



**UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
JURUSAN PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA**

Kode Dokumen

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

NAMA MATA KULIAH		KODE MK	RUMPUN MK	BOBOT (SKS)	SEMESTER	TGL PENYUSUNAN
Kehumasan		2014112071/ 2 Credits		2		15 Oktober 2021
OTORISASI		Dosen Pengembang RPS		Kordinator	Kepala Program Studi	
		Team			Dr. Mullyono, M.Hum	
Capaian Pembelajaran (CP)	PLO-Programme Learning Outcome					
	PLO 2	Becoming citizens who are proud and love the country, respect cultural diversity, work together, and have high self-, social, and environmental sensitivity				
	PLO4	Mastering the basic concepts of language, literature, language and literary skills, language and literature research				
	PLO15	Being able to produce creative services and products in the field of Indonesian language and literature by applying entrepreneurial principles				
	Course Learning Outcomes (CLO)					
	CLO1	Using science and technology as a medium for solving problems and communicating ideas through practical communication with various types of society;				
	CLO2	Mastering the concepts and development of public relation communication, publication, various types of public relations;				
CLO3	Making a strategic decision in planning and practicing the concepts of public relations to communicate with various types of society;					
CLO4	Being responsible and showing perceived faith, intelligent, independent, honest, caring, and resilient characters in completing assignments, presentations, practices, and tests related to the concepts and development of public relation, communication, publication, various types of public relations, and practice the concepts to communicate with different types of society.					

Diskripsi MK	Menguasai konsep dasar, prinsip, strategi, manajemen, dan etika kehumasan melalui kegiatan pertemuan kelas, diskusi, presentasi, observasi, dan praktik kehumasan.	
Materi Pembelajaran / Pokok Bahasan	1. konsep kualifikasi profesi kehumasan 2. konsep etika kehumasan 3. konsep mengelola media perusahaan 4. konsep house journal. 5.konsep penulisan kehumasan 6. konsep opini publik 7. Macam-macam public relations 8. Etika dalam public relations 9. Retorika dan konferensi pers 10.konsep kegiatan hubungan media 11. konsep humas dan internet.	
Refrensi	Utama: 1. Effendy, Onong. 2006. <i>Hubungan Masyarakat</i> . Bandung : Remaja Rosdakarya. 2. Said, Tribuana, dkk. 2007. Panduan Praktis Kehumasan. Jakarta: Lembaga Pers Dr. Soetomo bekerja sama PT Chevron Pasific Indonesia. 3. Soemirat, Soleh. 2007. <i>Dasar-Dasar Public Relations</i> . Bandung: Remaja Rosdakarya. 4. Stack, Don W. 2017. Primer of Public Relations Research. New York-London: The Guildford Press. 5. Theaker, Alison. 2021. The Public Relations Handbook. New York: Routladge. Pendukung:	
Media Pembelajaran	Preangkat lunak:	Perangkat keras :
	Power Point	Laptop, dan Proyektor
Dosen Pengampuh	-	
Matakuliah syarat	-	

Minggu Ke-	Tujuan Pembelajaran	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Tugas, Perkiraan Waktu		Referensi	Skoring
		Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian	Offline	Online		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Pemahaman konsep kualifikasi profesi kehumasan	1.Mampu memahami kualifikasi profesi kehumasan	1. Tes Lisan 2. Daftar pertanyaan	100 Menit		Buku no.1, 2, 3, 4, 5	0-100

		2.Mampu menjabarkan kualifikasi profesi kehumasan	Kriteria Penilaian 4: uraian benar 3: uraian secara umum benar, ada satu aspek yang penjelasannya tidak tepat 2: uraian secara umum benar, ada lebih dari satu aspek yang penjelasannya tidak tepat 1: uraiannya salah	Diskusi kelompok di (secara) kelas Curah pendapat dan gagasan secara klasikal			
2	Pemahaman konsep kualifikasi profesi kehumasan	1. Mampu memahami kualifikasi profesi kehumasan 2. Mampu menjabarkan kualifikasi profesi kehumasan	1. Tes Lisan 2. Daftar pertanyaan Kriteria Penilaian 4: uraian benar 3: uraian secara umum benar, ada satu aspek yang penjelasannya tidak tepat 2: uraian secara umum benar, ada lebih dari satu aspek yang penjelasannya tidak tepat 1: uraiannya salah	100 Menit Diskusi kelompok di (secara) kelas Curah pendapat dan gagasan secara klasikal		Buku no.1, 2, 3, 4, 5	0-100
3	Pemahaman konsep etika kehumasan	1. Mampu memahami konsep etika kehumasan 2. Mampu menyebutkan etika kehumasan	1. Tes Lisan 2. Daftar pertanyaan Kriteria Penilaian 4: uraian benar 3: uraian secara umum benar, ada satu aspek yang penjelasannya tidak tepat 2: uraian secara umum benar, ada lebih dari satu aspek yang penjelasannya tidak tepat	100 Menit Diskusi kelompok di (secara) kelas Curah pendapat dan gagasan secara klasikal		Buku no.1, 2, 3, 4, 5	0-100

			1: uraiannya salah				
4	Pemahaman konsep mengelola media perusahaan	1. Mampu memahami pengelolaan media perusahaan 2. Mampu menyebutkan ciri-ciri media perusahaan	1. Tes Lisan 2. Daftar pertanyaan Kriteria Penilaian 4: uraian benar 3: uraian secara umum benar, ada satu aspek yang penjelasannya tidak tepat 2: uraian secara umum benar, ada lebih dari satu aspek yang penjelasannya tidak tepat 1: uraiannya salah	150 Menit Diskusi kelompok di (secara) kelas Curah pendapat dan gagasan secara klasikal		Buku no.1, 2, 3, 4, 5	0-100
5	Memahami konsep house journal.	1 Mampu memahami pembuatan <i>house Journal</i> 2. Mampu menyebutkan jenis-jenis <i>house Journal</i>	1. Tes Lisan 2. Daftar pertanyaan Kriteria Penilaian 4: uraian benar 3: uraian secara umum benar, ada satu aspek yang penjelasannya tidak tepat 2: uraian secara umum benar, ada lebih dari satu aspek yang penjelasannya tidak tepat 1: uraiannya salah	100 Menit Mengobservasi, menanya, mengumpulkan, mengolah, dan mengomunikasikan informasi		Buku no.1, 2, 3, 4, 5	0-100
6	Memahami konsep house journal.	1. Mampu memahami pembuatan <i>house Journal</i> 2. Mampu menyebutkan jenis-jenis <i>house Journal</i>	1. Tes Lisan 2. Daftar pertanyaan Kriteria Penilaian 4: uraian benar 3: uraian secara umum benar, ada satu aspek yang penjelasannya tidak tepat 2: uraian secara umum benar, ada lebih dari	150 Menit Mengobservasi, menanya, mengumpulkan, mengolah, dan mengomunikasikan		Buku no.1, 2, 3, 4, 5	0-100

			satu aspek yang penjelasannya tidak tepat 1: uraiannya salah	informasi			
7	Pemahaman konsep penulisan kehumasan	1. Mampu memahami karakteristik penulisan kehumasan 2. Mampu menyebutkan prinsip penulisan kehumasan	1. Tes Lisan 2. Daftar pertanyaan Kriterian Penilaian 4: uraian benar 3: uraian secara umum benar, ada satu aspek yang penjelasannya tidak tepat 2: uraian secara umum benar, ada lebih dari satu aspek yang penjelasannya tidak tepat 1: uraiannya salah	100 Menit Diskusi kelompok di (secara) kelas Curah pendapat dan gagasan secara klasikal		Buku no.1, 2, 3, 4, 5	0-100
8	UTS						
9	Pemahaman konsep opini publik	1. Mampu memahami konsep opini publik	1. Tes Lisan 2. Daftar pertanyaan	100 Menit		Buku no.1, 2, 3, 4, 5	0-100

		2. Mampu menyebutkan ciri-ciri opini publik .	Kriteria Penilaian 4: uraian benar 3: uraian secara umum benar, ada satu aspek yang penjelasannya tidak tepat 2: uraian secara umum benar, ada lebih dari satu aspek yang penjelasannya tidak tepat 1: uraiannya salah	Mengobservasi, menanya, mengumpulkan, mengolah, dan mengomunikasikan informasi			
10	Pemahaman konsep opini publik	1. Mampu memahami konsep opini publik 2. Mampu menyebutkan ciri-ciri opini publik .	1. Tes Lisan 2. Daftar pertanyaan Kriteria Penilaian 4: uraian benar 3: uraian secara umum benar, ada satu aspek yang penjelasannya tidak tepat 2: uraian secara umum benar, ada lebih dari satu aspek yang penjelasannya tidak tepat 1: uraiannya salah	100 Menit Diskusi kelompok di (secara) kelas Curah pendapat dan gagasan secara klasikal		Buku no.1, 2, 3, 4, 5	0-100
11	Macam-macam public relations	Memahami Macam-macam public relations	1. Tes Lisan 2. Daftar pertanyaan Kriteria Penilaian 4: uraian benar 3: uraian secara umum benar, ada satu aspek yang penjelasannya tidak tepat 2: uraian secara umum benar, ada	100 Menit Diskusi kelompok di (secara) kelas Curah pendapat dan gagasan secara klasikal		Buku no.1, 2, 3, 4, 5	0-100

			lebih dari satu aspek yang penjelasannya tidak tepat 1: uraiannya salah				
12	Etika dalam public relations	Memahami Etika dalam public relations	1. Tes Lisan 2. Daftar pertanyaan Kriteria Penilaian 4: uraian benar 3: uraian secara umum benar, ada satu aspek yang penjelasannya tidak tepat 2: uraian secara umum benar, ada lebih dari satu aspek yang penjelasannya tidak tepat 1: uraiannya salah	100 Menit Mengobservasi, menanya, mengumpulkan, mengolah, dan mengomunikasikan informasi		Buku no.1, 2, 3, 4, 5	0-100
13	Retorika dan konferensi pers	1. Memahami Retorika dan konferensi pers	1. Tes Lisan 2. Daftar pertanyaan Kriteria Penilaian 4: uraian benar 3: uraian secara umum benar, ada satu aspek yang penjelasannya tidak tepat 2: uraian secara umum benar, ada lebih dari satu aspek yang penjelasannya tidak tepat 1: uraiannya salah	100 Menit Mengobservasi, menanya, mengumpulkan, mengolah, dan mengomunikasikan informasi		Buku no.1, 2, 3, 4, 5	0-100
14	Pemahaman konsep kegiatan hubungan media	1. Mampu memahami kegiatan hubungan media 2. Mampu melaksanakan kegiatan hubungan media.	1. Tes Lisan 2. Daftar pertanyaan Kriteria Penilaian 4: uraian benar 3: uraian secara umum benar, ada	100 Menit Diskusi kelompok di (secara) kelas		Buku no.1, 2, 3, 4, 5	0-100

A. Rubrik Penilaian

1) Domain Sikap/Afektif

Dalam ranah ini, evaluasi partisipasi siswa di kelas meliputi keterampilan komunikasi, disiplin dan tanggung jawab. Rubrik yang digunakan adalah sebagai berikut:

Penilaian

- a. Sikap dan tata nilai : 20 %
- b. Keterampilan umum : 25%
- c. Keterampilan khusus : 25%
- d. Ujian Tengah Semester :10%
- e. Ujian Akhir Semester : 15%
- f. Dan lain-lain : 5%

Kriteria	Skor
Berkomunikasi secara efektif, menghargai orang lain pendapat; selalu hadir di kelas tepat waktu; selalu menyerahkan tugas tepat waktu, dan selalu berpartisipasi dalam penyelesaian tugas kelompok	$85 \leq SA \leq 100$
Berkomunikasi secara efektif, menghargai orang lain pendapat; 80% kehadiran; menyerahkan 90% tugas; dan sering berpartisipasi dalam penyelesaian tugas kelompok.	$70 \leq SA < 85$
Berkomunikasi secara tidak efektif, menghargai orang lain pendapat; 75% kehadiran; menyerahkan 70% tugas tepat waktu; dan berpartisipasi dalam penyelesaian tugas kelompok.	$55 \leq SA < 70$
Berkomunikasi tidak efektif, tidak menghargai pendapat orang lain; jarang menghadiri kelas; jarang menyerahkan tugas, dan jarang berpartisipasi dalam penyelesaian tugas kelompok	$\leq SA < 55$

2) Domain Pengetahuan/Kognitif

Pengetahuan siswa dinilai melalui pemberian tugas (individu dan kelompok) dan tes (ujian tengah semester dan akhir semester).

A. Rubrik Tugas

Kriteria penugasan menurut Rubrik Tugas:

Penilaian:

No.	Aspek yang dinilai	Skor/Bobot
1	a. Kejelasan urutan tahapan b. Kelengkapan uraian tiap tahapan c. Sistematika/kelogisan berpikir	15
2	a. Ketepatan dan kelogisan jawaban b. Kelengkapan jawaban (disertai contoh)	15

3	a.Jumlahkesalahan yangditemukan b.Ketepatan dankejelasan perbaikan	20
4	a.Jumlahkesalahankalimat b.Kejelasanargumentasi c.Ketepatan perbaikan	25
5	a.Kesatuandankepaduanparagraf b.Pengembanganparagraf c.Bahasa yangdigunakan	25
	Jumlah	100

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA

Jl. Lidah Wetan, Surabaya -
60213

Telepon : +6231-99424932

Faksimile : +6231-99424932

e-mail : bakpk@unesa.ac.id

PRESENSI KULIAH

Periode 2020/2021 Gasal

Mata Kuliah : Kehumasan

Dosen : Andik Yuliyanto, S.S., M.Si.

Kelas : 2017A

Prodi : S1 Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia

No	NIM	Nama Mahasiswa	Pertemuan Ke															%
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
			18 Se p 20	25 Se p 20	02 Oc t 20	09 Oc t 20	16 Oc t 20	23 Oc t 20	30 Oc t 20	06 Nov 20	13 Nov 20	20 Nov 20	27 Nov 20	04 De c 20	11 De c 20	18 De c 20	25 De c 20	

[illegible]

Aktivitas Perkuliahan

Nama Mata kuliah : Kehumasan

Dosen :

ANDIK YULIYANTO

Kelas : 2017A

(19740724200501

Jadwal & Ruang : T08.03.07 (08.40 -
10.20) R.

1003)

No .	Tanggal	Pertemuan	Topik	Peserta	Status	Dosen		
1	18-09-2020	Pertemuan ke 1	Kualifikasi profesi kehumasan	7	Terjadwal	Andik Yuliyanto		
2	25-09-2020	Pertemuan ke 2	Kualifikasi profesi kehumasan	7	Terjadwal	Andik Yuliyanto		
3	02-10-2020	Pertemuan ke 3	Etika kehumasan	7	Terjadwal	Andik Yuliyanto		
4	09-10-2020	Pertemuan ke 4	Mengelola media perusahaan	7	Terjadwal	Andik Yuliyanto		
5	16-10-2020	Pertemuan ke 5	Jurnal Internal (<i>House Journal</i>)	7	Terjadwal	Andik Yuliyanto		
6	23-10-2020	Pertemuan ke 6	Jurnal Internal <i>(House Journal)</i> 	7	Terjadwal	Andik Yuliyanto		
7	30-10-2020	Pertemuan ke 7	Penulisan kehumasan	7	Terjadwal	Andik Yuliyanto		
8	06-11-2020	Pertemuan ke 8	UTS	7	Terjadwal	Andik Yuliyanto		
9	13-11-2020	Pertemuan ke 9	Opini publik	7	Terjadwal	Andik Yuliyanto		

10	20-11-2020	Pertemuan ke 10	Opini publik	7	Terjadwal	Andik Yuliyanto		
11	27-11-2020	Pertemuan ke 11	manajemen konflik	7	Terjadwal	Andik Yuliyanto		
12	04-12-2020	Pertemuan ke 12	manajemen konflik	7	Terjadwal	Andik Yuliyanto		
13	11-12-2020	Pertemuan ke 13	Kegiatan hubungan media	7	Terjadwal	Andik Yuliyanto		
14	18-12-2020	Pertemuan ke 14	Kegiatan hubungan media	7	Terjadwal	Andik Yuliyanto		
15	25-12-2020	Pertemuan ke 15	Humas dan internet	7	Terjadwal	Andik Yuliyanto		



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
JURUSAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA

Kampus Lidah Wetan Surabaya
T/F: +62.31.7522876
info@fbs.unesa.ac.id
www.fbs.unesa.ac.id

Ujian Tengah Semester Gasal 2020/2021

Nama mata kuliah : Kehumasan/2 SKS
Kode mata kuliah : 2014112071
Dosen Pengampu : Andik Yuliyanto, S.S., M.Si.
Hari dan tanggal pelaksanaan : 27 Oktober s.d. 3 November 2020
Alokasi waktu pengerjaan : 1 minggu

Penilaian Keterampilan
Produk Laporan Kehumasan

Petunjuk Proyek:

1. Kumpulkan bahan makalah tentang teori kehumasan!
2. Carilah masalah terkait kehumasan!
3. Analisislah masalah tersebut berdasarkan ilmu kehumasan! Silakan pilih satu materi berikut!

No.	Materi
1	Kedudukan dan Peran Humas
2	Tanggung Jawab Profesi Humas
3	Kegiatan Kehumasan
4	Etika Kehumasan
5	Strategi Kehumasan
6	Manajemen Krisis Kehumasan
7	Produk-Produk Tulis Kehumasan
8	Pemasaran kehumasan (<i>marketing public relation</i>)
9	Opini publik dalam kehumasan
10	Strategi citra perusahaan dalam kehumasan
11	Kegiatan hubungan media
12	Penulisan kehumasan
13	Humas dan internet.



4. Tuliskan makalah.
5. Pengumpulan makalah tanggal 3 November 2020.

Rubrik Penilaian

No.	Aspek	Skor maksimal	Skor perolehan
1	Kemenarikan topik makalah	10	
2	Kelengkapan makalah	15	
3	Kejelasan dan keruntutan makalah	25	
4	Ketepatan penggunaan bahasa	15	
5	Kebenaran ide/konsep yang dipaparkan	25	
6	Kemutakhiran referensi	10	



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
JURUSAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA

Kampus Lidah Wetan Surabaya
T/F: +62.31.7522876
info@fbs.unesa.ac.id
www.fbs.unesa.ac.id

Ujian Akhir Semester Gasal 2020/2021

Nama mata kuliah : Kehumasan/2 SKS
Kode mata kuliah : 2014112071
Dosen Pengampu : Andik Yuliyanto, S.S., M.Si.
Hari dan tanggal pelaksanaan : 17 Desember 2020 s.d. 7 Januari 2021
Alokasi waktu pengerjaan : 3 minggu

Penilaian Keterampilan

Produk Laporan Kehumasan

Petunjuk Proyek:

1. Cari lembaga/yayasan/organisasi pemerintah/non pemerintah yang memiliki humas/*public relation*!
2. Lakukan observasi kegiatan dan wawancara pada sosok humas di tempat tersebut.
3. Lakukan pemotretan sebagai bukti kegiatan!
4. Tuliskan hasil observasi dan wawancara Anda ke dalam bentuk laporan.
5. Pengumpulan laporan tanggal 7 Januari 2021. File laporan diunggah di vivesa pertemuan ke-16



Rubrik Penilaian

No	Aspek	Skor maksimal	Skor perolehan
1	Kemenarikan topik laporan	10	
2	Kelengkapan laporan	15	
3	Kejelasan dan keruntutan laporan	30	
4	Ketepatan memilih kosakata	15	
5	Kebenaran ide/konsep yang dipaparkan	20	
6	Upaya mahasiswa dalam menyusun laporan	10	

**HUBUNGAN MASYARAKAT DAN INTERNET
SEBAGAI LANGKAH PEMBENTUKAN CITRA**



Disusun oleh:
Robbi Gunawan
17020074116/PB 2017

Dosen Pengampu:
Fafi Inayatillah, S. Pd., M. Pd.

Mata Kuliah:
Kehumasan

PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
JURUSAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA
2020

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menjalin sebuah hubungan antar personal atau kelompok melalui sebuah komunikasi merupakan salah satu cara dalam memberikan informasi. Pengelolaan sebuah hubungan komunikasi juga diperlukan penyusunan strategi agar memberikan dampak sesuai dengan tujuan. Pengelolaan hubungan dalam masyarakat disebut hubungan masyarakat (humas). Hubungan masyarakat ialah manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur individual dan organisasi yang punya kepentingan publik, serta merencanakan dan melaksanakan program aksi dalam rangka mendapatkan pemahaman dan penerimaan publik (Cutlip, dalam humas pendidikan, 2017).

Pengimplementasian kegiatan kehumasan dalam mencapai tujuannya memerlukan media. Media kehumasan merupakan salah satu sarana prasarana yang digunakan untuk memberikan dan memanajemen komunikasi dengan masyarakat. Media yang diperlukan saat kegiatan kehumasan pada masa lampau masih menggunakan media yang tergolong konvensional atau tradisional. Contoh media yang digunakan pada masa lampau, yaitu pamflet, brosur, datang dari rumah ke rumah, *booklet*, dan lain sebagainya. Penggunaan media konvensional pada masanya dianggap hal yang paling efektif dan jitu dalam menarik perhatian masyarakat. Namun, penggunaan media tersebut tergolong menghabiskan banyak biaya dan waktu. Tugas kehumasan tergolong berat karena harus menghabiskan banyak waktu untuk ke beberapa masyarakat dan biaya kelompok atau perseorangan banyak dikeluarkan untuk biaya cetak.

Masuknya internet menjadi salah satu inovasi dalam media kehumasan. Modernisasi dan penginovasian media menjadi lebih baik dan efektif. Internet merupakan jaringan pengembangan yang banyak digunakan oleh masyarakat, kemudahan, kefleksibelan dan lingkup penyebaran luas menjadi salah satu kelebihan internet. Beberapa kehumasan dalam perusahaan mulai menerapkan internet sebagai salah satu strategi. Adanya media internet tersebut juga

dimanfaatkan dalam bidang kehumasan untuk lebih menyebar luaskan informasi dengan cepat, tepat dan mudah. Penggunaan internet dalam kehumasan disebut sebagai *elektronik public relation*. Tugas seorang humas relatif ringan karena humas tidak memerlukan banyak waktu, tenaga dan biaya dalam memberikan informasi dan pelayanan kepada publik. Beberapa contoh media yang digunakan dalam media internet, *website*, *email*, *google drive*, *youtube*, media sosial (*whatsapp*, *line*, *telegram*), dan *marketplace*.

Keterkaitan antara humas dan internet menjadi pembahasan pada makalah ini. Pemahaman humas dan internet diperlukan pada era revolusi industri 4.0 untuk mengetahui perencanaan, proses dan hasil tujuan kehumasan. Pembahasan pada makalah ini juga akan diberikan contoh fenomena yang relevan dengan humas dan internet.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, terdapat masalah yang dapat dirumuskan pada makalah ini sebagai berikut:

1. Apa pengertian dan keterkaitan humas dan media dalam kegiatan kehumasan?
2. Bagaimana strategi dan keefektifan humas dalam penggunaan internet?
3. Bagaimana contoh fenomena yang terjadi pada humas dan internet?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini ialah:

1. Mengetahui pengertian dan keterkaitan humas dan media dalam kegiatan kehumasan.
2. Mengetahui strategi humas dan keefektifan dalam penggunaan internet.
3. Mengetahui fenomena yang terjadi pada humas dan internet.

BAB II

PEMBAHASAN

2.1 Humas dan Media

Hubungan masyarakat menurut Scott M. Cutlip & Allen H. Center (dalam Agus, 2017) ialah proses berkesinambungan yang berkelanjutan dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh kerjasama dan saling pengertian kepada pelanggan, pegawai, publik umumnya; ke dalam mengadakan analisis dan perbaikan terhadap diri sendiri dan keluar dengan menyampaikan pernyataan-pernyataan. Pendapat tersebut menekankan humas sebagai proses kegiatan komunikasi antar sesama secara kontinu untuk mencapai sebuah tujuan. Tujuan tersebut tidak hanya diberlakukan untuk masyarakat saja melainkan dengan peran humas itu sendiri. Dapat disimpulkan bahwa peran humas sebagai penghubung antara perseorangan atau kelompok dengan perseorangan atau kelompok yang lain.

Humas dalam menjalankan tugas dan perannya juga memerlukan sebuah sarana prasarana untuk mencapai target dan tujuan. Sarana dan prasarana disebut sebagai media. Media yang digunakan dalam humas dapat dibagi menjadi 2, yaitu media konvensional atau tradisional dan media modern. Kedua media tersebut memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing. Media konvensional diterapkan pada kehumasan masa lampau hingga saat ini. Dan media modern mulai diterapkan pada saat munculnya internet hingga banyak digunakan pada masa kini. Tujuan adanya media ialah sebagai promosi, peningkatan pemasaran, komunikasi yang kontinu dan berkesinambungan, meningkatkan kepercayaan publik, dan meningkatkan citra di publik.

Media konvensional dalam kegiatan kehumasan diimplementasikan dalam bentuk seperti poster, brosur, datang dari rumah ke rumah, *booklet*, *leaflet*, iklan pada koran, dan *broadcasting* melalui radio dan televisi. Media konvensional tersebut memiliki kelebihan dapat langsung bertemu dengan masyarakat tanpa adanya perantara, diletakkan pada tempat-tempat strategis, dan menarik perhatian. Selain memiliki kelebihan media konvensional juga memiliki kekurangan, yaitu menghabiskan banyak waktu dan tenaga, memerlukan biaya yang besar, kurang

dapat menyeluruh pada publik, dan tidak fleksibel. Media modern pengimplementasiannya memiliki kelebihan, seperti jangkauan yang luas, kefleksibel dalam perencanaan dan penggunaan, biaya yang terjangkau, lebih detail, dan menarik. Sedangkan kekurangan dalam media modern adalah kurangnya pertemuan secara langsung kepada masyarakat, komunikasi satu arah, butuh akses pendukung, dan membutuhkan keterampilan dalam penggunaan. Contoh bentuk media modern ialah *website*, *email*, *google drive*, *youtube*, media sosial (*whatsapp*, *line*, *telegram*), dan *marketplace*. Media modern tersebut secara keseluruhan memerlukan internet sebagai faktor utama dalam proses penggunaannya.

2.2 Keterkaitan Humas dan Internet

Hubungan masyarakat memiliki fungsi sebagai manajemen dalam membangun dan menjaga citra sebuah perseorangan atau kelompok dalam internal manajemen ataupun eksternal publik yang akan membentuk komunikasi secara kontinu. Peran dan fungsi humas diterapkan dengan sarana prasarana media modern, yaitu internet. Internet menjadi salah satu media paling jitu yang saat ini digunakan oleh banyak elemen. Sesuai dengan pendapat Holtz (dalam Ardianto:2001) berbicara atas nama perusahaan telah mempertimbangkan penggunaan internet sebagai salah satu strategi komunikasi humas. Mereka tidak punya pilihan lain dan menjadikan internet menjadi bagian dari budaya perusahaan. Melalui internet ini pula setiap individu bisa menjadi penerbit, konsumen atau melakukan kampanye untuk mempengaruhi perilaku konsumen. *Elektronik Public Relations* adalah inisiatif humas dalam menggunakan media internet sebagai sarana publikasinya, lebih dikenal dengan *Cyber Public Relations* (Onggo, 2004:2).

Media internet telah mengubah pola komunikasi humas, sebelumnya masih konvensional seperti komunikasi dari atas ke bawah, bawah ke atas, horizontal, atau pola komunikasi massa yang dilakukan. Semua itu ditinggalkan dengan pola yang lebih aktual setelah lahirnya internet. Internet membawa perspektif dan pola baru di era informasi dalam bentuk jaringan teknologi yang memungkinkan setiap orang mengakses kemana saja untuk memenuhi kebutuhannya. Bagi perseorangan atau perusahaan yang mengadopsi internet akan mengalami perkembangan pesat di

tengah-tengah masyarakat informasi yang semakin heterogen dan dapat meraup khalayak atau pasar sasaran yang lebih besar jumlahnya. Keinovatifan penggunaan media pada humas memberikan kemenarikan yang akan membuat banyak masyarakat akan mengunjungi, memahami dan mencobanya. Dicontohkan dengan pengelolaan *website* perusahaan yang menarik di internet akan memberikan kesan kepada masyarakat ataupun pihak yang akan diajak bekerja sama untuk ikut berperan dalam perusahaan tersebut.

Internet menjadi salah satu kebutuhan yang paling dibutuhkan oleh humas di masa revolusi industri 4.0. Segala keperluan yang akan diinformasikan dapat dikelola melalui jarak jauh dan fleksibel. Segala bentuk aplikasi kegiatan kehumasan hampir keseluruhan memerlukan internet. Masyarakat juga menerima perubahan sistem kehumasan dengan baik hingga segala informasi yang diberikan oleh perseorangan ataupun organisasi dalam internet. Hal tersebut juga berdampak baik pada internal humas dan organisasi dikarenakan terdapat bukti dan data yang dapat disimpan dengan baik. Aplikasi yang menggunakan dalam internet tidak hanya yang bersifat tulisan saja, melainkan dalam bentuk gambar dan video juga ada. Seperti *youtube*, *tiktok*, *in스타그램*, dan *facebook*, dalam penggunaannya berisikan video dan gambar yang disertai tulisan ringkas.

Maka, keterkaitan humas dan internet ialah penggunaan sarana prasarana yang menunjang pencapaian tujuan humas. Humas sebagai teori serta pelaku dan internet sebagai media. Humas melalui media internet mempunyai peranan yang besar dibandingkan humas di dunia nyata. Salah satunya dengan penyebaran informasi di kalangan masyarakat yang luas dikarenakan penggunaan media online untuk memperoleh informasi sangat besar.

2.3 Strategi dan Efektivitas *Cyber Public Relations*

Strategi kehumasan *Cyber Public Relations* mengedepankan penggunaan media internet dalam mempublikasikan informasi kepada publik dan menjalin hubungan. Strategi yang diterapkan pada masing-masing organisasi atau perusahaan berbeda-beda. Secara umum strategi yang digunakan memiliki kemiripan-kemiripan karena media yang digunakan juga sama ialah internet, yang

membedakan adalah aplikasi yang digunakan. Pemilihan aplikasi diharuskan sesuai dengan pasar yang akan dituju. Hal tersebut merupakan salah satu strategi kehumasan dalam menggunakan media internet.

Aplikasi yang dapat digunakan dalam mencapai tujuan kehumasan yang paling sering digunakan ialah website, sosial media, dan komunitas online. Website merupakan salah satu aplikasi media internet yang sudah lama menjadi strategi kehumasan untuk memberikan informasi dan memasarkan produk atau jasanya. Dalam website dapat diisikan banyak hal, seperti biodata, beranda, hal yang dijual, majalah online, artikel dan banyak hal lainnya yang dapat diakses secara gratis. Untuk dapat mengakses informasi secara optimal, pengunjung website diharuskan untuk menjadi member atau anggota dari situs tersebut. Cara inilah yang dapat digunakan untuk menganalisa berapa banyak orang yang menjadi publik aktif situs tersebut (Aprinta, 2014:5). Publik aktif inilah yang kemudian dapat ditindak lanjuti dengan mengirimkan email secara rutin mengenai informasi atau kegiatan yang dilakukan.

Sosial media juga sebagai strategi paling jitu yang dapat digunakan pada internet. Humas akan menganalisis pasar yang akan dirujuk dengan observasi terlebih dahulu. Namun, media sosial sebagai salah satu media dalam internet yang banyak digunakan oleh masyarakat, seperti *whatsapp*, *line*, *telegram*, *facebook*, dan *instagram*. Media sosial tersebut mudah diimplementasikan dalam kegiatan kehumasan dikarenakan dalam perencanaan dan penggunaannya cukup mudah dan penggunanya juga banyak. Dalam teknisnya, media sosial dapat diberikan kreativitas dalam pemberian informasinya seperti adanya gambar dan video. Dan dalam penggunaannya juga terdapat komentar yang dapat diisi oleh pengguna sebagai respon dari informasi yang disampaikan oleh humas. Komunitas online juga merupakan strategi dalam membangun citra yang baik dari sebuah organisasi atau perusahaan. Komunitas online memiliki kesamaan minat dalam beraktifitas dan berdiskusi mengenai sebuah fenomena, produk ataupun jasa. Dalam mendiskusikan sesuatu hal tadi peran kehumasan akan penting untuk memberikan informasi sekaligus mengidentifikasi saran, kritik dan pesaing kedepannya.

Diperlukan adanya pengukuran terhadap kinerja yang telah dilakukan humas melalui internet. Tingkat efektivitas humas dapat diukur dari seberapa respons publik mengetahui informasi dari sebuah organisasi. Kegiatan evaluasi pencapaian tujuan kegiatan PR dalam Yosol Iriantara (2004:147-148) membagi evaluasi menjadi 6 kategori, yaitu:

1. Evaluasi pengambilan keputusan.
2. Evaluasi bagian program.
3. Evaluasi jenis data dan aktivitas.
4. Evaluasi atas proses evaluasi.
5. Evaluasi pencapaian tujuan.

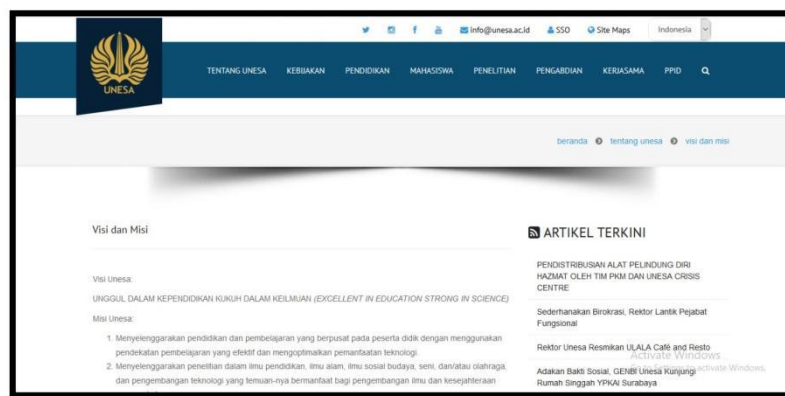
Evaluasi keefektifan humas dalam media internet berbeda menurut Ardianto (2001:17) Kegiatan evaluasi efektivitas humas online melalui internet dapat menggunakan metode penilaian sebagai berikut:

1. Menghitung jumlah orang yang mengunjungi dan memberikan informasi rinci mengenai dirinya pada website tersebut.
2. Laporan bulanan dari pihak yang ikut bekerja sama.
3. Mengukur tingkah laku pengunjung.
4. Memantau penggunaan media.
5. Memantau penambahan *data base*.

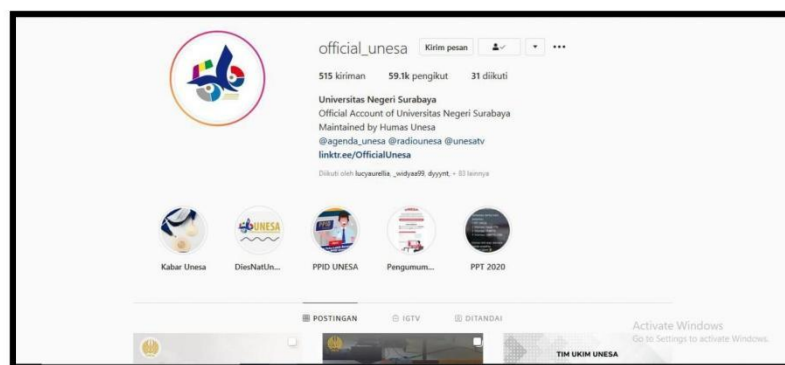
2.4 Fenomena Humas dan Internet

Dalam kegiatan *cyber public relations*, pelaku humas perlu untuk mempertimbangkan perancangan model komunikasi yang digunakan dalam melakukan sebuah komunikasi. Perancangan tersebut akan objektif jika disesuaikan pengalaman yang memberikan perasaan seperti reaksi publik, kesesuaian pengembangan dan penyesuaian kegiatan kehumasan dengan publik. Komunikasi melalui elektronik merupakan kunci utama dalam kegiatan *cyber public relations* yang memainkan peran untuk membuat informasi yang hangat sesuai dengan realitas. Informasi yang diberikan oleh *cyber public relations* akan memberikan dampak citra bagi organisasi ataupun perusahaan.

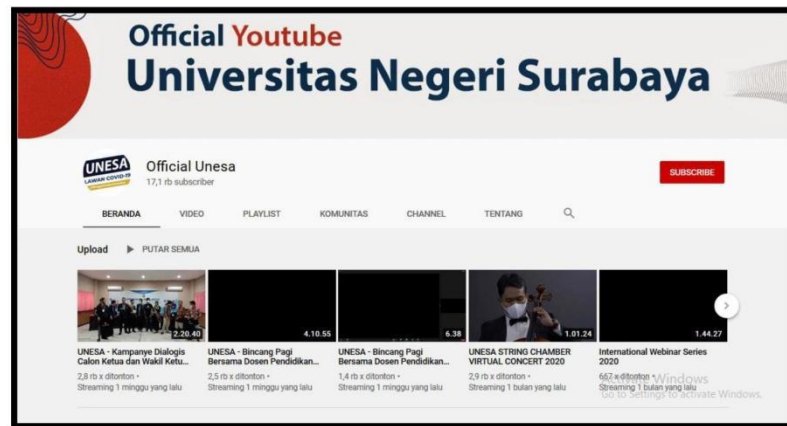
Fenomena hubungan masyarakat dan internet terjadi pada salah satu Perguruan Tinggi Negeri di Surabaya, yaitu Universitas Negeri Surabaya. Universitas Negeri Surabaya memiliki bagian humas, yang disebut dengan Humas Unesa. Dalam pelaksanaannya Humas Unesa menggunakan media internet sebagai salah satu komunikasinya kepada seluruh civitas yang berada di Universitas Negeri Surabaya dan masyarakat. Aplikasi yang digunakan Humas Unesa ialah *website*, *instagram* dan *youtube*.



Gambar 1. Website Universitas Negeri Surabaya yang dikelola Humas Unesa



Gambar 2. Instagram Universitas Negeri Surabaya yang dikelola Humas Unesa



Gambar 3. Youtube Universitas Negeri Surabaya yang dikelola Humas Unesa

Ketiga aplikasi yang digunakan Humas Unesa dalam menyampaikan informasi kepada publik disesuaikan dengan pasar yang dituju. Mahasiswa dan calon mahasiswa atau anak muda yang akan masuk di Universitas Negeri Surabaya akan lebih suka menggunakan aplikasi youtube dan instagram dalam mencari informasi mengenai Universitas Negeri Surabaya. Aplikasi website banyak digunakan oleh berbagai kalangan dikarenakan dalam menggunakan dan mengaksesnya lebih mudah. Ditinjau pada informasi yang diberikan Humas Unesa menginformasikan mengenai prestasi apa saja yang sudah didapatkan oleh Unesa dan mahasiswa Unesa, kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam menunjang perkembangan zaman, dan informasi berkaitan mengenai informasi seputar Unesa.

Seperti fenomena yang terjadi pada saat Kegiatan Pengenalan Kehidupan Kampus Mahasiswa Baru (PKKMB) Unesa, terjadi sebuah informasi hangat mengenai kekerasan mental yang dilakukan oleh panitia PKKMB kepada mahasiswa baru. Informasi tersebut banyak mendapat komentar dari publik media sosial dan menyorot nama Unesa. Kejadian yang akhirnya viral di media sosial hingga ke masyarakat memberikan dampak negatif kepada citra Unesa sebagai kampus pendidikan. Unesa mendapat julukan baru yaitu kampus ikat pinggang. Dikarenakan dalam video *youtube* yang diunggah oleh salah satu fakultas yang berada di Unesa terdapat kedisiplinan yang ingin diterapkan oleh panitia kegiatan,

namun cara pendisiplinan tersebut kurang diterima oleh publik di media sosial. Hingga banyak masyarakat yang berargumen tidak sepakat dengan cara konvensional tersebut.

Peran humas sebagai manajemen informasi diterapkan dalam fenomena tersebut. Humas Unesa segera memberikan pernyataan kepada publik atas kejadian tersebut sebagai langkah awal untuk segera meredam emosi masyarakat di media sosial. Selanjutnya, Humas Unesa yang berkerja sama dengan ahli psikologis Unesa segera memberikan pelayanan kepada mahasiswa baru dan panitia yang viral di media sosial, dalam pelayanan tersebut Humas Unesa mengabadikan beberapa momen untuk diunggah di media sosial sebagai bukti langkah tanggung jawab Unesa sebagai lembaga yang bertanggung jawab atas kegiatan tersebut. Setelah berita tersebut mulai mereda Unesa segera membenahi citranya dengan menggunggah prestasi dan kegiatan yang positif. Langkah tersebut digunakan untuk memperbaiki nama Unesa di masyarakat dan mengembalikan kepercayaan publik kepada masyarakat bahwa Unesa merupakan Perguruan Tinggi Negeri yang baik, inovatif, memiliki banyak prestasi, dan mencetak penerus bangsa yang kompeten dan loyal. Langkah-langkah yang dilakukan Humas Unesa tersebut dilakukan melalui media internet yang memanfaatkan aplikasi *instagram* dan *youtube*.

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Hubungan masyarakat dan Internet merupakan salah satu bentuk pengimplementasian kegiatan humas dengan menggunakan media yang berupa internet sebagai salah satu strategi dalam mencapai tujuan. Internet dalam kegiatan humas memberikan dampak positif yang dapat meningkatkan dan mengontrol informasi yang menyebar di publik. Kedinamisan yang digunakan dalam komunikasi menggunakan media internet dapat membuat informasi kepada publik yang lebih personal dan interaktif. Kemudahan untuk merancang, menyebarkan dan mengevaluasi kegiatan kehumasan menggunakan teknologi internet yang semakin berkembang pesat ditunjang dengan kefleksibelan dan kecepatan dalam tugas humas. Citra dalam perseorangan, organisasi dan perusahaan juga dapat dijaga dan ditingkatkan menggunakan media internet.

DAFTAR PUSTAKA

Agus, P. Dkk. 2017. *Buku Pegangan Kuliah Humas Pendidikan*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta

Sasmita, dkk. *PPT Media Kehumasan*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta

Aprinta E.B, Gita. 2014. *Jurnal Strategi Cyber Public Relations dalam Pembentukan Citra Institusi Pendidikan Tinggi Swasta*. The Messenger

Komunikasi UIN Bandung. 2020. *Humas Online: Pengertian dan Karakteristik*. Bandung: <https://komunikasi.uinsgd.ac.id/humas-online-pengertian-dan-karakteristik/>

LAPORAN HASIL WAWANCARA
WAKA HUMAS SMP NEGERI 1 NGEBEL



Untuk Memenuhi Tugas UAS Mata Kuliah Kehumasan

Dosen Pengampu

Fafi Inayatillah, S.Pd., M.Pd.

oleh

Hanum Anggraini Aflah 16020074105

UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
JURUSAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
PRODI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
2019

A. Pendahuluan

Humas atau hubungan masyarakat adalah bidang yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun organisasi yang non komersial. Kebutuhan akan kehadirannya tidak bisa dicegah, terlepas dari kita menyukainya atau tidak, karena humas merupakan salah satu yang menentukan kelangsungan suatu organisasi secara positif (Anggoro, 2002: 12). Humas merupakan garda terdepan suatu perusahaan maupun organisasi. Oleh karena itu, pekerjaan humas menjadi penting, entah itu dalam perusahaan maupun organisasi.

Humas juga dikenal dengan sebutan *public relations* (PR). Menurut Scott M. Cutlip *public relations* adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara organisasi demi kepentingan publiknya, serta merencanakan suatu program kegiatan dan komunikasi untuk memperoleh pengertian dan dukungan publiknya (Ruslan, 2010:25). Sehingga, dapat dinyatakan humas bekerja untuk kepentingan publik serta membawa nama perusahaan dan organisasi dalam ranah internal maupun eksternal.

Satu di antara beberapa perusahaan dan organisasi yang memiliki humas adalah sekolah. Humas sekolah masuk ke dalam wakil kepala sekolah dengan nama waka humas. Waka humas setiap sekolah pun akan menghadapi permasalahan yang berbeda. Penulis telah melakukan wawancara mengenai kehumasan dengan waka humas SMP Negeri 1 Ngebel bernama Bapak Muhaji, S.Pd. Bapak Muhaji telah menjadi waka humas sekolah tersebut selama 4 tahun. Di sekolah tersebut hanya terdapat satu waka humas dengan beberapa tugas dan pekerjaan inti. Dalam laporan ini akan membahas hasil wawancara dengan Bapak Muhaji mengenai kehumasan di SMP Negeri 1 Ngebel.

B. Pembahasan

SMPN 1 Ngebel ialah sekolah yang berada sisi barat lereng Gunung Wilis tepatnya di Desa Gondowido, Kecamatan Ngebel, Kabupaten Ponorogo. Meski berada di lereng gunung namun, sekolah tersebut layaknya sekolah kota yang maju. Ketika saya bertanya kepada Bapak Muhaji mengenai hal ini, Bapak Muhaji menjawab jika memang sekolah itu di lereng gunung tapi keadaan sekolah sama seperti di kota. Sebagai seorang humas Bapak Muhaji memiliki beberapa tugas dan pekerjaan penting. Tentunya pekerjaan Bapak Muhaji sebagai humas tidak jauh dari masyarakat. Bapak Muhaji adalah orang yang terjun langsung ke medan dan menyakinkan masyarakat.

Setiap tahun, Bapak Muhaji sebagai waka humas membuat rencana kerja, dengan perincian sasaran, kegiatan, indikator ketercapaian, dan pelaksana. Jadi, perencanaan yang akan dilakukan selama setahun telah tertata sehingga pada akhir tahun dapat dilakukan evaluasi berdasar sesuai atau tidaknya pelaksanaan dengan rencana.

Bapak Muhaji menyatakan jika SMP Negeri 1 Ngebel memiliki banyak kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat di luar sekolah. Misalnya pada saat acara larungan di telaga Ngebel, banyak siswa yang memeriahkan acara tersebut, contohnya menjadi penari pembuka, pembawa sesaji, penari reog, dan itu terjadi setiap tahun. Panitia larungan Telaga Ngebel telah percaya kepada sekolah tersebut untuk mengisi acara. Bapak Muhaji yang bertugas sebagai jembatan antara panitia dan siswa.

Bapak Muhaji juga memegang gawai SMPN 1 Ngebel sebagai waka humas. Sehingga Bapak Muhaji mempunyai wewenang untuk membantu memberikan informasi apabila terdapat seseorang yang bertanya dan ingin mengetahui mengenai sekolah. Misalnya orang tua yang bertanya mengenai pembayaran sekolah anaknya, masyarakat yang ingin mengetahui seluk beluk sekolah, dan lain sebagainya. Selain nomor telepon, media lain yang digunakan adalah *facebook* dan *instagram*. Kedua media sosial itu mengunggah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh warga SMP Negeri 1 Ngebel dari murid, guru, dan staff sehingga dapat

digunakan sebagai sumber informasi jika masyarakat umum ingin mengenal SMP Negeri 1 Ngebel.

Selain hubungan eksternal, hubungan internal pun dilakukan untuk mempererat hubungan antar guru dan staf. Hubungan internal antar guru dan staf dijadwalkan misalnya dengan adanya halal bi halal pada saat hari raya Idul Fitri dengan dihadiri seluruh para guru dan staf. Dalam pertemuan tersebut, selain saling meminta maaf ada pula sebagai bentuk mempererat tali persaudaraan karena tidak hanya staf dan guru yang hadir namun keluarga para staf dan guru turut hadir. Sehingga diharapkan dengan adanya kegiatan itu, staf dan guru tidak hanya rekan kerja tapi juga keluarga yang saling membantu.

Menurut Bapak Muhaji, SMPN 1 Ngebel tidak memiliki masalah yang berarti. Masalah-masalah itu dapat ditangani dengan kekeluargaan. Masalah tersebut misalnya ada murid yang bermasalah di sekolah, waka humas memiliki tugas berbicara dengan wali murid mengenai masalah murid tersebut. Untuk masalah eksternal yang menyangkut orang banyak, Bapak Muhaji menyatakan jika beliau belum pernah menjumpai masalah seperti itu.

C. Penutup

Sekolah juga memiliki tim humas yang berada di bidang waka humas. Satu di antaranya ialah SMP Negeri 1 Ngebel yang memiliki satu waka humas yaitu Bapak Muhaji. Tugas waka humas terperinci di rencana kerja waka humas yang akan dilakukan selama satu tahun. Hasil wawancara menunjukkan jika sekolah tersebut tidak memiliki masalah yang berarti, masalah-masalahnya dapat ditangani dengan kekeluargaan karena kebanyakan berhubungan dengan wali murid.

D. Daftar Pustaka

- Anggoro, M. Linggar. 2002. *Teori dan Profesi Kehumasan*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Lampiran 1. Foto penulis bersama Bapak Muhaji, S.Pd selaku waka humas SMPN 1 Ngebel



