

STRATEGI EFEKTIF DALAM MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT DI ERA DIGITAL

¹Anisah Murnawati, ²lim Irmawati, ³Sonia Ria, ⁴Jaka Maulana
Universitas Pamulang

Email: ¹anisahmurnawati05@gmail.com, ²iw2804005@gmail.com, ³riaaanababan@gmail.com,
⁴dosen02887unpam.ac.id

Abstrak

Di era digital yang terus berkembang, manajemen humas (PR) menghadapi tantangan dan peluang baru. Artikel ini mengeksplorasi strategi efektif dalam PR digital yang dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan membangun reputasi merek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi analisis kasus dari lima perusahaan yang telah berhasil menerapkan digital PR. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, konten berkualitas, dan transparansi dalam komunikasi adalah elemen kunci. Media sosial memungkinkan interaksi langsung dengan audiens, sementara konten yang informatif dan menarik menciptakan hubungan emosional. Transparansi dalam komunikasi meningkatkan kepercayaan konsumen, terutama ketika menghadapi krisis. Selain itu, analisis data penting untuk menyesuaikan strategi PR berdasarkan umpan balik audiens. Kolaborasi dengan influencer dan organisasi terkait juga membantu memperluas jangkauan pesan. Artikel ini menyimpulkan bahwa penerapan strategi PR yang adaptif dan responsif terhadap dinamika digital adalah kunci untuk mencapai kesuksesan dalam lanskap kompetitif.

Kata kunci: Hubungan Masyarakat, Strategi, Efektif, Digital

Abstract

In the ever-evolving digital era, public relations management (PR) faces new challenges and opportunities. This article explores effective strategies in digital PR that can increase audience engagement and build brand reputation. This study uses a qualitative approach with case analysis studies from five companies that have successfully implemented digital PR. The results show that the use of social media, quality content, and transparency in communication are key elements. Social media allows for direct interaction with the audience, while informative and engaging content creates an emotional connection. Transparency in communication increases consumer trust, especially when faced with a crisis. Additionally, data analysis is important for tailoring PR strategies based on audience feedback. Collaborations with influencers and related organizations also help expand the reach of the message. This article concludes that the implementation of an adaptive and responsive PR strategy to digital dynamics is key to achieving success in the competitive landscape.

Keywords: : Public Relations, Strategy, Effective, Digital

Article history

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagiarism checker no

886 Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.3

59 Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed

under a [creative](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

[commons attribution-](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

[noncommercial](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

[4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

A. PENDAHULUAN

Manajemen hubungan masyarakat, juga dikenal sebagai public relations, menghadapi tantangan dan peluang yang semakin kompleks di era digital yang terus berkembang. Dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi, perilaku konsumen telah mengubah cara organisasi berkomunikasi dengan audiens mereka. Perusahaan sekarang dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam dengan adanya berbagai platform digital, seperti media sosial, blog, dan situs web. Namun, perubahan ini juga membawa tantangan baru berita negatif dapat menyebar dengan cepat dan membuat reputasi perusahaan rusak (Dunan, 2020). Untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan publik, strategi PR yang efektif sangat penting. Organisasi harus berubah dengan cepat dan inovatif tidak hanya untuk menyampaikan pesan tetapi juga untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan dalam jangka panjang.

Studi ini dibangun di atas beberapa kerangka teoritis utama. Pertama, teori Adaptasi Sosial yang menggambarkan bagaimana orang dan masyarakat beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Dalam situasi ini, teknologi dianggap tidak hanya sebagai alat tetapi juga sebagai komponen yang membentuk struktur dan interaksi sosial. Misalnya, teknologi komunikasi seperti media sosial telah mengubah cara orang berinteraksi satu sama lain, membentuk komunitas virtual yang melampaui batas fisik (Mukarom, 2020). Kedua, Teori Konstruksi Sosial Teknologi (SCOT) (Silalahi et al., 2025) faktor sosial dan budaya tambahan memengaruhi kemajuan teknologi. Ini menunjukkan bahwa norma masyarakat memengaruhi penggunaan dan penerimaan teknologi. Oleh karena itu, kita dapat lebih memahami bagaimana teknologi mempengaruhi kehidupan manusia dan interaksi sosial, serta bagaimana masyarakat mengadaptasi dan membentuk teknologi.

Dalam hal ini, sangat penting untuk melihat bagaimana teknologi memengaruhi kehidupan sehari-hari kita dan bagaimana kita berpikir dan berinteraksi dengan dunia luar. Misalnya, (Putra et al., 2023) teknologi informasi telah mengubah cara pendidikan dan pembelajaran. Siswa tidak lagi terbatas pada materi yang diajarkan di kelas karena adanya platform pembelajaran online, yang memungkinkan mereka mengakses berbagai sumber daya pendidikan dari seluruh dunia. Hal ini memungkinkan mereka untuk belajar sendiri dan mengeksplorasi hal-hal yang mereka sukai di luar kurikulum formal. Sebaliknya, (Firdaus et al., 2025) penggunaan teknologi modern seperti telemedicine dan aplikasi kesehatan telah meningkatkan akses ke layanan kesehatan, terutama bagi orang-orang yang tinggal di daerah terpencil. Sekarang pasien dapat berkonsultasi dengan dokter melalui video call, yang menghemat waktu dan mengurangi kebutuhan untuk perjalanan yang melelahkan. Selain itu, perangkat wearable dapat mengumpulkan data kesehatan secara real-time, membantu dokter membuat keputusan kesehatan yang lebih baik.

Kehidupan masyarakat modern sangat dipengaruhi oleh teknologi. Teknologi telah mengubah cara kita berinteraksi, belajar, dan mengelola kesehatan. Dalam konteks ini, sangat penting untuk mempelajari bagaimana teknologi telah mengubah cara pembelajaran dan pendidikan di era digital. Misalnya, siswa dapat memperkaya pengalaman belajar mereka dengan mengakses konten dari berbagai sumber melalui platform pembelajaran online. Sekarang, interaksi siswa-pendidik lebih fleksibel, yang memungkinkan kerja sama yang lebih luas. Teknologi juga memudahkan akses layanan medis dan memantau kesehatan secara real-time. Dengan memahaminya, kita dapat melihat bagaimana teknologi dapat meningkatkan kualitas hidup manusia dan menciptakan masyarakat yang lebih inklusif dan berkelanjutan di masa depan (Firdaus et al., 2025).

B. METODE PENELITIAN

Studi ini dilakukan secara kualitatif dan menggunakan desain studi kasus. Tujuan dari studi ini adalah untuk mempelajari metode yang berguna untuk mengelola hubungan masyarakat (humas) di era digital. Wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan pemangku kepentingan dan praktisi humas dari berbagai organisasi untuk mendapatkan data utama. Persepsi audiens tentang penggunaan media sosial, keterlibatan audiens, dan kesulitan menerapkan strategi komunikasi digital diukur melalui pertanyaan wawancara. Selain itu, untuk memberikan konteks yang lebih luas terhadap fenomena yang diteliti, analisis data sekunder dari laporan tahunan, publikasi kebijakan, dan konten digital juga dilakukan.

Analisis data dilakukan secara tematik, dengan data dari dokumen dan wawancara disusun berdasarkan topik utama. Tema-tema ini termasuk kemajuan dalam strategi humas, penggunaan platform digital, faktor pendukung, dan hambatan komunikasi. Untuk menjawab perumusan masalah, langkah-langkah analisis termasuk pengkodean data, kategorisasi tematik, dan interpretasi. Digunakan triangulasi sumber data, yang membandingkan hasil wawancara dengan laporan resmi dan konten digital, untuk memastikan bahwa hasilnya valid. Metode ini diharapkan dapat memberikan pemahaman menyeluruh tentang bagaimana strategi humas yang efektif dapat diterapkan di era digital. Metode ini juga diharapkan dapat memberikan saran praktis yang didasarkan pada hasil lapangan yang relevan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Manajemen hubungan masyarakat (humas) menghadapi tantangan dan peluang baru di era digital yang ditandai dengan perkembangan teknologi informasi yang pesat. Platform digital digunakan untuk berkomunikasi dan membangun hubungan yang lebih erat dengan audiens (Baharsah & Munawaroh, 2025). Penelitian ini bertujuan untuk menemukan metode yang berguna untuk organisasi mengelola citra dan reputasi mereka di dunia maya. Studi ini menemukan bahwa penggunaan media sosial dalam strategi humas sangat penting. Organisasi yang aktif di platform media sosial seperti Instagram, Twitter, dan Facebook dapat menjangkau audiens yang lebih besar dan meningkatkan interaksi secara langsung karena media sosial memungkinkan penyebaran informasi yang cepat dan dua arah, di mana audiens tidak hanya menerima informasi, tetapi juga dapat memberikan umpan balik dan berpartisipasi dalam diskusi (Laowo & Vanel, 2024).

Penelitian ini menekankan sejumlah masalah penting dalam manajemen hubungan masyarakat (humas) di era digital (Aprilia et al., 2024). Pertama, ada kebutuhan untuk melakukan penelitian tentang metode yang berhasil yang digunakan organisasi untuk berkomunikasi dengan audiens mereka. Ini karena penting untuk memahami bagaimana berbagai platform online dapat digunakan untuk membangun hubungan yang lebih dekat dan responsif. Kedua, perlu dilakukan penelitian tentang pengaruh konten kreatif dan interaktif terhadap keterlibatan audiens. Banyak organisasi belum sepenuhnya memahami aspek-aspek yang membuat konten berhasil. Ketiga, penelitian ini juga ingin menyelidiki bagaimana kolaborasi dengan influencer dan efektivitas pesan humas berkorelasi satu sama lain, karena influencer dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan memberikan kredibilitas tambahan untuk pesan yang mereka sampaikan.

Pemerintah daerah mempunyai strategi penting dalam membangun hubungan masyarakat yang kuat dan berhasil.

1. **Transparansi Informasi:** Pemerintah daerah harus memastikan bahwa informasi tentang kebijakan, program, dan anggaran terbuka dan mudah diakses. Aplikasi layanan publik dan portal informasi online dapat membuat akses lebih mudah.

Pemerintah dapat meningkatkan kepercayaan publik, mencegah penyalahgunaan wewenang, dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan dengan memberikan data yang jelas dan akurat. Portal untuk mengakses informasi anggaran dan laporan kegiatan pemerintah adalah contohnya.

2. **Partisipasi Publik:** Pemerintah daerah harus memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk terlibat dalam proses pengambilan keputusan. Untuk mendapatkan masukan dari masyarakat, forum konsultasi publik seperti Musrenbang harus difasilitasi. Selain itu, pemerintah dapat menggunakan platform digital untuk mengumpulkan umpan balik secara langsung, memberikan masyarakat lebih banyak keterlibatan dan memberikan suara mereka tentang perencanaan pembangunan. Keterlibatan ini meningkatkan akuntabilitas dan memastikan kebijakan dibuat sesuai dengan kebutuhan Masyarakat (Yanto et al., 2024).
3. **Komunikasi yang Efektif:** Membangun hubungan yang baik antara masyarakat dan pemerintah daerah memerlukan metode komunikasi yang jelas dan terbuka. Anda dapat meningkatkan keterlibatan dan jangkauan dengan menggunakan berbagai cara komunikasi, seperti pertemuan tatap muka, buletin, dan media sosial (Nugroho et al., 2024). Pemerintah daerah harus berkomitmen untuk memberikan informasi yang tepat waktu dan relevan, serta mendengarkan dan menanggapi aspirasi masyarakat.

Strategi yang efektif untuk mengelola hubungan masyarakat di era digital terdiri dari beberapa komponen penting. Untuk memulai, pemanfaatan media sosial sangat penting untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam karena platform ini memungkinkan interaksi langsung dan umpan balik instan. Konten yang menarik dan relevan tidak hanya membuat orang lebih terlibat, tetapi juga menciptakan persepsi yang lebih baik (Girsang, 2020). Analisis data juga memungkinkan penyesuaian strategi secara real-time untuk hasil yang lebih baik dengan mempelajari perilaku audiens dan mengevaluasi efektivitas kampanye. Kolaborasi dengan pemangku kepentingan dan influencer dapat memperkuat pesan yang ingin disampaikan, memperluas jangkauan, dan menumbuhkan kepercayaan. Selain itu, untuk membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan, Anda harus jujur dan responsif terhadap umpan balik audiens.

Teori manajemen hubungan masyarakat yang efektif di era digital menekankan betapa pentingnya keterlibatan audiens. Komunikasi menggunakan media sosial sebagai alat utama untuk menerapkan ide-ide ini ke dunia nyata. Sehingga tim komunikasi dapat memfasilitasi interaksi yang berarti dengan publik, mereka harus dapat menghasilkan pesan yang lebih relevan dan responsif terhadap kebutuhan audiens. Manajemen hubungan masyarakat meningkatkan kepercayaan dan transparansi organisasi dengan melibatkan audiens dalam diskusi dan memberikan ruang untuk umpan balik. Untuk memastikan keterlibatan yang inklusif, terutama untuk kelompok yang kurang terwakili masih sulit (Olifia et al., 2024).

Strategi manajemen hubungan masyarakat di era modern sangat bergantung pada tim komunikasi yang aktif dan responsif. Jika anggota tim tidak terlatih atau tidak berkomitmen dalam proses ini, potensi manfaat dari berinteraksi dengan audiens mungkin tidak terwujud sepenuhnya. Terdapat ketegangan antara cita-cita ideal dalam manajemen hubungan masyarakat dan tantangan praktis dalam implementasinya, terutama dalam memastikan bahwa keterlibatan tersebut benar-benar inklusif dan berdampak. Dalam situasi ini, tim komunikasi sangat penting untuk mengatasi ketegangan, memastikan bahwa suara audiens didengarkan, dan memastikan bahwa

pendapat mereka dimasukkan ke dalam strategi komunikasi yang lebih efisien (Tampubolon, 2020).

D. KESIMPULAN

Studi ini menemukan bahwa manajemen hubungan masyarakat (humas) di era digital menghadapi banyak tantangan dan peluang. Penggunaan platform digital, khususnya media sosial, sangat penting untuk membangun hubungan yang lebih erat dan responsif dengan audiens. Untuk meningkatkan keterlibatan publik, penelitian ini menekankan pentingnya memahami cara komunikasi yang efektif, pengaruh konten kreatif, dan bekerja sama dengan influencer. Untuk membangun kepercayaan dan memastikan bahwa kebijakan yang dibuat sesuai dengan kebutuhan masyarakat, pemerintah daerah harus menerapkan praktik transparansi informasi, partisipasi publik, dan komunikasi yang efektif.

Strategi manajemen hubungan masyarakat yang efektif juga sangat bergantung pada tim komunikasi yang efektif. Agar keterlibatan audiens menjadi inklusif dan berdampak, adalah penting untuk menavigasi konflik antara cita-cita ideal dan kesulitan yang timbul dari penerapan praktik. Organisasi dapat memaksimalkan potensi interaksi dengan audiens, memperkuat citra dan reputasi mereka di dunia maya, dengan terus mengubah dan mengembangkan metode yang responsif terhadap dinamika digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, E., Aini, A. N., & Kusworo, V. A. (2024). Manajemen Media Penyiaran Swaragama dan Program Siaran di Era Digital. *Jurnal Audiens*, 5(3), 409-418.
- Baharsah, M. V., & Munawaroh, M. (2025). Analisis Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Era Modern. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 123-135.
- Dunan, A. (2020). Komunikasi Pemerintah di Era Digital: Hubungan Masyarakat dan Demokrasi Government Communications in Digital Era: Public Relation and Democracy. *Jurnal Pekommas*, 5(1), 73-82.
- Firdaus, R., Syeira, K., & Wijaya, N. (2025). Transformasi Digital Sistem Informasi Kesehatan Menuju Layanan Kesehatan Yang Terkoneksi Dan Berpusat Pada Pasien. *Economics and Digital Business Review*, 6(2), 1045-1055.
- Girsang, C. N. (2020). Pemanfaatan micro-influencer pada media sosial sebagai strategi public relations di era digital. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 206-225.
- Laowo, A. C., & Vanel, Z. (2024). Strategi Kampanye Digital Anggota Legislatif Untuk Meningkatkan Citra (Studi Kasus Di Kota Surakarta). *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 4(2), 437-456.
- Mukarom, Z. (2020). *Teori-teori komunikasi*. Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung
- Nugroho, D. C., Manafe, L. A., Zebua, M., & Wibowo, B. S. (2024). PERAN PUBLIC SPEAKING PROFESIONAL DALAM MEMPROMOSIKAN ECO-BUSINESS INTELLIGENCE UNTUK PENINGKATAN RESILIENSI INDUSTRI KREATIF DI LAMONGAN. *BUDIMAS: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 6(3).
- Olifia, S., Ambulani, N., Andini, D. T., Nahdiana, N., Azis, F., Haqiqi, P., Laksono, R. D., Gusma, A. Y. T., Kontessa, T. K., & Fuadi, M. H. (2024). *Seni komunikasi: Membangun keterampilan komunikasi yang kuat di era digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Putra, R. P. T., Fardhana, I. A., Azzahra, G. Z., Ardiani, S. N., Kusumaningtyas, H. L., & Putri, A. M. S. N. (2023). Hubungan antara Islam dengan perkembangan teknologi dalam mempengaruhi karakter Gen Z. *Mutiara: Multidisciplinary Scientific Journal*,

ISSN: 3025-9495

1(10), 704-715.

Silalahi, R. A., Dermawan, W., & Devi, M. L. (2025). Inovasi dan Kesetaraan: Pos sebagai Media Pemberdayaan Perempuan dalam Era Digital. *Padjadjaran Journal of International Relations*, 7(1), 21-39.

Tampubolon, M. P. (2020). *Change management: manajemen perubahan: individu, tim kerja, organisasi*. Mitra Wacana Media.

Yanto, P., Jumanah, J., & Sutoto, S. (2024). ANALYSIS OF THE IMPLEMENTATION OF E-PARTICIPATION IN PUBLIC POLICY IN INDONESIA: POTENTIAL, CHALLENGES AND IMPACT ON THE QUALITY OF PUBLIC POLICY. *Populis: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 9(2), 182-200.