

## BAB II KAJIAN TEORI

### A. Deskripsi Teori

Penelitian ini mencakup lima kajian teori yang mendasari Strategi Komunikasi Humas Untuk Membentuk Citra Positif Dalam Menampilkan Konten Islami Di Instagram Polres Kudus, yang pertama strategi komunikasi, kedua komunikasi pemerintah, ketiga humas pemerintah, keempat komunikasi dalam pandangan islami, kelima Media Sosial.

#### 1. Strategi Komunikasi

##### a. Pengertian

Strategi komunikasi adalah strategi yang mengartikulasi, mendefinisikan, dan mempromosikan visi komunikasi dan unit tujuan komunikasi dalam formulasi yang baik.<sup>1</sup>

Strategi komunikasi dapat diartikan sebagai suatu proses keputusan rencana pemimpin puncak yang berfokus pada target organisasi jangka panjang dengan persiapan sarana atau usaha untuk mencapai tujuan. Strategi tersebut memiliki lima elemen komunikasi timbal balik yaitu target komunikasi, strategi pesan, penentuan metode, pemilihan metode, dan strategi komunikator.<sup>2</sup>

Strategi dalam komunikasi adalah sebuah metode mengelola pelaksanaan operasi komunikasi yang tertib berhasil. Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan pengelolaan (management) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai sebuah untuk itu, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, tetapi juga harus menunjukkan taktik operasional.

Strategi komunikasi menentukan jangkauan memobilisasi semua kekuatan dan sumber daya untuk mencapai visi dan misi komunikasi. Strategi berfungsi sebagai panduan komunikasi untuk mencapai tujuan komunikasi.<sup>3</sup> Dari penjelasan di atas dapat di simpulkan

---

240. <sup>1</sup> Alo Liliweri, *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta: Kencana, 2011),

<sup>2</sup> Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi*, (Bandung: Armico, 1984), 87.

<sup>3</sup> Alo Liliweri, *op.cit*, 254.

bahwa strategi komunikasi adalah suatu skema perencanaan umum yang terdiri dari beberapa tahapan untuk mencapai sesuatu tujuan, dimulai dengan metode pelaksanaan dan langkah-langkah sebagai acuan dalam berbagai hal yang digunakan untuk mencapai tujuan.

b. Tujuan Strategi Komunikasi

1) Memberitahu (*announcing*)

Tujuan utama strategi komunikasi adalah pengumuman, yaitu pemberitahuan tentang kapasitas dan kualitas informasi. Informasi yang diiklankan sebisa mungkin terkait dengan semua informasi utama dari seluruh informasi yang penting.

2) Memotivasi (*motivating*)

Menyebarkan informasi dapat memberikan dorongan motivasi bagi masyarakat.

3) Mendidik (*educating*)

Menyebarkan informasi yang dapat mendidik masyarakat.

4) Menyebarkan Informasi (*informing*)

Menyebarkan informasi kepada masyarakat atau audiens adalah sasaran kami. Diusahakan informasi yang disebarkan informasi spesifik dan fakta.

5) Mendukung Pembuatan Keputusan (*supporting decision making*)

Strategi untuk mendukung pengambilan keputusan dalam kerangka pengambilan keputusan, informasi yang dikumpulkan, diklasifikasikan dan dianalisis sedemikian rupa gunakan sebagai kunci untuk pengambilan keputusan.<sup>4</sup>

Jadi tujuan strategi komunikasi yang digunakan terdiri dari lima komponen yaitu meliputi memberitahu (*announcing*), memotivasi (*motivating*), mendidik (*educating*), menyebarkan informasi (*informing*), mendukung pembuatan keputusan (*supporting decision making*).

## 2. Komunikasi Pemerintah

Pengertian “komunikasi pemerintahan” dalam arti menggabungkan kedua makna yaitu “komunikasi” dan

---

<sup>4</sup> Alo Liliweri, op.cit, 248-249.

“pemerintahan” maka pengertian komunikasi pemerintahan adalah penyampaian ide, program, dan gagasan pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan negara. Arti dari komunikasi pemerintahan di sini adalah pemerintah dalam hal ini dapat diasumsikan sebagai komunikator dan masyarakat sebagai komunikan, namun dalam suasana tertentu bisa sebaliknya masyarakat berada pada posisi sebagai penyampai ide atau gagasan dan pemerintah berada pada posisi mencermati apa yang diinginkan masyarakat. Dalam kondisi yang demikian pemerintah memiliki kewenangan sekaligus bertanggung jawab untuk mempertimbangkan, bahkan untuk merespon keinginan tersebut sesuai dengan aturan dan ketentuan yang berlaku.<sup>5</sup>

Komunikasi pemerintahan untuk managing staff merupakan komunikasi internal organisasi dan bertujuan agar pegawai atau staf mengetahui dan memahami apa yang harus dikerjakan, bagaimana mengerjakan dan agar eksekutif pemerintah mendapatkan informasi dari pegawai tentang hasil pelaksanaan pekerjaan yang kesemuanya bermanfaat untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi pemerintah secara efektif dan efisien. Komunikasi pemerintahan untuk managing people merupakan komunikasi eksternal organisasi untuk memberikan informasi tentang berbagai kebijakan-kebijakan dan peraturan-peraturan pemerintah kepada masyarakat, organisasi-organisasi non pemerintah, termasuk komunitas atau institusi bisnis, sekaligus mendapatkan informasi dari mereka untuk membuat kebijakan dan peraturan dan juga informasi tentang dampak dari kebijakan yang dibuat oleh pemerintah untuk menentukan apakah kebijakan atau peraturan tersebut dilanjutkan atau dihentikan, direvisi atau dimodifikasi.<sup>6</sup>

Komunikasi pemerintahan merupakan komunikasi antar manusia (human communication) yang terjadi dalam konteks organisasi pemerintahan. Karena itu komunikasi pemerintahan tidak lepas dari konteks komunikasi organisasi dan ia juga merupakan bagian dari komunikasi organisasi. Arus penyampaian dan penerimaan pesan dilakukan melalui jaringan yang sifat hubungannya saling tergantung satu sama lain

---

<sup>5</sup> Harris Munandar dan Maman Suherman, *Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil di Media Sosial*, Volume 2, No.1, 2016

<sup>6</sup> Ulber Silalahi, *KOMUNIKASI PEMERINTAHAN: MENGIRIM DAN MENERIMA INFORMASI TUGAS DAN INFORMASI PUBLIK*, Jurnal Administrasi Publik, Vol. 3, No. 1, 2004.37.

berdasarkan aturan-aturan formal. Pesan yang disampaikan dan yang diterima bukan saja berupa informasi, melainkan juga penyebaran ide-ide (sharing ideas), instruksi (instruction), atau perasaan-perasaan (feelings) berhubungan dengan tindakan dan kebijakan pemerintah.

### 3. Humas Pemerintah

#### a. Pengertian Humas

Humas dalam bahasa Inggris dikenal dengan istilah Public Relations. Public memiliki arti kumpulan orang yang memiliki perhatian, minat, dan keinginan yang sama. Sedangkan Relations dari bahasa Inggris yang memiliki arti hubungan.<sup>7</sup> Sedangkan Public Relations memiliki arti hubungan masyarakat. Dengan ini humas dapat menumbuhkan dan meningkatkan hubungan yang baik dengan masyarakat.

Humas merupakan komunikasi yang terencana antara lembaga dengan publik yang mencakup keseluruhan tujuan yang ingin dicapai atas dasar saling pengertian.<sup>8</sup> Agar humas berjalan dengan lancar dan efektif maka humas harus mampu berkomunikasi dengan menggunakan komunikasi yang baik dan dapat di pahami oleh publik dengan sangat mudah, agar terciptanya hubungan baik lembaga dengan publik. Public Relations dijelaskan lebih umum yaitu seni hubungan manajemen, komunikasi, psikologi, ilmu sosial dan pemasaran untuk membentuk perusahaan atau lembaga agar publik menyukai nama produk untuk mendapatkan kepercayaan publik.<sup>9</sup> Berbagai jenis ilmu tersebut humas mampu mencakup bidang yang lebih luas serta penerapannya. Humas berperan sebagai fungsi manajemen dan ilmu manajemen, humas berperan sebagai penghubung sosial dalam ilmu sosial dan sebagai promosi dalam ilmu marketing.

Humas juga disebut sebagai penyampaian informasi, sebagaimana Firman Allah SWT dalam Q.S. Al-Ahzab:70.

---

<sup>7</sup> Irene Silviani, M S P, A I N 241/JTI/2019, and S M Pustaka, *PUBLIC RELATIONS SEBAGAI SOLUSI KOMUNIKASI KRISIS (SCOPINDO MEDIA PUSTAKA, 2020)*, 25 <https://books.google.co.id/books?id=OyrbDwAAQBAJ>.

<sup>8</sup> Morissan, *Manajemen Public Relations* (Kencana, 2014) 8 .

<sup>9</sup> Rosady Ruslan, *Kampanye Public Relations*, cet. ke 1. (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1997). 6

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar.”<sup>10</sup>

Pada ayat diatas dijelaskan bahwa untuk menyampaikan informasi harus benar dan jelas, sehingga pesan dalam suatu komunikasi dapat tersampaikan sesuai tujuan. Dan juga dengan humas sebagai jembatan penghubung yang diharapkan dapat menyampaikan informasi yang benar. Secara umum humas yaitu aktivitas dua arah, lembaga dengan publik yang bertujuan untuk menciptakan rasa saling pengertian, saling percaya dan kerja sama.

Seorang *public relations* atau humas harus mampu melaksanakan tugas dan fungsi seperti terdefiniskan diatas melalui komunikasi, baik dalam membangun relasi yang lebih luas.<sup>11</sup> Keberhasilan seorang humas dapat dilihat dari feedback yang baik dari sasaranya melalui komunikasi yang dilakukan dan opini publik.

#### b. Fungsi Humas

Dengan segala kegiatan dan perannya baik didalam maupun luar pemerintah/perusahaan, seperti yang dikatakan oleh Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy (2003:55) maka fungsi dari Public Relations adalah sebagai berikut:

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi. Dalam hal ini, Public Relations sebagai penunjang atau pendukung terlaksananya kegiatan dan rencana suatu organisasi.
2. Membina hubungan harmonis antara organisasi tersebut dengan berbagai publik, baik hubungan internal maupun eksternal untuk meningkatkan kerja sama.
3. Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi Public Relations sebagai komunikator atau penghubung organisasi dengan publik.

<sup>10</sup> Q.S Al Ahzab/33: 70 diakses melalui aplikasi Quran Kemenag in Word

<sup>11</sup> Suryani Musi, dkk, *KOMUNIKASI DAN PUBLIC RELATIONS (STRATEGI MENJADI HUMAS PROFESIONAL)* (Penerbit Qiara Media, 2020) 16-17 .

4. Melayani publik dan menasehati pimpinan demi kepentingan umum. Humas harus mampu menyeimbangkan kepentingan organisasi dan publiknya.
5. Operasionalisasi dan organisasi humas yaitu bagaimana, agar dapat membina hubungan harmonis antara organisasi dan publik, untuk mencegah terjadinya rintangan psikologis, baik yang ditimbulkan dari pihak organisasi maupun pihak publik.

Dengan sudut pandang terpusat pada upaya pembentukan opini publik yang baik serta evaluasi terhadap upaya tersebut untuk perkembangan organisasi, Cutlip dan Center (dalam Gruning :2003) mengatakan fungsi humas yaitu sebagai agen pembentukan opini publik.<sup>12</sup>

c. Strategi Komunikasi Humas

Menurut kamus *Institut of public relations* (IPR) terbitan bulan November 1978 yang dikutip dari Edy Sahputra dan Faulina disebutkan bahwa “Praktik humas atau *public relations* adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya”. Jadi dapat disimpulkan bahwa humas atau *public relations* merupakan suatu komponen penting yang harus dimiliki oleh setiap organisasi, lembaga atau perusahaan sebagai pen jembatan dan mengatur segala bentuk komunikasi yang nantinya akan menimbulkan saling pengertian antara suatu lembaga dan khalayaknya. Dalam lingkungan pemerintahan istilah humas tampak lebih populer dibandingkan dengan *public relations*.

Bahkan organisasi yang membawahi humas pemerintah Indonesia dinamakan Bakohumas. Perbedaan pokok antara fungsi dan tugas humas yang terdapat di instansi pemerintah dengan non pemerintah (lembaga komersial) adalah tidak adanya unsur komersial walaupun humas pemerintah juga melakukan hal yang sama dalam kegiatan publikasi, promosi dan periklanan. Humas

---

<sup>12</sup> Drs. Soleh. Soemirat dan Drs. Elvinaro Ardianto. *Dasar-dasar Public Relations.* (Bandung : Remaja Rosdakarya.2004) 90

pemerintah lebih menekankan pada public services atau demi meningkatkan pelayanan umum.

Menurut John D. Millett dalam bukunya, *Management In Public Service The Quest For Effective Performance*, yang dikutip oleh Rosady Ruslan artinya humas atau PR dalam dinas instansi atau lembaga pemerintahan terdapat beberapa hal untuk melaksanakan tugas utamanya, yaitu sebagai berikut

- a. Mengamati dan mempelajari tentang hasrat, keinginankeinginan dan aspirasi yang terdapat dalam masyarakat (Learning about public desires and aspiration).
- b. Kegiatan memberikan nasehat atau sumbang saran untuk menanggapi apa sebaiknya dilakukan oleh instansi atau lembaga pemerintahan seperti yang dikehendaki oleh pihak publiknya (advising the publics about what is should desire).
- c. Kemampuan untuk mengusahakan terjadinya hubungan memuaskan yang diperoleh antara hubungan publik dengan para aparat pemerintahan (ensuring satisfactory contact between public and government official).
- d. Memberikan penerangan dan informasi tentang apa yang telah diupayakan oleh suatu lembaga atau instansi pemerintahan yang bersangkutan (informing and about what an agency is doing).

#### 4. Media Sosial

Media sosial berasal dari dua kata, yakni “media” yang berarti alat komunikasi, dan “society” yang diartikan sebagai realitas sosial di mana setiap orang melakukan tindakan untuk berkontribusi kepada masyarakat. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah media Komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam proses sosial.<sup>13</sup>

Ada beberapa media sosial yang populer dan sering di akses oleh masyarakat. Media sosial tersebut lah yang sering digunakan oleh para da'i dalam melaukan aktifitas dakwahnya. Media sosial tersebut salah satunya seperti di instagram.

---

<sup>13</sup> Mulawarman, Aldila Dyas Nurfitri. *Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau dari Prespektif Psikologis Sosial Terapan*, (Buletin Psikologi, Vol 25, No 1 2017), 37

Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak diminati oleh masyarakat. Instagram menyediakan cara untuk berbagi foto atau video pendek dengan teman. 19 Fitur Instagram saat ini banyak digunakan oleh para pengguna Instagram, khususnya komunitas yang memproklamirkan diri sebagai Vidgram. Biasanya mereka mengunggah foto atau video pribadi, komedi, fashion, berita, dan apa saja yang sedang ramai diperbincangkan penontonnya dan bisa dilihat jutaan kali. Hal ini dapat menjadi motivasi para misionaris untuk menggunakan Instagram sebagai media dakwah.<sup>14</sup>

Instagram memiliki sifat yang *friendly user*, perkembangan instagram sekarang cukup pesat. Peralihan kegunaan instagram yang awalnya mencakup kebutuhan dasar bersosialisasi telah berubah menjadi kegunaan yang kompleks. Sekarang sudah banyak sekali pengguna instagram yang datang dari sebuah organisasi, alasannya karena instagram pintar dalam menentukan target sasaran pengguna sehingga hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh pihak tertentu seperti perusahaan dan organisasi di bidang lain seperti promosi, kegiatan humas dan lain-lain.<sup>15</sup>

## 5. Komunikasi dalam Pandangan Islami

Islam secara bahasa berasal dari kata “salima” yang berarti aman dan tenteram. Asal kata aslama yang artinya memelihara keadaan aman dan tenteram. Dalam arti lain diartikan sebagai sikap tunduk, patuh, patuh, patuh. Oleh karena itu, orang yang berbuat menurut makna Islam disebut Muslim, yaitu orang yang menyatakan dirinya taat, taat, dan taat kepada Allah SWT. Secara teknis, Islam adalah ajaran Tuhan yang diwahyukan kepada umat manusia melalui para rasul-Nya, mulai dari Nabi Adam hingga Nabi Muhammad SAW sebagai nabi dan rasul terakhir.

---

<sup>14</sup> Febri Nurrahmi, Putri Frabuana, *Efektivitas Dakwah Melalui Instagram*, (Nyimak Journal of Communication, Vol 4, No 1, 2020) 1

<sup>15</sup> Fitriana kusuma ningrum, "INSTAGRAM DAN TWITTER SEBAGAI STRATEGI HUMAS PT JASA MARGA (PERSERO) TBK DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN" (komunika: joynral of communication science of islamic da'wah) vol 2(2) 2018) 126.



Dalam konteks ini, Islam mengacu pada agama yang ajarannya diturunkan kepada umat manusia oleh Allah SWT melalui Nabi Muhammad SAW. Sebagai nabi dan rasul terakhir, menyempurnakan ajaran yang telah datang sebelumnya. Islam pada hakikatnya membawa ajaran pada seluruh aspek kehidupan manusia, oleh karena itu Islam dinyatakan sebagai agama rahmat bagi seluruh alam. Hal ini menunjukkan bahwa Islam tidak hanya berbicara tentang hubungan transenden antara manusia dengan Sang Pencipta (Allah SWT) melalui tindakan ritual dan ibadah formal. Namun yang lebih penting lagi, Islam adalah ajaran moral yang menekankan bagaimana mencapai keadilan, kejujuran, persatuan, perdamaian, dan lain-lain, yang menunjukkan penekanannya pada hubungan antarmanusia (hablum minanas.). Artinya, bagaimana manusia berinteraksi dan berkomunikasi dalam menjalin hubungan sosial, ekonomi, dan politik.

Dalam perspektif Islam, komunikasi adalah tentang menjalin hubungan vertikal dengan Allah SWT melalui ibadah Fardu (sholat, puasa, Zakat, Haji, dan lain-lain). Sedangkan persetubuhan bertujuan untuk menjalin hubungan horizontal yaitu dengan sesama manusia yaitu untuk melaksanakan kegiatan mumala dalam bidang ekonomi, sosial, budaya, politik dan lain-lain. Hubungan terjalin secara vertikal dan horizontal untuk memenuhi kebutuhan jasmani dan rohani manusia. Oleh karena itu, komunikasi dalam Islam merupakan upaya untuk menciptakan keseimbangan dan kebaikan dalam kehidupan manusia.

#### 1. Islam menyebarkan nilai-nilai etika

Manusia merupakan makhluk sosial yang saling berhubungan dan berinteraksi untuk memenuhi kebutuhan yang kompleks. Dalam kehidupan bermasyarakat pada tingkat sosial, nasional, nasional, dan internasional diperlukan suatu sistem yang mengatur bagaimana manusia berinteraksi, bersosialisasi atau berkomunikasi. Secara etimologis, “etika” berasal dari kata Yunani Ethos. Dalam bentuk tunggal, roh diartikan sebagai tempat tinggal biasa, padang rumput, padang, adat istiadat, moral, emosi, cara berpikir.

Nilai-nilai universal sebagai sebuah etika komunikasi islami antara lain adalah:

##### a. Kejujuran (Nilai Kejujuran) Komunikasi

Aspek kejujuran atau objektivitas dalam berkomunikasi merupakan nilai yang sangat penting untuk dijunjung dan diterapkan dalam kegiatan komunikasi. Dalam Al-Quran kejujuran disebut amanah, ghair al-takzib, shidq, al-haq, sehingga melarang komunikator berbohong atau mengarang informasi yang tidak ada, gosip atau cerita bohong (kebohongan total) saat menyampaikan pesan. berbohong). Surah Annar ayat 105 mengatakan: “Sesungguhnya orang-orang yang berdusta hanyalah orang-orang yang tidak beriman kepada kitab-kitab Allah dan mereka itu pendusta.”

b. Katakan yang baik atau Diam (Falyakul Khairan au liyasmut)

Prinsip Falyakul Khairan au liyasmut (katakan yang baik atau diam), dapat kita jumpai di dalam kitab-kitab hadis yang ditulis oleh imam-imam hadis. Dari penelusuran penulis menemukan tema tersebut di dalam kitab hadis imam Bukhori sebanyak 7 hadis termasuk salah satunya yang telah disebutkan di atas. Selanjutnya terdapat 5 hadis di dalam kitab Imam Muslim, dan 1 hadis di dalam kitab Imam Malik, dan juga terdapat 2 hadis yang bermakna sama di dalam kitab Imam Ibnu Majah ;

حَدَّثَنِي عَبْدُ الْعَزِيزِ بْنُ عَبْدِ اللَّهِ حَدَّثَنَا إِبْرَاهِيمُ بْنُ سَعْدٍ عَنْ ابْنِ شِهَابٍ عَنْ أَبِي سَلَمَةَ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُتَمَلَّحْ خَيْرًا أَوْ لِيَصْمُتْ وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلَا يُؤْذِ جَارَهُ وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ صَبِيغَهُ

Artinya : *Telah menceritakan kepada kami Abdul Aziz bin Abdullah, telah menceritakan kepada kami Ibrahim bin Sa'd dari Ibnu Syihab dari Abu Salamah dari Abu Hurairah radliallahu 'anhu dia berkata; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Barangsiapa beriman kepada Allah dan hari akhir hendaknya ia berkata baik atau diam, dan barangsiapa beriman kepada Allah dan hari Akhir, janganlah ia menyakiti tetangganya, dan barang siapa beriman*

*kepada Allah dan hari Akhir, hendaknya ia memuliakan tamunya." (Hadis di atas adalah hadis yang diriwayatkan oleh Imam Bukhori, dengan nomor hadis 5994 dalam kitab hadis Imam Bukhori. Hadis tersebut dikelompokkan ke dalam pembahasan tentang iman).*

c. Cermat dan akurat dalam berkomunikasi (Tabayyun)

Kehidupan manusia dikelilingi oleh lautan informasi yang sangat besar dan beragam. Oleh karena itu diperlukan kehati-hatian dan ketelitian pada saat menerima dan mengirimkan atau meneruskan komunikasi (pesan atau berita atau informasi yang diterima). Penyampaian informasi yang benar merupakan nilai penting yang perlu diperhatikan oleh komunikator agar komunikasi yang dilakukan tidak mengandung kesalahan yang dapat membawa konflik dan bencana bagi dirinya dan masyarakat secara keseluruhan.<sup>16</sup>

## **B. Penelitian Terdahulu**

1. Penelitian yang dilakukan oleh Cahyo Wicaksono Putro (2016) dalam penelitiannya yang berjudul "Strategi Komunikasi Kepolisian Resor Kota Samarinda Dalam Mensosialisasikan Kewaspadaan Terhadap Curanmor Di Samarinda" dengan menggunakan metode Kualitatif Deskriptif. Penelitian ini membahas mengenai sosialisasi atau himbauan kepada masyarakat terutama anak-anak, remaja, hingga dewasa. Agar berhati-hati dengan tindak kejahatan disamarinda. Dengan memanfaatkan media massa seperti radio ,televisi dsb. Hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa Strategi Komunikasi Kepolisian Resor Kota Samarinda Dalam Mensosialisasikan Kewaspadaan Terhadap Curanmor di Samarinda adalah dengan cara memanfaatkan media diantaranya seperti media massa, media cetak, internet, media luar ruang, dan media informasi berupa mobil Khamtibmas.<sup>17</sup> Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian yg penulis

---

<sup>16</sup> Joko Susanto, *ETIKA KOMUNIKASI ISLAMI*, Volume I, No. 1, Januari-Juni 2016, Jurnal WARAQAT, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam STAI As-Sunnah Deli Serdang. 20.

<sup>17</sup> Cahyo Wicaksono Putro, "S trategi Komunikasi Kepolisian Resor Kota Samarinda Dalam Mensosialisasikan Kewaspadaan Terhadap Curanmor Di Samarinda", eJournal Ilmu Komunikasi.

teliti yaitu sama- sama mengulas tentang strategi komunikasi humas kepolisian. Sedangkan perbedaannya adalah lokasi yang ada pada penelitian ini dan penulis buat tidak sama.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Adhitya Artha Wardhana ( 2020 ) dalam penelitiannya yang berjudul” Strategi Komunikasi Humas Pemkot Madiun Dalam Mensosialisasikan Program Kerja Pemerintah Melalui Media Sosial (Studi di PPID Dinas Kominfo Kota Madiun)” dengan menggunakan metode Kualitatif Deskriptif. Dalam penelitian ini, peneliti merumuskan masalah bagaimana strategi komunikasi kehumasan Pemerintah Kota Madiun dalam mensosialisasikan proyek kerja pemerintah melalui media sosial? Hambatan atau keterbatasan apa saja yang ditemui dalam pengelolaan akun media sosial tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Strategi komunikasi Humas Pemerintah Kota Madiun dalam mensosialisasikan pekerjaan pemerintah di media sosial menganut teori perencanaan strategis lima langkah yaitu penelitian, perencanaan, pelaksanaan, pengukuran dan pelaporan (2) Hambatan yang dihadapi Kota Madiun Humas Pemerintah Permasalahan yang ditemui dalam pengelolaan akun media sosial yaitu pemilihan waktu, perbedaan pendapat antara wartawan humas kota dan sumber berita, serta komentar negatif dari netizen..<sup>18</sup> Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang penulis teliti adalah metode yang di gunakan sama- sama menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif dan sama- sama mengulas mengenai strategi komunikasi humas dengan mengaplikasikan menggunakan media massa untuk menyebarluaskan kepada masyarakat. Sedangkan yang membedakannya penelitian ini dengan penelitian yang penulis teliti yaitu subjek yang di bahas oleh penulis mengenai strategi komunikasi humas kepolisian dengan strategi komunikasi humas Pemkot serta lokasi penelitian.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Desi Ratna Sari (2021) dalam penelitiannya yang berjudul” Strategi Komunikasi Humas Pemerintahan Aceh Dalam Publikasi Informasi Covid-19.”

---

<sup>18</sup> Adhitya Artha Wardhana,” *Strategi Komunikasi Humas Pemkot Madiun Dalam Mensosialisasikan Program Kerja Pemerintah Melalui Media Sosial (Studi di PPID Dinas Kominfo Kota Madiun)*”, ( Skripsi, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo 2020).

dengan menggunakan metode Kualitatif Deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi kehumasan pemerintah Aceh dalam mengeluarkan informasi Covid-19 adalah dengan menyebarkan informasi melalui media cetak dan media online, membentuk juru bicara Covid-19, bekerja sama dengan aparat pemerintah daerah, menyusun peraturan untuk menangani Covid-19. , Memasang sosialisasi informasi penanganan Covid-19 dan mengedukasi masyarakat tentang Covid-19. Hambatan komunikasi dalam penyebaran informasi Covid-19 kehumasan Pemerintah Aceh meliputi hambatan internal dan eksternal. Kendala internal meliputi keterbatasan sumber daya manusia, keterbatasan sarana dan prasarana, serta kendala finansial. Hambatan eksternal antara lain rendahnya tingkat kepatuhan masyarakat dan banyaknya pesan hoax.<sup>19</sup> Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian yg penulis teliti yaitu sama- sama mengulas tentang strategi komunikasi humas. Sedangkan perbedaannya adalah lokasi yang ada pada penelitian ini dan penulis buat tidak sama.subjek yang ada pada penelitian ini.

Dari penelitian-penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya, bahwa peran strategi komunikasi humas dapat dikatakan sebagai jembatan yang menghubungkan lembaga dengan publiknya, terutama tercapainya mutual understanding (saling pengertian) antara lembaga dengan publiknya. Karena lembaga Kepolisian Republik Indonesia merupakan lembaga pemerintah yang bersentuhan langsung dengan ruang lingkup masyarakat yang memelihara keamanan, dan ketertiban masyarakat, menegakkan hukum, serta memberikan perlindungan, pengayoman, dan pelayanan kepada masyarakat membuktikan bahwa kepolisian haruslah menciptakan kepercayaan dimata masyarakat.Melihat hal itu, peran dan fungsi humas kepolisian dalam suatu lembaga semakin di perlukan. Sehingga tercapainya negara yang sejahtera.

### **C. Kerangka Berfikir**

Kerangka berfikir merupakan model konseptual mengenai teori yang berkaitan dengan berbagai faktor-faktor masalah penting. Kerangka berfikir juga menjadi penjelasan sementara tentang

---

<sup>19</sup> Desi Ratna Sari, ” Strategi Komunikasi Humas Pemerintahan Aceh Dalam Publikasi Informasi Covid-19.”, (Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN AR-Raniry Banda Aceh 2021

berbagai gejala yang menjadi objek penelitian. Berikut ini adalah bagan kerangka berpikir yang menjelaskan tentang

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berfikir**

