

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan era digital yang semakin pesat terutama pada teknologi yang telah diciptakan saat ini, membuat semua profesi pekerjaan mendapatkan dampak yang cukup signifikan, termasuk profesi humas, yang mana di era digital ini para praktisi humas dipaksa untuk harus menyesuaikan diri dengan seiring perkembangan teknologi di era sekarang. Awal mula perkembangan digital ini berpengaruh dengan semua profesi terutama yang di bahas sekarang adalah profesi humas, ditemukannya web 2.0 yang dimana pada saat itu banyak perubahan pada aktivitas kehidupan manusia, perubahan yang dimaksud adalah cara berkomunikasi serta kolaborasi antara satu dengan lainnya.

Public Relations atau biasa yang kita kenal sebagai humas, yang dimana merupakan suatu profesi yang menyediakan di bidang jasa, sebagaimana kita ketahui humas adalah jembatan penghubung antara perusahaan, organisasi untuk menyampaikan suatu pesan kepada public, karena itu humas merupakan garda terdepan bagi setiap perusahaan atau organisasi. Profesi Humas ini dikenal oleh masyarakat Indonesia sudah cukup lama, Para ahli di bidang Humas yang bernama Prof Alwi Dahlan dan W. Noeradi bersepakat bahwa masuknya praktek humas di Indonesia berbarengan dengan kemerdekaan Republik Indonesia. Dikarenakan pengumuman kemerdekaan adalah salah satu kegiatan humas untuk memberitahu bahwa Indonesia adalah salah satu Negara yang baru merdeka, selain itu pengumuman kemerdekaan juga bertujuan untuk mendapatkan pengakuan Internasional (Nurhadi, 2022). Perkembangan humas di Indonesia memiliki sejarah yang cukup panjang. Secara konseptual, humas atau *public relations* berkembang

di Indonesia pada tahun 1950-an, atau lebih tepatnya pada pertengahan abad ke-20, Ini menandai berdirinya sebuah organisasi kehumasan di Pertamina (sebuah perusahaan minyak milik negara). Perkembangan *public relations* Indonesia yang ditandai dengan terbentuknya *Public Relations* Polri pada tahun 1954 tidak berhenti sampai di situ. Humas juga telah membentuk berbagai instansi pemerintah dan perusahaan swasta (Akbar et al., 2021)

Setelah berkembangnya Profesi humas atau *Public Relations* di Indonesia, mendorong adanya pertemuan yang dilakukan pertama kali oleh para praktisi humas yang bertempat di gedung Wisma Internasional Pertamina. Pertemuan tersebut para praktisi bersepakat untuk mendirikan organisasi Perhimpunan Hubungan Masyarakat Indonesia yang selanjutnya dikenal dengan PERHUMAS. Organisasi ini didirikan untuk menjadi wadah bagi praktisi humas untuk menjalin relasi atau bertukar pikiran, pada pertemuan itu para praktisi humas menunjuk tiga orang sebagai pendiri dari organisasi perhumas diantaranya Tommy Graciano, Marah Joenoes dan Wisaksono Nuradi. Pada tanggal 15 Desember 1972 telah ditetapkan sebagai berdirinya organisasi perhumas. Organisasi ini telah terdaftar di DEPDAGRI dan *International Public Relations Association* (IPRA) sebagai organisasi nasional kehumasan di Indonesia (Sejarah Perhumas, n.d.)

Setelah Terbentuknya perhumas di Indonesia, perhumas juga membuka cabang perhumas hampir di seluruh indonesia, salah satunya perhumas membuka cabang di kota Malang, pada tahun 2009 terbentuknya badan pengurus cabang (BPC) di kota Malang yang diketuai oleh Dr. Zulkarnain Nasution. dari generasi ke generasi BPC perhumas kota Malang sudah banyak berganti, pada periode 2020 - 2023 BPC perhumas kota Malang diketuai oleh Andina Paramita (Kliping - um, 2020).

Dengan adanya perkumpulan praktisi humas ini mempunyai gagasan untuk membuat suatu organisasi lagi yang dimana organisasi yang bertujuan untuk memberi wadah bagi anak - anak muda yang ingin belajar dan memahami bagaimana profesi humas, dengan itu didirikanlah organisasi PERHUMAS MUDA, yang dimana anggota Perhumas Muda ini rata rata mahasiswa mahasiswi yang ingin belajar memahami dunia kehumasan yang dimana organisasi ini dibawah pengawasan dari BPC.

Banyaknya kegiatan - kegiatan yang sudah dilakukan oleh organisasi perhumas ini untuk membahas seputar isu dunia kehumasan di luar negeri serta di dalam negeri yang salah satunya yaitu mengusung tema “Era Industri 4.0 – Apa Tantangan Hubungan Masyarakat di Masa Depan?”. Kegiatan ini dilaksanakan di Bali pada tanggal 12 Desember 2018, Agung Laksamana (praktisi *Public Relations* profesional) yang dimana kegiatan ini membahas perkembangan perkembangan profesi humas (Fa, 2018).

Kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan memberikan banyak dampak positif terhadap perkembangan humas di Indonesia. Terdapat faktor yang berpengaruh dalam perkembangan profesi humas yaitu pesatnya perkembangan teknologi yang pada saat ini memasuki era digitalisasi. Era digital memiliki cukup dampak yang besar dalam berbagai sektor industri dan setiap era industri memiliki dampak pada perkembangan profesi humas. Tahun 1960 -1970 pada era industri 1.0 para profesional *Public Relations* bekerja secara tradisional, sehingga informasi atau data yang didapat cukup sulit untuk ditemukan. Untuk dapat menemukan dan mengumpulkan informasi pada era ini dilakukan melalui salah satu sumber yaitu media cetak atau koran, majalah dan televisi. Sedangkan pada era industri 2.0, di

era ini praktisi humas sudah mulai mencoba untuk mengenakan komunikasi Horizontal sehingga praktisi humas pada era 2.0 lebih mudah mendapatkan informasi disebabkan banyaknya sumber dan banyak audiens, informasi – informasi yang awalnya didapatkan melalui media cetak pada era 2.0 ini sudah mulai beralih ke media digital. Tidak berhenti pada era 2.0 Indonesia memasuki era 3.0, yang dimana pada era ini masyarakat sudah mengenal media digital dan mulai beralih ke media digital, dimana masyarakat atau praktisi humas mulai mencari informasi melalui media digital seperti berita online. Dengan masuknya era media digital banyaknya berita yang dibuat oleh masyarakat atau warga biasa dengan ini munculah istilah – istilah aktivitas jurnalisme perusahaan (*corporate Journalism*), jurnalisme warga (*Citizen journalism*) dan Jurnalisme karyawan (*employee Journalism*).

Jurnalisme karyawan (*employee journalism*). yang dimana setiap masyarakat dapat membuat berita sendiri dan mengunggah di platform pribadi seperti Facebook, Instagram, Youtube, Twitter hingga blog pribadi, dengan ini masyarakat dan profesional *Public relations* harus benar - benar mencari dan memilih berita yang terjamin kebenarannya. Setelah itu industri masuk ke era 4.0, era ini merupakan era digitalisasi industri. Yang mana era digitalisasi industri ini adalah awal perpindahan media konvensional ke media digital, pada era ini banyaknya robot robot atau AI (*Artificial Intelligence*) yang dibuat oleh ilmuwan untuk membantu masyarakat dan praktisi humas untuk melakukan pekerjaan atau kehidupan sehari – hari (Fa, 2018).

Majunya teknologi saat ini mengakibatkan banyaknya ilmuwan-ilmuwan yang berbondong-bondong untuk robot-robot atau AI dengan tujuan menyelesaikan

pekerjaan yang biasa dikerjakan oleh manusia. Hal ini memiliki imbas pada masyarakat yang khawatir akan menurunnya lowongan pekerjaan untuk masyarakat karena perlahan mulai tergusur oleh kecanggihan teknologi yang berkembang. Pertemuan “Era Industri 4.0 – Apa Tantangan Hubungan Masyarakat di Masa Depan?” yang dilaksanakan di Bali pada tanggal 12 Desember 2018, menghasilkan beberapa pertanyaan yang dijawab oleh Agung Laksamana (praktisi *Public Relations* profesional) diantaranya adalah “Bagaimana antisipasi Humas kedepan?, Apakah robot dan AI dapat menggantikan profesi *Public Relations*?”. Pertanyaan ini dijawab oleh Agung Laksamana “Menurut Saya tidak”. Kapabilitas *Public Relations* terdiri dari gabungan yang istimewa seperti emosi, empati, nalar, intuisi dan kerativitas yang tak terbatas serta menjadi dependensi untuk teknologi AI (Fa, 2018). Dan pernyataan ini pun juga dipertegas oleh praktisi *Public Relations* bernama El Chris Natalia pada suatu Roadshow yang bertema “Apa itu *Society 5.0*? Apa kita sudah berada disana” pada tanggal 27 Februari 2019, El Chris yang menjadi pembicara menegaskan bahwa “*Technology is evolving, so does human*” memiliki makna bahwa dalam industri teknologi bukan bertujuan menggantikan manusia, tetapi agar dapat menyokong pekerjaan manusia menjadi lebih mudah dan efisien (Perhumas, 2019).

Jurnal Satira & Hidriani (Peran Penting *Public Relations* Di era Digital Vol 01, No1) yang di mana menjelaskan tentang peran pentingnya *Public relations* dengan masuknya internet di era saat ini. *Digital Public Relations* biasa kita sebut dengan e-PR atau *Cyber Public Relations* merupakan konsep baru yang diperkenalkan oleh perusahaan yang digunakan untuk meningkatkan manajemen reputasi. Praktek *Digital Public Relations* adalah suatu gagasan yang diadaptasi dari hubungan

masyarakat mengenai penggunaan teknologi yang berkembang saat ini untuk mengelola informasi dan komunikasi bagi perusahaan (Satira & Hidriani, 2021) Jurnal Abdullah (*Public Relations In The of Artificial Intelligence: Peluang atau Ancaman?*, Vol 08 No 2 2020). Di dalam jurnal ini menjelaskan bagaimana *revolusi Public Relations* di setiap era industri, yang dimana setiap era mempunyai perubahan-perubahan yang signifikan bagi profesi humas, yang dimana masuknya AI (*Artificial Intelligence*) diprediksi mampu menggantikan manusia. Pada jurnal ini mempunyai tiga kesimpulan yaitu pertama, AI dan Big Data diprediksi akan menggantikan peran PR dalam *entry-level*. Kedua, untuk dapat meningkatkan *value chain* (rantai nilai) klien, *stakeholder* serta perusahaan para profesional PR perlu mendapatkan suatu gagasan baru atau platform yang akurat sebagai penunjang aktivitasnya, sehingga percobaan *trial and eror* perlu dilakukan terhadap kurang lebih 100 platform baru berbasis AI dan Big Data. Ketiga, AI dan Big Data tidak dapat menggantikan kemampuan yang berkaitan dengan integritas dan kualitas yang dimiliki seorang PR. Sehingga kemampuan yang dapat digantikan merupakan suatu skill dasar (Abdullah, 2020).

Dari pertanyaan diatas adanya berbagai perkembangan - perkembangan profesi humas yang sudah terjadi dari masa lalu sampai sekarang. dengan ini peneliti tertarik untuk mengetahui interperserti dari anggota organisasi Perhumas Muda Malang Raya terkait tentang profesi humas di era digital, yang sebagaimana sudah dijelaskan di atas organisasi perhumas muda ini mempunyai pengetahuan yang tentang dunia kehumasan dan memiliki ketertarikan lebih dari profesi humas ini. Maka dari itu peneliti tertarik untuk mengetahui Bagaimana Konstruksi Anggota Organisasi Perhumas Muda Malang Raya Tentang Profesi Humas di Era Digital

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disampaikan diatas, peneliti berhasil merumuskan masalah penelitian ini yaitu Bagaimana Konstruksi Anggota Organisasi Perhumas Muda Malang Raya Tentang Profesi Humas di Era Digital

1.3. Tujuan Penelitian

Setelah penulis menetapkan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka penulis diharuskan untuk menentukan tujuan penelitian. Seperti yang kita ketahui bahwa setiap individu memiliki pola pikir dan ketertarikan yang berbeda terhadap berbagai hal. Oleh karena itu, tujuan utama penelitian adalah yaitu untuk mngetahui Bagaimana Konstruksi Anggota Organisasi Perhumas Muda Malang Raya Tentang Profesi Humas di Era Digital

1.4. Manfaat Penelitian

A. Manfaat Teoritis

Manfaat secara teoritis yang dapat diharapkan pada penelitian ini yaitu sebagai sumber dalam memberikan informasi dan dokumentasi secara ilmiah terkait Konstruksi Anggota Organisasi Perhumas Muda Malang Raya Tentang Profesi Humas di Era Digital

B. Manfaat Praktis

Manfaat secara praktik yang diharapkan peneliti terhadap penelitian ini yaitu dapat meningkatkan wawasan bagi mahasiswa yang ingin mengenal apa itu humas dan memahami perkembangan profesi humas di era digital.