

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Konstruksi Sosial

2.1.1 Definisi Konstruksi Sosial

Konstruksi sosial memiliki arti yang luas dalam ilmu sosial. Hal ini biasanya dihubungkan pada pengaruh sosial dalam pengalaman hidup individu. Asumsi dasarnya pada “realitas adalah konstruksi sosial” dari Berger dan Luckmann. Selanjutnya yang dikatakan bahwa konstruksi sosial memiliki beberapa kekuatan. Pertama, peran sentral bahasa memberikan mekanisme konkret, dimana budaya mempengaruhi pikiran dan tingkah laku individu. Kedua, konstruksi sosial dapat mewakili kompleksitas dalam satu budaya tunggal. Hal ini tidak mengasumsikan keseragaman. Ketiga, hal ini bersifat konsisten dengan masyarakat dan waktu. Konstruksi sosial adalah sebuah pandangan bahwa semua nilai, ideologi dan institusi sosial adalah buatan manusia. Konstruksi sosial merupakan sebuah pernyataan keyakinan dan juga sebuah sudut pandang bahwa kandungan dari kesadaran dan cara berhubungan dengan orang lain itu diajarkan oleh kebudayaan dan masyarakat. Tercakup di dalamnya pandangan bahwa kuantitas metafisik riil dan abstrak yang dianggap sebagai suatu kepastian itu dipelajari dari orang lain di sekitar kita (Charles R. Ngangi, 2011)

Konstruksi sosial menurut Waters adalah *human beings construct social reality in which subjective processes can become objectified*. Konstruksi sosial adalah konsep yang menggambarkan bagaimana realitas sosial dibentuk dan dimaknai secara subjektif oleh anggota masyarakat. Konstruksi sosial menggambarkan proses di mana melalui tindakan dan interaksi, manusia menciptakan secara terus-menerus suatu kenyataan yang dimiliki bersama yang dialami secara faktual objektif dan penuh arti secara subjektif. Menurut DeLamater dan Hyde juga bahwa konstruksi sosial menyatakan tidak ada kenyataan pokok yang benar. Realitas adalah konstruksi sosial ole karena itu fenomena seperti homoseksual adalah konstruksi sosial. (Helwig et al., 2017)

2.2. Teori konstruksi Sosial (Peter L Berger)

Dalam jurnal (Helwig et al., 2017) menurut Peter L. Barger mengartikan Konstruksi sosial yaitu Teori yang berangkat dari bagaimana suatu dunia sosial dapat terbentuk melalui tiga tahapan yaitu internalisasi, eksternalisasi dan objektivitas. Teori konstruksi sosial ini merupakan teori yang lahir setelah pendekatan fenomenologi. Teori konstruksi sosial ini lahir sebagai teori tandingan dari teori paradigma sosial milik Emile Durkheim. Pada awalnya teori konstruksi sosial ini dikembangkan oleh teori kefilsafatan milik Hegel, Husserl dan Schutz. Teori fenomenologi ini dapat digunakan untuk menganalisis fenomena sosial yang terjadi dalam masyarakat. Salah satu tokoh yang mengembangkan teori konstruksi sosial ini adalah Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Berger dan Luckmann mulai menjelaskan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman kenyataan dan pengetahuan. Realitas diartikan sebagai suatu kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas yang diakui sebagai memiliki keberadaan yang tidak tergantung pada kehendak kita sendiri. Sedangkan pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata dan memiliki karakteristik yang spesifik. Konstruksi sosial yang nampak, dari eksternalisasi ini merupakan suatu keharusan yang antropologis. Manusia sesuai dengan kemampuan pengetahuan tidak dapat membayangkan terpisah. Manusia memerlukan pengetahuan secara empiris dengan cara mencurahkan ke dalam diri melalui empatinya.

Teori konstruksi sosial ini sangat sesuai jika diterapkan untuk menganalisis konstruksi sosial di masyarakat karena berdasarkan teori ini segala Tindakan dan perilaku dapat diketahui melalui dialektika proses berpikirnya mulai dari tahapan eksternalisasi, objektivasi hingga sampai pada tahapan internalisasi

Berikut adalah penjelasan masing-masing proses eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi :

1. Eksternalisasi

Eksternalisasi merupakan bentuk penyesuaian diri dengan dunia sosio kultural dengan tujuan sebagai bentuk dari produk manusia. Hal ini merupakan usaha ataupun ekspresi diri manusia ke dalam dunia yang

berkaitan dengan kegiatan mental dan fisik. Hal ini merupakan sifat dasar dari manusia. Manusia berusaha menangkap dirinya sehingga proses ini akan menghasilkan satu dunia artinya manusia menemukan dirinya sendiri dalam suatu dunia.

2. Internalisasi

Internalisasi merupakan cara individu dalam mengidentifikasi dirinya dalam tengah-tengah Lembaga sosial atau organisasi sosial dimana individu ini menjadi anggotanya. Proses ini merupakan proses penyerapan Kembali dunia obyektif dalam kesadaran dirinya sendiri yang dipengaruhi oleh struktur dunia social. Melalui internalisasi ini manusia menjadi hasil dari masyarakat.

3. Objektivasi

Objektivasi merupakan bentuk interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau sedang mengalami institusional. Objektivasi juga dapat berupa hasil yang dicapai baik mental ataupun fisik dari kegiatan eksternalisasi. Hasil ini akan menghasilkan realitas obyektif yang bisa digunakan dalam menghadapi penghasil itu sendiri sebagai suatu hal yang berada diluar dan berlainan dari manusia yang menghasilkannya.

Eksternalisasi, objektifikasi dan internalisasi adalah dialektika yang berjalan simultan, artinya ada proses menarik keluar (eksternalisasi) sehingga seakan-akan hal itu berada di luar (objektif) dan kemudian terdapat proses penarikan kembali ke dalam (internalisasi) sehingga sesuatu yang berada di luar tersebut seakan-akan berada dalam diri atau kenyataan subjektif. Pemahaman akan realitas yang dianggap obyektif pun terbentuk, melalui proses eksternalisasi dan objektivasi, individu dibentuk sebagai produk sosial. Sehingga dapat dikatakan, setiap individu memiliki pengetahuan dan identitas sosial sesuai dengan peran institusional yang terbentuk atau yang diperankannya.

2.3. Profesi dan Profesional

Profesi berasal dari bahasa latin yang berarti “*prodeesses*” yang mempunyai makna sebuah pekerjaan atau kegiatan yang mulanya berkaitan dengan janji atau sumpah yang bersifat religius. Dalam buku (Rostiati & Zamzam, 2021) profesi adalah suatu pekerjaan utama bagi individu maupun suatu kelompok dengan menguasai keahlian tertentu dari profesi itulah dapat memenuhi kebutuhan hidupnya, adapun definisi lain yaitu profesi adalah sebuah pekerjaan seseorang yang mempunyai kemampuan atau keahlian tertentu, dengan kata lain profesi adalah sebuah pekerjaan pokok untuk mendapatkan nafkah dan mengandalkan suatu keahlian. Jika seseorang melakukan pekerjaan sesuai dengan latar belakang pendidikan atau keahliannya dan diperlukannya kapasitas untuk menerapkan ilmu yang telah dimiliki oleh individu itu sendiri, istilah profesi banyak digunakan pada saat ini yang dimana dihubungkan dengan sebuah pekerjaan seseorang seperti polisi, penyanyi, dosen, guru, tentara, pengacara, wartawan dan lainnya, tapi seiring perkembangannya zaman kata profesi juga semakin luas sampai pada bidang manajerial seperti jabatan manajer dan direktur, dalam buku (Rostiati & Zamzam, 2021) pengertian profesi beberapa makna profesi sebagai berikut :

- a. Profesi sebagai pekerjaan tertentu yang membutuhkan pendidikan dan keahlian tertentu, seperti memiliki keterampilan tertentu dan penting memiliki kejujuran kerja.
- b. Profesi merupakan suatu pekerjaan, akan tetapi perlu dipahami belum tentu suatu pekerjaan dapat dikatakan sebagai profesi.
- c. Pekerjaan yang membutuhkan pendidikan dan pelatihan serta penguasaan keterampilan sebagai suatu pengetahuan yang spesifik, dikatakan sebagai profesi
- d. suatu profesi umumnya memiliki asosiasi profesi, kode etik, serta proses sertifikasi dan untuk menjalankan profesi perlu memiliki sertifikat profesi dan lulus uji kompetensi
- e. sebagai suatu pekerjaan profesi individu diharuskan mempunyai kemampuan khusus, kemampuan inilah yang membedakan antara satu profesi dan profesi lainnya

- f. profesi merupakan suatu pekerjaan yang mengutamakan kapasitas, keterampilan dan keahlian khusus
- g. profesi merupakan suatu pekerjaan yang menuntut pengembangan profesi tersebut untuk memperbaharui keterampilan yang sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi

Sedangkankan profesional menurut Oerip dan Uetomo dalam buku (Rostiati & Zamzam, 2021) profesionalisme dapat diartikan sebagai perilaku, cara, dan kualitas yang menjadi ciri suatu profesi. Seseorang dikatakan profesional apabila pekerjaannya memiliki ciri standar teknis atau etika suatu profesi. beberapa pakar berpendapat ketika seseorang mengaku sebagai profesional maka dia harus menunjukkan kualitas bahwa dia ahli dalam bidangnya. Banyak ahli mendefinisikan profesional itu seperti apa, akan tetapi Mertin Jr dalam buku (Rostiati & Zamzam, 2021) memberikan 4 karakteristik profesionalisme dengan tuntutan tata kelola pemerintahan yang baik , di antaranya

1. Equality

Equality bisa disebut dengan sebuah pelayanan yang diberikan oleh orang yang profesional, hal ini didasarkan atas tipe perilaku birokrasi rasional yang secara konsisten memberikan pelayanan yang berkualitas kepada semua pihak tanpa memandang afiliasi politik status sosial.

2. Equity

Equity adalah sebuah tambahan dari Equality yang dimana pelayanan saja tidak cukup di mata masyarakat maka dari itu juga di imbangi dengan perilaku yang adil, yang dimana masyarakat membutuhkan perilaku yang adil dan perilaku yang sama

3. Loyalty

Loyalty adalah bentuk dari kesetiaan terhadap hukum, pimpinan, bawahan dan rekan kerja. Berbagai jenis kesetiaan tersebut terkait satu sama lain dan tidak ada kesetiaan yang mutlak diberikan pada suatu jenis kesetiaan tertentu dengan mengabaikan yang lainnya

4. Accountability

setiap aparatur pemerintah sejati bersiap menerima tanggung jawab atas apapun yang ia kerjakan

Dengan ini profesional dapat dipahami sebagai individu yang menguasai keilmuan secara mendalam pada bidangnya, mampu mengkonversikan ilmunya menjadi keterampilan, dan memiliki sikap, komitmen tinggi, jujur, bertanggung jawab, berfikir sistematis dan menguasai materi. Dalam buku (Rostiati & Zamzam, 2021) profesional mempunyai kriteria sebagai berikut

- a. Individu yang menguasai kapasitas, kompetensi, keahlian dan keterampilan kerja yang sesuai dengan bidangnya
- b. Menggunakan waktu dan pikirannya untuk pekerjaannya atau profesi secara optimal dan efektif
- c. Mendapatkan penghasilan dari profesinya yang dimanfaatkan untuk kehidupannya
- d. Individu yang bangga terhadap profesi kerjanya dan menjaga marwah profesinya

Kelompok profesional dapat dikatakan kelompok orang yang menguasai keahlian dan kemahiran yang diperoleh melalui proses pendidikan dan pelatihan yang berkualitas. Standar mutu tinggi dalam menerapkan semua keahlian dan kemahirannya yang tinggi, hanya dapat dikontrol dan dinilai dari dalam oleh rekan sejawat sesama profesi sendiri. Sedangkan profesi hanya dapat memperoleh kepercayaan dari masyarakat, bilamana dalam diri para elite professional tersebut ada kesadaran kuat untuk mengindahkan etika profesi pada saat mereka ingin memberikan jasa keahlian profesi pada masyarakat yang memerlukan. Dalam Buku (Rostiati & Zamzam, 2021) kita dapat membedakan profesi dan profesional secara sederhana yaitu

- 1) Profesi, pada hakikatnya mengandalkan suatu keterampilan khusus atau keahlian tertentu yang sesuai dengan pekerjaannya, dilaksanakan sebagai suatu pekerjaan atau kegiatan utama, dilaksanakan sebagai

sumber utama nafkah hidup. Dan dilaksanakan dengan keterlibatan pribadi yang mendalam

- 2) Profesional, menjanjikan karir hidup dan keanggotaan yang permanen, mementingkan layanan diatas keuntungan pribadi, mempunyai organisasi profesional yang kuat dan terjalin erat. Dan menentukan baku standarnya sendiri, dalam, hal ini adalah kode etik

2.4. Profesi Humas

2.4.1 Pengertian Humas

Humas dan *Public Relations* memiliki arti yang sama. Para tokoh - tokoh Humas mempunyai berbagai definisi dan pendapat untuk mengartikannya menurut mereka sendiri, salah satunya menurut Edward L. Berney mengartikan humas ialah mencoba untuk merayu public untuk memiliki pengertian yang mendukung dan mempunyai niat yang baik (Morissan, 2008). Pada dasarnya humas adalah sebuah jembatan penghubung antara perusahaan ke ruang public untuk menyampaikan sebuah pesan.

Para praktisi atau professional yang berkerja dibidang humas masih beranggapan aktivitas humas iyalah aktivitas komunikasi satu arah yang bertujuan untuk merayu atau membujuk lawan berkomunikasi, setelah perkembangan humas makin berkembang dari masa ke masa pandangan tentang arti humas pelan - pelan mengalami perubahan. Di era sekarang definisi humas mulai perlahan lahan memasuki unsur komunikasi dua arah dan mulai memasukan kata- kata timbal balik. menurut menurut kamus *Webster's The art of New International Dictionary* mengartikan humas merupakan seni pengetahuan untuk mengembangkan arti dari timbal balik dan niat baik seseorang (Morissan, 2008)

Dari penjelasan yang sudah disampaikan humas mempunyai banyak pengertian atau definisi menurut para tokoh penting humas yang sudah ditulis dalam buku (Kaukab, 2020) sebagai berikut :

A. Menurut Vice Chairman, American Red Cross dan Howard Bonham

Humas adalah sebuah aktivitas kegiatan yang menyerupai seni untuk memperoleh pengertian masyarakat yang bertujuan untuk lebih baik, dan untuk mempertegaskan kepercayaan masyarakat suatu instansi, organisasi.

B. Menurut W. Emmerson, *Public Relations Director*, Colgate University

Humas merupakan suatu tahapan kelanjutan dari penentuan pelayanan, ketetapan kebijaksanaan, dan sikap yang ditentukan oleh kepentingan setiap seseorang ataupun kelompok - kelompok agar lembaga atau instansi memperoleh kepercayaan yang lebih dari orang yang menyampaikan.

C. Menurut J. C. Seidel, *Public Relations Director*, Division of Housing, State of New York

Humas ialah tahapan lanjutan dari rangkaian usaha manajemen untuk memperoleh kepercayaan dari konsumen atau karyawan dan khalayak luas, mengamati apa yang terjadi dan mencoba memperbaiki terhadap diri sendiri dan memberikan pertanyaan - pertanyaan keluar

Dari definisi – definisi yang dikutip di atas humas adalah komunikasi dua arah yang dimana kegiatan ini bertujuan untuk membujuk seseorang untuk mempunyai niat yang baik, menghasilkan timbal balik dan mendapatkan kepercayaan dari pihak internal maupun external.

2.4.2. Tujuan Humas

Dari kutipan kutipan definisi di atas sebagian besar sudah menjelaskan apa tujuan dari humas, yang dimana bertujuan untuk memperoleh kepercayaan public atau konsumen untuk tujuan yang baik. Di dalam buku (Kaukab, 2020), humas juga bertujuan membuat kerjasama dan hubungan

yang baik terhadap pihak *internal* maupun *external*, tujuan tujuan tersebut yaitu:

1. *Internal*

Menurut Griswold tujuan dari humas *internal* ialah mengamati karyawan yang memiliki semangat kerja. Semangat kerja dapat diperoleh jika pemimpin suatu perusahaan atau instansi lebih mengamati kinerja dari setiap karyawannya dari berbagai segi antara lain sosial, ekonomi maupun psikologi. Humas *internal* juga bertugas untuk membentuk komunikasi yang memiliki sifat informatif dan persuasif. Cara untuk terjadinya komunikasi dapat dilakukan sebagai berikut:

- A. Secara tertulis, contohnya dapat dilakukan melalui *papers*, surat, brosur, pamflet dll.
- B. Lisan, contohnya dilakukannya pertemuan seperti rapat – rapat, saling bertukar pikiran, dll
- C. Konseling, contohnya menyiapkan staf khusus yang sudah melalui pelatihan – pelatihan tertentu dan memberikan masukan masukan terhadap karyawan

2. *External*

Tujuan dari *External* adalah untuk menjaga hubungan baik antar perusahaan, instansi, organisasi atau konsumen sehingga mendapatkan pandangan baik dari perusahaan, instansi, organisasi atau konsumen yang sudah atau yang ingin menjalin kerjasama. menjaga hubungan baik adalah hal yang sangat penting, bertujuan untuk :

- A. Mengambil konsumen
- B. Memperkenalkan produk
- C. Mencari nodal dan relasi
- D. Menyelesaikan masalah masalah yang dihadapi perusahaan

Berdasarkan yang sudah dijelaskan di atas tujuan humas ialah terdiri menjadi dua yaitu eksternal dan internal. Humas internal yang dimana bertujuan untuk menjaga kesejahteraan karyawan sedangkan untuk external ialah menjaga hubungan perusahaan dengan relasinya dan menyelesaikan masalah masalah dalam suatu perusahaan , instansi, organisasi

2.4.3. Fungsi Humas

Peran penting media massa yaitu untuk membantu para profesi humas pada saat ini, karena media massa secara tidak langsung membantu para praktisi humas untuk menyampaikan informasi dengan efektif (Kaukab, 2020). Dari kutipan yang sudah dijelaskan di atas kita sudah mulai mengetahui apa fungsi dari humas itu, berikut fungsi - fungsi dari *Public Relations* :

1. Fungsi humas bagi kepentingan internal perusahaan (*internal Humas*)

Fungsi humas dalam sebuah perusahaan adalah menjaga dan mengatur kelayakan para karyawan karena karyawan adalah aset penting yang dimiliki perusahaan. Selain itu peran penting humas adalah dalam proses *recruitment* karyawan baru untuk dapat berperan dalam menentukan karyawan yang kompeten untuk bekerja dalam suatu perusahaan, tidak hanya itu humas juga turut turun tangan membantu kinerja bagian sumber daya karyawan (SDM) untuk membuat kekompakan karyawan dan memunculkan rasa kekeluargaan antar karyawan.

2. Fungsi Humas bagi kepentingan eksternal perusahaan (*external Humas*)

Ketatnya pengawasan pemerintah pada setiap bidang industri merupakan sebuah dampak yang dihasilkan dari meningkatnya tuntutan masyarakat, dengan pengawasan pemerintah yang sangat ketat memaksa banyak pihak untuk memikirkan cara membuat citra

baik untuk perusahaan dan mempromosikan produknya dengan baik. Fungsi eksternal humas yang sudah berkembang di Indonesia terdiri dalam tiga bagian diantaranya yaitu :

a. *Humas Financial*

Humas financial bertugas dalam membantu menafsirkan data finansial agar dapat menjadi transparan tetapi tetap terjaga kerahasiaannya pada poin tertentu. Selain itu fungsi lain dari *humas financial* adalah menginformasikan kepada masyarakat mengenai kinerja yang telah dilakukan lembaga keuangan agar kepercayaan masyarakat terbentuk diantara kedua belah pihak

b. *Humas Marketing*

Humas marketing bertugas untuk membantu merancang strategi pemasaran guna optimalisasi fungsi dari setiap distribusi produk. *Humas marketing* memperkuat sebuah iklan yang telah dipublikasi dengan meningkatkan promosi di lapangan untuk menarik para konsumen secara langsung.

c. *Humas Trade*

Humas Trade memiliki peran dalam rancangan strategi yang telah dibuat *humas marketing* dalam memasarkan dan proses distribusi produk. Setelah iklan suatu produk telah dipublikasi, *humas Trade* langsung memperkuat promosi di lapangan untuk menarik para konsumen secara langsung (Kaukab, 2020).

2.4.4. Perkembangan Profesi Humas

Perkembangan humas di Indonesia memiliki sejarah yang cukup panjang. Secara konseptual, humas 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 profesi humas 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).

Perkembangan profesi humas ini adalah sebuah proses penyesuaian dari pesatnya perkembangan digital dari zaman ke zaman, yang dimana para praktisi kehumasan dituntut untuk menguasai berbagai keahlian terutama menguasai teknologi yang sudah berkembang sangat pesat ini. perkembangan digital adalah memiliki dampak yang sangat besar bagi semua aspek dan semua profesi baik pun di bidang industri, dimana yang dituliskan pada jurnal (Putra Pratama, 2018) perkembangan profesi humas antara berikut

a. Humas pada era 1.0

Humas pada era 1.0 sekitar tahun 1960-1970-an. Pada era ini praktisi humas melaksanakan tugas masih secara tradisional. Monitoring yang dilakukan dengan cara manual, sehingga media cetak seperti televisi, koran dan majalah menjadi satu-satunya sumber informasi andalan. Pada era ini komunikasi yang terjalin merupakan komunikasi satu arah yang dilakukan praktisi humas dengan banyak target. Pada era ini praktisi humas digambarkan sebagai *broadcaster*.

b. Humas pada era 2.0

Era kelahiran media online terjadi pada era 2.0. Komunikasi yang terjalin pada era ini merupakan komunikasi horizontal, dimana proses komunikasi yang didapatkan dari beragam sumber ke banyak *audiens* atau dikenal dengan *many to many*. Pada era ini humas berperan sebagai *connector*. Terdapat ciri khas pada era ini yaitu merambahnya kemunculan media online serta perubahan pada media cetak beralih pada platform digital.

c. Humas pada era 3.0

Humas pada era 3.0 merupakan masa dimana media sosial mulai dikenal dan digunakan oleh banyak orang. Era ini menjadi era pertama kemunculan aktivitas jurnalisme, ada tiga jurnalisme yang berkembang pada era ini yaitu jurnalisme warga (*citizen journalism*), jurnalisme perusahaan (*corporate journalism*) ataupun jurnalisme karyawan (*employee journalism*). Pada era ini banyak perubahan yang terjadi, jika mulanya pada era 1.0 dan 2.0 kegiatan pembuatan berita hanya dibuat oleh wartawan, saat era 3.0 setiap orang yang bermain sosial media dapat membuat berita dan mengunggahnya melalui platform media sosial seperti, Facebook, YouTube, Blog, dan Instagram.

d. Humas pada era 4.0.

Humas pada era 4.0 ialah era dimana *Artificial Intelligence* (AI) dan era big data hadir. Hadirnya AI pada era ini mengakibatkan banyaknya penemuan mengenai robot yang menggunakan AI. Pada era ini juga sudah banyak robot yang telah mampu membantu pekerjaan yang umumnya dikerjakan oleh manusia, seperti menulis, melakukan pekerjaan rumah, dan sebagainya. Hal ini juga banyak membantu peran Humas dalam menulis dan mencari bahan untuk tulisan yang akan mereka terbitkan. Pada era 4.0 ada banyak perangkat yang dapat digunakan oleh humas untuk meringankan tugas dari praktisi humas itu sendiri seperti aktivitas mengelola kampanye perusahaan, identifikasi *influencer* dan *buzzer*, serta melakukan penyebaran berita ke media.

2.5. Era Digital

Perkembangan teknologi yang sangat pesat dari zaman ke zaman dimana membawa kita menuju ke arah semua serba digital, pada era ini banyak perubahan - perubahan yang baru bagi kehidupan manusia, yang dimana perubahan ini membuat manusia tidak bisa lepas dari perangkat elektronik. perangkat elektronik ini tidak lepas dari penggunaan internet, yang dimana penggunaan internet di dunia sangat lah tinggi terutama di Indonesia pengguna internet sangat lah banyak, pada hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2017 diberitahukan pengguna internet semakin naik dari tahun ke tahun , pada tahun 2017 pengguna internet di Indonesia mencapai 143,26 juta orang dari total jumlah penduduk 262 juta penduduk. Dengan ini 54,68 % masyarakat Indonesia merupakan pengguna media internet (Kominfo, 2018).

Di era digital ini banyak evolusi - evolusi dari perangkat elektronik yang dapat digunakan oleh manusia, salah satunya adalah *smartphone*, dimana perangkat elektronik ini sangat diminati oleh masyarakat karena *smartphone* bisa mengakses semua hal untuk membantu kehidupan manusia, sehingga pada era digital ini manusia sangatlah membutuhkan *smartphone*, tidak hanya membantu kebutuhan sehari - hari manusia *smartphone* sekarang sudah bisa digunakan untuk bekerja dan juga membuat hal-hal yang kreatif. banyak hal positif yang dihasilkan oleh perkembangan teknologi di era digital ini, akan tetapi tidak menuntut kemungkinan perkembangan teknologi ini mempunyai dampak negatif, berikut dampak positif dan negatif di era digital dalam jurnal (Setiawan, 2017).

2.5.1. Dampak positif dan negatif

Dalam perkembangan teknologi di era digital ini tentu memiliki dampak positif bagi penggunanya, dampak positifnya antara lain :

- a. Membantu mendapatkan informasi yang dibutuhkan dengan cepat dan lebih mudah mengaksesnya

- b. Munculnya inovasi teknologi yang dapat memudahkan kita dalam urusan pekerjaan
- c. Munculnya media massa yang berbentuk digital, khususnya media elektronik yang dimana kita bisa mengakses berita dan informasi secara online
- d. Meningkatnya kualitas sumber daya manusia yang bisa memanfaatkan perkembangan teknologi
- e. Bisa digunakan sebagai media pembelajaran, yang dimana tersedianya perpustakaan online
- f. Tersedianya bisnis online yang dapat membuka peluang pekerjaan yang baru
- g. Tersedianya bisnis online yang dapat membuka peluang pekerjaan yang baru

Tidak dapat dipungkiri perkembangan digital ini juga mempunyai sisi negatifnya yang harus diantisipasi untuk menghindari kerugian yang tidak diinginkan, berikut sisi negatif yang ada pada era digital ini:

- a. Banyaknya kejahatan online seperti penipuan
- b. Banyaknya kebocoran data pribadi yang dimanfaatkan orang yang tidak bertanggung jawab
- c. Adanya penyalahgunaan terhadap pengetahuan dengan melakukan sebuah tindakan pidana seperti melakukan penerobosan keamanan bank melalui jaringan dan lain-lain.
- d. Tidak menggunakan kecanggihan teknologi untuk sarana belajar seperti lebih banyak bermain game online, mencari buku secara offline dengan mendatangi bookstore atau perpustakaan yang jauh padahal ada buku secara online yang bisa diakses secara gratis dan lain-lain.
- e. Mudahnya akses semua hal dapat mempengaruhi pola pikir anak-anak yang tidak dipantau oleh orang tuanya

2.5.2. Humas Di era Digital

Humas *Digital* atau *cyber public relations* mempunyai konsep kegiatan kehumasan yang menggunakan media internet, dengan ini humas digital adalah sebuah kegiatan kehumasan yang menggunakan sarana media internet dalam membangun sebuah citra yang baik bagi merek atau *brand* bertujuan untuk menarik kepercayaan public terhadap perusahaan itu sendiri (Hidayat, 2014).

Para ahli mengemukakan definisi mengenai humas digital berdasarkan buku yang ditulis (Armayanti & Dodi Pramana, 2022) yaitu menurut Onggo (2004) yang menyatakan bahwa humas digital dilihat sebagai *cyberspace* yang memiliki fungsi humas di dunia maya dengan kata lain humas digital merupakan humas yang memiliki peran dalam menggunakan media internet yang digunakan untuk sarana publisitas. (Doherty, 1995). Sehingga disimpulkan bahwa humas digital merupakan humas yang menggunakan maupun memanfaatkan media online agar dapat melakukan komunikasi dengan publik (Laksamana, 2015). Perkembangan saat ini menyebabkan banyaknya implementasi humas digital dalam berbagai organisasi privat, organisasi publik, organisasi nirlaba, partai politik maupun organisasi lainnya.

Pada era ini humas *digital* atau *cyber public relations* merupakan kegiatan yang banyak digemari pada saat ini, dikarenakan penggunaan internet sudah semakin banyak peminatnya, agar tidak tertinggal oleh zaman para praktisi humas dituntut untuk menguasai dan memanfaatkan kegunaan internet agar membantu dan memaksimalkan kinerja para praktisi humas itu sendiri

Kegunaan internet ini mempunyai dampak yang cukup besar bagi keberlangsungan hidup masyarakat di dunia, negara Indonesia juga termasuk pengguna internet yang cukup banyak, terbukti pada hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2017 diberitahukan pengguna internet semakin naik dari tahun ke tahun , pada tahun 2017 pengguna internet di Indonesia mencapai 143,26 juta orang dari total jumlah penduduk 262 juta penduduk. Dengan ini 54,68 % masyarakat Indonesia merupakan pengguna media internet (Kominfo, 2018). Dari data yang di tuliskan di atas kita tidak dapat memungkiri lagi pada saat ini kita sudah memasuki dunia era digital, pada era digital ini banyak merubah pola komunikasi antar masyarakat, atau merubah

komunikasi perusahaan ke khalayak, oleh karena itu di era digital ini para praktisi humas harus memanfaatkan internet dengan baik.

Para praktisi humas mempunyai tanggung jawab penuh terhadap menjalin komunikasi kepada public, dan juga para praktisi humas juga harus menjalin hubungan dengan *stakeholder*, dengan adanya media internet ini para praktisi praktisi humas sangat lah terbantu untuk berkomunikasi pada *stakeholder* dengan cara yang efisien. pada era sebelumnya para praktisi humas menggunakan media Konvensional seperti surat menyurat, brosur, koran, baliho dan sebagainya, yang dimana ini sangat berbeda pada era digital ini para praktisi humas bisa berinteraksi selama 24 jam , sehingga proses komunikasi punya menjadi mudah dan efektif.

2.6. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi iyalah komunikasi yang dilakukan di dalam sebuah organisasi maupun di dalam sebuah perusahaan, komunikasi ini dilakukan individu ke individu lainnya di dalam organisasi tidak menutup kemungkinan komunikasi ini juga dilakukan oleh atasan dan karyawan atau karyawan dan atasan di dalam sebuah perusahaan. Ada berbagai pengertian dari komunikasi organisasi yang dikemukakan oleh para ahli diantaranya, menurut Goldhaber dalam buku (Irene Silviani, 2020) komunikasi organisasi merupakan sebuah proses yang diciptakan untuk menukar pesan dari individu ke individu lainnya dalam sebuah organisasi, dimana dalam proses itu setiap individu saling membutuhkan satu sama lain yang bertujuan untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti dan selalu berubah - ubah

2.7. Organisasi Perhumas Muda Malang Raya

Pada saat ini profesi humas sangatlah dibutuhkan bagi perusahaan maupun organisasi, yang dimana saat ini banyaknya lowongan pekerjaan di bidang humas. Perhumas muda Malang raya ini adalah salah satu organisasi yang memberikan wadah bagi anak anak muda terutama mahasiswa yang ada di kota malang untuk mempelajari dan mencari pengalaman di bidang kehumasaan. Perhumas muda ini juga ada di berbagai kota diantaranya Perhumas muda

Yogyakarta, Perhumas muda Madura, Perhumas muda Medan, Perhumas muda Riau, Perhumas muda Jakarta dan berbagai cabang lainnya, organisasi Perhumas muda Malang Raya ini berdiri pada tahun 2011, yang dimana perhumas muda Malang Raya ini di bawah pengawasan Badan Pengurus Cabang Perhumas Malang (BPC).

Pada dasarnya mahasiswa yang ingin mempelajari humas adalah mahasiswa yang mengambil jurusan ilmu komunikasi saja, akan tetapi perhumas muda Malang Raya ini menerima anggota dari seluruh jurusan yang ingin belajar tentang dunia kehumasan, dan perhumas muda juga menerima seluruh universitas yang ada di kota Malang, contohnya universitas Brawijaya, Universitas Muhammadiyah Malang, Universitas Malang, Universitas Tribhuwana Tungadewi dan lainnya.

Organisasi perhumas muda Malang Raya ini memiliki 4 divisi, yang dimana setiap divisi memiliki peran penting bagi setiap anggota perhumas itu sendiri, setiap divisi mempunyai program kerja sendiri sendiri, 4 divisi ialah

a. Divisi *Public Relations* (PR)

Divisi *Public Relations* ini adalah divisi yang bersinggungan langsung dari pihak luar untuk menjalin kerjasama seperti sponsor ke perusahaan dan menjalin relasi ke perhumas muda cabang lainnya, salah program kerja divisi *Public Relations* ini adalah *Study Visit*, yang dimana proker ini bertujuan untuk menjalin relasi setiap anggota ke perusahaan yang dituju juga mendapatkan pengetahuan bagi setiap anggota, dikatakan perwakilan dari perusahaan juga memberikan pengalaman kerja ke anggota yang mengikuti program kerja *Study Visit*.

b. Divisi *Media Planner* (DMP)

Divisi *Media Planner* ini adalah divisi yang bertugas untuk mengatur seluruh sosial media yang terkait dengan Perhumas muda Malang Raya termasuk email, Instagram, Twitter, Linkin, Facebook.

Blog dan lainnya. Divisi ini juga mempunyai program kerja yang dimana program kerja dari divisi ini adalah pelatihan desain yang dimana dalam proker ini anggota perhumas muda Malang raya dapat mendapatkan skill dalam mendesain, dalam proker ini juga turut mengundang narasumber yang profesional dalam desain

c. Divisi *Educational Development* (ED)

Divisi *Educational Development* ini mempunyai peran penting bagi seluruh anggota perhumas muda Malang raya yang dimana divisi ini bertugas untuk meningkatkan skill anggota dalam dunia kehumasan, divisi ini mempunyai program kerja yang sangat dibutuhkan bagi anggota untuk memahami kerja dari humas, program divisi ini diantaranya *Crisis Management*, mengajarkan bagaimana menulis *pers rilis* dan bekerjasama dengan pihak hotel untuk mempelajari *table manner*. dalam proker proker tersebut juga turut mengundang praktisi humas profesional untuk memberi pelatihan.

d. Divisi *Human Resource Development* (HRD)

Divisi *Human Resource Development* yang biasa kita kenal sebagai HRD, tugas divisi ini tidak jauh berbeda dari hrd yang ada di perusahaan, yang dimana divisi ini bertugas untuk mengembangkan sumber daya manusia (SDM) yang ada di organisasi perhumas muda Malang Raya. Dimana divisi ini tidak kalah pentingnya dari divisi lainnya yang sudah dijelaskan di atas, divisi ini kebanyakan memiliki program kerja outdoor, yang dimana divisi ini membuat game game yang membuat keeratan bagi setiap anggota perhumas muda Malang raya. Tidak hanya itu divisi ini juga bertanggung jawab untuk screening calon anggota baru perhumas muda Malang raya dan program lainnya

Dari divisi - divisi yang sudah dijelaskan, setiap divisi mempunyai peran penting untuk meningkatkan pengetahuan dan skill seluruh anggota perhumas

muda Malang raya, setiap program kerja yang dibuat oleh masing - masing divisi wajib diikuti oleh setiap anggota perhumas muda malang raya.

2.8. Penelitian Terdahulu

	Penelitian Terdahulu 1	Penelitian Terdahulu 2
Nama Peneliti	Pandu Prabowo	Intan Ramadhani
Jenis Karya	Skripsi	Jurnal
Tahun Penelitian	2015	2021
Judul Penelitian	ANALISIS PERSEPSI MAHASISWI TERHADAPA MAHASISWA BERAMBUS GONDRONG (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Sosial Politik Universitas Lampung)	Konstruksi Sosial Anak Jalanan Terhadap Rumah Singgah (Studi Konstruksi sosial di UPTD Kampung Anak Negri, Surabaya)
Teori yang Digunakan	Teori Konstruksi Sosial Peter L Berger	Teori Konstruksi Sosial Peter L Berger
Metode Penelitian	Jenis Kualitatif , wawancara mendalam , dokumentasi	Jenis Kualitatif , wawancara mendalam , dokumentasi
Hasil Penelitian	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut: 1. Persepsi mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Lampung terhadap mahasiswa berambut gondrong berbeda – beda antara satu informan dan informan yang lainnya ada yang mempersepsikan positif dan mempersepsikan negatif. Mahasiswi yang yang mempunyai pengalaman tentang mahasiswa berambut	1. Penelitian menemukan bahwa beberapa penyebab informan memutuskan untuk menjadi anak jalanan berkaitan dengan permasalahan ekonomi , keluarga, perceraian orang tua, kekerasan dalam rumah tangga, dan persaan tidak diterima oleh lingkungan 2. Dalam peelitian ini melalui teori Peter L. Berger tentang Konstruksi sosial, dapat diketahui bahwa dalam peroses adaptasi yang

	<p>gondrong seperti telah mengenalnya dengan dekat atau pengalaman yang positif akan mempersepsikan positif dan mempunyai kesan yang positif. Jika mahasiswi yang mempunyai pengalaman masa lalu dengan mahasiswa berambut gondrong yang negatif maka akan ada kesan negatif dalam diri mahasiswa berambut gondrong yang belum di kenal atau kesan pertama saat melihat mahasiswa berambut gondrong tersebut. 2. Faktor Fungsional yang membentuk persepsi mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik adalah perbedaan pengalaman masa lalu dan persepsi mahasiswi terhadap mahasiswa berambut gondrong di dasarkan pada situasi dan kondisi yang tidak sama antara satu informan dengan informan lainnya</p>	<p>dilakukan oleh anak jalanan di rumah singgah, terdapat beberapa factor yang mendorong anak jalanan mampu menerima kehidupan yang baru yaitu peran Pembina, pembimbing, peraturan kegiatan serta anak-anak yang juga tinggal bersama di sana beberapa factor tersebut membuat anak jalanan mampu beradaptasi dengan baik</p> <p>3. Dalam penelitian ini melalui teori Peter L. Bergertentang konstruksi sosial, dapat diketahui bahwa anak-anak yang memutuskan tinggal di rumah singgah apabila mereka masih memiliki harapan tentang keluarga, seperti yang dirasakan BLD dan DYT. Bagi mereka yang berkeinginan tetap tinggal, kehidupan yang mereka dapatkan di rumah singgah adalah suatu hal yang harus disukuri dan kehidupan yang mereka dapatkan saat ini</p> <p>4. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat konstruksi tentang kehidupan yang diterima oleh anak jalanan di rumah singgah, konstruksi pertama adalah kehidupan mereka dilihat sebagai suatu kewajiban yang secara tidak langsung menyatakan bahwa keberadaan mereka</p>
--	---	--

		<p>di rumah singgah harus produktif dan mereka harus selalu menuruti peraturan yang ada. Konstruksi lainnya yaitu bahwa kehidupan mereka didalam rumah singgah adalah bagian dari hak mereka. Mereka berfikir bahwa kehidupan di rumah singgah adalah solusi atas permasalahan yang mereka dapatkan sebelum tinggal di rumah singgah</p>
Perbedaan	Subjek penelitian yang berbeda dan objek penelitian yang berbeda	Subjek penelitian yang berbeda dan objek penelitian yang berbeda
Persamaan	Terori yang digunakan sama yaitu Teori Konstruksi Sosial Peter L Berger	Terori yang digunakan sama yaitu Teori Konstruksi Sosial Peter L Berger