

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Komunikasi berperan penting dalam kehidupan sehari-hari, untuk mengetahui hal-hal baru tentunya kita sebagai makhluk hidup membutuhkan komunikasi untuk menyampaikan dan memperoleh informasi. Dalam pelaksanaannya, komunikasi dipengaruhi oleh komunikator dan juga komunikan dapat dipengaruhi oleh komunikator. Hal tersebut dapat terjadi apabila keduanya antara komunikator dan komunikan memiliki tujuan yang sama. Oleh karena itu komunikator dan komunikan harus menciptakan persamaan kepentingan dalam pesan yang ingin disampaikan, persamaan metode, dan persamaan media.<sup>1</sup>

Berkaitan dengan konteks pekerjaan, komunikasi digunakan utamanya oleh para pemimpin perusahaan kepada pegawai maupun sebaliknya untuk mendapatkan keuntungan yang diinginkan, apabila komunikasi yang dilakukan oleh pemimpin kepada pegawai tidak efektif maka dapat menyebabkan pekerjaan tidak selesai pada waktu yang telah ditentukan<sup>2</sup>. Selain itu, komunikasi yang efektif dapat membantu perusahaan dalam membangun kepercayaan merk mereka di pasaran.

---

<sup>1</sup> Apriadi, "Strategi Komunikasi Humas Dalam Mempertahankan Citra Positif Akibat Kasus Korupsi APBD Di DPRD Sumatera Utara," 2023, <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/22157%0Ahttps://repositori.uma.ac.id/bitstream/123456789/22157/1/188530070 - Apriadi - Fulltext.pdf>.

<sup>2</sup> Mardani Eka. 2013 Ningrum, "Peranan Komunikasi Internal Di Lingkungan Kerja," *Industri Elektro Dan Penerbangan* 3, no. 1 (2020): 25–30.

Pentingnya komunikasi dalam pemasaran, suatu perusahaan dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif dan terbaru guna pertumbuhan perusahaan di pasar yang kompetitif.<sup>3</sup> Sama halnya dengan perusahaan, komunikasi juga memiliki peran penting dalam pemerintahan guna mempertahankan citra dan juga meningkatkan kepercayaan masyarakat. Komunikasi yang baik dapat membentuk citra kepemimpinan pemerintah dipandang baik oleh masyarakat. Hal tersebut dapat menjadi alat evaluasi dan mempersuasi masyarakat dalam kaitannya dengan citra kepemimpinan pemerintah<sup>4</sup>. Salah satu bentuk adaptasi komunikasi di era digital saat ini adalah dengan penerapan strategi *digital public relations*.

Era digital telah membawa perubahan signifikan dalam paradigma komunikasi, yang menciptakan tantangan sekaligus peluang baru bagi praktisi *public relations*.<sup>5</sup> Praktik *digital public relations* merupakan kegiatan humas yang diadaptasi dari penggunaan teknologi informasi dan komunikasi, *public relations* memiliki peran penting dalam memberi informasi yang positif dan sehat kepada masyarakat ditengah polemik perkembangan teknologi komunikasi.<sup>6</sup>

Salah satu lembaga yang menerapkan *digital public relations* adalah Kementerian Agama Kabupaten Blitar. Humas Kementerian Agama Kabupaten

---

<sup>3</sup> Wilfandi, Rendi. (2024, Mei 27). "Pentingnya Komunikasi yang Baik untuk Keberhasilan Strategi Pemasaran". <https://www.rri.co.id/bisnis/703570/pentingnya-komunikasi-yang-baik-untuk-keberhasilan-strategi-pemasaran> (diakses pada 06 November 2024, pukul 21.57 WIB).

<sup>4</sup> Kifli Lukas, Yuriewaty Pasoreh, and Anthonius M. Golung, "Peran Komunikasi Pemerintahan Dalam Membangun Citra Kepemimpinan Di Desa Ponompiaan Kecamatan Dumoga Kabupaten Bolaang-Mongondow," *Acta Diurna Komunikasi* 2, no. 1 (2020): 1–23, <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/27109>.

<sup>5</sup> Alfindy Selma, Serafina Batubara, and Retasari Dewi, "Strategi Humas BPSDM Provinsi Jawa Barat Dalam Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram @ Bpsdmjabar" 2, no. December (2024): 53–62.

<sup>6</sup> Satira Ulfa Arini Hidirani Rossa, "Peran Penting Public Relations Di PSS," *Pssleman.Id* 1, no. 1 (2020): 179–202, <https://pssleman.id/peran-penting-public-relations-di-pss/>.

Blitar memiliki tugas dan fungsi dalam bagian sub tata usaha sebagai hubungan masyarakat dan publikasi, pengelolaan data, pengembangan sistem informasi.<sup>7</sup> Sebagai lembaga pemerintah di Kabupaten Blitar, Kementerian Agama Kabupaten Blitar melalui media sosialnya secara aktif menghadirkan konten yang bersifat informatif dan komunikatif. Hal tersebut menunjukkan usaha peningkatan kualitas pelayanan melalui media digital yang tersedia. Namun demikian, media digital berupa sosial media tidak sepenuhnya aman untuk penyampaian informasi jangka panjang, contohnya pada tanggal 28 Februari 2025 akun Instagram Kementerian Agama Kabupaten Blitar mengalami masalah teknis sehingga dalam waktu singkat akun tersebut hilang dan informasi yang tersedia juga hilang.

Humas Kementerian Agama Kabupaten Blitar secara sigap dan cepat menangani krisis tersebut, sehingga penelitian tentang *digital publik relations* perlu untuk dikaji lebih dalam. lebih dalam. Pelayanan yang disediakan oleh humas Kemenag Kabupaten Blitar salah satunya adalah melalui media online berupa *WhatsApp center* yang tersedia pada halaman *Instagram @kemenagkabblitar*. Selain pelayanan offline, pelayanan humas secara online memainkan peran yang signifikan, agar masyarakat lebih nyaman berinteraksi secara daring dengan menghubungi platform media online Kantor Kementerian Agama Kabupaten Blitar.

---

<sup>7</sup> <https://almasida.kemenagkabblitar.id/tugas-dan-fungsi/>

## **B. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian tersebut, maka peneliti akan memfokuskan penelitian terhadap permasalahan yaitu, bagaimana pelaksanaan *digital public relations* Kementerian Agama Kabupaten Blitar?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan *digital public relations* Kementerian Agama Kabupaten Blitar.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini sebagai tambahan referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ilmu komunikasi untuk mengetahui aktivitas *digital public relations* lembaga pemerintah, dan diharapkan dapat menjadi informasi pendukung pembelajaran ilmu komunikasi terutama yang terkait dengan kehumasan dan *digital public relations*.

### 2. Kegunaan Praktis

a. Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang bermanfaat guna mendukung tugas dan fungsi Kementerian Agama Kabupaten Blitar melalui *digital public relations* di lembaga pemerintah.

- b. Kegunaan penelitian bagi penulis, penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan, serta menjadi sarana untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan.
- c. Kegunaan penelitian bagi pembaca, penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan dan wawasan baru mengenai *digital public relations* di lembaga pemerintah dan menjadi referensi pada penelitian berikutnya.

### **E. Penegasan Istilah**

Untuk mempermudah pemahaman judul penelitian ini, beberapa istilah dalam judul perlu dijelaskan, yaitu :

#### 1. Definisi konseptual

*Digital public relations* merupakan transformasi pemanfaatan media digital dan teknologi informasi dalam kinerja humas. *Digital public relations* bertujuan untuk membangun dan mengelola hubungan dengan publik dan stakeholder melalui berbagai platform digital diantaranya website, media sosial, blog, dan saluran digital. Penggabungan alat digital tersebut merubah praktik PR tradisional menjadi saluran baru dalam komunikasi di berbagai sektor.<sup>8</sup>

#### 2. Definisi operasional

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah *digital public relations* pada penelitian ini merupakan pemanfaatan teknologi digital oleh humas di

---

<sup>8</sup> Syahirul Alim, *Digital PR: Dasar-Dasar Strategi Komunikasi Di Era Digital*, 2024.

Kementerian Agama Kabupaten Blitar. Pelaksanaan *digital public relations* tersebut meliputi membangun kehadiran online, pemanfaatan media sosial yang tepat dan manajemen krisis. Definisi ini menjadi dasar bagaimana implementasi *digital public relations* Kementerian Agama Kabupaten Blitar.