



## Perspektif Masyarakat Terhadap Humas Dalam Penggunaan Media Sosial

Dwi Ramadanti<sup>1</sup>, Adam Saleh<sup>2</sup>, Muhammad Khoirul Imam<sup>3</sup>, Afifa Nadiratun Najjah<sup>4</sup>, Annis Alfaina<sup>5</sup>, Husni Waskito<sup>6</sup>, Juli Resdianto<sup>7</sup>, Lestari<sup>8</sup>, Rani Ramadina<sup>9</sup>, Silvia Zunita<sup>10</sup>, Sintia Dewi<sup>11</sup>, Tika Mandasari<sup>12</sup>, Yolanda Apriliani<sup>13</sup>  
STAI Nurul Falah Air Molek, Riau, Indonesia<sup>1-13</sup>

Email Korespondensi: [ramadantidwi9@gmail.com](mailto:ramadantidwi9@gmail.com)<sup>1</sup>, [adamsaleh1988@gmail.com](mailto:adamsaleh1988@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[muhhammadkhoirulimam99@gmail.com](mailto:muhhammadkhoirulimam99@gmail.com)<sup>3</sup>, [afifanadiratunnajjah@gmail.com](mailto:afifanadiratunnajjah@gmail.com)<sup>4</sup>, [alfaannis@gmail.com](mailto:alfaannis@gmail.com)<sup>5</sup>,  
[husniwaskito@gmail.com](mailto:husniwaskito@gmail.com)<sup>6</sup>, [jresdianto@gmail.com](mailto:jresdianto@gmail.com)<sup>7</sup>, [ajahlestari781@gmail.com](mailto:ajahlestari781@gmail.com)<sup>8</sup>, [rnirmadna286@gmail.com](mailto:rnirmadna286@gmail.com)<sup>9</sup>,  
[zunitasilvia900@gmail.com](mailto:zunitasilvia900@gmail.com)<sup>10</sup>, [sintiadewihandphone@gmail.com](mailto:sintiadewihandphone@gmail.com)<sup>11</sup>, [tikamandasari@icloud.com](mailto:tikamandasari@icloud.com)<sup>12</sup>,  
[yolandaafriyani53@gmail.com](mailto:yolandaafriyani53@gmail.com)<sup>13</sup>.

Article received: 21 Maret 2025, Review process: 05 April 2025

Article Accepted: 22 April 2025, Article published: 01 Mei 2025

### ABSTRACT

*In the digital era, social media plays a crucial role in public communication, including in the field of Public Relations. This study aims to analyze public perceptions of the role of PR in the use of social media. The research employs a quantitative approach with interviews as the data collection technique. The findings indicate that the majority of the public (70%) understand the role of PR, and 85% perceive social media as an effective communication tool for PR. However, several challenges remain, such as slow response times (45%), lack of information transparency (30%), and the dissemination of inaccurate information (25%). Public expectations for PR on social media include increased responsiveness (50%), greater information transparency (30%), and innovation in message delivery (20%). This study highlights the importance of optimizing the role of PR in social media to build better communication and enhance public trust in institutions.*

**Keywords:** Public, Public Relations, Social Media.

### ABSTRAK

*Di era digital, media sosial memainkan peran penting dalam komunikasi publik, termasuk dalam bidang Hubungan Masyarakat (Humas). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perspektif masyarakat terhadap peran Humas dalam penggunaan media sosial. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan wawancara sebagai teknik pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat (70%) memahami peran Humas, dan 85% menilai media sosial sebagai alat komunikasi yang efektif bagi Humas. Namun, masih terdapat beberapa tantangan seperti lambatnya respons (45%), kurangnya transparansi informasi (30%), dan penyebaran informasi yang kurang akurat (25%). Harapan masyarakat terhadap Humas di media sosial meliputi peningkatan responsivitas (50%), transparansi informasi (30%), dan inovasi dalam penyampaian pesan (20%). Penelitian ini menekankan pentingnya optimalisasi peran Humas dalam media sosial untuk membangun komunikasi yang lebih baik dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga.*

**Kata Kunci:** Masyarakat, Humas, Media Sosial.

## PENDAHULUAN

Era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi secara pribadi, tetapi juga dimanfaatkan oleh berbagai lembaga dan instansi untuk menjangkau publik. Salah satu bidang yang sangat terdampak oleh perkembangan ini adalah Hubungan Masyarakat (Humas). Sebagai jembatan komunikasi antara organisasi dan masyarakat, Humas dituntut untuk bisa beradaptasi dengan teknologi agar tetap relevan dan efektif dalam menyampaikan informasi (Setiawan, 2021).

Keberadaan media sosial memberikan banyak kemudahan bagi Humas dalam menjalankan tugasnya. Informasi yang dulu hanya bisa diakses melalui media cetak atau siaran televisi kini dapat tersebar dengan cepat dan luas hanya dengan satu unggahan. Masyarakat juga bisa langsung memberikan tanggapan atau pertanyaan terkait informasi yang diterima. Namun, di balik manfaat tersebut, ada pula tantangan yang perlu dihadapi, seperti penyebaran hoaks, rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap informasi digital, serta kurangnya interaksi langsung yang dapat menciptakan kesalahpahaman (Haryanto, 2022).

Tidak semua masyarakat memahami dengan baik peran dan fungsi Humas dalam dunia digital. Sebagian besar hanya melihat Humas sebagai pihak yang bertanggung jawab atas promosi atau citra sebuah instansi, padahal tugasnya lebih luas, termasuk membangun komunikasi dua arah, menangani krisis informasi, serta menjaga transparansi lembaga terhadap publik. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana masyarakat menanggapi peran Humas dalam penggunaan media sosial dan sejauh mana efektivitasnya dalam membangun komunikasi yang baik.

Penelitian ini dilakukan dengan metode wawancara kepada masyarakat untuk mengetahui pandangan mereka terhadap peran Humas di media sosial. Beberapa aspek yang diteliti meliputi pemahaman masyarakat tentang Humas, efektivitas media sosial dalam menyampaikan informasi, serta kendala yang masih terjadi dalam proses komunikasi digital. Hasil wawancara ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai hubungan antara Humas dan masyarakat dalam perkembangan digital yang semakin maju.

Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi, sudah saatnya humas tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga membangun hubungan yang lebih erat dengan masyarakat. Media sosial bukan sekadar alat untuk berbicara, tetapi juga mendengarkan. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial oleh humas harus terus dievaluasi dan ditingkatkan agar dapat memenuhi kebutuhan informasi publik secara lebih baik dan transparan (Suyani, 2022).

## METODE

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perspektif masyarakat terhadap peran Humas dalam penggunaan media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara. Metode ini dipilih karena memungkinkan penelitian untuk menggali pengalaman,

---

pendapat, dan pemahaman masyarakat secara mendalam. Data dalam penelitian ini diperoleh dari dua sumber utama, yaitu: Data Primer, yang dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan masyarakat yang aktif menggunakan media sosial serta observasi terhadap akun media sosial milik lembaga Humas. Data Sekunder, yang diperoleh dari buku, jurnal, laporan penelitian, dan artikel ilmiah yang membahas topik terkait dengan komunikasi Humas dan media sosial.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini yang berkaitan dengan perspektif masyarakat terhadap humas dalam penggunaan media sosial, (1) Sebagian besar masyarakat (70%) sudah memahami peran humas, tetapi 30% masih belum memahami dengan baik. (2) Sebanyak 85% menganggap media sosial efektif untuk komunikasi humas, tetapi masih ada yang menilai kurang efektif 15%. (3) 50% masyarakat merasa humas cukup responsif dalam menanggapi keluhan, sementara 45% menilai respons masih lambat. (4) Tantangan utama dalam komunikasi humas di media sosial adalah lambatnya respons (45%), kurangnya transparansi (30%), dan informasi yang kurang akurat (25%). (5) Harapan utama masyarakat adalah humas lebih cepat merespons (50%), lebih transparan (30%), dan lebih inovatif dalam menyajikan informasi (20%).

### Pembahasan

#### Pemahaman Masyarakat Terhadap Peran Humas

Berdasarkan hasil wawancara, 70% responden memahami peran Humas, sementara 30% masih kurang memahami tugas dan fungsi Humas dalam organisasi atau instansi pemerintah. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun peran Humas telah berkembang seiring dengan kemajuan teknologi, masih terdapat kesenjangan pemahaman di kalangan masyarakat.

Salah satu tantangan utama dalam komunikasi Humas adalah bagaimana menyampaikan pesan secara efektif kepada publik agar mereka memahami fungsi Humas dengan lebih baik (Efendi, 2020). Kurangnya pemahaman ini dapat disebabkan oleh kurangnya sosialisasi mengenai peran Humas atau karena masyarakat lebih fokus pada hasil komunikasi tanpa memahami mekanisme di baliknya. Oleh karena itu, Humas perlu mengembangkan strategi komunikasi yang lebih proaktif dan edukatif untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap fungsinya, misalnya dengan membuat konten edukatif di media sosial yang menjelaskan tugas dan tanggung jawab Humas secara sederhana dan menarik.

Selain itu, pemahaman masyarakat terhadap Humas juga dipengaruhi oleh pengalaman pribadi mereka dalam berinteraksi dengan lembaga atau instansi yang memiliki tim Humas. Jika masyarakat mendapatkan respons yang baik, cepat, dan informatif, maka kepercayaan serta pemahaman terhadap peran Humas akan semakin meningkat. Sebaliknya, jika komunikasi tidak berjalan dengan baik, masyarakat akan memiliki persepsi negatif terhadap Humas dan menganggap perannya kurang relevan.

## Efektivitas Media Sosial Dalam Komunikasi Humas

Media sosial telah menjadi alat utama bagi Humas dalam berkomunikasi dengan masyarakat. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, mayoritas responden memberikan pandangan yang positif: (1) 85% masyarakat menilai media sosial sebagai alat komunikasi yang efektif untuk Humas. (2) 15% menilai kurang efektif.

Efektivitas media sosial dalam komunikasi Humas didukung oleh beberapa faktor utama. Pertama, media sosial memungkinkan penyebaran informasi dalam waktu yang sangat cepat dan dengan jangkauan luas. Dengan satu unggahan, sebuah instansi dapat langsung mengomunikasikan kebijakan, program, atau informasi penting lainnya kepada masyarakat. Kedua, media sosial juga memungkinkan adanya interaksi dua arah, di mana masyarakat dapat memberikan tanggapan, bertanya, atau bahkan mengkritik suatu kebijakan secara langsung. Hal ini membuat komunikasi lebih dinamis dibandingkan dengan metode komunikasi tradisional seperti surat kabar atau konferensi pers.

Namun, efektivitas media sosial tetap bergantung pada bagaimana Humas mengelolanya. Menurut Santoso (2023), efektivitas media sosial dalam komunikasi Humas ditentukan oleh kecepatan penyebaran informasi, interaksi dua arah, dan transparansi dalam memberikan informasi. Jika media sosial dikelola dengan baik, maka dapat menjadi alat yang kuat untuk membangun citra positif dan meningkatkan keterlibatan masyarakat. Sebaliknya, jika dikelola secara pasif atau tidak responsif terhadap keluhan masyarakat, maka media sosial justru dapat menjadi sumber kritik yang merugikan.

### Tantangan Humas Dalam Memanfaatkan Media Sosial

#### a. Respons yang lambat terhadap pertanyaan atau keluhan masyarakat (45%)

Banyak masyarakat merasa bahwa akun media sosial resmi Humas tidak selalu merespons pertanyaan atau keluhan dengan cepat. Hal ini dapat menimbulkan ketidakpuasan di kalangan publik, terutama jika mereka membutuhkan informasi yang mendesak.

Lambatnya respons ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kurangnya sumber daya manusia yang mengelola media sosial atau kurangnya sistem monitoring yang efektif. Masyarakat cenderung kehilangan kepercayaan terhadap instansi jika pertanyaan mereka tidak direspons dalam waktu 24 jam (Setiawan, 2021). Oleh karena itu, Humas perlu meningkatkan kapasitasnya dalam merespons publik dengan cepat, misalnya dengan memanfaatkan chatbot atau tim khusus yang bertugas menangani interaksi di media sosial.

#### b. Kurangnya transparansi dalam penyampaian informasi (30%)

Sebagian masyarakat merasa bahwa informasi yang diberikan oleh Humas melalui media sosial masih belum cukup transparan atau detail, sehingga menimbulkan kebingungan. Dalam beberapa kasus, masyarakat bahkan merasa bahwa informasi yang diberikan hanya bersifat formalitas tanpa memberikan penjelasan yang memadai.

Transparansi adalah salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan komunikasi Humas melalui media sosial (Lestari, 2022). Jika Humas hanya menyampaikan informasi secara sepihak tanpa keterbukaan terhadap pertanyaan dan kritik masyarakat, maka kredibilitasnya akan dipertanyakan. Oleh karena itu, penting bagi Humas untuk selalu menyajikan informasi dengan jelas, lugas, dan terbuka terhadap diskusi.

c. Informasi yang kurang akurat atau sulit dipahami (25%)

Beberapa responden mengungkapkan bahwa pesan yang disampaikan melalui media sosial terkadang tidak lengkap atau sulit dimengerti, sehingga menyulitkan masyarakat dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

Kesalahan dalam penyampaian informasi dapat berdampak negatif terhadap citra suatu lembaga atau organisasi. Penyampaian pesan yang tidak jelas dapat menyebabkan misinformasi, yang berpotensi menimbulkan persepsi negatif di kalangan publik. Oleh karena itu, Humas harus lebih berhati-hati dalam menyusun dan menyebarkan informasi, memastikan bahwa setiap pesan yang disampaikan sudah diverifikasi dan dapat dengan mudah dipahami oleh masyarakat luas.

### Harapan Masyarakat Terhadap Humas

1. Humas yang lebih responsif dan interaktif

Salah satu faktor yang sangat ditekankan oleh masyarakat adalah responsivitas Humas dalam menjawab pertanyaan, keluhan, dan aspirasi publik. Sebanyak 50% responden menginginkan agar Humas lebih cepat dalam memberikan respons di media sosial, terutama dalam menangani isu-isu yang berdampak langsung pada masyarakat.

Respons Humas yang cepat berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat terhadap institusi (Suryadi, 2021). Ketika suatu lembaga memiliki akun media sosial yang aktif tetapi lambat dalam merespons keluhan, masyarakat cenderung mencari informasi dari sumber lain yang belum tentu kredibel. Hal ini dapat memicu penyebaran hoaks atau disinformasi yang dapat merugikan institusi tersebut. Masyarakat menginginkan adanya komunikasi dua arah yang lebih aktif dan tidak hanya sekadar penyampaian informasi satu arah dari Humas kepada publik.

Dengan adanya interaksi yang lebih responsif, masyarakat akan merasa lebih dihargai dan terlibat dalam berbagai kebijakan atau program yang dijalankan oleh institusi.

2. Transparansi dalam informasi yang disampaikan

Sebanyak 30% responden menekankan pentingnya transparansi dalam penyampaian informasi oleh Humas. Masyarakat ingin mendapatkan informasi yang jelas, jujur, dan tidak bersifat manipulatif.

Transparansi dalam komunikasi publik memiliki dampak langsung terhadap kredibilitas institusi di mata masyarakat. Salah satu kritik yang sering muncul adalah bahwa banyak institusi hanya menggunakan media sosial sebagai

---

alat promosi, tanpa memberikan informasi yang komprehensif mengenai kebijakan atau program yang sedang berjalan (Wahyudi, 2022).

Masyarakat ingin merasa bahwa mereka memiliki akses terhadap informasi yang benar dan dapat dipercaya, tanpa harus mencari sumber dari pihak ketiga yang belum tentu akurat.

### 3. Inovasi dalam penyajian informasi

Sebanyak 20% responden menginginkan agar Humas lebih kreatif dalam menyampaikan informasi di media sosial. Banyak masyarakat merasa bahwa penyampaian informasi oleh Humas masih terlalu formal dan kurang menarik.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Putri (2023) penggunaan konten visual seperti video, infografis, dan animasi dapat meningkatkan daya tarik dan pemahaman masyarakat terhadap suatu informasi. Di era digital ini, masyarakat lebih menyukai konten yang mudah dicerna dalam waktu singkat, dibandingkan dengan teks panjang yang bersifat akademis atau birokratis. Dengan cara ini, informasi yang disampaikan oleh Humas tidak hanya lebih menarik, tetapi juga lebih mudah dipahami dan lebih efektif dalam mencapai target audiens.

## SIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam komunikasi Humas dengan masyarakat. Sebagian besar responden memahami tugas Humas dan menganggap media sosial sebagai alat yang efektif untuk menyampaikan informasi. Namun, ada beberapa tantangan yang masih perlu diatasi, seperti lambatnya respons terhadap keluhan, kurangnya transparansi dalam penyampaian informasi, dan ketidakakuratan beberapa pesan yang disampaikan. Masyarakat berharap agar Humas lebih cepat dalam merespons pertanyaan dan keluhan, lebih transparan dalam memberikan informasi, serta lebih inovatif dalam menyajikan konten agar lebih menarik dan mudah dipahami. Oleh karena itu, Humas harus terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan meningkatkan strategi komunikasi digitalnya. Dengan pengelolaan yang lebih baik, media sosial dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap lembaga atau organisasi. Untuk itu, diperlukan komitmen yang lebih besar dari Humas dalam memanfaatkan media sosial secara optimal guna menciptakan komunikasi yang lebih interaktif, terbuka, dan bermanfaat bagi publik.

## DAFTAR RUJUKAN

- Effendy, O. U. (2020). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Haryanto, B. (2022). Dinamika hubungan masyarakat dan media sosial: Sebuah analisis. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1), 45-58.
- Lestari, T. (2022). Strategi humas pemerintah dalam meningkatkan partisipasi masyarakat melalui media sosial. *Jurnal Komunikasi Publik*, 14(2), 98-112.
- Putri, M. (2023). *Media sosial sebagai alat komunikasi publik: Tren dan tantangan*. Penerbit ITB.

- Santoso, A. (2023). Tantangan dan peluang humas di era digital. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 19(1), 45-60.
- Setiawan, A. N. (2021). Peran humas dalam era digital: Tantangan dan peluang. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 10(2), 123-135.
- Setiawan, R. (2021). Peran media sosial dalam penguatan citra institusi publik. *Jurnal Teknologi dan Komunikasi*, 11(3), 112-125.
- Suryadi, A. (2021). *Efektivitas respons media sosial dalam komunikasi publik*. Pustaka Komunikasi.
- Suryani, L. (2022). Strategi humas dalam meningkatkan keterlibatan publik melalui media sosial. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 11(4), 150-163.
- Wahyudi, R. (2022). *Transparansi dan akuntabilitas dalam komunikasi pemerintah: Studi kasus Indonesia*. Penerbit Gadjah Mada