

STRATEGI HUMAS BEATLES INDONESIA DALAM MEMPUBLIKASIKAN ACARA BEATLES NIGHT MELALUI MEDIA SOSIAL TWITTER

Hanafi Murtani dan Lukman Adji Wibowo

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta
dekanfikom@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini yang memfokuskan pada aktifitas publikasi Humas Beatles Indonesia dalam mempublikasikan program Beatles Night melalui media social twitter, maka penulis akan menjabarkan strategi publikasi Humas Beatles Indonesia dalam menjalankan strategi komunikasinya.

Secara umum tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan deskripsi-deskripsi yang mendalam mengenai peran yang dijalankan Humas Beatles Indonesia selama proses komunikasi dalam mempublikasikan acara Beatles Night melalui media social (twitter).

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah 9 Langkah-langkah Humas, dimana dalam langkah tersebut digunakan sebagai alat dalam membantu menjalankan sebuah strategi Humas yang dilakukan dalam penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja Humas BEATLES berada pada posisi yang baik dan memiliki tingkat kredibilitas dan juga tingkat profesionalisme dalam memberikan informasi tentang kegiatan dan acara yang akan diadakan oleh Beatles Indonesia.

Kata-kata kunci: Humas, Media Sosial

Abstracts

This study is focused on the activities of the Public Relations publications Indonesian Beatles Beatles Night in publicizing the program through social media twitter, the authors will describe Indonesian Beatles PR publication strategy in running its communications strategy.

The general objective of this research is to gain in-depth descriptions of the role that PR Beatles Indonesia during the communication process Beatles Night in publicizing the event through social media (twitter). The theory used in this study are 9 PR steps, where the step is used as a tool in helping to run a PR strategy undertaken in the study.

These results indicate that the performance of PR BEATLES are in a good position and have a level of credibility and also the level of professionalism in providing information about the activities dsn event to be held by the Beatles Indonesia.

Keywords: Public Relations, Social Media

Komunikasi adalah suatu proses dimana seseorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan, dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain. Komunikasi juga dapat dikatakan sebagai suatu proses penyampaian informasi yang berupa pesan, ide, atau gagasan dari satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh

keduanya. Komunikasi juga dapat dilakukan secara non verbal, seperti menggunakan gerak-gerik badan.

Secara ringkas, proses berlangsungnya komunikasi bisa digambarkan seperti berikut:

Komunikator (sender) yang mempunyai maksud berkomunikasi dengan orang lain mengirimkan suatu pesan kepada orang yang dimaksud. Pesan yang disampaikan itu, bisa berupa informasi dalam bentuk bahasa ataupun lewat simbol-simbol yang bisa

dimengerti kedua pihak.

Pesan (message) itu disampaikan atau dibawa melalui suatu media atau saluran, baik secara langsung maupun tidak langsung. Contohnya, berbicara langsung melalui telepon, surat, email, atau media lainnya.

Pesan tersebut disampaikan melalui media (channel) alat yang menjadi penyampai pesan dari komunikator ke komunikan.

Komunikan (receiver) menerima pesan yang telah disampaikan oleh komunikator melalui media dan menerjemahkan isi pesan yang diterimanya kedalam bahasa yang dimengerti oleh komunikan itu sendiri.

Pada akhirnya komunikan memberikan umpan balik (feedback) atau tanggapan atas pesan yang dikirimkan kepadanya. (wikipedia bahasa indonesia, ensiklopedia bebas, komunikasi, 2012)

Dilihat dari proses komunikasi yang telah dipaparkan diatas, dapat dikatakan komunikasi sangat erat kaitannya dalam kegiatan hubungan masyarakat (humas). Humas merupakan seni menciptakan pengertian publik yang lebih baik, sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu atau organisasi.

Seorang humas selanjutnya diharapkan untuk membuat program-program dalam mengambil tindakan secara sengaja dan terencana dalam upaya-upayanya mempertahankan, menciptakan, dan memelihara pengertian bersama antara organisasi dan publik itu sendiri. Posisi humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh suatu manajemen organisasi.

Setiap fungsi dan tugas humas adalah menyelenggarakan publikasi atau menyebarluaskan informasi melalui berbagai media tentang aktivitas atau kegiatan organisasi yang pantas untuk diketahui oleh publik.

Pada era modern seperti ini, adalah era yang menandai periode baru dimana teknologi interaktif dan komunikasi jaringan, khususnya dunia maya akan mengubah masyarakat. Bentuk pendekatan era media yang lebih lama dikatakan lebih menekankan pada penyebaran informasi yang mengurangi peluang adanya interaksi. Media tersebut dianggap hanya sebagai media informasional tanpa ada kegiatan interaktif didalamnya, sebaliknya, media baru lebih interaktif dan menciptakan sebuah pemahaman baru tentang komunikasi pribadi.

Inilah fenomena dari kemajuan komunikasi manusia melalui media online yaitu internet. Perkembangan media yang lebih interaktif dan transparan ini mengalami perkembangan yang signifikan. Di Indonesia sendiri berdasarkan data business measurement

intelligence, Indonesia telecommunication report Q2 2011 menunjukkan pertumbuhan pengguna internet Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan. Dimana pada tahun 2009 jumlah penggunanya 41.081.000, kemudian tahun 2010 meningkat menjadi 60.975.000, dan tahun 2011 menjadi 84.748.000 maka dari data tersebut jejaring social atau media social menjadi suatu bentuk nyata dari media baru, dimana interaktif antara komunikator (pencipta konten) dan komunikan (penerima konten) berjalan dengan intens dan transparan, batas-batas diantara keduanya seperti telah dihapuskan. (Indonesia telecommunication report, 2011)

Jejaring sosial atau media sosial dimana setiap orang dapat mengaksesnya tanpa ada batasan-batasan. Di Indonesia sendiri, berawal dari maraknya penggunaan jejaring sosial friendster, kini facebook mendominasi pengguna internet di Indonesia. Sejak tahun 2009 masyarakat Indonesia banyak mengadopsi situs twitter.

Twitter merupakan situs micro-blogging menggunakan 140 karakter, telah diciptakan oleh Jack Dorsey sejak tahun 2006, namun di Indonesia twitter baru booming pada tahun 2009. Indonesia sendiri merupakan pengguna nomor 5 terbesar di dunia, dengan 19,5 jumlah akun pengguna twitter (Indonesia telecommunication report, 2011). Pada awalnya media social micro-blogging digunakan masyarakat Indonesia untuk saling berkomunikasi di berbagai kegiatan, berbagi emosi, menjalin hubungan dengan para bintang selebritis maupun tokoh masyarakat, baik nasional maupun internasional. Namun setelah semakin banyaknya pengguna twitter, serta ketergantungan masyarakat terhadap media ini maka pengguna twitter menjadi semakin kompleks.

Pada perkembangannya, media konvensional ikut mengadopsi media sosial ini dengan membuka akun dari media konvensional untuk tetap dapat menjangkau audience-nya. Brand atau merk pun ikut terjun ke dalam twitter untuk menajalakan kampanye promosinya, bahkan tidak sedikit fanbase-fanbase berbagai komunitas yang ikut menggunakan media sosial twitter dalam mempublikasikan acara yang mereka miliki, bahkan sekedar berbagai informasi yang berhubungan dengan komunitasnya yang dirasa penting untuk masyarakat.

Dari berbagai fanbase yang ada di ranah twitter khususnya yang ada di Indonesia, penulis tertarik salah satu fanbase yang berhubungan dengan The Beatles, band yang sangat populer di eranya bahkan sampai saat ini. Fanbase tersebut membawahi para Beatles mania (sebutan untuk fans The Beatles) dari Indonesia di

berbagai acara-acara dan kegiatan yang berhubungan dengan The Beatles. Fanbase mempunyai banyak kegiatan yang berhubungan dengan The Beatles, diantara adalah Beatles night, yaitu suatu acara atau malam dengan kegiatan di dalamnya terdapat satu band atau grup music yang membawakan beberapa lagu The Beatles dan sekaligus acara temu antara anggota fanbase itu sendiri.

Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah menurut Husein Umar yaitu “sebagian dari perihal tertentu yang akan diteliti, disesuaikan dengan prioritas dan kemampuan peneliti.” (Husein Umar, 2001:378)

Guna membatasi permasalahan, penulis membuat batasan-batasan ruang lingkup sebagai berikut :

Dalam penelitian ini penulis membatasi materi penelitian dengan fokus pada strategi Humas Beatles Indonesia dalam mempublikasikan acara Beatles night melalui media sosial (Twitter).

Dalam memudahkan pengertiannya, maka penulis menjelaskan definisi-definisi yang ada pada judul skripsi agar tidak ada kesimpangsiuran dan menghindari pembahasan yang terlalu luas.

Strategi

Kata “strategi” berasal dari turunan kata bahasa Yunani, “strategos”, yang dapat diterjemahkan sebagai ‘komandan militer’ pada zaman demokrasi Athena. Dalam bidang pengelolaan, definisi mengenai strategi cukup beragam dan bervariasi dari beberapa ahli dan pengarangnya.

Pada hakikatnya merupakan rencana tindakan yang bersifat umum, berjangka panjang (berorientasi ke masa depan), dan cakupannya luas (Husein Umar, *strategic management in action*, 2001). Oleh karena itu, strategi biasanya dirumuskan dalam kalimat yang kandungan maknanya sangat umum dan tidak merujuk pada tindakan spesifik atau rinci. Namun demikian, dalam strategi pengelolaan tidak berarti bahwa “tindakan rinci dan spesifik” yang biasanya dirumuskan dalam suatu program kerja tidak harus disusun.

Dalam pengelolaan, definisi mengenai strategi cukup beragam dan bervariasi dari beberapa ahli dan pengarangnya. Griffin yang dikutip Sule dan Saefullah mendefinisikan ”strategi sebagai rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. (Strategy is a comprehensive plan for accomplishing an organization’s goals)”. (Enie Trisnawai & Kurniawan Saefullah, :132)

Strategi sebagai sebuah pendekatan yang dilakukan oleh sebuah organisasi didefinisikan Wikipedia, yaitu:

Strategi sebuah pendekatan yang digunakan oleh organisasi berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Strategi dibedakan dengan taktik yang memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dan waktu yang lebih singkat, walaupun pada umumnya orang sering kali mencampur-adukkan ke dua kata tersebut”.

Maka strategi dapat berupa sebuah pendekatan atau metode yang dibuat dan dilakukan oleh organisasi untuk mendapatkan keunggulan yang mampu mencapai tujuan dan memenuhi kebutuhan pasar jangka panjang.

Humas

Humas adalah fungsi manajemen tertentu yang membantu membangun dan menjaga lini komunikasi, pemahaman bersama, penerimaan mutual dan kerja sama antara organisasi dan publiknya.

Rex Harlow mengatakan ”Humas adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerja sama melibatkan manajemen dalam permasalahan atau persoalan, membantu manajemen mampu menanggapi opini publik mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, bertindak sebagai peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan menggunakan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.” (Ruslan, 1999:17)

Kegiatan utama humas adalah melakukan komunikasi. Dapat dikatakan bahwa humas sebagai staff khusus yang melayani para pemimpin organisasi, khususnya dalam membantu organisasi berkomunikasi dengan publik-publiknya. Humas merupakan fungsi manajemen untuk mencapai target tertentu yang sebelumnya harus merencanakan, mengkomunikasikan, hingga mengevaluasi hasil-hasil apa yang telah dicapainya.

Secara umum dikatakan oleh John E. Marston dalam bukunya *modern public relation* (New York : Mc Graw-Hill, 1979) sebagai berikut ”Public relations is planned, persuasive, communication designed to influence significant public.” (Ruslan, 2008:5-6)

Oleh karena itu, humas merupakan suatu bidang yang memerlukan segi perencanaan yang matang (planned),

sama dengan periklanan yang melakukan “komunikasi”, yaitu gabungan antara melakukan komunikasi dan sekaligus membujuk (persuasive). Dalam melakukan kampanye atau propaganda (PR campaign and propaganda), selain untuk mengkampanyekan program kerja, aktivitas dan informasi, tujuan lainnya adalah untuk memperkenalkan, meningkatkan kesadaran atau pengertian dan mencari dukungan publik dari sasaran khalayaknya (target audience), dan sekaligus mempengaruhi serta membujuk sasaran khalayak yang terkait dan dituju (Significant Public), perkembangan berikutnya dikenal dengan stakeholder (khalayak sasaran yang terkait).

Hubungan yang dilakukan oleh Humas Beatles Indonesia adalah hubungan ke dalam dan keluar. Hubungan kedalam yang dilakukan oleh Humas Beatles Indonesia hanya sebatas memberikan informasi mengenai akan diselenggarakannya acara-acara yang dimiliki oleh fanbase Beatles Indonesia.

Publikasi

Publikasi adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk menyediakan atau menyebarkan sebuah informasi masyarakat umum dengan cara bermacam-macam mulai dari buke, teks, gambar, konten audio visual, website dan sebagainya.

Kata publikasi berarti melakukan kegiatan penerbitan atau penyalinan. Dalam perkembangannya di Indonesia menjadi ilmu komunikasi bahwa istilah publisistik berasal dari kata kerja bahasa latin publicare yang berarti mengumumkan. Dari penjelasan tersebut penulis dapat menarik kesimpulan bahwa istilah publikasi dapat diartikan sebagai penyebarluasan informasi baik media cetak maupun elektronik.

Fokus Masalah

Fokus masalah dalam penelitian merupakan bagian penting dalam mendapatkan rumusan masalah. Dari berbagai latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka penulis akan memfokuskan pada permasalahan yaitu Bagaimana peran Humas Beatles Indonesia dalam mempublikasikan acara Beatles Night melalui media sosial (Twitter).

Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah yang dapat ditarik adalah “Bagaimana Strategi Humas Beatles Indonesia dalam Mempublikasikan Acara Beatles Night?”. Dari rumusan masalah tersebut, maka pertanyaan penelitian yang dapat digali, yaitu “Bagaimana peran yang dijalankan

Humas Beatles Indonesia selama proses komunikasi dalam mempublikasikan acara Beatles Night melalui media social (twitter)?”

Kegunaan Penelitian

Memberikan sumbangan pemikiran terhadap Ilmu Komunikasi dalam memahami strategi Humas Beatles Indonesia dalam mempublikasikan acara Beatles Night. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti komunikasi mengenai pengembangan Teori Difusi Inovasi di dalam ranah media baru atau jejaring sosial.

Menjadi acuan bagi masyarakat, khususnya mahasiswa/I agar dapat mengetahui strategi Humas Beatles Indonesia dalam mempublikasikan acara Beatles Night di twitter. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi buku pedoman dalam menambah wawasan, untuk memahami suatu strategi.

Kajian Pustaka – Penelitian Sejenis

Beberapa penelitian sejenis yang strategi humas adalah :

Strategi Campaign The Body Shop dalam membangun citra produk, dilakukan oleh:

Aditya Saputra, NIM : 2008, meneliti tentang strategi The Body Shop dalam membangun citra produknya, yang dikaitkan dengan hasil penjualan di pasar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dalam melakukan studi kasus di salah satu produk The Body Shop, yang memasukan teori 7Cs PR Communication dengan paradigma Postpositivisme. Dimana hasil penelitiannya secara garis besar adalah dimana strategi campaign yang dijalankan oleh humas The Body Shop itu tidak hanya murni dijalankan oleh pihan The Body Shop itu sendiri melainkan dari stakeholder lainnya.

Strategi Humas Kementerian Pekerjaan Umum Dalam Menyosialisasikan 3R di Komplek Zeni TNI AD Kalibata Timur Rawajati Jakarta Selatan, dilakukan oleh:

Vitha Ayu, NIM: 2008 meneliti tentang strategi Humas Kementerian Pekerjaan Umum dalam menyosialisasikan 3R di komplek Zeni TNI AD Kalibata Timur. Proses yang dijalankan humas kementerian pekerjaan adalah dengan melewati tahapan fact finding, planning, communicating, dan evaluating dimana hal tersebut cukup efektif bagi lingkungan komplek Zeni TNI AD dalam menciptakan lingkungan yang bersih dan sehat.

Dari kedua penelitian dapat disimpulkan bahwa walaupun meneliti tentang strategi namun ada perbedaan dari perumusan masalah, teori dan strategi yang digunakan dari humas masing-masing, peneliti

namun metode dan paradigma yang dipakai sama. Demikian hal itu dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tinjauan Literatur

Strategi Humas

Strategi pada dasarnya adalah cara yang ditempuh untuk dapat mencapai tujuan yang ditentukan. Didalam penelitian ini, penulis menggunakan dasar-dasar strategi yang dilakukan oleh humas, diantaranya adalah: Fact Finding, dalam poin ini biasanya humas mengumpulkan beberapa data yang bersifat faktual dalam langkah awal penentuan strategi yang nantinya akan dipakai, dalam hal ini pihak humas Beatles Indonesia terlihat menggunakan fakta fakta mengenai kurangnya sarana hiburan yang dibutuhkan bagi para penggemar The Beatles dalam menyalurkan hobby ataupun kesukaan mereka akan band legendaris tersebut. Yang kedua adalah Planning, dimana dalam hal ini pihak humas Beatles Indonesia sudah mulai merancang rencana tujuan yang akan dicapai nantinya, dan dengan hal apa tujuan itu dapat diwujudkan, dalam kasus ini penulis menemukan acara Beatles Night lah yang menjadi tujuan dari organisasi tersebut. Selanjutnya adalah Communicatting, dimana proses ini merupakan proses publikasi yang dilakukan oleh Humas Beatles Indonesia dalam mempublikasikan acara Beatles Night melalui media sosial (twitter). Komunikasi pada umumnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang kepada orang lain. Di ddalam pikiran terdapat berupa gagasan, ide, informasi atau opini. Dan perasaan dapat berupa keyakinan, kepastian, kekhawatiran yang muncul dari hati seseorang.

Yang terakhir adalah Evaluating, dimana proses final yang dilakukan oleh seorang Humas dalam mengevaluasi seluruh kegiatan yang telah dilakukan sebelumnya, dalam proses ini pihak humas Beatles Indonesia mengkaji seberapa suksesnya acara Beatles Night yang telah dijalankan.

Pengertian Humas

Humas adalah fungsi manajemen tertentu yang membantu membangun dan menjaga lini komunikasi, pemahaman bersama, penerimaan mutual dan kerja sama antara organisasi dan publiknya.

Rex Harlow mengatakan, "Humas adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerja sama melibatkan manajemen dalam permasalahan atau persoalan,

membantu manajemen mampu menanggapi opini publik mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, bertindak sebagai peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan menggunakan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama." (Ruslan, 1999:17)

Kegiatan utama humas adalah melakukan komunikasi. Dapat dikatakan bahwa humas sebagai staff khusus yang melayani para pemimpin organisasi, khususnya dalam membantu organisasi berkomunikasi dengan publik-publiknya. Humas merupakan fungsi manajemen untuk mencapai target tertentu yang sebelumnya harus merencanakan, mengkomunikasikan, hingga mengevaluasi hasil-hasil apa yang telah dicapainya.

Secara umum dikatakan oleh John E. Marston dalam bukunya modern public relation (New York : Mc Graw-Hill, 1979) sebagai berikut : "Public relations is planned, persuasive, communication designed to influence significant public." (Ruslan, 2008:5-6)

Oleh karena itu, humas merupakan suatu bidang yang memerlukan segi perencanaan yang matang (planned), sama dengan periklanan yang melakukan "komunikasi", yaitu gabungan antara melakukan komunikasi dan sekaligus membujuk (Persuasive). Dalam melakukan kampanye atau propaganda (PR campaign and propaganda), selain untuk mengkampanyekan program kerja, aktivitas dan informasi, tujuan lainnya adalah untuk memperkenalkan, meningkatkan kesadaran atau pengertian dan mencari dukungan publik dari sasaran khalayaknya (target audience), dan sekaligus mempengaruhi serta membujuk sasaran khalayak yang terkait dan dituju (significant public), perkembangan berikutnya dikenal dengan stakeholder (khalayak sasaran yang terkait).

Humas selalu berhubungan dengan penciptaan pemahaman melalui pengetahuan. Melalui kegiatan-kegiatan tersebut diharapkan akan muncul dampak yaitu berupa perubahan yang positif. Alat untuk mencapai keberhasilan itu adalah dengan komunikasi yang dilakukan humas secara terjalin baik, untuk khalayak atau publik internal maupun eksternal. Maka inti dari kegiatan kehumasan adalah melakukan program kegiatan publikasi dan pemberitaan mengenai kondisi suatu organisasi agar hasil kegiatan tersebut diterima publik.

Humas merupakan salah satu bagian dari komunikasi. Dalam humas terjadi sebuah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan tujuan untuk mencapai kesamaan makna. Humas sendiri dapat diartikan sebagai fungsi yang melekat dan tidak

terlepas dari manajemen suatu organisasi. Tujuannya adalah membentuk Goodwill (itikad baik), tolerance (toleransi), mutual symbiosis (saling kerja sama), mutual confidence (saling mempercayai), mutual understanding (saling pengertian), mutual appreciation (saling menghargai), serta untuk memperoleh opini public yang menguntungkan, citra dan reputasi positif berdasarkan prinsip-prinsip hubungan harmonis, baik hubungan ke dalam maupun ke luar.

Tetapi sebagai suatu profesi, di dalam melaksanakan tugas-tugasnya humas seperti juga profesi-profesi lainnya, baik dalam bidang pemerintahan maupun bidang social, tidak boleh lepas dari faktor integritas sebagai landasan utamanya. Sesuai yang ditemukan oleh Howard Stephenson dalam bukunya *Hanbook of Public Relations* yang mengartikan bahwa "Suatu bidang belum dapat disebut unsur-unsur yang sangat diperlukan dalam suatu profesi, yaitu mempunyai integritas dan dedikasi untuk memperhatikan kebutuhan-kebutuhan publik dan menghormati kepentingan mereka sebagai manusia." (Abdurrahman, 2001:17)

Secara umum komunikasi kelompok dapat diartikan sebagai suatu proses pertukaran makna antara orang-orang yang saling berkomunikasi pengertian proses mengacu pada perubahan dan tindakan yang berlangsung terus menerus. Komunikasi kelompok merupakan suatu pertukaran tindakan yaitu yang menyampaikan dan menerima pesan secara timbal balik. Sedangkan makna adalah sesuatu yang dipertukarkan dalam proses tersebut, yaitu kesamaan pemahaman antara orang-orang yang berkomunikasi terhadap pesan-pesan yang digunakan dalam proses komunikasi.

Definisi International Public Relation Association (IPRA) menyatakan bahwa "Hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen (management function). Ini menunjukkan bahwa hubungan masyarakat bukan alat manajemen yang dapat diadakan, dipindahkan, dan di tiadakan, melainkan fungsi yang melekat menjadi satu dengan manajemen." (Effendy, 2005:135)

Dalam menjalankan fungsi sebagai humas, ia perlu memperhatikan kedua publiknya, yaitu internal dan eksternal relations, dimana kedua unsur inilah yang sangat penting bagi keberadaan suatu organisasi ataupun instansi swasta maupun pemerintahan. Oleh karena itu, seorang humas itu harus mampu menjembatani antar kepentingan dari kedua belah pihak agar tercipta suatu hubungan yang harmonis, inilah yang disebut sebagai tugas utama seorang humas.

Sasaran hubungan masyarakat adalah sasaran komunikasi manajemen. Dalam usaha mencapai tujuan manajemen secara efektif, manusia-manusia yang

menjadi sasaran hubungan masyarakat dibagi menjadi dua kelompok besar, disebut khalayak dalam dan khalayak luar.

Hubungan ke dalam

Hubungan ke dalam adalah hubungan dengan para karyawan (employee relations), merupakan suatu kekuatan yang hidup dan dinamis, yang dibina dan diabadikan dalam bentuk hubungan dengan perseorangan sehari-hari. Jadi pemimpin organisasi atau kepala humas kerjanya tidak hanya duduk di kantor, melainkan harus berkomunikasi langsung dengan para karyawan. Ia harus senantiasa mengadakan kontak pribadi (personal contact)

Hubungan keluar

Biasa disebut dengan *external relations*, hubungan ini dilakukan dengan khalayak di luar organisasi. Khalayak mana saja yang harus menjadi sasaran pembinaan hubungan bergantung pada sifat dan ruang lingkup organisasi itu sendiri. Ada beberapa khalayak yang sama-sama menjadi sasaran kegiatan semua organisasi sehingga harus senantiasa menjalin hubungan." (Effendy, 2004:135)

Hubungan yang dilakukan oleh Humas Beatles Indonesia adalah hubungan ke dalam dan keluar. Hubungan kedalam yang dilakukan oleh Humas Beatles Indonesia hanya sebatas memberikan informasi mengenai akan diselenggarakan acara-acara yang dimiliki oleh fanbase Beatles Indonesia.

Peranan Humas

Peranan praktisi Humas menurut Broom and Smith :

"Expert Preciber Communication

Praktisi humas dianggap sebagai orang yang ahli. Dia menasehati pimpinan perusahaan atau organisasi

Problem solving process facilitator

Yakni peranan sebagai fasilitator dalam proses pemecahan masalah. Pada peranan ini petugas humas melibatkan diri atau dilibatkan dalam setiap manajemen (krisis).

Communication facilitator

Peranan tugas humas sebagai fasilitator komunikasi antara perusahaan atau organisasi dengan publik. Baik dengan publik eksternal maupun internal. Sebagai jembatan komunikasi anatara publik dengan perusahaan. Sebagai media atau penengah bila terjadi *misscommunication*.

Berdasarkan Broom dan Smith, Humas Beatles Indonesia termasuk Communication Facilitator.

Fungsi Humas dalam penerapannya adalah sebagai berikut:

Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.

Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik internal dan eksternal.

Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya dan menyalurkan opini publik kepada organisasi

Melayani publik dan menasihati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.

Operasionalisasi dan organisasi publik relation adalah bagaimana membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya, untuk mencegah terjadinya rintangan psikologis, baik yang ditimbulkan dari pihak organisasi maupun dari pihak publiknya.” (Ruslan, 2008:9)

Penulis melihat di Fanbase Beatles Indonesia terdapat Humas yang sehubungan fungsi Humas diatas.

Tugas Humas:

Tugas Humas secara umum adalah sebagai berikut: ”Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis melalui gambar (visual) kepada publik, supaya publik mempunyai pengertian yang benar tentang organisasi atau perusahaan, tujuan serta kegiatan yang dilakukan.

Memonitor, merekam, dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum masyarakat, disamping itu menjalankan dan bertanggung jawab terhadap kehidupan kita bersama dengan lingkungan.

Memperbaiki citra organisasi. Bagi humas menyadari citra yang baik tidak hanya terletak pada bentuk gedung, persentasi, publik dan seterusnya, tetapi terletak pada (1) bagaimana organisasi bisa mencerminkan organisasi yang dapat dipercaya memiliki kekuatan, mengadakan perkembangan secara berkesinambungan yang selalu dibuka untuk dikontrol, dievaluasi (2) dapat dikatakan citra merupakan komponen yang kompleks.

Tanggung jawab sosial. Humas merupakan instrument untuk bertanggung jawab terhadap semua kelompok yang berhak.

Komunikasi. Humas mempunyai bentuk komunikasi yang khusus, komunikasi timbal balik, maka pengertian komunikasi menjadi modalnya”. (Assumpta, 2002:34)

Penulis melihat di Fanbase Beatles Indonesia, bahwa tugas Humas adalah bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi yang penting mengenai

program Beatles Indonesia dan memberi masukan anggota fanbase lainnya, serta melakukan komunikasi timbal balik.

Media Baru

Dalam bukunya Teori Komunikasi Massa, Stanley J. Baran dan Dennis K. Davis menyebutkan “perkembangan teknologi komunikasi yang sedang berlangsung, membentuk komunikasi massa yang kuat dan secara bersamaan mampu mengirimkan pesan ke setiap orang di bumi.

Teori komunikasi massa kontemporer pun berevolusi, dan sedang berevolusi untuk mengakomodasi pergerakan yang cepat dan perubahan yang kuat dalam hubungan antara perkembangan khalayak serta teknologi komunikasi. Bahkan teori komunikasi massa dilansir berakhir karena kehadiran media baru seperti internet. Menurut Chaffee dan Metzger, media baru akan mengakhiri komunikasi massa dan secara fundamental mengubah bagaimana media akan disusun, digunakan, dan dikonsepsikan pada abad ke 21.

Hal tersebut menggambarkan bahwa teknologi komunikasi berkembang sangat pesat. Revolusi komunikasi pun terjadi, sehingga menghasilkan suatu peredaran messages yang saat ini bisa dikatakan menjadikan suatu fenomena yang sangat cepat pula. Ini semua terjadi ketika media baru tersebut muncul.

Dunia Digital

Ketika kehidupan manusia mengenal adanya computer, saat itulah manusia mulai berkenalan dengan dunia digital. Kata digital berasal dari kata digitus, dalam bahasa Yunani berarti jari jemari. Digital merupakan penggambaran dari suatu keadaan bilangan yang terdiri dari angka 0 dan 1 atau off dan on yang disebut bilangan biner.

Hampir semua sistem computer menggunakan sistem digital sebagai basis datanya. Dunia digital kini mengevolusi hampir setiap aspek didalam kehidupan manusia. Saat ini bisa dikatakan kehidupan manusia tak luput dari penggunaan yang serba digital. Pendigitalisasian sudah menjadi hal yang biasa dan mendarah daging. Mungkin ketika radio didigitalisasikan, saat itu digital masih terasa baru dan dianggap luar biasa. Tetapi saat ini, hal itu tak lagi luar biasa atau dianggap biasa saja karena sekarang hampir semua bidang dalam kehidupan manusia dan bahkan sudah didigitalisasikan. Dari radio, kamera, televisi, sampai pendigitalisasian SPBU, sistem pendataan di perpajakan, dan pendataan buku-buku di perpustakaan. Semakin hari, teknologi menjadi semakin cepat juga

dalam perkembangannya.

Dilihat dari aspek komunikasi, digitalisasi mempunyai dampak yang besar. Digitalisasi mampu mengevolusi media-media komunikasi yang lebih dulu ada, sehingga dapat meningkatkan dan mempermudah penggunaannya sebagai media komunikasi bagi manusia. Media komunikasi seperti telepon, fax, dan tentunya internet kini berbasis digital.

Perkembangan teknologi digital akan terus memperbaharui media-media komunikasi yang ada. Siapa yang menyangka bahwa dahulu telepon yang menggunakan kabel, kini bisa dibawa kemana saja tanpa harus terhubung dengan kabel, bahkan juga dilengkapi dengan buku telepon, radio internet, bahkan televisi. Begitu juga computer, saat ini bisa dibawa kemana saja serta dapat mengakses berbagai macam situs kapanpun dan dimanapun. Teknologi digital memberikan akses-akses bagi media komunikasi yang ada untuk saling berintegrasi dan mengefektifkan penggunaannya.

Media Baru dalam Interaksi Manusia

Kehidupan komunikasi manusia telah berubah dengan adanya teknologi diital, media komunikasi mengalami perkembangan yang luar biasa. Media-media yang ada kini berintegrasi sehingga memunculkan banyak media baru. Media baru adalah semua bentuk media komunikasi yang serba digital. Kehadiran teknologi digital merupakan titik awal lahirnya media baru. Beberapa media baru adalah internet.

Andrew L. Shapiro mengatakan bahwa “emergence of new, digital technologies signals a potentially radical shift of who is in control of information, experience and resources (dengan adanya kemunculan media baru yang menggunakan teknologi digital, mengisyaratkan akan terjadi pergeseran yang sangat radikal antara siapa yang mengendalikan kendali akan informasi, pengalaman, dan sumber daya).

Interaktivitas telah menjadi istilah untuk sejumlah pilihan media baru yang berkembang dari penyebaran cepat jalur akses internet, digitalisasi media, dan konvergensi media. Definisi interaktifitas menggantikan komunikasi satu arah pada media massa konvensional dengan kemungkinan komunikasi dua arah dari web. Setiap individu dengan teknologi tepat guna sekarang dapat menghasilkan media online-nya dan termasuk gambar, teks, dan yang lainnya.

Perkembangan teknologi media baru adalah metode baru bagi untuk berbagai pekerjaan mereka dan berinteraksi dengan dunia besar. Unsur lain dalam interaktivitas termasuk radio dan televisi, surat untuk editor, partisipasi pendengar dalam program tersebut, komputer dan program-program aplikasi teknologi.

Perkembangan teknologi media baru adalah metode baru bagi untuk berbagai pekerjaan mereka dan berinteraksi dengan dunia besar. Unsur lain dalam interaktivitas termasuk radio dan televisi, surat untuk editor, partisipasi pendengar dalam program tersebut, computer dan program-program aplikasi teknologi.

Rice mendefinisikan media baru sebagai “communication technologies that enable or facilitate user-to-user interactivity and interactivity between user and information (teknologi komunikasi yang memberikan akses dan memfasilitasi terciptanya interaktifitas dari pengguna ke pengguna dan interaktifitas antara pengguna dan informasi).”

Media baru seperti internet telah mengganti model komunikasi tradisional dari satu orang kepada banyak orang dengan kemungkinan untuk dari banyak orang kepada banyak orang melalui komunikasi web.

Seorang individu dengan teknologi yang tepat, kini akan dapat menghasilkan media onlinenya sendiri yang berisikan gambar-gambar, suara, dan teks, sesuai dengan keinginannya. Interaksi pada media baru kini menjadi semakin nyata. Seseorang yang menerima surat elektronik atau email dari orang lain, kini dapat dengan instan menerima email tersebut dan mengirim balasannya dengan segera. Dengan adanya media baru, maka era media komunikasi interaktif telah dimulai.

Internet dan World Wide Web

Teknologi Informasi telah membuka mata dunia akan sebuah dunia baru, interaksi baru, market place baru, dan sebuah jaringan bisnis dunia yang tanpa batas. Disadari betul bahwa perkembangan teknologi yang disebut internet telah mampu merubah komunikasi. Kini masyarakat modern menggunakan internet sebagai perpanjangan komunikasi mereka dikehidupan nyata. Individu-individu saling berkirim email, chatting, menelusuri web, berbagi file dan informasi, serta banyak hal lainnya.

Internet (kependekan dari kata Interconnected Networking) ialah rangkaian computer yang terhubung didalam beberapa rangkaian. Manakala Internet (huruf ‘I’ besar) ialah sistem computer umum yang terhubung secara global dan menggunakan TCP/IP (Internet Protocol) sebagai protocol pertukaran paket (packet switching communication protocol).

Internet dapat diartikan sebuah jaringan komputer luas dan besar yang mendunia yaitu menghubungkan penggunaan komputer dari suatu Negara ke Negara lain di seluruh dunia, dimana didalamnya terdapat sumber informasi dari mulai yang statis hingga yang dinamis dan interaktif.

World wide web yang juga dikenal dengan sebutan web merupakan sebuah sistem informasi yang dapat diakses melalui computer lain secara cepat dan tepat. Sekarang ini, web menggunakan metafora ‘halaman’ dan penggunaannya dapat membuka halaman perhalaman hanya dengan mengklik mouse dengan menyorot kata atau letak sebuah halaman. Halaman yang berbeda tersebut bisa jadi ada di computer yang berbeda di seluruh dunia. Perpindahan dalam web dibuat lebih sederhana bagi penggunanya sejalan dengan perkembangan software untuk membawa web seperti mozaik dan Netscape.

Situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi, gambar gerak, suara, dan atau keduanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis serta membentuk satu rangkaian bangunan saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan link.

Dewasa ini internet menjadi telah tumbuh sedemikian besar dan berdaya sebagai alat informasi dan komunikasi yang tak dapat diabaikan. Internet menjadi perkakas sempurna untuk menyiagakan dan mengumpulkan sejumlah besar orang secara elektronik. Informasi mengenai suatu peristiwa tertentu dapat ditransmisikan secara langsung, sehingga membuatnya menjadi suatu peralatan meriah yang sangat efektif.

Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, penulis menjelaskan konsep dasar yang memiliki keterkaitan dengan masalah pokok penelitian. Konsep dasar yang digunakan dengan menggunakan bagan sebagai kerangka untuk berfikir. Yang terdiri dari Strategi Humas Beatles Indonesia dalam Mempublikasikan Acara Beatles Night Melalui Media Sosial (Twitter).



Sumber : Sugiyono, Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R & D, CV. Alfabeta Bandung, 2004.

Penjelasan Bagan Kerangka Pemikiran

Publikasi acara Beatles Night melalui media sosial (Twitter)

Media sosial (twitter) sebagai sarana untuk berinteraksi antar manusia, digunakan juga sebagai wadah untuk menginformasikan berbagai kegiatan dan acara yang digunakan oleh suatu perusahaan atau organisasi.

Media sosial pada dasarnya adalah interaksi komunikasi yang dilakukan antara dua orang atau lebih dan menciptakan arus komunikasi yang interaktif dan komunikatif.

Strategi Humas Beatles Indonesia

Strategi yang dilakukan oleh Humas Beatles Indonesia pada dasarnya bertujuan untuk mendukung program-program yang telah disusun atau ditetapkan oleh Beatles Indonesia. Sehingga kegiatan publikasi yang dilakukan oleh Humas tersebut menjadi salah satu bagian dari strategi yang dijalankan.

Dunia digital

Manusia pada dasarnya mengikuti perkembangan teknologi yang ada, jelas hal tersebut berdampak pada penyaringan informasi-informasi yang didapat dari dunia digital sekarang ini.

Hal tersebut selaras dengan perkembangan twitter yang mempermudah manusia dalam melakukan interaksi tentang berbagai kegiatan dan pertukaran informasi disamping fungsinya sebagai media sosial.

Media Baru dalam Interaksi Manusia

Interaksi manusia pada masa ke masa mengalami perubahan yang cukup signifikan, jelas hal tersebut semakin dinamis dengan adanya media-media sebagai alat perantara komunikasi yang semakin menjadikan arus komunikasi lancar dan bersifat dua arah.

Penggunaan media yang tepat akan mendukung proses publikasi dimana hal tersebut sangat penting dalam kesuksesan suatu acara.

Dalam mempersiapkan suatu acara baik organisasi, perusahaan atau badan lainnya pasti sudah memiliki target audience sehingga secara otomatis akan memiliki strategi yang dijalankan dalam mencapai tujuan tersebut.

Dari strategi yang dilakukan oleh Beatles Indonesia, jelas pemilihan media yang tepat akan dapat mendukung terselenggaranya acara yang menjadi tujuan awal, media sosial yang menjadi target dari Beatles Indonesia mengingat kemudahan yang akan di dapat melalui media sosial dalam menyerap berbagai data

dan informasi, dengan cara menshare melalui timeline acara-acara yang rutin diadakan oleh beatles indonesia hingga berbagai informasi yang berhubungan dengan The Beatles maupun beatles indonesia itu sendiri.

Paradigma Penelitian

Paradigma dapat didefinisikan bermacam-macam, tergantung pada sudut pandang yang digunakan. Istilah paradigma sebenarnya mengarah pada pernyataan yang menerangkan bagaimana dunia dan kehidupan dipersepsikan (Poerwandari, 2007:19). Menurut Harmon, paradigma dapat didefinisikan sebagai cara mendasar untuk mempersepsi, berpikir, menilai dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu secara kusus tentang visi realitas (Moleong, 2005:49).

Jenis-jenis paradigma lainnya, seperti paradigma positivisme, merupakan sebuah proses linier atau proses sebab akibat yang mencerminkan upaya pengirim pesan untuk mengubah pengetahuan penerima pesan yang pasif (Ardianto, 2009), paradigma kedua yaitu post-positivisme, yaitu penelitian bertujuan menjelaskan prediksi dan kontrol, bebas nilai dan ilmuwan yang tidak berpihak, yang ketiga adalah konstruktivisme, yaitu paradigma ini memandang bahwa kenyataan itu hasil konstruksi atau bentukan dari manusia itu sendiri. Kenyataan itu bersifat ganda, dapat dibentuk, dan merupakan satu keutuhan. Yang terakhir adalah teori kritis (critical theory) yang memandang bahwa kenyataan itu sangat berhubungan dengan pengamat yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain serta nilai-nilai yang dianut oleh pengamat tersebut turut mempengaruhi fakta dari kenyataan tersebut.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan paradigma Postpositivisme, dikarenakan penulis terjun langsung di lapangan untuk meneliti segala fakta yang terjadi di lingkungan penelitian. Penelitian ini bertujuan menjelaskan prediksi dan kontrol, bebas nilai dan ilmuwan yang tidak berpihak karena paradigma ini sesuai dengan apa yang peneliti lakukan dan peneliti alami. Paradigma Postpositivisme mengajarkan penulis untuk menilai penelitian ini bersifat objektif, tidak melebihkan atau mengurangi apa yang peneliti lihat dan peniliti ketahui dari narasumber yang ikut membantu dalam penelitian ini

Metode Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang mengacu pada strategi humas dalam mempublikasikan acara, maka metode yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologis. Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian

dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia.

Penelitian kualitatif diharapkan mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan, dan atau perilaku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, dan atau organisasi tertentu dalam suatu seting konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif, dan holistik". (Moleong, 2005:6)

"Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam atau suatu data yang mengandung makna. Menurut Moleong pada dasarnya landasan teoritis dari penelitian kualitatif itu bertumpu secara mendasar pada studi kasus". (Moleong, 2005:14) Oleh karena itu penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus karena terkait langsung dengan gejala-gejala yang muncul di sekitar lingkungan manusia yang terorganisasikan dalam satuan pendidikan formal. Teori fenomenologis membagi tentang isu-isu bahasa sejauh manakah diberikan kepada peranan utama dalam membentuk pengalaman. Selain itu pandangan fenomenologis berusaha memahami arti peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap orang-orang yang berada dalam situasi-situasi tertentu. Dengan kata lain fenomenologis melihat kebenaran sesuatu itu dapat diperoleh dengan cara menangkap fenomena atau gejala yang memancar dari objek yang diteliti.

Penelitian Dilakukan dengan Pendekatan Fenomenologi

Istilah fenomenologi sering digunakan sebagai anggapan umum untuk menunjuk pada pengalaman subjektif dari berbagai jenis dan tipe subjek yang ditemui. Analisis fenomenologis berusaha mencari sesuatu untuk menguraikan ciri-ciri 'duniannya', seperti apa aturan-aturan yang terorganisasikan, dan apa yang tidak, dan dengan aturan apa objek dan kejadian itu berkaitan". (Moleong, 2005:35)

Fenomenologi bersifat kualitatif-interpretatif, yaitu dimana pada metode ini, peneliti memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi subjektifitas subjek yang ditelitinya sehingga didapat bagaimana pemahaman dan makna objek yang diteliti bagi subjek, dan digabungkan dengan fakta dan realitas yang ada sehingga kemudian akan dapat suatu hasil bagi penelitian tersebut. Penelitian ini juga bergantung pada bagaimana peneliti dapat menginterpretasikan secara baik informasi yang diterima dengan fakta yang ada.

Penelitian yang menggunakan pendekatan fenomenologis berusaha untuk memahami makna

peristiwa serta interaksi pada orang-orang dalam situasi tertentu. Pendekatan ini menghendaki adanya sejumlah asumsi yang berlainan dengan cara yang digunakan untuk mendekati perilaku orang dengan maksud menemukan "fakta" atau "penyebab".

Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Lexy J Moleong, metode penelitian kualitatif, 2009) teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif meliputi:

Wawancara Mendalam (Indepth Interview), menggunakan pedoman Wawancara terstruktur terhadap beberapa key informan. Wawancara ini merupakan percakapan atau tanya jawab dengan maksud dan tujuan tertentu. Pada metode ini antara peneliti dengan key informan melakukan tatap muka secara langsung untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam menjelaskan fokus penelitian.

Observasi atau pengamatan

Observasi dilakukan dengan cara peneliti terjun langsung ke tempat dengan melihat kondisi objek penelitian selama berada tempat penelitian.

Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi disini peneliti melihat dokumen yang berkaitan dengan fokus penelitian yang terdapat pada hipotesis kerja. Serta pengambilan beberapa gambar atau fakta, juga merekam semua percakapan dalam wawancara sebagai bukti melengkapi data dan pengecekan kebenaran data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara

Subjek dan Objek Penelitian

Dalam proses penelitian ini terdapat beberapa subjek yang dijadikan sebagai narasumber dan key person guna menunjang hasil penelitian. Dalam penelitian ini terdapat 2 orang narasumber, yaitu Galih aldyanantoro sebagai humas the Beatles Indonesia dan Randy Suwandi sebagai admin the beatles indonesia. Objek penelitian ini adalah the beatles indonesia sebagai salah satu fan base terbesar di Indonesia.

Teknik Analisis Data

Setelah memperoleh data-data yang berhubungan dengan permasalahan selanjutnya dilakukan pengelompokan-pengelompokkan data dan menyeleksi data yang ada sehingga sesuai dan berhubungan dengan pokok permasalahan. Teknik analisis data merupakan proses pengorganisasian dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan saluran uraian dasar sehingga

ditemukan data yang seperti disarankan.

Sedangkan proses analisis dalam penelitian ini menggunakan data hasil dari wawancara, observasi maupun studi kepustakaan yang dilaksanakan. Langkah-langkah analisis yang dilakukan, yaitu :

Mengumpulkan dan mencatat semua informasi dan kejadian yang relevan kemudian mempelajari serta memahami untuk kemudian mendapatkan definisi-definisi yang mendalam dari data yang diperoleh.

Dari data yang bermakna tersebut kemudian dikembangkan dan berkaitan dengan tema kajian secara sistematis dan konsisten sehingga mendapatkan pemahaman yang aktual.

Kemudian dari temuan-temuan kajian yang sudah dikembangkan berdasarkan kerangka teori, maka tersusunlah penjelasan secara deskriptif dan

diformulasikan ke dalam kesimpulan sebagai rumusan hasil penelitian. (Moleong, 2009 :178)

Keabsahan Penelitian

Untuk mengetahui keabsahan data peneliti melakukan langkah-langkah sebagai berikut.

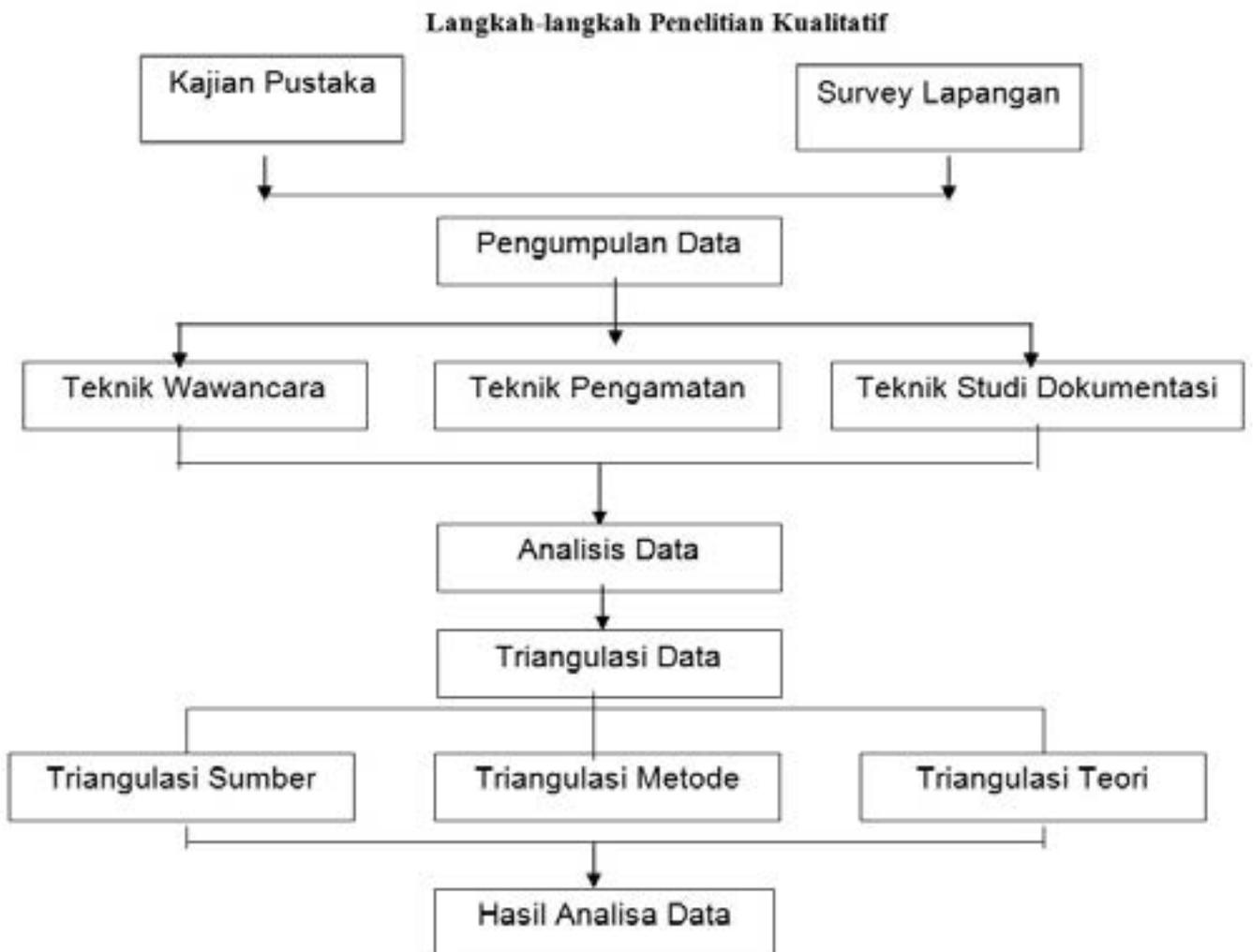
Representasi waktu

Dalam melakukan penelitian menggunakan waktu selama tahun 2013.

Kredibilitas data

Dalam bukunya Moleong menjelaskan cara untuk menguji kredibilitas data dengan diperiksa kembali tentang Triangulasi.

Triangulasi sumber berarti membandingkan dan



Gambar 2 Langkah-langkah penelitian kualitatif

Sumber: hasil sintesa penulis berdasarkan tahapan penelitian h. 60

mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif.

Triangulasi metode; penggunaan sejumlah metode dalam suatu penelitian dilakukan pengecekan kembali derajat kepercayaan dari penemuan hasil penelitian beberapa instrumen pengumpulan data atau dilakukan juga pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.

Triangulasi teori; berdasarkan anggapan fakta tertentu tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih teori". (Moleong, 2005: 178-179)

Kriteria signifikansi

Menuliskan secara lengkap termasuk kutipan langsung hasil wawancara dengan responden atau catatan tentang apa yang dilakukan peneliti selama pengamatan, serta kejadian-kejadian yang berkaitan dengan pemberian makna dan fenomena konkrit dalam bahasa partisipan.

Kriteria Komprehensif

Untuk mendapatkan sumber informasi alternatif dalam menentukan syarat dan koherensi penelitian, peneliti mengambil data dengan wawancara komprehensif yang menghasilkan pernyataan positif dengan hasil penelitian.

Analisis Kasus Negatif

Kasus negatif adalah kasus yang tidak sesuai atau berbeda dengan hasil penelitian hingga pada saat tertentu. Peneliti mencari data yang berbeda atau bahkan bertentangan dengan data yang diperlukan. Bila tidak ada lagi data yang berbeda atau bertentangan dengan temuan, berarti data yang ditemukan sudah dapat dipercaya.

Memberi Check

Memberi check adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Tujuan memberi check adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dan apa yang diberikan oleh pemberi data. (Moleong, 2009 : 176)

Deskripsi Hasil Penelitian

Pengetahuan peneliti mengenai strategi humas dalam mempublikasikan acara Beatles Night melalui media twitter ini merupakan cara yang efektif diambil oleh seorang humas dalam menyebarkan informasi. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara untuk mendapatkan data.

Dimana strategi yang dipilih merupakan strategi yang efektif dan efisien yang digunakan dalam penyebarluasan informasi yang akan dituju dan disampaikan kepada khalayak, dimana dari segi biaya sangat amat ekonomis dan gratis dan dari segi ketepatan dan kecepatan data sangat cepat, hal inilah yang coba dideskripsikan oleh penulis kedalam hasil penelitian melalui wawancara terhadap beberapa key informan.

Setelah melakukan wawancara mendalam (in-depth interview) dengan Galih Aldyanantoro selaku humas beatles indonesia, langkah selanjutnya dalam penelitian ini adalah analisis data. Analisis data adalah "proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.

Adapun beberapa poin awal yang di dapat penulis untuk analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pelaksanaan publikasi yang dilakukan melalui Timeline dengan cara menyampaikan informasi dan data data yang berhubungan dengan The Beatles ataupun Beatles Indonesia itu sendiri guna memberikan informasi yang jelas kepada masyarakat luas, dalam hal ini adalah para penggemar The Beatles yang tergabung dalam Beatles Indonesia untuk dapat mengetahui program dan kegiatan apa saja yang akan diselenggarakan.

Strategi humas yang dilakukan dalam publikasi melalui media twitter yang efektif dengan cara menyebarkan berbagai data dan informasi kepada masyarakat yang mampu dengan mudah menyerap informasi dan merupakan salah satu cara yang efektif untuk menyebarkan informasi.

Analisis Data

Strategi Humas Beatles Indonesia dalam Mempublikasikan acara Beatles Night Melalui Media Sosial Twitter

Dalam sebuah organisasi peran seorang humas sangat penting karena humas harus mampu menghubungkan setiap komunikasi, baik komunikasi satu arah ataupun komunikasi dua arah. Humas diharapkan menjadi "penghubung orang" bagi organisasi. Peran humas dalam sebuah organisasi adalah untuk memberikan kredibilitas kepada organisasi tersebut. Secara identik humas adalah mengiklankan, mempublikasikan, dan dapat merencanakan strategi pemasaran. Tujuan dari aktivitas humas adalah untuk mencapai goodwill, kepercayaan, pengertian, dan pandangan yang baik dari masyarakat. Kegiatan Beatles Night yang

diselenggarakan oleh Beatles Indonesia ini memiliki tujuan untuk mewadahi para fans The Beatles yang rindu akan karya-karya fenomena yang dibawakan oleh The Beatles, selain itu juga untuk membeatlemaniakan masyarakat dan memasyarakatkan The Beatles.

Sesuai dengan obyek penelitian ini yang memfokuskan pada aktifitas publikasi Humas Beatles Indonesia dalam mempublikasikan program Beatles Night melalui media social twitter, maka penulis akan menjabarkan strategi publikasi Humas Beatles Indonesia dalam menjalankan strategi komunikasinya.

Strategi pada hakikatnya merupakan rencana tindakan yang bersifat umum, berjangka panjang (berorientasi ke masa depan), dan cakupannya luas. Oleh karena itu, strategi biasanya dirumuskan dalam kalimat yang kandungan maknanya sangat umum dan tidak merujuk pada tindakan spesifik atau rinci. Namun demikian, dalam strategi pengelolaan tidak berarti bahwa "tindakan rinci dan spesifik" yang biasanya dirumuskan dalam suatu program kerja tidak harus disusun. Sebaliknya, program-program kerja tersebut harus direncanakan pula dalam proses strategi pengelolaan dan bahkan harus dapat dirumuskan atau diidentifikasi ukuran kinerjanya. Kegagalan dalam merumuskan ukuran kinerja yang sesuai, seringkali menjadi penyebab kegagalan organisasi dalam mencapai misinya.

Seperti apa yang kita ketahui bahwa peranan humas adalah memberikan dan menyebarkan informasi kepada masyarakat luas. Selain menyebarkan informasi, humas juga sangat berperan penting dalam terselenggaranya suatu acara. Seorang humas diharapkan dapat mengkomunikasikan informasi kepada masyarakat luas dengan maksud apa yang menjadi pesan dari informasi tersebut.

Dapat tersampaikan secara jelas. Strategi atau cara setiap humas dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat luas itu berbeda-beda, seorang humas memiliki caranya sendiri untuk memberikan informasi dan seorang humas dituntut untuk memiliki strategi yang dapat menarik khalayak.

The Beatles merupakan band fenomenal dari Liverpool, Inggris. Pada tahun 1960. Band yang dipimpin oleh John Lennon ini memiliki 4 personel, yaitu John Lennon itu sendiri, Paul Mc.Cartney, George Harrison, dan Ringgo Star. Band yang melegenda ini telah menciptakan musik yang sangat berarti bagi begitu banyak orang diseluruh dunia, bahkan lebih dari 30 tahun setelah band ini bubar.

The Beatles sendiri memiliki banyak fanbase yang tersebar diseluruh dunia. Bahkan di Indonesia pun memiliki fanbase dari The Beatles itu sendiri, yaitu

Beatles Indonesia. Fanbase ini sering mengadakan acara. Dari acara musik yang membawakan lagu-lagu The Beatles, Gathering para anggota Beatles Indonesia bersama para fans The Beatles lainnya atau hanya sekedar sharing hal-hal yang berkaitan dengan The Beatles itu Sendiri.

Dari setiap acara yang diselenggarakan oleh Beatles Indonesia, publikasi merupakan kegiatan yang sangat penting dalam tercapainya suatu acara. Kegiatan publikasi ini mencakup sosialisasi atau pemberitahuan informasi mengenai terselenggaranya acara tersebut.

Dengan hadirnya sosial media sekarang ini, memudahkan masyarakat dalam mengungkapkan ataupun mengaktualisasikan dirinya dalam masyarakat, serta menjalin hubungan dengan kerabat, saudara, maupun teman. Kontak sosial pun beralih dari offline menjadi online. Peralihan ini diperoleh oleh sebagian besar golongan masyarakat karena kemudahan, kepraktisan, serta kecepatan dari sosial media online.

Media yang dipergunakan Humas Beatles Indonesia dalam mempublikasikan setiap acara yang diselenggarakan oleh Beatles Indonesia adalah Twitter. Media sosial twitter ini menjadi media utama Beatles Indonesia dalam menyebarkan informasi. Mulai dari informasi tentang Beatles itu sendiri, sampai acara-acara yang akan diadakan oleh Beatles Indonesia. Salah satu kegiatan rutin yang diadakan Beatles Indonesia adalah Beatles Night. Beatles Night merupakan suatu acara musik yang membawakan lagu-lagu Beatles, yang dibawakan oleh Lonely hearts Club Band.

Berdasarkan hasil wawancara dengan dua narasumber, yaitu Galih Aldynantoro selaku Humas Beatles Indonesia dan Randy Suwandi selaku Admin Beatles Indonesia, strategi yang merupakan suatu cara dalam melaksanakan setiap kegiatan yang ingin dicapai oleh suatu organisasi ini sesuai dengan kutipan wawancara terhadap key informan Galih Aldynantoro, Humas THE Beatles Indonesia, menjelaskan:

"Strategi merupakan cara atau tindakan dan pedoman yang dilakukan oleh organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan setiap organisasi tersebut."

Menurut Randy, selaku admin Beatles Indonesia menjelaskan:

"Bahwa strategi adalah cara yang akan kita pakai atau gunakan dalam melakukan suatu hal atau kegiatan yang tentu saja tujuannya mencapai keberhasilan."

Berdasarkan hasil wawancara dan hasil pengamatan dengan dua narasumber diatas, strategi merupakan cara atau tindakan yang dilakuka oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuan organisasi yang diinginkan.

Dalam hal strategi ini, ada beberapa strategi yang dilakukan oleh Beatles Indonesia, seperti strategi publikasi yang dilakukan oleh organisasi ini, strategi publikasi dalam acara Beatles Night ini melalui media social twitter, Media sosial twitter dirasa mampu untuk menyebarluaskan informasi karena sekarang ini twitter menjadi media social yang sering digunakan oleh setiap orang. Twitter juga merupakan media sosial dimana seseorang bebas mengungkapkan apa saja melalui pesan singkat yang ditulis ke dalam 140 karakter. Melihat fenomena dari twitter ini maka Humas Beatles Indonesia menggunakan twitter sebagai strategi dalam mempublikasikan acara Beatles Night. hal ini sesuai dengan yang dipaparkan oleh Galih, yaitu:

“Kami biasanya mempublikasikan acara Beatles Night melalui media social twitter, karena kami rasa twitter merupakan media social yang sering digunakan oleh anak muda pada masa sekarang ini.”

Hal senada diungkapkan oleh Randy, yang mengatakan bahwa:

“Melalui media social yang pada zaman sekarang menjadi fenomena yang sangat dahsyat dari media social itulah biasanya menyebar dari mulut ke mulut.”

Peran yang dijalankan Humas Beatles Indonesia selama proses komunikasi dalam mempublikasikan acara Beatles Night melalui media social (twitter)

Humas adalah fungsi manajemen tertentu yang membantu membangun dan menjaga lini komunikasi, pemahaman bersama, penerimaan mutual dan kerja sama antara organisasi dan publiknya. Humas juga merupakan kunci keberhasilan suatu organisasi dalam mempublikasikan suatu kegiatan atau acara yang akan dilaksanakan suatu organisasi. Humas haruslah berhasil dalam menjalankan setiap kegiatan kehumasan nya yaitu keberhasilan proses komunikasi dan berhasil mengkomunikasikan dan mempublikasikan acara yang akan diselenggarakan. Humas Beatles Indonesia menggunakan media twitter sejak tanggal 2 Februari 2012. Humas Beatles Indonesia memilih media twitter dalam mempublikasikan semua acara dan kegiatan yang akan diselenggarakan acara Beatles Indonesia karena media twitter mudah untuk diakses oleh siapapun, jadi kami putuskan untuk fokus mempublikasikannya melalui twitter, tetapi jika memang nantinya media twitter dirasa kurang, kami akan menggunakan media lain untuk mempublikasikan setiap kegiatan Beatles Indonesia.

Melalui media twitter ini Humas Beatles Indonesia memberikan informasi berupa tentang biography masing-masing personil the Beatles secara personal dan informasi tentang music The Beatles dan fakta-

fakta yang fenomenal mengenai The Beatles. Dalam menjalankan tugasnya sebagai seorang humas, Galih mengatakan bahwa banyak hal-hal positif dari twitter dalam menyebarluaskan informasi tetapi Galih juga mengalami kendala dalam menggunakan twitter ini, seperti yang diungkapkannya kepada saya, yaitu:

“Kami merasa media twitter belum cukup untuk mempublikasikan acara Beatles Night karena belum semua orang menggunakan acc twitter, sehingga kami harus memikirkan cara lain untuk dapat menjangkau semua lapisan masyarakat.”

Hal senada diungkapkan oleh Randy yang merupakan admin Beatles Indonesia yang juga mengurus account twitter Beatles Indonesia, Randy mengatakan bahwa:

“Seiring perkembangannya nanti pasti ada penyebarluasan media yang akan kita lakukan, karena media twitter masih sangat kurang untuk menyebarluaskan informasi.”

Dalam hal ini jelas terlihat bahwa seorang humas tidak bisa hanya menggunakan satu media saja didalam penyebarluasan informasi, karena jika hanya menggunakan satu media ini saja, sangat dirasa tidak efektif, dan masih banyak fans the Beatles yang tidak mengetahui informasi dari Beatles Indonesia.

Kendala yang dihadapi oleh Beatles Indonesia dalam terselenggaranya Beatles Night

Keberhasilan acara yang diadakan oleh Beatles Indonesia ini merupakan hasil dari kerja keras dari anggota para Beatles Indonesia dan semua fans The Beatles yang dengan setia selalu mendukung semua acara dan kegiatan yang diselenggarakan oleh Beatles Indonesia. Kesuksesan kegiatan Beatles Night yang merupakan kegiatan rutin yang diselenggarakan oleh Beatles Indonesia merupakan kunci keberhasilan dari organisasi Beatles Indonesia. Acara Beatles Night yang diselenggarakan setiap hari Senin di Sumarecon mall Serpong dan di hari Rabu di Lapiazza Kelapa Gading ini merupakan satu-satunya kegiatan rutin yang selalu diadakan. Acara Beatles Night ini melibatkan banyak orang, yaitu Para anggota Beatles Indonesia yang bertanggung jawab sesuai domisili acara Beatles Night itu diselenggarakan. Tujuan dasar dari diselenggarakannya acara Beatles Night ini adalah untuk menjalin tali silaturahmi dan menjalin kekerabatan antar sesama fans the Beatles, seperti yang diungkapkan oleh Galih selaku Humas Beatles Indonesia:

“Untuk menjalin kekerabatan antar sesama Beatles mania dan menjadi media untuk para fans Beatles di Indonesia yang rindu akan music the Beatles.”

Hal senada juga diungkapkan oleh Randy yang

mengatakan bahwa:

“Tujuan diadakannya beatles night ini adalah untuk memberikan hiburan bagi fans beatles yang rindu akan lagu-lagu dari the beatles dan juga silaturahmi antar fans the beatles.

Disini jelas terlihat selain memang kegiatan beatles night ini merupakan kegiatan rutin yang dimiliki oleh beatles indonesia, namun tujuan dari diselenggarakannya acara beatles night juga adalah untuk menjalin silaturahmi antar sesama fans the beatles di Indonesia dan untuk memberikan sajian music dari the beatles yang memang sangat dirindukan oleh para fans the beatles di Indonesia.

Publikasi Acara yang Dilakukan di dalam Beatles Indonesia

Humas Beatles Indonesia memiliki tugas penting dalam mempublikasikan semua acara yang diadakan oleh beatles Indonesia. Salah satu cara humas Beatles Indonesia dalam mempublikasikan acara Beatles Night adalah dengan menggunakan media twitter. Media sosial twitter dirasa mampu untuk menyebarkan informasi karena sekarang ini twitter menjadi media social yang sering digunakan oleh setiap orang. Twitter juga merupakan media sosial dimana seseorang bebas mengungkapkan apa saja melalui pesan singkat yang ditulis melalui beberapa karakter. Melihat fenomena dari twitter ini maka humas Beatles Indonesia menggunakan twitter untuk mempublikasikan semua acara maupun kegiatan yang akan dilaksanakan oleh Beatles Indonesia. Sejauh ini humas Beatles Indonesia dirasa sudah cukup baik dalam melaksanakan tugasnya sebagai seorang perantara informasi kepada masyarakat luas. Hal serupa diungkapkan oleh Galih, ia menyebutkan bahwa:

“Sejauh ini humas kami sudah cukup baik dalam menjalankan tugasnya, karena setiap minggunya ketua beatles Indonesia mengontrol setiap tugas para anggotanya, sehingga jika ditemukan kekurangan bisa langsung diperbaiki.”

Disela-sela perbincangan saya dengan Galih, Randy selaku admin beatles Indonesia juga menyebutkan bahwa:

“Dari keterbatasan yang ada dan dari acara yang sudah sering kita buat sudah cukup baik hasilnya, namun kita tetap terus harus terus meningkatkan usaha agar komunitas beatles Indonesia ini terus diingat banyak orang.”

Dari perbincangan di atas dapat disimpulkan bahwa seorang humas memang sangat memiliki peran yang sangat penting dalam menjalankan tugas publikasi

didalam suatu organisasi, tugas humas beatles Indonesia ini dirasa sudah sangat cukup baik karena sudah menjalankan tugasnya dengan sangat baik, hal ini terlihat dari suksesnya acara yang diselenggarakan oleh beatles Indonesia dan account twitter beatles Indonesia yang selalu memberikan informasi terbaru mengenai the beatles.

Pembahasan

Pada era modern ini, komunikasi merupakan satu hal penting disetiap aspek. Dengan komunikasi yang baik pastilah setiap organisasi akan berjalan dengan baik sesuai dengan tujuan dari organisasi yang dibuat diawal berdirinya organisasi tersebut. Melihat perkembangan organisasi saat ini yang semakin maju dan semakin pesat, dibutuhkan pula komunikasi yang efektif dan efisien, dan hal ini menjadi sangat kompleks.

Perkembangan zaman yang semakin maju dan modern ini, membuat komunikasi tidak hanya dilakukan secara verbal, tetapi dapat dilakukan melalui berbagai macam media, seperti media cetak ataupun media elektronik. Masa perkembangan komunikasi dan media yang semakin maju ini dijadikan ajang oleh setiap organisasi untuk mempublikasikan berbagai kegiatan yang akan diselenggarakan.

Setiap organisasi dapat menyalurkan dan memberikan informasi kepada khalayak umum melalui media yang semakin berkembang pesat ini. Hal ini pula yang dilihat oleh Beatles Indonesia untuk mengembangkan organisasinya. Beatles Indonesia merupakan salah satu organisasi resmi pecinta Beatles di Indonesia. Dalam rangka memperkenalkan organisasi ini kepada masyarakat luas, Beatles Indonesia memiliki strateginya sendiri untuk memberikan informasi mengenai kegiatan dan acara-acara yang akan diselenggarakannya. Salah satu elemen yang sangat berpengaruh dalam penyebarluasan informasi adalah humas. Seperti yang dituturkan oleh key informan, Randy Suwandi, selaku Admin Beatles Indonesia, menjelaskan:

“Humas sangat berperan penting dalam terselenggaranya berbagai acara yang diadakan oleh organisasinya, hal ini selaras dengan tugas humas pada umumnya dan pada khususnya adalah untuk lebih memperkenalkan organisasi kepada masyarakat luas”.

Terkait dengan hal tersebut di atas maka fungsi Humas Beatles Indonesia memiliki tujuan untuk melakukan komunikasi dalam menyebarkan dan menarik masyarakat pecinta The Beatles untuk turut aktif dalam berbagai kegiatan yang dilakukan oleh Beatles Indonesia. Kegiatan dan acara yang diselenggarakan Beatles Indonesia yang ada sekarang

ini cenderung untuk melakukan kegiatan publikasi dan sosialisasi. Dilihat dari tujuan kegiatan Beatles Indonesia ini Adapun kegiatan yang sering dilakukan oleh Beatles Indonesia adalah kegiatan Beatles Night yang sudah menjadi kegiatan rutin dan dilakukan secara berkelanjutan. Kegiatan Beatles Night ini merupakan kegiatan terencana yang bertujuan untuk mengeratkan hubungan antar anggota organisasi dan para masyarakat pecinta The Beatles di Indonesia, karena Beatles Indonesia merupakan salah satu organisasi terbesar yang dimiliki Indonesia.

Selain itu, Humas Beatles Indonesia mengandung unsur-unsur yang lazim dijumpai dalam banyak definisi Humas, yaitu:

Melakukan program terencana dan berkesinambungan sebagai bagian dari manajemen organisasional.

Menangani hubungan antara organisasi dan publik stakeholder-nya.

Memonitor kesadaran, opini, sikap, dan perilaku di dalam dan di luar organisasi.

Menganalisis dampak dari kebijakan, prosedur, dan aksi terhadap public stakeholder.

Mengidentifikasi kebijakan, prosedur, dan tindakan yang bertentangan dengan kepentingan publik dan kelangsungan hidup organisasi.

Memberi saran kepada manajemen dalam hal pembentukan kebijakan baru, prosedur baru, dan tindakan baru yang sama-sama bermanfaat bagi organisasi dan publik.

Membangun dan mempertahankan komunikasi dua arah antara organisasi dan publiknya.

Menciptakan perubahan yang terukur dalam kesadaran, opini, sikap, dan perilaku di dalam dan di luar organisasi.

Menghasilkan hubungan yang baru dan/atau tetap antara organisasi dan publiknya

Salah satu kegiatan menyampaikan informasi yang dijalankan oleh Humas Beatles Indonesia adalah melakukan penerangan dan memberikan informasi sedetail-detailnya kepada target audience-nya. Kegiatan ini, diantaranya adalah membuat perencanaan kegiatan Beatles Night untuk menyalurkan informasi kepada masyarakat luas melalui media twitter. Media yang dipergunakan Humas Beatles Indonesia dalam mempublikasikan setiap acara yang diselenggarakan oleh Beatles Indonesia adalah Twitter. Media sosial twitter ini menjadi media utama Beatles Indonesia dalam menyebarkan informasi. Mulai dari informasi tentang Beatles itu sendiri, sampai acara-acara yang akan diadakan oleh Beatles Indonesia. Salah satu kegiatan rutin yang diadakan Beatles Indonesia adalah

Beatles Night. Beatles Night merupakan suatu acara musik yang membawakan lagu-lagu Beatles, yang dibawakan oleh Lonely hearts Club Band.

Twitter yang merupakan situs micro-blogging dengan menggunakan 140 karakter ini, telah diciptakan oleh Jack Dorsey sejak tahun 2006, namun di Indonesia twitter baru booming pada tahun 2009. Indonesia sendiri merupakan pengguna nomer 5 terbesar di dunia, dengan 19,5 jumlah akun pengguna twitter. Pada awalnya media social micro-blogging ini digunakan masyarakat Indonesia untuk saling berkomunikasi, berbagai kegiatan, berbagai emosi, menjalin hubungan dengan para bintang selebritis maupun tokoh masyarakat, baik nasional maupun internasional. Namun setelah semakin banyaknya pengguna twitter, serta ketergantungan masyarakat terhadap media ini sehingga membuat penggunaan twitter menjadi semakin kompleks. Fenomena ini pula yang dimanfaatkan oleh humas Beatles Indonesia dalam menangkap kemajuan perkembangan media sebagai sarana dalam menyebarkan informasi dari Beatles Indonesia kepada masyarakat luas. Secara umum kegiatan Humas Beatles Indonesia merupakan suatu proses perencanaan dan pengevaluasian program-program yang dapat mengubah perilaku target audience-nya ke arah yang diinginkan oleh organisasi. Beberapa fungsi kegiatan Humas, yaitu:

Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.

Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik internal dan eksternal.

Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya dan menyalurkan opini publik kepada organisasi

Melayani publik dan menasihati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.

Operasionalisasi dan organisasi publik relation adalah bagaimana membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya, untuk mencegah terjadinya rintangan psikologis, baik yang ditimbulkan dari pihak organisasi maupun dari pihak publiknya

Humas Beatles Indonesia merupakan fungsi manajemen yang dijalankan secara berkesinambungan oleh organisasi yang ditujukan kepada masyarakat umum untuk mencapai tujuan organisasi.

Seperti apa yang kita ketahui bahwa peranan humas adalah memberikan dan menyebarkan informasi kepada masyarakat luas. Selain menyebarkan informasi, humas juga sangat berperan penting dalam terselenggaranya suatu acara. Seorang humas

diharapkan dapat mengkomunikasikan informasi kepada masyarakat luas dengan maksud apa yang menjadi pesan dari informasi tersebut dapat tersampaikan secara jelas. Strategi atau cara setiap humas dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat luas itu berbeda-beda, seorang humas memiliki caranya sendiri untuk memberikan informasi dan seorang humas dituntut untuk memiliki strategi yang dapat menarik khalayak. Hal ini sejalan dengan penjelasan informan Galih Aldyanantoro selaku Humas Beatles Indonesia, yang menjelaskan:

“Selain menyebarluaskan dan memberikan informasi kepada masyarakat luas, seorang humas juga dituntut untuk memiliki strategi khusus dalam memberikan informasi-informasi tersebut, seorang humas juga harus mampu memberikan sesuatu yg beda dalam tugasnya memberikan informasi kepada masyarakat luas, sehingga masyarakat lebih tertarik untuk mengetahui informasi baru tersebut”

Humas Beatles Indonesia berupaya mengelola strategi komunikasi dua arah, memfasilitasi perubahan dengan menyingkirkan rintangan dalam hubungan, dan membuat saluran komunikasi tetap terbuka antara para anggota organisasi ataupun dengan para anggota Beatles Indonesia. Tujuannya adalah menyediakan informasi yang diperlukan manajemen organisasi maupun publik. Sebagai fasilitator komunikasi berfungsi sebagai penghubung antara organisasi dan publik. Beroperasi untuk menciptakan pola komunikasi dua arah untuk membangun identitas dan menciptakan kepuasan publik.

Oleh karenanya, Humas Beatles Indonesia mempunyai peluang bertindak sebagai pemberi masukan dalam membuat keputusan dan tetap menunjukkan perannya sebagai fasilitator komunikasi dengan menerapkan konsep strategi Humas yang berpedoman kepada 9 steps strategic of Public Relations (9 tahap strategi Humas). Ronald D. Smith menjelaskan 9 steps strategic of Public Relations (9 tahap strategi Humas), yaitu :

Phase One : Formative Research.

Selama tahap pertama dari sembilan langkah, Riset Formatif, fokusnya adalah pada pekerjaan awal perencanaan komunikasi, yang merupakan kebutuhan untuk mengumpulkan informasi dan menganalisis situasi. Dalam tiga langkah, perencana menarik pada informasi yang ada tersedia untuk organisasi dan pada saat yang sama, menciptakan sebuah program penelitian untuk mendapatkan informasi tambahan yang diperlukan untuk mendorong keputusan yang akan datang dalam proses perencanaan.

Dimulai dengan pertanyaan perencanaan dasar, yang kemudian mengarahkan kepada perluasan perencanaan yang akan membantu ke tahap selanjutnya. Untuk mengkritisasi pengenalan konsep dijabarkan langkah-langkah yang dapat mengeksplorasi penjelasan yaitu :

Step 1 : Analyzing the Situation/ Menganalisa situasi.

Analisis dari situasi ini adalah awal penting untuk proses. Sangat penting bahwa semua perencana terlibat dalam perjanjian yang kuat tentang kesempatan atau hambatan yang akan dibahas dalam program ini. hal ini merupakan kunci dari perencanaan melibatkan klien, supervisor, penentu kebijakan dan pemilik perusahaan. Pertanyaan untuk analisis ini adalah situasi apa yang dihadapi oleh perusahaan?, apa latar belakang keadaan situasi tersebut?, spesifikasi apa yang menjadi penting dalam situasi tersebut?.

Yang menjadi perluasan pemikiran adalah situasi yang ada melibatkan siapa saja, apakah situasi ini pernah terjadi atau situasi ini sengaja dibuat. Dalam setiap situasi pastilah dilatar belakangi penyebab yang akan menimbulkan situasi ini. Setelah situasi ini terjadi apa akibat yang muncul?, hal ini menjadi penting ketika adanya kepentingan yang berkaitan dengan situasi yang ada. Terutama kepada siapa situasi ini dapat memberikan pengaruh, apakah pengaruh yang diberikan akan berdampak positif atau negatif?. Semua masalah dalam situasi apapun pastinya akan dapat diselesaikan. Ada banyak cara untuk menyelesaikannya tergantung dalam situasi apa masalah itu terjadi. Humas harus dapat melihat prioritas apa yang diutamakan dalam situasi, dan bagaimana situasi dapat diatasi dengan menguntungkan kepada semua yang terlibat. Analisa ini berkelanjutan dengan seberapa mampukah organisasi untuk mengatasi situasi.

Step 2 : Analyzing the Organization/ Menganalisis organisasi.

Langkah ini melibatkan cermat dan jujur pada tiga aspek organisasi yaitu lingkungan internal, persepsi publik dan lingkungan eksternal yaitu pesaing, pendukung dan lawan. Dimulai dengan pertanyaan dasar perencanaan. Mengarahkan perluasan perencanaan yang mungkin akan membantu kepada lingkungan internal, persepsi masyarakat dan lingkungan eksternal. Pertanyaan yang sesuai dengan analisis ini adalah kualitas apa yang perusahaan sajikan, penyampaian kualitas tersebut pastinya membutuhkan media untuk menyampaikan informasi yang sesuai. Untuk dapat mengefektifkan penyampaian informasi, sumber

komunikasi apa yang digunakan dan bagaimana Humas bekerja untuk mendukung kegiatan organisasi. Untuk menjalankan perusahaan diperlukannya dukungan dan pengakuan, maka dari itu perlu mengetahui bagaimana persepsi masyarakat terhadap organisasi. Dengan melihat kemampuan internal untuk menjalankan organisasi, pentingnya menganalisa tentang hambatan dan peluang yang dapat dilihat oleh organisasi.

Step 3: Analyzing the Publics

Menganalisis publik. Dalam langkah ini mengidentifikasi dan menganalisis publik yang menjadi kunci dari sekian banyak macam masyarakat yang berinteraksi dengan organisasi. Perencanaan strategis Hubungan Masyarakat menyediakan teknik objektif untuk menetapkan prioritas di antara berbagai publik, membantu memilih mereka yang paling penting pada isu tertentu yang sedang ditangani. Langkah ini mencakup analisis publik masing-masing dalam hal keinginan, kebutuhan dan harapan tentang masalah ini, hubungan mereka dengan organisasi, hubungan mereka dengan organisasi, keterlibatan mereka dalam komunikasi dan dengan berbagai media, sosial, ekonomi, trend politik, budaya dan teknologi yang mungkin mempengaruhi mereka. Pertanyaan dasar perencanaan yang tepat untuk analisis ini berguna untuk memperluas perencanaan dan menemukan apa yang kan membantu organisasi untuk menganalisa masyarakat. Hal pertama adalah mengidentifikasi masyarakat dengan melihat siapa yang menjadi publik utama dalam organisasi, siapa yang menjadi kunci publik dalam situasi ini, siapa yang berperan menjadi pemimpin utama.

Untuk menganalisa pelanggan diperlukan untuk mengetahui siapa pelanggan kita, organisasi apa saja yang berhubungan dengan perusahaan, siapa saja yang menjadi penghambat dan pendukung.

Apakah sifat dan tipe publik pada setiap macamnya, sehingga akan diketahui publik apa yang menjadi sasaran. Melihat publik tidak sekedar mengklasifikasikan saja tetapi juga melihat apa yang mereka butuhkan dan keinginan utama mereka. Dengan mengetahui apa keinginannya, dengan begitu perusahaan dapat mengetahui apa yang disediakan. Setelah menyediakan apa yang mereka inginkan diperlukannya aksi untuk menarik perhatiannya untuk mendapatkan dukungan dan pengakuan bahwa perusahaan memberikan manfaat atas produk atau jasa yang ditawarkan dapat memuaskan keinginan serta kebutuhan publiknya.

Phase Two : Strategy

Tahap kedua dari proses perencanaan ialah strategi.

Berkaitan dengan jantung perencanaan : membuat keputusan yang berhubungan dengan dampak yang diharapkan dari komunikasi, serta sifat dari komunikasi itu sendiri.

Step 4 : Establishing Goals and Objectives/ Menetapkan tujuan dan sasaran

Langkah ke empat berfokus pada posisi utama yang sedang dicari untuk organisasi dan produk atau layanan. Langkah ini membantu untuk mengembangkan tujuan yang jelas, spesifik dan terukur yang mengidentifikasi organisasi diharapkan untuk berdampak pada penerimaan, kesadaran, dan tindakan dari masing-masing kunci publik. Banyak perhatian diberikan untuk tujuan yang berhubungan dengan penerimaan pesan, karena ini adalah daerah yang paling penting untuk hubungan masyarakat dan strategi komunikasi pemasaran. Pertanyaan dasar yang tepat untuk memperluas jangkauan perencanaan pada langkah ini dengan menentukan tujuan perusahaan dan posisi apa yang dicari oleh perusahaan. Segala tujuan Humas ditujukan untuk menumbuhkan kesadaran, penerimaan dan memberikan pengaruh terhadap perilaku publik untuk mendukung perusahaan sekaligus untuk menguntungkan mereka.

Step 5: Formulating Action and Response Strategies/ Perumusan aksi dan strategi penanggulangan.

Berbagai tindakan yang tersedia bagi organisasi dan dalam langkah ini mempertimbangkan apa yang mungkin dilakukan dalam berbagai situasi. Bagian ini meliputi tipologi inisiatif dan tanggapan. Dimulai dengan pertanyaan dasar perencanaan kemudian diarahkan untuk mengembangkan perencanaan untuk menentukan formula aksi yang tepat. Aksi-aksi yang diformulasikan ditentukan sebagai strategi untuk mencapai tujuan.

Petanyaan dasar perencanaan dalam tahap ini adalah untuk menentukan strategi apa yang mungkin dikembangkan dan dilakukan untuk menunjang tujuan perusahaan. Selain itu perlunya mengetahui apa saja yang menjadi hambatan yang mungkin akan dihadapi. Untuk memformulasikan aksi diperlukannya kemungkinan untuk melihat bagaimana kemampuan untuk melakukan aksi yang direncanakan.

Step 6 : Designing Effective Communication/ Merancang komunikasi efektif.

Langkah ke-enam ini berkaitan dengan keputusan tentang berbagai pesan, seperti sumber-sumber yang akan menyajikan pesan ke publik utama, isi pesan, nada dan gaya, petunjuk verbal dan non-verbal dan isi-

isi terkait. Pelajaran dari penelitian tentang komunikasi persuasif dan dialog akan diterapkan untuk tujuan utama merancang pesan yang mencerminkan informasi yang diperoleh melalui langkah ketiga. Pertanyaan dasar perencanaan untuk membuat komunikasi efektif adalah mengarahkan perhatian dengan sumber pesan yang terpercaya, isi pesan utama yang membentuk dasar dari tindakan Humas, cara penyampaian dengan lisan atau non-lisan yang merupakan tindakan komunikasi yang bertujuan untuk memperkuat perusahaan untuk mendapatkan dukungan dan pengakuan.

Phase Three : Tactics

Selama fase taktik, berbagai perangkat komunikasi digunakan dan unsur-unsur yang terlihat dari rencana komunikasi diciptakan.

Step 7 : Selecting Communication Tactics/ Memilih taktik Komunikasi.

Inventarisasi ini berkaitan dengan berbagai pilihan komunikasi. Secara khusus, perencanaan mempertimbangkan empat katagori : (1) Tatap muka komunikasi dan peluang bagi keterlibatan pribadi. (2) Media organisasi. (3) Media berita. (4) Iklan dan promosi media. Sementara semua alat-alat ini dapat digunakan oleh setiap organisasi, tidak setiap alat yang sesuai untuk setiap masalah. Setelah meninjau menu, perencanaan membungkus taktik kedalam program komunikasi kohesif.

Dimulai dengan pertanyaan dasar perencanaan yang mengarah kepada komunikasi antarpribadi dan siapa saja yang terlibat, media yang digunakan perusahaan dalam menyampaikan pesan, media berita yang digunakan sebagai taktik. Media tersebut digunakan sebagai perantara penyampaian pesan perusahaan kepada publik utama yang menjadi sasaran. Pesan tersebut berupa iklan, promosi, serta publikasi lainnya mengenai kegiatan perusahaan.

Step 8 : Implementing Strategic Plan/ Melaksanakan rencana strategi

Pada langkah delapan, mengembangkan anggaran dan jadwal sebaliknya mempersiapkan untuk melaksanakan program komunikasi. Langkah ini mengubah bahan baku yang diidentifikasi pada langkah sebelumnya menjadi resep untuk keberhasilan atas hubungan masyarakat dan komunikasi pemasaran. Pertanyaan dasar perencanaan dalam tahap ini mengarahkan perhatian pada pelaksanaan taktik sesuai dengan tujuan perusahaan dan dapat memenuhi kepuasan publik. Pelaksanaan taktik strategi harus sesuai dengan

anggaran dan jadwal yang sesuai sehingga dapat menghindari kerugian yang tidak diinginkan.

Phase Four : Evaluative Research

Penelitian evaluatif berkaitan dengan evaluasi dan penilaian, memungkinkan untuk menentukan sejauh mana tujuan menyatakan telah dipenuhi, dengan demikian untuk mengubah dan melanjutkan kegiatan komunikasi.

Step 9 : Evaluating the Strategic Plan / Mengevaluasi rencana strategi.

Ini adalah elemen perencanaan akhir, menunjukkan metode khusus untuk mengukur efektivitas setiap taktik yang direkomendasikan dalam memenuhi tujuan yang dinyatakan. Dalam langkah terakhir ini pertanyaannya dasar perencanaan pada tahap ini adalah mengarahkan perhatian kepada bagaimana dapat mengukur kesadaran pada objek, penerimaan objek, dan pengaruh yang diciptakan objek apakah sesuai dengan tujuan perusahaan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian dapat dirumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Strategi humas Beatles Indonesia yang dijalankan merupakan bagian dari yang dikelola Beatles Indonesia untuk mencapai tujuan dan misinya, karena setiap strategi Beatles Indonesia yang diberikan kepada penggemar melalui media sosial menunjukkan hasil yang maksimal. Pada penyelenggaraan acara Beatles Night diharapkan Humas Beatles Indonesia tetap menunjukkan perannya sebagai fasilitator komunikasi.

Aktivitas yang dilakukan oleh Humas Beatles Indonesia dalam penerapan strategi Humas sebagai upaya memfasilitasi terselenggaranya acara Beatles Night untuk menarik para penggemar lagu-lagu Beatles diawali oleh sebuah langkah efektif, yaitu merencanakan (Planning) program-program apa saja yang akan diselenggarakan oleh Beatles Indonesia. Pada kenyataan, Humas Beatles tetap menunjukkan perannya sebagai fasilitator komunikasi dengan menerapkan konsep kegiatan Humas. Tahap berikutnya adalah pelaksanaan kegiatan, dengan mengkomunikasikan (Communicating) strategi pelaksanaan acara Beatles, seperti memberikan informasi melalui twitter kepada masyarakat umum khususnya para penggemar the Beatles untuk turut serta dalam kegiatan Beatles Indonesia, lebih tepatnya Beatles Night. Tahap pelaksanaan penyelenggaraan acara yang telah

disusun berdasarkan program Beatles Indonesia dalam mencapai tujuan. Setelah rencana tersebut dikomunikasikan keseluruh pihak terkait dilakukan kegiatan evaluasi (Evaluating) yang bertujuan menjaga kredibilitas yang telah dibentuk oleh organisasi selama ini, Humas Beatles Indonesia mengevaluasi setiap kegiatan sebagai tahap akhir dalam proses Humas, semua aspek dievaluasi oleh humas beatles indonesia dari perencanaan kegiatan yang sesuai atau tidak dengan program yang diselenggarakan, proses berjalannya acara tersebut hingga hasil akhir apakah menimbulkan suatu effect terhadap penggemar atau tidak. Penilaian evaluasi acara yang dilakukan Humas Beatles Indonesia berfungsi untuk mengkaji pelaksanaan acara Beatles Night. Aktivitas ini merupakan aplikasi peran Humas Beatles Indonesia sebagai fasilitator komunikasi yang berfungsi sebagai penghubung antara komunitas dan publik.

Setelah dilakukan analisa data maka dapat disimpulkan bahwa dalam melaksanakan strateginya Humas Beatles Indonesia menemukan beberapa hambatan atau kendala. Hambatan atau kendala yang dihadapi diantaranya adalah kurangnya sarana dan prasarana, yaitu media yang digunakan, karena Beatles Indonesia hanya memanfaatkan media sosial twitter.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan tersebut maka penulis menyarankan kepada Beatles Indonesia.

Dalam penyelenggaraan acara Beatles Night sebaiknya Beatles Indonesia tidak hanya memberikan informasi hanya melalui media sosial (twitter) saja tetapi juga bisa melalui media-media lain seperti radio, baliho, pamflet dan sebagainya.

Sebaiknya Humas Beatles Indonesia juga memiliki web resmi yang dialamnya berisi tentang berbagai program yang akan berjalan dan juga program yang sudah dijalankan sebagai wujud wadah informasi yang lengkap dan praktis bagi komunitasnya sendiri, dan juga lebih memperhatikan proses penyelenggaraan acara beatles night periklanan media televisi dalam penerapan strategi Humas sebagai upaya menciptakan penerimaan publik atau konsumen (pelanggan) terhadap

keberadaan program-program Beatles Night.

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi penelitian sejenis, terutama penelitian yang sifat datanya adalah kualitatif. Biasanya jenis penelitian ini lebih spesifik dalam mengulas berbagai faktor yang berhubungan dengan strategi kegiatan komunikasi yang diterapkan oleh Humas Beatles Indonesia

Daftar Isi

Maria Assumpta Rumanti, Dasar-dasar public relations : teori praktik, Jakarta : Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002.

Lexy J. Moleong, Metodologi penelitian kualitatif edisi revisi , Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005

Moleong, J Lexy, Prof. Dr, Metode Penelitian Kualitatif. Bandung : PT, 2009,

Remaja Rosdakarya

Stanley Baran, Dennis Davis, Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future, Cengage Learning, USA, 2011

Sugiyono, Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R & D, CV. Alfabeta, Bandung, 2004.

Ronald D. Smith, Strategic Planning for Public Relation, Routledge is an imprint of Taylor & Francis, 2004.

Rosady Ruslan, Manajemen humas dan manajemen komunikasi konsepsi dan aplikasi, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1999

Umar, Husein, Strategic management in action: konsep, teori, dan teknik menganalisis manajemen strategis strategic business unit berdasarkan konsep Michael R. Porter, Fred R. David, dan Wheelen-Hunger, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta , 2001

Indonesia telecommunication report, 2011

Wikipedia bahasa Indonesia, Ensiklopedia bebas, Strategi, p.1 (2012) (<http://id.wikipedia.org/wiki/Strategi>)

Website

<http://manajemenkomunikasi.blogspot.com/2010/08/peran-profesional-public-relations.html>