public Relations Internal dan Eksternal

Kegiatan humas internal adalah kegiatan yang ditujukan untuk internal organisasi atau perusahaan. Objek di dalam adalah faktor yang secara langsung mempengaruhi keberhasilan bisnis seperti karyawan,

manajer, supervisor, pemegang saham, dewan direksi perusahaan, dll. Melalui kegiatan kehumasan internal diharapkan dapat memenuhi kebutuhan internal dan kepentingan publik organisasi atau bisnis. Hubungan yang harmonis antara pihak-pihak yang terkait dengan perusahaan akan menciptakan suasana kerja yang baik. Hanya dengan begitu operasi perusahaan akan berjalan lancar. Adapun kegiatan hubungan internal yang dilakukan oleh Direktur Humas adalah sebagai berikut:

a. Hubungan dengan karyawan

PR perlu mampu berkomunikasi dengan seluruh jajaran staf, baik formal maupun informal, untuk mengidentifikasi kritik dan saran yang dapat dipertimbangkan dalam proses pengembangan kebijakan di organisasi atau bisnis mereka. Kegiatan hubungan masyarakat yang bertujuan untuk memelihara hubungan, terutama antara manajer perusahaan dan karyawan. Hubungan ini merupakan bagian dari pekerjaan formal. Pegawai negeri/pejabat merupakan salah satu yang dijadikan sasaran dari kegiatan humas di dalam usaha untuk mencapai tujuan organisasi. Mereka merupakan suatu potensi yang sangat berarti dalam organisasi, potensi mana yang dapat dikembangkan lebih baik dari sebelumnya. Seorang humas haruslah berkomunikasi secara langsung dengan karyawan, ia harus senantiasa mengadakan kontak pribadi (*personal contact*), misalnya dengan melakukan komunikasi kepada karyawan sehingga dapat mengetahui apa yang diinginkan oleh karyawannya. Menurut Onong U. Effendy (2009:126): “kegiatan yang dilakukan untuk menciptakan hubungan baik dengan karyawan dapat dilakukan melalui perlakuan yang adil, ketenangan kerja, perasaan diakui, penghargaan atas hasil kerja, penyaluran perasaan.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan, dalam menciptakan hubungan baik dengan para karyawan, humas harus melakukan beberapa kegiatan agar usaha untuk mencapai tujuan organisasi dapat terlaksana, untuk itu humas harus mampu menjembatani komunikasi antara manajemen dan karyawan. Karena dalam menciptakan hubungan yang baik antar atasan dengan karyawan diharapkan akan mengarah pada hasil positif yang karyawan merasa dihargai oleh atasannya. Sehingga tercipta rasa memiliki (*sense of belonging*), motivasi, kreativitas dan ingin mencapai performa maksimal.

b. Hubungan dengan manajemen

Kegiatan humas untuk menjaga hubungan baik dengan manajer di perusahaan. Manajer adalah seseorang yang dapat mengabdikan dirinya untuk kebaikan bisnis melalui kemampuannya mengelola bisnis untuk menghasilkan keuntungan sesuai dengan tujuan bisnis. Karena manajer adalah orang-orang pilihan, mereka perlu melakukan aktivitas khusus agar diperlakukan sebagai orang penting. Dalam hal ini, jika manajer dianggap mampu mengambil keputusan, mereka akan mengambil keputusan, yang menyampaikan keputusan terkait dengan kebijakan manajemen yang berbeda di bidangnya, bahkan mungkin secara umum. Artinya, mereka telah berkontribusi dalam berbagai kebijakan manajemen yang menentukan pertumbuhan perusahaan. Untuk kondisi ini, mereka harus mampu memikul tanggung jawab besar perusahaan. Oleh karena itu, dapat melakukan berbagai kegiatan untuk membangun hubungan baik dengan para manajer, misalnya koordinasi kerja antar bagian, menyediakan sarana transportasi untuk kepentingan layanan.

c. Hubungan dengan pemegang saham

Seorang humas juga harus memiliki kemampuan menjalin hubungan baik dengan pemegang saham, dan dapat mengkomunikasikan apa yang terjadi dalam organisasi/perusahaan. Karena sebagai sponsor, mereka harus selalu mengetahui perkembangan perusahaan secara transparan untuk meningkatkan kepercayaan mereka terhadap perusahaan. Ini akan menghilangkan kesalahpahaman dan kecurigaan terhadap perusahaan.

Untuk mencapai tujuan tersebut, kegiatan internal humas dapat dilakukan dalam bentuk: (Ruslan, 2004:278)

a. Program pendidikan dan pelatihan

Program pendidikan dan pelatihan yang dilaksanakan oleh perusahaan ditujukan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan keterampilan karyawan, serta kualitas dan kuantitas pemberian layanan, dll.

b. Program motivasi kerja berprestasi

Program ini dikenal dengan *Achievement Motivation Training* (AMT), melalui pelatihan ini diharapkan akan memberikan motivasi dan kinerja dalam bekerja dan disiplin karyawan dengan harapan atau keinginan dari pihak perusahaan dalam mencapai produktivitas yang tinggi.

c. Program Penghargaan

Program penghargaan tersebut terkait dengan upaya perusahaan (kepemimpinan) untuk memberikan penghargaan kepada karyawan, baik yang berprestasi dalam pekerjaannya maupun yang telah lama bekerja. Dalam hal ini, penghargaan yang diberikan akan menimbulkan loyalitas dan rasa memiliki yang besar terhadap perusahaan.

d. Program acara khusus (*special event*)

Program acara khusus adalah program khusus yang sengaja dirancang di luar lingkup pekerjaan sehari-hari, misalnya bagian dari acara ulang tahun perusahaan, kegiatan keagamaan, olahraga, kompetisi, dan piknik diadakan bersama yang mendukung manajer dan semua karyawannya. Kegiatan dan program bertujuan untuk mempromosikan rasa kedekatan timbal balik di antara rekan kerja dan pemimpin .

Selanjutnya untuk *Public Relations eksternal* Menurut Onong U. Effendy (2009:126), *Public relations eksternal* adalah humas yang diselenggarakan oleh suatu organisasi dengan khalayak di luar organisasi, seperti warga dengan lingkungan sekitarnya, instansi pemerintah, pers, pelanggan dan lain-lain yang memiliki hubungan dengan organisasi dengan kegiatan komunikasi dua arah dalam mempromosikan kerjasama yang erat untuk kepentingan dan saling menguntungkan berdasarkan prinsip saling pengertian dan saling percaya.

Dari uraian di atas, dapat diasumsikan bahwa hubungan masyarakat eksternal adalah hubungan dengan publik di luar organisasi yang dilakukan melalui komunikasi timbal balik atau komunikasi dua arah yang mencari keuntungan dan kerjasama antara dua pihak.

Kegiatan eksternal publik adalah salah satu kegiatan kehumasan yang bertujuan untuk meningkatkan citra perusahaan di mata publik di luar organisasi atau perusahaan (masyarakat, instansi, konsumen/pelanggan, pemerintah). Kegiatan humas eksternal itu sendiri adalah untuk menyediakan komunikasi efektif yang persuasif dan informatif, disampaikan kepada publik di luar organisasi, secara timbal balik, dan harus disajikan pada waktu yang tepat, jujur, terbuka dan berdasarkan fakta. Tugas eksternal humas adalah mengatur atau memelihara komunikasi dua arah yang bersifat informatif, edukatif, dan persuasif. Menurut Kasali (1992: 193), konsep komunikasi dua arah merupakan salah satu faktor yang membedakan *eksternal public relations* dengan kegiatan lainnya. Melalui konsep dua arah ini, dibutuhkan

Humas eksternal yang tidak hanya bertanggung jawab untuk mengumpulkan informasi tentang audiens, tetapi juga berfungsi untuk membentuk citra dan untuk berusaha berkembang ke arah yang lebih baik dari humas eksternal.

Dari pernyataan tersebut, jelas bahwa dalam menjalankan kegiatannya, humas eksternal didasarkan pada kebutuhan untuk mendapatkan dukungan, pengertian, dan kepercayaan dari publik eksternal dan menciptakan kemauan untuk bekerja sama dengan publik. Hubungan masyarakat di luar perusahaan sangat penting. Karena perusahaan tidak bisa dibiarkan sendiri tanpa bekerjasama dengan perusahaan lain. Oleh karena itu, perusahaan harus menciptakan hubungan keharmonisan dengan masyarakat pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Salah satunya adalah berkomunikasi dengan publik luar dengan cara yang terinformasi dan persuasif. Informasi yang diberikan harus benar, lengkap dan akurat, berdasarkan kejadian yang sebenarnya. Masalah yang harus diselesaikan dalam hubungan masyarakat eksternal kegiatan meliputi bagaimana menjaga hubungan baik dengan pemerintah, mengetahui sikap dan opini publik terhadap pemerintah, menjaga hubungan baik dengan pers dan pemimpin melakukan opini publik, menjaga hubungan baik dengan publik memperoleh pemahaman dan kepercayaan publik.

Tindakan-tindakan yang akan dilakukan humas eksternal adalah:

- a. Menganalisis dan mengevaluasi sikap dan opini publik dalam menanggapi kebijakan pimpinan perusahaan dengan mengerahkan karyawannya dan menerapkan metode.
- b. Koreksi dan rekomendasi kepada para pemimpin bisnis, terutama kegiatan yang menjadi sasaran pengawasan atau kritik publik
- c. Menyiapkan informasi dan dokumen yang menjelaskan secara jujur, objektif, penting bagi publik untuk memahami dengan jelas semua aktivitas dan perkembangan perusahaan .

- d. Berpartisipasi dalam membantu manajemen mengatur atau meningkatkan pelatihan karyawan tentang kepemimpinan yang efektif.
- e. Melakukan survei atau penelitian tentang kebutuhan, preferensi dan selera masyarakat.

Kegiatan humas eksternal yang dilakukan oleh praktisi humas, yaitu:

- a. Hubungan dengan komunitas (*community relations*)

Menjalin hubungan dengan masyarakat merupakan bentuk kepedulian pemerintah terhadap lingkungan sekitar juga dapat dipahami sebagai ungkapan rasa terima kasih pemerintah kepada masyarakat. Dengan cara ini, menunjukkan bahwa pemerintah peduli kepada masyarakat. Hubungan dengan masyarakat ini sering tercermin dalam program tanggung jawab sosial pemerintahan.

- b. Hubungan dengan media (*media relations*)

Hubungan dengan *media relations* berperan sebagai alat, sarana pendukung atau kerjasama untuk kepentingan proses penerbitan dan promosi berbagai kegiatan program kerja atau untuk komunikasi yang baik bagi humas dengan publik. Dari hubungan dan media relations yang baik dengan pers, pemerintah dapat mengontrol, mencegah dan meminimalisir informasi negatif atau tidak benar tentang pemerintah di media massa. Hubungan dengan pers dapat dilakukan melalui kontak formal dan kontak informal. Bentuk komunikasi formal meliputi konferensi *pers*, wisata *pers* (*press tour*), taklimat *pers* (*press briefing*) dan resepsi *pers*. Sedangkan bentuk kontak informal lainnya antara lain keterangan *pers*, wawancara *pers*, dan pertemuan *pers* dan jumpa *pers* (*press gathering*). Hubungan dengan media menempati tempat penting dalam pekerjaan praktisi hubungan masyarakat. Kemampuan media untuk menjangkau khalayak yang besar dan membentuk opini publik menjadikan media relations sebagai aktivitas humas yang sering luput dari perhatian.

c. Hubungan pemerintahan (*government relations*)

Hubungan pemerintahan yang baik dapat memudahkan perusahaan untuk menyelaraskan kebijakan yang diambil dengan kebijakan pemerintah, sehingga kebijakan ini dilakukan sesuai dengan ketentuan pemerintah dan tidak melanggar undang-undang.

2.2. Tinjauan Tentang Pelayanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Pelayanan adalah usaha untuk membantu orang lain mempersiapkan dan merawat apa yang mereka butuhkan. Pelayanan dapat di definisikan sebagai segala bentuk kegiatan atau kegiatan yang diberikan oleh banyak pihak kepada pihak lain sehubungan dengan barang atau jasa untuk memuaskan anak kedua dari asosiasi layanan yang diberikan.

Pelayanan menurut Moenir (2014:204), adalah suatu proses pada pelaksana layanan dalam menanggapi kepentingan publik atau swasta melalui sarana yang tepat. Cara yang tepat untuk mengelola operasi layanan sangat membantu dalam mengatasi masalah pemangku kepentingan. Ini berisi masalah prosedur dan metode sederhana untuk pelaksanaan kegiatan yang efektif dan efisien dan pencapaian tujuan yang telah ditentukan.

Menurut (Kotler, 2008), definisi layanan, yaitu setiap tindakan atau operasi dapat disediakan oleh satu sisi untuk bagian lain yang pada dasarnya tidak terlihat dan tidak memerlukan di mana saja. Kualitas layanan berfokus pada praktis ditentukan oleh konsumen. Layanan strategis interaktif, sistem layanan dan sumber daya manusia dan konsumen akan secara signifikan mengidentifikasi keberhasilan manajemen perusahaan.

Berdasarkan pernyataan menurut para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa selain untuk meningkatkan pengelolaan kualitas pelayanan publik, di sisi lain para pihak penyelenggara pelayanan, khususnya yang bergerak di sektor publik, harus memahami prinsip-prinsip pelayanan publik dan memahami

pentingnya pelayanan pemerintah yang efektif, efisien, rasional, adil, dan sejahtera. Manajer atau pimpinan organisasi publik, baik pada level manajemen seniormenengah maupun kebawah, harus memahami dan menguasai konsep organisasi, karna organisasi merupakan instrumen administrasi manajerial. Pedoman yang dibuat di tingkat administrasi dan manajerial, dan manajemen tersebut merupakan suatu sistem yang mengatur jalannya organisasi dan juga penting antara pemberi layanan publik dan penerimanya memahami hak dan kewajibannya masing-masing. Sehingga pemerintah memiliki harapan untuk berkewajiban memberikan layanan tepat waktu dan dapat dilaksanakan secara efektif, efisien, transparan dan bertanggung jawab. Masyarakat sebagai pengguna layanan merasakan manfaat langsung dari layanan tersebut, sehingga dapat tercapai pelayanan yang baik dan pelayanan prima yang tentunya diawali dengan sistem atau pengelolaannya. Dan pelayanan tersebut tidak dapat berdiri sendiri, yaitu ada faktor atau aspek lain yang mempengaruhi pentingnya memberi aspek manajemen. Sedangkan sistem yang baik, pelayanannya di kelola atau dilakukan oleh pesonal yang berkompeten di bidang jasa dapat menghasilkan kinerja yang berkualitas. Performa berkualitas juga dapat menghasilkan kinerja yang berkualitas tinggi. Dengan terciptanya kualitas pelayanan dapat ditandai dengan kepuasan masyarakat.

2.2.1. Layanan Informasi

Jagiyanto HM (2004) berpendapat bahwa layanan informasi sering menentukan pemrosesan data bentuk yang lebih bermanfaat dan lebih bermakna bagi penerima yang menggambarkan peristiwa nyata (aktual) yang digunakan untuk membuat keputusan.

Menurut Prayitno dan Erman Amti (2004:259), mengungkapkan layanan informasi adalah “kegiatan yang memberikan orang-orang yang berkepentingan dengan pengetahuan tentang berbagai hal yang diperlukan untuk melakukan tugas atau kegiatan, atau untuk menentukan arah tujuan atau rencana yang diinginkan. Oleh karena

itu, layanan informasi terlebih dahulu mewujudkan fungsi pengertian dalam bimbingan dan nasehat.

Winkel dan Hastuti (2004:316) menyatakan bahwa memberikan informasi adalah bagian dari program pendampingan dan salah satu layanan. Komponen ini mencakup berbagai upaya membekali individu dengan pengetahuan dan pemahaman tentang lingkungan dan perkembangan remajanya. Data dan fakta yang disajikan merupakan informasi yang harus dicerna khalayak sehingga informasi yang diberikan tidak hanya pengetahuan tetapi juga menciptakan pemahaman sendiri dalam mengelola lingkungannya dan menuju arah perkembangan.

Sedangkan menurut Tohirin (2007:147), menjelaskan bahwa layanan informasi adalah layanan yang berusaha untuk mengisi kesenjangan pribadi tentang layanan informasi. Informasi yang mereka butuhkan juga dapat dikatakan berusaha untuk melengkapi khalayak dengan pengetahuan dan pemahaman tentang lingkungan mereka dan proses perkembangan generasi muda.

Dengan demikian, layanan informasi adalah layanan bimbingan di mana individu menerima dan memahami berbagai jenis informasi, seperti informasi yang berkaitan dengan kehidupan sosial pribadi, pendidikan, dan profesional. Informasi yang diberikan dapat digunakan sebagai dasar individu untuk refleksi harian dan pengambilan keputusan.

2.2.2. Jenis-Jenis Media Sosial dan Informasinya

Teknologi media sosial hadir dalam berbagai bentuk termasuk majalah, forum internet, blog, blog sosial, mikroblog, wiki, podcast, foto atau gambar, video, peringkat, dan bookmark sosial. Dengan menerapkan seperangkat teori di bidang studi media (kehadiran sosial, kekayaan media) dan proses sosial (presentasi diri, pengungkapan diri). Menurut Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein (2010:53), ada enam jenis media sosial, yaitu:

a. Proyek Kalaborasi

Situs web ini memungkinkan pengguna untuk mengedit, menambah atau menghapus konten di situs ini. Contoh: Wikipedia. Informasi yang diberikan pada jenis media sosial ini merupakan artikel yang ditemukan di alamak, majalah spesialis, dan topik terkini yang masih relevan hingga saat ini.

b. *Blog dan Microblog*

Pengguna bebas mengungkapkan apa saja di blog ini, seperti bercerita atau mengkritik kebijakan pemerintah. Misalnya: *Twitter, Blogspot, Path, Tumblr*, dan lain-lain. Informasi yang diberikan pada jenis media sosial ini tentang isi cuitan dari penggunaannya yaitu seperti protes, kampanye politik, pembelajaran dan media komunikasi darurat.

c. Konten

Pengguna di situs web ini membagikan konten multimedia, seperti video, *e-book*, gambar, dan lainnya. Contoh: *Youtube*. Informasi yang diberikan pada jenis media sosial ini tentang vidio-vidio. Pada jenis media ini semua dapat mengunduh vidio sebanyak yang pengguna inginkan jika pengguna sudah memiliki akun terdaftar. Vidio yang di unduh juga dapat di lihat oleh seluruh dunia. Ada beberapa jenis konten vidio yang biasa diunggah, yaitu tentang konten vidio buatan pengguna (buatan pemilik akun), vidio klip, klip tv, klip musik dan vidio *blog*, atau apapun yang biasanya disingkat dengan vlog. Jenis media sosial ini memudahkan pengguna untuk mencari informasi

d. Situs Jejaring Sosial

Aplikasi yang memungkinkan pengguna membuat informasi pribadi sehingga mereka dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi dapat berupa foto. Misalnya: *Facebook, Path, Instagram* dan lain-lain. Informasi yang diberikan pada jenis media sosial ini berupa lowongan pekerjaan, tempat-tempat wisata, berita terbaru dan lainnya.

e. *Virtual Game World*

Dunia virtual tempat pengguna atau pemain bertemu dan berinteraksi, baik dengan pemain lain maupun dengan item virtual

yang tersedia di dunia tersebut. Informasi yang diberikan pada jenis media sosial ini tentang seputar game online.

f. Virtual Social World

Dunia virtual memberikan pengalaman seolah-olah pengguna merasa hidup di dunia virtual, layaknya dunia game virtual. Berdasarkan uraian jenis media sosial, ada enam kategori, yaitu proyek kolaborasi, konten, *blog* dan *mikroblog*, virtual social world, *virtual game world*, dan situs jejaring sosial. Di antara berbagai jenis media sosial yang dijelaskan diatas, ada beberapa yang sangat populer di masyarakat antara lain:

1. *Facebook*

Sebuah situs web dan layanan jejaring sosial diluncurkan pada tanggal Februari 2004 Facebook kini tidak hanya dapat diakses oleh penggunaan komputer yang sederhana dan canggih, serta sarana lainnya yaitu telepon genggam. Kita tidak perlu lagi pergi ke warnet untuk menyapa teman-teman kita di dunia maya, tetapi kita bisa berkomunikasi kapan saja, di mana saja melalui ponsel, tetap menjadi sahabat setia siapa pun di dunia internet. Persahabatan melalui facebook dan twitter sangat mempengaruhi bentuk interaksi manusia. Bahkan melalui Facebook, kita dapat berinteraksi dengan siapa saja dari budaya yang berbeda. Facebook mampu melintasi batas persahabatan dari satu budaya ke budaya lain, sehingga terjadi komunikasi lintas budaya melalui situs jejaring sosial yang disebut Facebook ini. Facebook sebagai media telah mengubah perilaku komunikasi dan cara orang berinteraksi. Dulu orang berkomunikasi tatap muka, sekarang orang bisa berinteraksi melalui dunia maya, yang membuat pertemanan menjadi lebih mudah. Pada media sosial facebook memberikan informasi tentang pengikut, dan jumlah postingan.

2. *Instagram*

Instagram adalah aplikasi yang digunakan untuk berbagi gambar dan video. Semakin populernya Instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto telah mendorong banyak pengguna yang memulai bisnis online untuk mempromosikan produknya melalui Instagram. Jejaring Sosial Instagram adalah alat pemesanan (aplikasi) untuk berkomunikasi dengan *audiens* yang besar dengan berbagi foto

atau video satu sama lain yang juga memiliki fitur lain seperti DM (*direct message*), komentar, suka, dll.

3. *Email*

Surat elektronik atau *email* adalah sarana pengiriman dan penerimaan surat dan pesan dalam bentuk digital melalui jaringan komputer dan internet. Mereka dapat dibuat dan dikirim ke alamat *email* lain menggunakan komputer/laptop dan perangkat lain, seperti *smartphone* dan tablet yang terhubung ke internet. Informasi yang diberikan pada jenis media sosial ini yaitu tentang informasi data pribadi yang dicantumkan pada media sosial lainnya, jurnal-jurnal terbaru, dll.

2.2.3. Karakteristik Media Sosial

Karakteristik Media Sosial menurut Nasrullah (2016:16) mengacu pada beberapa karakteristik media sosial, antara lain: Jejaring (*Network*), Informasi (*Information*), Arsip (*Archive*), Interaksi (*Interactivity*), Simulasi Sosial (*Simulation Of Society*) dan Konten oleh pengguna (*User – Generated Content*). Media sosial bersifat jejaring sosial. Media sosial dibangun dari struktur sosial yang terbentuk dalam jaringan atau di Internet. Struktur atau organisasi sosial yang dibentuk di Internet berdasarkan jaringan informasi yang beroperasi atas dasar teknologi informasi dalam *mikroelektronika*. Jaringan yang terbentuk antara pengguna adalah jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, ponsel, dan tablet. Ciri khas jaringan sosial adalah terbentuknya jaringan diantara para penggunanya. Tidak peduli apakah pengguna saling mengenal di dunia nyata (*offline*) atau tidak, tetapi kehadiran jejaring sosial menyediakan sarana untuk menghubungkan pengguna melalui mekanisme teknologi.

Karakter media sosial yang terbentuk di antara para pengguna tersebut yang pada akhirnya membentuk suatu komunitas atau masyarakat

secara sadar atau tidak dan meningkatkan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat seperti yang digambarkan masyarakat dalam teori-teori sosial. Meskipun jejaring sosial terbentuk melalui penggunaan perangkat teknologi, internet bukan hanya alat. Internet juga berkontribusi pada munculnya tautan sosial di Internet, nilai-nilai dalam masyarakat virtual, struktur sosial online. Informasi menjadi identitas penting media sosial. Di Internet, media sosial menciptakan representasi identitas mereka. menghasilkan konten dan terlibat dalam interaksi berbasis informasi.

Informasi menjadi identitas penting media sosial. Di Internet, pengguna media sosial membuat representasi identitas mereka, memproduksi konten dan berinteraksi berdasarkan informasi. Informasi diproduksi, dipertukarkan, dan dikonsumsi, menjadikan informasi sebagai komoditas yang berharga (Margaretha: 2011). Informasi di jejaring sosial dapat dilihat dari dua sisi. Pertama, media sosial adalah media berbasis informasi. Di pihak organisasi, media sosial dibangun berdasarkan informasi yang dikodekan yang kemudian didistribusikan ke berbagai perangkat hingga dilihat oleh pengguna. Dari perspektif pengguna, informasi menjadi dasar bagi pengguna untuk berinteraksi satu sama lain untuk membentuk masyarakat yang terhubung di Internet. Kedua, informasi adalah komoditas yang ada di media sosial siapa pun yang ingin masuk ke media sosial harus menyerahkan informasi pribadinya, dan membuktikan apakah data itu asli atau palsu. Data yang diunduh ini menjadi komoditas yang dapat diperdagangkan dari sudut pandang komersial. Data ini juga merupakan yang mewakili identitas pengguna.

Media sosial menggambarkan interaksi yang ada dan memang menyerupai kenyataan, tetapi interaksi yang terjadi adalah simulasi dan bisa sangat berbeda. Di media sosial, identitas menjadi cair dan bisa berubah. Perangkat di media sosial memungkinkan siapapun

untuk menjadi siapa saja, bahkan pengguna yang secara signifikan berbeda dari kenyataan, seperti pertukaran identitas *gender*, hubungan pernikahan hingga foto profil, dll (Nasrullah, 2015: 28).

Fitur lain dari media sosial adalah konten pengguna atau lebih sering disebut sebagai *User-Generated Content* (UGC). Istilah menunjukkan bahwa konten sepenuhnya dimiliki oleh media sosial dan didasarkan pada postingan pengguna atau pemilik akun. UGC adalah hubungan simbiosis dalam budaya media baru yang menawarkan peluang dan kebebasan partisipasi pengguna (Nasrullah, 2015: 31) Situasi ini jelas berbeda dengan media lama (tradisional), di mana khalayak hanya sebatas menjadi khalayak atau target konsumsi, aktif mengirimkan pesan. Media baru, termasuk media sosial, menawarkan alat atau teknologi baru yang memungkinkan khalayak (konsumen) menyimpan, membubuhi keterangan, mengadaptasi, dan mensikluskan sarana konten, yang mengarah pada *Do - It - Yourself* (Nasrullah, 2015: 31).

Broadcasting (berbagi/sharing) adalah fitur lain dari jejaring sosial. Media ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dan digunakan oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan serta dikembangkan oleh penggunanya. Praktik ini merupakan fitur dari media sosial yang menunjukkan bahwa audiens secara aktif mendistribusikan konten sambil mengembangkannya. Tujuan pengembangan ini adalah agar konten yang ada diterima, misalnya, komentator tidak hanya beropini tetapi juga dibutuhkan data atau fakta terbaru (Nasrullah, 2015: 33).

Berdasarkan pernyataan menurut para ahli diatas, menunjukkan bahwa media sosial harus menjadi sarana komunikasi utama. Melalui media sosial, orang seharusnya bisa saling berbagi informasi dan hiburan. Saat ini, informasi tentang peristiwa terbaru lebih dahulu *update* media sosial dibandingkan dengan media massa. Demikian juga, informasi tentang kejadian tersebut juga dengan mudah dan cepat

disebarluaskan melalui jejaring sosial. Akibatnya, banyak orang mengandalkan media sosial untuk kebutuhan informasinya, bukan karena keakuratan dan kelengkapan informasinya, tetapi karena kecepatannya. Selain itu untuk para orang tua dapat belajar mengetahui tentang apa yang diinginkan oleh generasi muda sehingga dapat memberikan pendidikan dan pembinaan yang terbaik.

III. GAMBARAN UMUM

3.1. Sejarah Singkat Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji

Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji pertama dimulainya dengan pembentukan Kabupaten baru yaitu Mesuji pada tanggal 29 Oktober 2008. Maka terjadinya Undang-undang tersebut Kabupaten Mesuji diberikan kewenangan untuk menyusun Organisasi Perangkat Daerah (OPD/Satuan Perangkat Daerah). Pada awalnya urusan Lingkungan Hidup dibawah naungan Badan Perencana Pembangunan Daerah (Bappeda), maka urusan Lingkungan Hidup diserahkan di kantor Lingkungan Hidup yang dipimpin oleh Bapak Irfira Bangsawan, S.H. Kemudian pada tahun 2011 kantor Lingkungan Hidup berubah menjadi Badan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Kepala badan saat itu adalah Bapak Drs. Hamdani, yang menjabat selama 2011-2012. Kemudian pada tahun 2012-2013 digantikan oleh Bapak Ir. Umar Rasyidi, M.S hingga 2013 sampai masa kerja beliau habis digantikan oleh bapak Drs. Hamdani. Kemudian tahun 2016 Badan Pengelolaan Lingkungan Hidup berubah nama dan tupoksi dari Badan Pengelolaan Lingkungan Hidup menjadi Dinas Lingkungan Hidup sampai sekarang. Perubahan nama tersebut didasarkan pada Peraturan Daerah Kabupaten Mesuji nomor 5 tahun 2016 tentang pembentukan dan susunan Perangkat Daerah Kabupaten Mesuji. Pada saat perubahan nama tersebut, kedudukan kepala instansi masih dijabat oleh Drs. Hamdani hingga tahun 2019 bulan agustus kemudian digantikan oleh bapak S. Bowo Wirianto, MM.,M.Pd hingga saat ini.

Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji membawahi tempat wisata Taman Keaekaragaman Hayati. Taman Keaekaragaman Hayati merupakan tempat wisata yang berada di kabupaten Mesuji, yang terletak di Desa Mekar Jaya, Kecamatan Tanjung Raya, Kabupaten Mesuji. Taman Keaekaragaman Hayati merupakan lokasi wisata yang paling diburu di Kabupaten Mesuji. Taman dengan Luas kurang Lebih 10 hektar ini memiliki banyak fasilitas yang bisa memanjakan pengunjung. Fasilitas dan wahana taman bermain anak, kolam renang, kolam pemancingan, taman bunga, tempat olahraga, taman burung, dan kebun binatang. Di lokasi yang padat pengunjung ketika hari libur ini juga disediakan guest house. Untuk harga tiket masuk taman ini, pengunjung hanya ditarik biaya masuk Rp.10.000, tiket kendaraan motor Rp.2.000, tiket kendaraan mobil Rp.5.000. Dengan biaya tersebut, pengunjung sudah bebas menikmati semua wahana dan fasilitas yang ada di Taman Keaekaragaman Hayati.

3.2. Visi dan Misi Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji

Berikut ini merupakan visi dan misi Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji:

1. Sesuai dengan Visi dari Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji yaitu “Terwujudnya Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji yang berkualitas”.
2. Misi:
 - a. Meningkatkan Kualitas Lingkungan hidup;
 - b. Meningkatkan Kualitas Laboratorium Lingkungan hidup;
 - c. Menyediakan Data dan Informasi Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji.

Tujuan

1. Mengelola lingkungan hidup dan mengendalikan dampak lingkungan yang meliputi penataan, pemanfaatan, pengembangan dan pemeliharaan lingkungan hidup serta mencegah, memperbaiki, memulihkan kualitas lingkungan dan pengawasan.

3.3. Logo Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji

Dibawah ini merupakan logo Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji :



Gambar 1.

Logo Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji
(Sumber: Profil Dinas Lingkungan Hidup Kab. Mesuji)

3.3.1. Lokasi Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji

Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji beralamatkan di:

Alamat : Jalan ZA Pagar Alam, Desa Sido Mulyo, Kec. Tanjung Raya,
Kab. Mesuji

Instagram : @dlhmesuji

Facebook : Dlh Mesuji

Youtube : Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji

3.4. Struktur Organisasi Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji

Struktur organisasi adalah diagram yang menggambarkan rantai fungsi komando, hubungan profesional, tanggung jawab, ruang lingkup kendali dan kepemimpinan organisasi sebagai manajer, dan pekerjaan yang dilakukan olehnya, membagi, mengelompokkan, dan berkoordinasi secara formal. Struktur organisasi mewakili proses pemesanan yang menguraikan tanggung jawab untuk setiap jenis karyawan. Struktur organisasi (definisi, faktor, jenis, bentuk dan faktor yang mempengaruhi) struktur organisasi sebagai wadah untuk menerapkan sistem, sistem kekuasaan, yang memungkinkan struktur itu ada. Bahkan ketika orang datang dan pergi dan menyesuaikan hubungan mereka dengan lingkungan.

Kelompok Jabatan Fungsional, terdiri dari sejumlah Jabatan Fungsional yang terbagi dalam berbagai kelompok sesuai dengan bidang keahlian dan keterampilan. Dalam rangka melaksanakan Tugas Pokok dan Fungsinya, Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji pada TA.2020 didukung oleh Sumber Daya Manusia berjumlah 59 orang yang terdiri dari 16 orang berstatus Pegawai Negeri Sipil dan 43 orang THL (16 orang THL kantor Dinas LH dan 27 orang THL Taman KEHATI).

3.5. Tujuan Pokok dan Fungsi (Tupoksi)

Visi dan misi utama Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji adalah membantu Badan Pengatur Lingkungan dan mengelola dampaknya terhadap lingkungan, termasuk struktur, penggunaan, pengembangan, pemeliharaan dan pemantauan lingkungan.

Adapun tugas pokok dan fungsi utama untuk melaksanakan tugas-tugas pokok dan fungsi yang disebutkan dalam Dinas Lingkungan Hidup adalah:

a. Kepala Dinas

1. Tugas Pokok

- Melaksanakan Penyusunan dan Pelaksanaan Kebijakan Daerah Dibidang Pengelolaan dan Perlindungan Lingkungan Hidup.

2. Tugas Fungsi

- Pelaksanaan Pelayanan Umum
- Pengelolaan urusan Ketatausahaan
- Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Bupati.

b. Sekretaris

1. Tugas Pokok

- Melaksanakan Pembinaan Administrasi Penyusunan Program rencana kerja Kepegawaian Keuangan Ketatausahaan dan memberikan Pelayanan Teknis Administratif kepada semua Unsur Organisasi Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji.

2. Tugas Fungsi

- Pengumpulan dan Pengelolaan Data Penyusunan Program dan kencana Kerja
- Pengelolaan urusan keuangan kepegawaian Perlengkapan dan Surat Menyurat Kehumasan
- Pelaksanaan Evaluasi Dokumentasi dan Pelaporan.

c. Kesekretariatan

Dibagi menjadi 2 Bidang, yaitu:

1.) Umum Kepegawaian (Up)

1. Tugas Pokok

- Melaksanakan kegiatan pengelolaan urusan Surat Menyurat, Perlengkapan, Kehumasan Pendistribusian, Penghapusan Barang Unit, serta Melaksanakan Pengelolaan Administrasi Kepegawaian.

2. Tugas Fungsi

- Melaksanakan bahan dan inventarisasi, Pemeliharaan, Penghapusan Barang/Asset Pelayanan Administrasi, Perjalanan Dinas, Akomodasi tamu, Humas dan Keprotokolan
- Menghimpun bahan usulan Mutasi Kepegawaian Kepangkatan dalam Jabatan, kenaikan Gaji Berkala, Pemindahan.

2.) Umum Perencanaan dan Keuangan

1. Tugas Pokok

- Pengumpulan dan Pengelolaan Data, Penyusunan Program dan Rencana Kerja Badan dan Menyelenggarakan kegiatan Pengelolaan Keuangan Badan

2. Tugas Fungsi

- Menghimpun, Menyiapkan Bahan dan Menyusun Rencana Strategis serta Laporan Akuntabilitas Badan
- Melakukan Pengelolalian Pembayaran gaji pegawai dan keperluan kebutuhan Kantor
- Menyusun rencana Anggaran Bulanan/TriWulan Badan.

d. Pengawasan dan Penataan

Dibagi menjadi 2 bidang, yaitu :

1.) pengendalian dan penegakan hukum pemantauan

1. Tugas Pokok

- Melaksanakan kegiatan penegakan hukum, pelayanan informasi, dan komunikasi lingkungan hidup.

2. Tugas Fungsi

- Penyelesaian Sengketa Lingkungan
- Penyusunan kebijakan pengakuan keberadaan Masyarakat Umum Adat, Kearifan Lokal atau Pengetahuan Tradisional dan Hak MHA terkait dengan Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.

2.) Pemantauan

1. Tugas pokok

- Penyusunan, pelaksanaan dan pengendalian kerjakan teknis di bidang pemantauan dan pengendalian keamanan

2. Tugas fungsi

- Pelaksanaan pemantauan, peyediaan Pelaksanan evaluasi pemberdayaan.
- Pelaporan dan pertanggung jawaban atas pelaksanaan tugas dan fungsinya kepada kepala bidang.

e. Keuangan Kelistrikan, Pertamanan dan Kebersihan

Dibagi menjadi dua bidang, yaitu :

1.) Energi Kelistrikan

1. Tugas pokok

- Melaksanakan kebijakan, inventarisasi perusahaan, pengawasan dan pembinaan dibidang tenaga listrik

2. Tugas fungsi

- Pengaturan pelayanan ketenagalistrikan
- Hubungan komersial tenaga listrik dar. perlindungan konsumen listrik
- Penyiapan rekomendasi teknis izin tenaga listrik
- Pelaksanaan koordinasi bidang tenaga listrik.

2.) Kebersihan

1. Tugas pokok

- Melaksanakan kebersihan dinas lingkungan hidup

2. Tugas Fungsi

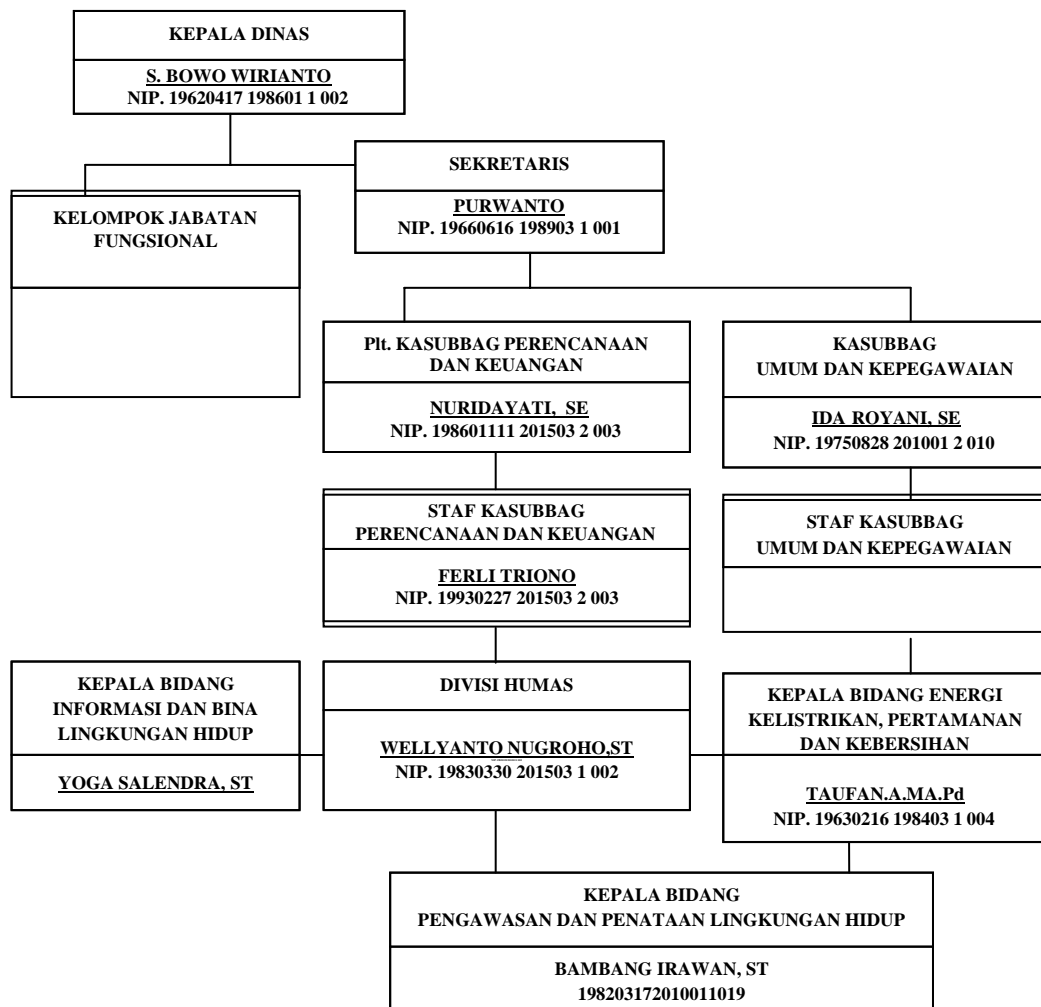
- Pengumpulan Data di Lingkup Kebersihan
- Pelaksanaan Kebersihan yang meliputi Pengelolaan Sarana Kebersihan, Pengumpulan sampah, Pemilahan sampah, Pembersihan Fasilitas Umum (Penyapuan Jalan, Sekolah, Selokan, Trotoar, Pasar, Terminal dan lainnya Pelaporan Pelaksanaan Kegiatan Kebersihan.

3.6. Bagan Struktur Organisasi Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji

Dibawah ini merupakan susunan bagan struktur organisasi Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji :

Bagan 1.

Struktur organisasi Dinas Lingkungan Hidup



Bagan 1.

Struktur organisasi Dinas Lingkungan Hidup
(Sumber: Profil Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji)

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa peran humas di Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji, yaitu:

1. Dapat disimpulkan bahwa humas Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji memiliki 4 peran, yaitu:

- a. Sebagai *Communicator*

Dalam menjalankan peran sebagai *communicator*, humas Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji dengan pihak internal yaitu, mengadakan rapat koordinasi yang digunakan sebagai media komunikasi antar pegawai untuk melakukan sharing informasi maupun membahas kritik dan saran yang masuk ke Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji. Sedangkan dengan pihak eksternalnya, melakukan sosialisasi kepada masyarakat dan sekolah-sekolah yang ada di Kabupaten Mesuji tentang bagaimana menjaga lingkungan hidup agar tetap aman dan nyaman, bagaimana mendaur ulang sampah-sampah yang sudah tidak digunakan serta melaksanakan program kampung iklim.

- b. Sebagai *Relationship*

Dalam menjalankan peran sebagai *relationship*, humas Lingkungan Hidup dengan pihak internal yaitu, membina hubungan baik antar pegawai dengan mengadakan rapat yang bertujuan untuk saling berbagi (*sharing*) informasi. Sedangkan dengan pihak eksternal, Dinas

Lingkungan Hidup melakukan kerjasama dengan masyarakat dan ikut turun langsung ke masyarakat Kabupaten Mesuji.

c. *Sebagai Back Up Manajemen*

Dalam menjalankan peran sebagai *Back Up Manajemen*, humas Dinas Lingkungan Hidup dengan pihak internal, yaitu bekerjasama dengan saling berbagi informasi antar pegawai melalui proses pencarian, perencanaan dan evaluasi sehingga dapat memberikan informasi yang fakta kepada masyarakat Kabupaten Mesuji. Sedangkan dengan pihak eksternal, yaitu mencari fakta lain dari masyarakat terutama apabila ada informasi fakta dari masyarakat yang belum ditelusuri oleh pihak humas ataupun dinasnyanya. Misalnya seperti informasi tentang berita duka, maka dinas dapat memback up setiap informasi dari masyarakat terlebih jika masyarakat ingin bekerjasama dan saling terbuka antara masyarakat dengan dinasnyanya.

d. *Sebagai Good Image Maker*

Dalam menjalankan peran sebagai *Good Image Maker*, humas Dinas Lingkungan Hidup dengan pihak internal yaitu, mengkondisikan pekerjaannya untuk mendapatkan citra yang baik. Sedangkan dengan pihak eksternal, memberikan pelayanan informasi dan pembinaan ke sekolah yaitu dengan mensosialisasikan kepada guru-guru dan murid di sekolah yang ada pada Kabupaten Mesuji, dengan adanya sosialisasi tersebut bertujuan untuk penciptaan kondisi lingkungan yang baik bagi sekolah dalam rangka menciptakan tempat belajar dan penyadaran bagi warga sekolah.

5.2. Saran

Setelah melaksanakan penelitian tentang peran humas Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi *public relation* Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji untuk memaksimalkan dan mengoptimalkan kinerja terkait program-program yang akan

dilaksanakan, khususnya dalam memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat Kabupaten Mesuji.

- b. Dalam memberikan pelayanan informasi melalui media sosial, penulis berharap agar penggunaan media sosial pada Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji lebih ditingkatkan lagi, sehingga dalam memberikan informasi dapat menjangkau masyarakat Kabupaten Mesuji secara luas dan sesuai dengan target sasaran sehingga pelaksanaan peran humas akan lebih baik.
- c. Selain mengenalkan dinasny melalui media sosial, penulis berharap agar Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji memperkenalkan dinasny kepada masyarakat Kabupaten Mesuji secara langsung/tatap muka dengan memasang slogan/poster ditempat ramai yang sering dikunjungi oleh masyarakat, cara tersebut dilakukan agar dinasny dikenal dengan masyarakat luas. Selain itu, Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji juga dapat sekaligus mengamati sejauh mana masyarakat mengetahui tentang Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Mesuji.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Ardianto, Elvinaro. 2011. *Handbook of Public Relations*. Jakarta:Simbiosis Rekatama Media.

Cutlip, Scott M., dkk. 2007. *Effective Public Relations*. Jakarta:Kencana.

Djanaid, Djanalis. 2003. *Public Relation Dalam Teori dan Praktek*. Edisi VII (Revisi) Indopurels Training. Malang.

Gassing, S. dan Suryanto. 2016. *Public Relations*. Yogyakarta:ANDI.

Moenir, AS. 2014. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta:Bumi Aksara.

Ruslan, Rosady. 2005. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation*. Jakarta:PT. Rajagrafindo Persada.

Ruslan, Rosady. 2012. *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi : Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta:PT. Rajagrafindo Persada.

Sagiyanto, Asriyani. 2020. *Etika Profesi Publik Relations*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tohirin. 2007. *Bimbingan dan Konseling di Sekolah dan Madrasah (Berbasis Integritas)*. Pekanbaru: PT. Rajagrafindo Persada.

Nabila, Dhifa. 2015. Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0. Malang: PT Cita Intrans Selaras.

Sari, Anditha. 2017. Dasar-Dasar *Public relations* Teori dan Praktik. Yogyakarta: CV Budi Utama

Sulianta, Feri. 2015. Keajaiban Sosial Media. Jakarta: PT Gramedia

Novidiantoko, dkk. 2019. Peran Kepemimpinan Spiritual dan Media Sosial pada Pemuda di Gereja Batak Karo Protestan (GBKP) Cililitan. Yogyakarta: Cv Budi Utama

Jurnal

Armaniah, dkk. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ahass Honda Tangerang. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 2 (2). Diakses pada tanggal 11 Juni 2021 melalui <https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/287152/Pengaruh-Kualitas-Pelayanan-Terhadap-Kepuasan-Konsumen-Pada-Bengkel-AHASS-Honda-Tangerang.pdf>

Gabrina, Inez dan Suharyanti. 2014. Analisis Strategi *Cyber Public Relations* PT Pertamina (Persero) Untuk Sosialisasi Penyesuaian Harga LPG 12 Kg. *Jurnal Communication Spectrum*, 3 (2). Diakses pada tanggal 28 Juni 2021 melalui <http://repository.unair.ac.id>

Herawati, dkk. 2014. Analisis Peran Humas Pemerintah Daerah Provinsi Bengkulu Dalam Menjalankan Hubungan Pers. *Jurnal Proffesional*. Fls UNIVED, 1 (1). Diakses pada tanggal 19 Juni 2021 melalui <https://www.google.com/url?Sa=t&Source=web&rct=j&url=https://jurna;.unived.ac.id/index.php>

HM, Jogiyanto. 1999. Pelaksanaan Layanan Informasi Terhadap Penyesuaian Diri Peserta Didik di SMA Negeri 1 Ingin Jaya Aceh Besar.

Diakses pada tanggal 2 Desember 2021 melalui

[http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/ALIB/article/download/3216/2019#:~:text=Menurut%20Prayitno%20\(2004%3A259%2D,tujuan%20atau%20rencana%20yang%20dikehendaki.](http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/ALIB/article/download/3216/2019#:~:text=Menurut%20Prayitno%20(2004%3A259%2D,tujuan%20atau%20rencana%20yang%20dikehendaki.)

Kaplan, Andreas dan Michael Halein. 2010. Sekolah Sebagai Filter Komunikasi Budaya. Jurnal Mahasiswa Program Bidikmisi Ilmu Komunikasi Fisip. Semarang. Diakses tanggal 20 Agustus 2021 melalui <http://repository.ut.ac.id>

Nasrullah. 2016. Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram dengan Kemampuan Literasi Media di UPT Perpustakaan Itenas. Jurnal Program Studi Perpustakaan dan Ilmu Informasi Fakultas Ilmu Pendidikan. Diakses pada tanggal 20 Agustus melalui

[https://ejournal.upi.edu/index.php/edulib/article/download/10208/pdf#:~:text=Adapun%20karakteristik%20media%20sosial%20menurut,user%20generated%20content\)%E2%80%9D.](https://ejournal.upi.edu/index.php/edulib/article/download/10208/pdf#:~:text=Adapun%20karakteristik%20media%20sosial%20menurut,user%20generated%20content)%E2%80%9D.)

Pratiwi, Nuning Indah. 2017. Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi. Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial. Diakses pada tanggal 16 September 2021 melalui

<http://journal.undiknas.ac.id/index.php/fisip/article/download/219/179.>

Sugiyono. 2016. Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi. Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial. Diakses pada tanggal 16 September 2021 melalui

<http://journal.undiknas.ac.id/index.php/fisip/article/download/219/179.>

Winkle. 2004. Bimbingan dan Konseling di Industri Pendidikan. Jakarta:Grasindo. Diakses pada tanggal 20 November 2021 melalui

[http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/ALIB/article/download/3216/2019#:~:text=Menurut%20Prayitno%20\(2004%3A259%2D,tujuan%20atau%20rencana%20yang%20dikehendaki.](http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/ALIB/article/download/3216/2019#:~:text=Menurut%20Prayitno%20(2004%3A259%2D,tujuan%20atau%20rencana%20yang%20dikehendaki.)

Prayitno. 2004. Layanan Informasi. *Jurnal Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Padang*. Diakses pada tanggal 16 September 2021 melalui <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/fisip/article/download/219/179>

Nasution, Efendi Yusuf dan Nur Hasturi Tri. 2017. Pengelolaan *Digital Public Relations* Rumah Sakit “JIH” Yogyakarta. *Jurnal Komunikasi*, 6 (2). Diakses pada 18 Juni 2021 melalui <http://journal.uad.ac.id/index.php/CHANNEL/article/download/11583/5665>.

Pienrasmi, Hanindyalaila. 2015. Pemanfaatan Social Media oleh Praktisi *Public Relations* di Yogyakarta. *Jurnal Komunikasi*, 9 (6). Diakses pada 19 Juni 2021 melalui <https://journal.uii.ac.id/jurnal-komunikasi/article/download/7179/6363>.

Rini, dkk. 2017. Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Universitas Tribhuana Tungadewi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 6 (1). Diakses pada 19 Juni 2021 melalui <https://publikasi.unitri.ac.id/index.php/fisip/article/view/369/302>.

Sumigar, dkk. 2018. Kualitas Pelayanan Publik di Kantor UPTD Samsat Kasio Kabupaten Bolaang Mongondow. *Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan*, 1 (1). Diakses pada tanggal 11 Juni 2021 melalui <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jurnaleksekutif/article/download/21121/20832>.

Setiawan, Rizki dan Audie Nurul. 2020. Media Sosial Instagram Sebagai Presentasi Diri Pada Mahasiswi Pendidikan Sosiologi FKIP Unitra. *Jurnal Community*, 6 (1). Diakses pada 28 Juni 2021 melalui <http://jurnal.utu.ac.id>.

Windah, Andi. 2012. *New Social Media & Public Relations* : Review of The Medium Theory. *Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Sosial dan Budaya*, 14 (1).

Diakses pada tanggal 11 Juni 2021 melalui

<https://scholar.google.co.id/citations?user=TMGzBtEAAAAJ&hl=en>.

Skripsi

Cahyani, Adelia Masrifah. 2019. Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya Melalui Media Sosial. Diakses pada tanggal 16 Agustus 2021 melalui <http://digilib.uin.sby.ac.id>

Effendy, U Onong. 2009. Pelaksanaan Fungsi Internal dan Eksternal *Public Relation* Hotel Santusa. Diakses pada tanggal 16 Agustus 2021 melalui <http://repository.uma.ac.id>.

Effendy, U Onong. 2017. Pelaksanaan Fungsi Internal dan Eksternal *Public Relation Hotel* Santusa. Diakses pada tanggal 16 Agustus 2021 melalui <http://repository.uma.ac.id>.

Hermanto, Bambang dkk. 2007. *Public Relation* Dalam Organisasi. Yogyakarta: Santusa. Diakses pada tanggal 16 September 2021 melalui <http://repository.usu.ac.id>.

Iriyanti, Rahmawati Dita. 2014. Peran Humas Dalam Memberikan Pelayanan Kepada Pelanggan Di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirtamarta Yogyakarta. Diakses pada tanggal 26 November 2021 melalui <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjNKFvrr0AhU7T2wGHS5CDyMQFnoECA0QAQ&url=http%3A%2F%2Fcore.ac.uk%2Fdownload%2Fpdf%2F33512613.pdf&usg=AOvVaw0RyKeCgNirmO4ox86YkC3>.

Juntika, Ahmad. 2014. Penerapan Layanan Informasi Dalam Membantu Kesiapan Karir Siswa/i Kelas XI IPA SMA SWASTA YPK MEDAN. Diakses pada 20 Agustus 2021 melalui <http://repository.umsu.ac.id>

Mola, Ceme Dominicius Ferdinandus. 2019. Peran Media Sosial Sebagai Media Komunikasi dan Informasi Pada Generasi Muda di Pedesaan. Yogyakarta. Diakses pada tanggal 8 Desember 2021 melalui http://repo.apmd.ac.id/634/1/SKRIPSI_FERDINANDUS%20DOMINICUS%20CEME%20MOLA_NIM.13530023.pdf

Sukardi, Dewa Ketut. 2020. Penerapan Layanan Informasi Dalam Membantu Kesiapan Karir Siswa/i Kelas XI IPA SMA SWASTA YPK MEDAN. Diakses pada 20 Agustus 2021 melalui <http://repository.umsu.ac.id>