



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 4 (2026) pp: 13711-13718

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Membangun Komunikasi yang Baik dalam Hubungan Masyarakat

Imam Wahyudi Nasution, Nur Asiah, Iwan Aprianto, Mahdayeni

Universitas Islam Batanghari, Fakultas Tarbiyan dan Ilmu Keguruan

wahyudi.imam2205@gmail.com, nurasiabulian@gmail.com, iwanaprianto@gmail.com, laangelina99@gmail.com

Abstrak

Komunikasi merupakan elemen fundamental dalam membangun dan menjaga hubungan masyarakat (public relations) antara lembaga dan publiknya. Melalui komunikasi yang efektif, lembaga dapat menyampaikan informasi secara jelas, membangun kepercayaan, serta membentuk citra positif di tengah masyarakat. Perkembangan globalisasi dan teknologi informasi telah menyebabkan arus komunikasi menjadi semakin cepat, terbuka, dan kompleks, sehingga menuntut lembaga untuk mampu mengelola pesan secara tepat, etis, dan bertanggung jawab. Makalah ini bertujuan untuk menjelaskan konsep komunikasi yang baik dalam hubungan masyarakat, mengidentifikasi prinsip-prinsip dan etika komunikasi yang efektif, menganalisis faktor-faktor penghambat dalam proses komunikasi, serta mendeskripsikan strategi dalam membangun komunikasi yang harmonis dan produktif dengan masyarakat. Metode penulisan yang digunakan adalah studi kepustakaan dengan pendekatan deskriptif-analitis terhadap berbagai sumber literatur yang relevan, baik berupa buku, jurnal ilmiah, maupun referensi pendukung lainnya. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa komunikasi dua arah yang dilandasi oleh kejelasan pesan, keterbukaan informasi, empati, dan kejujuran merupakan kunci utama dalam membangun hubungan masyarakat yang sehat dan berkelanjutan. Selain itu, tantangan komunikasi di era digital, seperti penyebaran informasi palsu (hoaks) dan krisis opini publik, dapat diatasi melalui peningkatan literasi digital, transparansi informasi, serta penerapan manajemen komunikasi yang profesional. Dengan demikian, komunikasi yang efektif tidak hanya berfungsi sebagai sarana pertukaran informasi, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam memperkuat kepercayaan publik, membangun citra positif lembaga, dan menciptakan hubungan sosial yang berkelanjutan.

Kata kunci: Komunikasi, Hubungan Masyarakat, Komunikasi Efektif, Etika Komunikasi, Era Digital.

1. Latar Belakang

Komunikasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Dalam konteks hubungan masyarakat, komunikasi berperan penting dalam membangun kepercayaan, menyampaikan informasi, dan menciptakan pemahaman antara lembaga dan publiknya. Tanpa komunikasi yang efektif, interaksi sosial akan mudah menimbulkan kesalahpahaman yang dapat berujung pada konflik atau rusaknya hubungan antarindividu maupun antarorganisasi. Karena itu, kemampuan berkomunikasi secara baik dan tepat menjadi modal utama dalam membangun hubungan masyarakat yang harmonis dan produktif.

Di era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi, komunikasi berkembang menjadi semakin kompleks. Arus informasi yang cepat dan masif menuntut setiap pihak, baik individu maupun lembaga, untuk mampu mengelola pesan dengan bijak. Dalam hubungan masyarakat, penyampaian pesan yang tidak tepat dapat menimbulkan persepsi negatif dan menurunkan reputasi lembaga di mata publik. Oleh sebab itu, komunikasi yang efektif bukan hanya soal berbicara, tetapi juga mendengarkan, memahami, dan menyesuaikan diri dengan konteks sosial Masyarakat.

Selain menjadi sarana penyampaian pesan, komunikasi juga berfungsi membangun citra positif lembaga. Dalam dunia hubungan masyarakat (public relations), komunikasi merupakan alat strategis untuk menjembatani kepentingan organisasi dengan kebutuhan masyarakat. Komunikasi yang terbuka, jujur, dan persuasif dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap lembaga dan menciptakan hubungan timbal balik yang saling menguntungkan.

Hubungan masyarakat juga berfungsi sebagai penghubung antara lembaga dengan berbagai pihak eksternal, seperti media, pemerintah, dan komunitas sosial. Dalam konteks ini, komunikasi yang baik menjadi kunci untuk

menghindari kesalahpahaman dan menjaga keharmonisan hubungan antaraktor sosial. Hubungan masyarakat yang kuat hanya dapat terwujud apabila komunikasi dilakukan secara terbuka, saling menghargai, dan berorientasi pada penyelesaian masalah bersama.

Di sisi lain, komunikasi juga memiliki nilai moral dan etika yang tidak boleh diabaikan. Setiap pesan yang disampaikan kepada publik hendaknya memperhatikan norma kesopanan, kebenaran informasi, serta dampak sosial yang mungkin timbul. Dalam membangun hubungan masyarakat yang sehat, kejujuran dan tanggung jawab etis menjadi landasan utama agar komunikasi tidak menimbulkan manipulasi ataupun disinformasi.

Kemajuan teknologi digital dan media sosial membawa tantangan baru dalam membangun komunikasi di masyarakat. Di satu sisi, media sosial memberikan kemudahan dalam menyebarkan informasi secara cepat dan luas. Namun di sisi lain, hal ini juga membuka peluang besar bagi penyebaran hoaks dan ujaran kebencian. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat dan lembaga untuk memiliki literasi digital serta kemampuan berkomunikasi secara santun, bijak, dan bertanggung jawab.

Komunikasi yang baik juga menjadi alat efektif dalam membentuk opini publik yang positif. Hubungan masyarakat yang mampu memanfaatkan media massa secara cerdas dapat membangun citra dan reputasi yang kuat di mata publik. Strategi komunikasi yang berbasis pada fakta, transparansi, dan pendekatan emosional yang humanis menjadi kunci keberhasilan dalam menjaga kepercayaan masyarakat terhadap lembaga.

Selain untuk tujuan organisasi, komunikasi juga memiliki peran penting dalam memperkuat solidaritas sosial di tengah masyarakat majemuk seperti Indonesia. Dengan menjalin komunikasi lintas budaya, agama, dan suku, masyarakat dapat saling memahami perbedaan dan mencegah timbulnya konflik horizontal. Komunikasi yang berlandaskan empati dan saling menghormati menjadi jembatan dalam mempererat persatuan bangsa.

Dalam konteks pemerintahan dan pembangunan nasional, komunikasi juga memiliki peran strategis. Pemerintah yang mampu membangun komunikasi dua arah dengan masyarakat dapat menciptakan kebijakan yang partisipatif dan sesuai dengan aspirasi publik. Dengan demikian, komunikasi yang efektif tidak hanya memperkuat hubungan antara pemerintah dan rakyat, tetapi juga meningkatkan kualitas demokrasi di Indonesia.

Secara keseluruhan, membangun komunikasi yang baik dalam hubungan masyarakat adalah fondasi penting bagi terciptanya kehidupan sosial yang harmonis, beretika, dan saling menghargai. Komunikasi yang efektif bukan sekadar alat pertukaran informasi, tetapi juga sarana untuk membangun kepercayaan, memperkuat kerja sama, dan menciptakan masyarakat yang lebih dewasa dalam menghadapi perbedaan.

2. Metode Penelitian

Metode deskriptif-analitis digunakan untuk menguraikan, memaparkan, serta mengkaji secara sistematis berbagai dimensi filsafat pendidikan Islam yang berhubungan dengan perancangan kurikulum. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitis sebagai kerangka utama dalam menganalisis kontribusi filsafat terhadap pengembangan kurikulum pendidikan Islam. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antara gagasan-gagasan filosofis dan proses penyusunan kurikulum pendidikan Islam dalam konteks kontemporer.

Pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan dengan menelaah berbagai sumber literatur utama, khususnya karya-karya pemikir Islam klasik seperti Al-Ghazali, Ibnu Khaldun, dan Ibnu Sina, yang kemudian dilengkapi dengan tulisan-tulisan terkini dari para akademisi yang memiliki keahlian dalam bidang filsafat dan pendidikan Islam. Selain itu, sumber literatur pendukung juga digunakan untuk memperkaya analisis, antara lain buku referensi, artikel jurnal ilmiah, hasil penelitian, serta makalah yang relevan dengan tema kurikulum pendidikan Islam.

Proses analisis dilakukan dengan menilai secara kritis relevansi serta sumbangan konsep ontologis, epistemologis, dan aksiologis dalam pengembangan kurikulum pendidikan Islam secara menyeluruh. Penelitian ini tidak hanya menitikberatkan pada aspek konseptual, tetapi juga mempertimbangkan realitas kekinian, seperti tantangan modernitas, dinamika globalisasi, serta kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai peran filsafat sebagai landasan pemikiran dalam merancang kurikulum pendidikan Islam yang berciri autentik, adaptif, dan aplikatif.

3. Hasil dan Diskusi

3.1. Konsep Dasar Komunikasi dalam Hubungan Masyarakat

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari satu pihak kepada pihak lain dengan tujuan mencapai kesamaan makna. Dalam konteks hubungan masyarakat (public relations), komunikasi berperan sebagai jembatan yang menghubungkan lembaga atau organisasi dengan publiknya. Tanpa komunikasi, hubungan antara lembaga dan masyarakat tidak akan berjalan secara efektif.

Menurut Onong Uchjana Effendy, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung maupun tidak langsung. Dalam hubungan masyarakat, makna komunikasi menjadi lebih luas karena melibatkan proses pengelolaan pesan agar publik memahami dan mempercayai lembaga yang bersangkutan.

Public relations menuntut adanya komunikasi dua arah (two-way communication), di mana lembaga tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menerima umpan balik dari publik. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi bukan sekadar penyampaian pesan satu arah, melainkan proses interaktif untuk mencapai kesepahaman dan hubungan saling menguntungkan.

Komunikasi dalam hubungan masyarakat juga berfungsi sebagai alat pembentuk citra. Melalui penyampaian pesan yang konsisten dan positif, lembaga dapat membangun kepercayaan serta reputasi baik di mata masyarakat. Oleh karena itu, perencanaan komunikasi harus memperhatikan konteks sosial dan budaya agar pesan diterima dengan baik oleh publik sasaran.

Selain fungsi informatif, komunikasi juga memiliki fungsi persuasif. Artinya, pesan yang disampaikan bertujuan untuk mempengaruhi opini publik agar memiliki pandangan positif terhadap lembaga. Persuasi dalam hubungan masyarakat harus dilakukan secara etis dan tidak manipulatif agar tetap menjaga kepercayaan publik.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa komunikasi dalam hubungan masyarakat tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampai pesan, tetapi juga sebagai instrumen strategis untuk membangun pemahaman, kepercayaan, dan citra lembaga di hadapan publiknya.

3.2. Etika Komunikasi yang Efektif

Komunikasi yang efektif harus berlandaskan pada prinsip kejelasan, keterbukaan, empati, dan kejujuran. Kejelasan berarti pesan yang disampaikan harus mudah dipahami oleh audiens. Pesan yang ambigu akan menimbulkan kesalahpahaman dan berpotensi menimbulkan konflik antara lembaga dan publik.

Keterbukaan menjadi penting dalam membangun kepercayaan publik. Lembaga yang transparan terhadap kebijakan dan informasi akan lebih mudah diterima masyarakat karena dianggap jujur dan bertanggung jawab. Sikap tertutup justru menimbulkan kecurigaan publik dan menurunkan reputasi lembaga.

Empati dalam komunikasi berarti kemampuan memahami perasaan dan sudut pandang orang lain. Dalam hubungan masyarakat, empati membantu lembaga menyesuaikan pesan dengan kondisi emosional dan sosial masyarakat sehingga komunikasi menjadi lebih manusiawi dan persuasif.

Etika komunikasi juga berperan penting dalam menjaga integritas hubungan antara lembaga dan publik. Komunikator harus memastikan bahwa pesan yang disampaikan benar, tidak menyesatkan, serta tidak melanggar nilai-nilai sosial dan moral masyarakat.

Menurut Liliweri, komunikasi yang beretika merupakan wujud tanggung jawab sosial lembaga terhadap masyarakat. Etika bukan hanya norma perilaku individu, tetapi juga menjadi dasar moral dalam membangun kepercayaan publik. Pelanggaran etika dalam komunikasi dapat menurunkan kredibilitas lembaga secara signifikan.

Etika komunikasi yang baik akan menghasilkan hubungan yang harmonis, saling menghormati, dan berkelanjutan antara lembaga dan masyarakat. Dengan demikian, efektivitas komunikasi sangat bergantung pada sikap profesional dan etis dari pihak yang menyampaikan pesan.

3.3. Strategi Membangun Komunikasi yang Baik dengan Masyarakat

Untuk membangun komunikasi yang baik, lembaga harus memiliki strategi yang terencana dan berorientasi pada kebutuhan publik. Salah satu strategi utama adalah mendengarkan aspirasi masyarakat secara aktif. Komunikasi yang efektif tidak hanya berbicara, tetapi juga memahami dan merespons apa yang disampaikan publik.

Selain mendengarkan, lembaga perlu melakukan komunikasi partisipatif. Artinya, masyarakat dilibatkan dalam proses pengambilan keputusan atau kegiatan lembaga. Dengan demikian, tercipta rasa memiliki (sense of belonging) dan kepercayaan publik terhadap lembaga akan meningkat.

Strategi lain yang penting adalah penggunaan media yang tepat. Setiap kelompok masyarakat memiliki preferensi media yang berbeda. Oleh karena itu, lembaga harus menyesuaikan saluran komunikasinya dengan karakteristik audiens, baik melalui media konvensional seperti surat kabar maupun media digital seperti media sosial.

Dalam pelaksanaan strategi komunikasi, pesan yang disampaikan harus konsisten, relevan, dan bernilai positif. Inkonsistensi pesan dapat menurunkan kredibilitas lembaga di mata publik. Oleh sebab itu, setiap aktivitas komunikasi perlu dikendalikan oleh tim humas yang kompeten dan profesional.

Pendekatan interpersonal juga tidak boleh diabaikan. Tatap muka dan kegiatan sosial seperti bakti masyarakat, seminar, atau pelatihan merupakan sarana efektif untuk mempererat hubungan emosional dengan masyarakat. Interaksi langsung dapat membangun kehangatan dan rasa saling percaya yang tidak bisa digantikan oleh komunikasi daring.

Dengan menerapkan strategi komunikasi yang partisipatif, terbuka, dan empatik, lembaga dapat menciptakan hubungan yang kuat dan saling menguntungkan dengan masyarakat. Strategi ini menjadi kunci utama dalam menjaga keberlanjutan hubungan publik dalam jangka panjang.

3.4. Tantangan dan Solusi Komunikasi di Era Digital

Perkembangan teknologi informasi membawa perubahan besar dalam dunia komunikasi. Media sosial, portal berita daring, dan aplikasi pesan instan kini menjadi sarana utama dalam menyebarkan informasi kepada publik. Meskipun demikian, kecepatan informasi juga membawa tantangan berupa penyebaran berita palsu (hoaks) dan misinformasi. Tantangan lain adalah menurunnya kualitas komunikasi interpersonal. Masyarakat lebih sering berinteraksi melalui media digital dibandingkan tatap muka, sehingga kedekatan emosional cenderung berkurang. Hal ini berdampak pada menurunnya rasa empati dan kebersamaan dalam hubungan sosial. Selain itu, lembaga harus menghadapi fenomena public opinion crisis di media sosial. Kesalahan kecil dalam penyampaian informasi dapat menyebar luas dan menurunkan citra lembaga secara signifikan. Oleh karena itu, dibutuhkan manajemen krisis komunikasi yang cepat dan tepat.

Solusi untuk menghadapi tantangan ini adalah dengan meningkatkan literasi digital baik bagi lembaga maupun masyarakat. Literasi digital membantu masyarakat mengenali sumber informasi yang valid dan menghindari penyebaran hoaks. Sementara itu, lembaga perlu memiliki tim humas digital yang terlatih dalam mengelola konten dan merespons isu secara profesional. Selain literasi digital, lembaga juga perlu menerapkan prinsip transparansi dan akuntabilitas dalam komunikasi daring. Keterbukaan terhadap publik di media sosial dapat memperkuat citra positif dan mencegah munculnya spekulasi negatif.

Pada akhirnya, era digital bukanlah ancaman, melainkan peluang bagi lembaga untuk memperluas jangkauan komunikasinya. Dengan strategi yang tepat, komunikasi digital dapat menjadi alat efektif dalam membangun kepercayaan dan mempererat hubungan antara lembaga dan masyarakat. Pemerintah juga memiliki peran penting dalam mengatur dan mengawasi arus informasi digital. Regulasi yang tegas terhadap penyebaran hoaks, fitnah, dan pelanggaran privasi harus diterapkan untuk menjaga etika komunikasi publik. Namun, kebijakan tersebut perlu diimbangi dengan edukasi dan pendekatan persuasif agar tidak mengekang kebebasan berekspresi masyarakat. Pada akhirnya, kemampuan beradaptasi terhadap perubahan teknologi menjadi kunci keberhasilan komunikasi di

era modern. Lembaga dan masyarakat yang mampu memanfaatkan media digital secara bijak akan lebih mudah membangun kepercayaan, memperkuat hubungan sosial, serta menciptakan komunikasi publik yang sehat dan produktif.

3.5. Prinsip-Prinsip Komunikasi yang Baik dalam Hubungan Masyarakat

Komunikasi merupakan unsur yang sangat penting dalam pelaksanaan hubungan masyarakat karena menjadi sarana utama dalam menyampaikan informasi, membangun pemahaman, serta menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi dan publiknya. Dalam konteks hubungan masyarakat, komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian pesan, tetapi juga sebagai proses strategis yang memengaruhi citra, reputasi, dan tingkat kepercayaan publik terhadap suatu lembaga. Oleh karena itu, komunikasi dalam hubungan masyarakat harus dilaksanakan berdasarkan prinsip-prinsip tertentu agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara efektif dan tidak menimbulkan kesalahpahaman di tengah masyarakat.

Salah satu prinsip utama dalam komunikasi hubungan masyarakat adalah kejelasan pesan. Pesan yang disampaikan oleh praktisi humas harus mudah dipahami oleh publik sasaran, baik dari segi bahasa, isi, maupun tujuan komunikasi itu sendiri. Kejelasan menjadi sangat penting karena publik memiliki latar belakang pendidikan, budaya, dan pengalaman yang beragam. Komunikasi yang tidak jelas atau ambigu dapat menyebabkan interpretasi yang keliru dan berdampak negatif terhadap citra organisasi. Oleh karena itu, humas dituntut untuk menyusun pesan secara sistematis, menggunakan bahasa yang sederhana, serta menyesuaikan isi pesan dengan karakteristik audiens yang dituju.

Selain kejelasan, prinsip kejujuran dan keterbukaan juga menjadi landasan penting dalam membangun komunikasi yang baik dalam hubungan masyarakat. Kejujuran dalam menyampaikan informasi akan menciptakan rasa percaya dari publik terhadap organisasi. Sebaliknya, komunikasi yang bersifat manipulatif atau menutup-nutupi fakta dapat merusak kepercayaan yang telah dibangun dalam waktu lama. Dalam praktik hubungan masyarakat, keterbukaan informasi menjadi semakin penting seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan meningkatnya kesadaran publik akan hak untuk memperoleh informasi yang benar dan akurat.

Komunikasi yang baik dalam hubungan masyarakat juga harus dilandasi oleh prinsip konsistensi. Konsistensi dalam penyampaian pesan berarti adanya kesesuaian antara apa yang dikomunikasikan dengan tindakan dan kebijakan organisasi. Ketidakkonsistenan antara pesan dan realitas yang terjadi dapat menimbulkan kebingungan serta menurunkan kredibilitas organisasi di mata publik. Oleh karena itu, setiap aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh humas harus direncanakan secara matang dan diselaraskan dengan visi, misi, serta nilai-nilai organisasi agar citra yang terbentuk tetap positif dan berkesinambungan.

Prinsip empati merupakan aspek penting lainnya dalam komunikasi hubungan masyarakat. Empati menunjukkan kemampuan organisasi untuk memahami kondisi, perasaan, serta kebutuhan publik. Dengan adanya empati, komunikasi tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga persuasif dan humanis. Praktisi humas yang memiliki empati akan lebih peka terhadap aspirasi masyarakat dan mampu merespons isu-isu yang berkembang secara bijaksana. Sikap empati ini sangat dibutuhkan terutama dalam situasi krisis, di mana publik menuntut kehadiran organisasi yang peduli dan bertanggung jawab.

Komunikasi dalam hubungan masyarakat idealnya bersifat dua arah, yaitu adanya proses saling bertukar informasi antara organisasi dan publik. Komunikasi dua arah memungkinkan terjadinya dialog, umpan balik, serta partisipasi aktif dari masyarakat. Dengan membuka ruang komunikasi dua arah, organisasi dapat mengetahui persepsi dan harapan publik, sehingga kebijakan atau program yang dijalankan dapat disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Prinsip ini menegaskan bahwa hubungan masyarakat bukan sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga membangun hubungan yang saling menguntungkan.

Prinsip etika juga menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari komunikasi dalam hubungan masyarakat. Etika komunikasi mencakup sikap sopan, menghormati norma sosial, serta menjunjung tinggi nilai kejujuran dan tanggung jawab. Praktisi humas harus memastikan bahwa setiap pesan yang disampaikan tidak melanggar etika, baik dari segi isi maupun cara penyampaiannya. Komunikasi yang beretika akan mencerminkan integritas organisasi dan memperkuat kepercayaan publik terhadap lembaga tersebut.

Selain itu, ketepatan waktu dalam penyampaian informasi juga merupakan prinsip penting dalam komunikasi hubungan masyarakat. Informasi yang disampaikan tepat waktu akan membantu publik memahami situasi secara akurat dan mencegah munculnya spekulasi atau informasi yang tidak benar. Dalam kondisi tertentu, seperti saat terjadi krisis atau isu sensitif, kecepatan dan ketepatan dalam berkomunikasi menjadi faktor penentu dalam menjaga stabilitas hubungan antara organisasi dan masyarakat.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa prinsip-prinsip komunikasi yang baik dalam hubungan masyarakat meliputi kejelasan, kejujuran, keterbukaan, konsistensi, empati, komunikasi dua arah, etika, serta ketepatan waktu. Penerapan prinsip-prinsip tersebut secara konsisten akan membantu organisasi dalam membangun citra positif, meningkatkan kepercayaan publik, dan menciptakan hubungan jangka panjang yang harmonis dengan masyarakat.

3.6. Bentuk dan Saluran Komunikasi dalam Hubungan Masyarakat

Dalam praktik hubungan masyarakat, komunikasi memegang peranan yang sangat penting sebagai sarana penghubung antara organisasi dan publiknya. Keberhasilan komunikasi humas tidak hanya ditentukan oleh isi pesan yang disampaikan, tetapi juga oleh bentuk dan saluran komunikasi yang digunakan. Pemilihan bentuk dan saluran komunikasi yang tepat akan memengaruhi efektivitas penyampaian pesan serta tingkat pemahaman dan penerimaan publik terhadap informasi yang disampaikan oleh organisasi. Oleh karena itu, hubungan masyarakat perlu memahami berbagai bentuk komunikasi serta saluran yang dapat dimanfaatkan untuk menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat.

Bentuk komunikasi dalam hubungan masyarakat dapat dibedakan berdasarkan cara penyampaiannya, yaitu komunikasi lisan, komunikasi tertulis, dan komunikasi visual. Komunikasi lisan merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan secara langsung melalui interaksi tatap muka, seperti rapat, konferensi pers, presentasi, atau dialog dengan masyarakat. Bentuk komunikasi ini memungkinkan terjadinya umpan balik secara langsung sehingga pesan dapat disesuaikan dengan respons audiens. Komunikasi lisan dinilai efektif dalam membangun kedekatan emosional serta memperkuat hubungan interpersonal antara organisasi dan publik.

Selain komunikasi lisan, komunikasi tertulis juga menjadi bentuk komunikasi yang banyak digunakan dalam kegiatan hubungan masyarakat. Komunikasi tertulis mencakup berbagai media, seperti surat resmi, siaran pers, laporan kegiatan, buletin, artikel, dan konten tertulis di media digital. Bentuk komunikasi ini memiliki keunggulan dalam hal keakuratan informasi dan dokumentasi, karena pesan yang disampaikan dapat dibaca kembali dan dijadikan arsip. Dalam konteks humas, komunikasi tertulis sering digunakan untuk menyampaikan informasi yang bersifat formal, kebijakan organisasi, atau klarifikasi terhadap isu tertentu.

Komunikasi visual merupakan bentuk komunikasi yang mengandalkan unsur gambar, simbol, warna, dan desain untuk menyampaikan pesan. Dalam hubungan masyarakat, komunikasi visual digunakan melalui poster, infografis, video, logo, dan materi promosi lainnya. Bentuk komunikasi ini dinilai efektif karena mampu menarik perhatian publik dan memudahkan pemahaman pesan, terutama bagi audiens yang memiliki keterbatasan waktu atau minat membaca teks panjang. Perkembangan teknologi digital semakin memperkuat peran komunikasi visual dalam membangun citra dan identitas organisasi.

Seiring dengan berkembangnya bentuk komunikasi, saluran komunikasi dalam hubungan masyarakat juga mengalami perkembangan yang signifikan. Saluran komunikasi merujuk pada media atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari organisasi kepada publik. Salah satu saluran komunikasi yang masih memiliki peran penting adalah media massa, baik media cetak maupun media elektronik. Media massa seperti surat kabar, majalah, radio, dan televisi digunakan oleh humas untuk menjangkau publik yang luas dan membangun opini publik secara lebih sistematis.

Selain media massa, komunikasi langsung atau tatap muka juga menjadi saluran komunikasi yang sangat efektif dalam hubungan masyarakat. Saluran ini memungkinkan terjadinya interaksi yang lebih personal antara organisasi dan publik, sehingga pesan dapat disampaikan secara lebih mendalam. Kegiatan seperti seminar, lokakarya, pameran, dan kunjungan lapangan merupakan contoh pemanfaatan saluran komunikasi langsung dalam praktik humas. Melalui komunikasi langsung, organisasi dapat membangun kepercayaan dan kedekatan dengan masyarakat.

Perkembangan teknologi informasi telah melahirkan saluran komunikasi digital yang semakin dominan dalam hubungan masyarakat. Media sosial, website resmi, blog, dan platform digital lainnya menjadi sarana penting dalam menyampaikan informasi secara cepat dan interaktif. Saluran komunikasi digital memungkinkan organisasi untuk berkomunikasi secara dua arah dengan publik, menerima umpan balik secara langsung, serta memantau respons masyarakat terhadap pesan yang disampaikan. Dalam era digital, kemampuan humas dalam mengelola saluran komunikasi online menjadi salah satu indikator profesionalisme.

Pemilihan bentuk dan saluran komunikasi dalam hubungan masyarakat harus disesuaikan dengan tujuan komunikasi, karakteristik publik, serta konteks situasi yang dihadapi. Tidak semua bentuk dan saluran komunikasi cocok digunakan dalam setiap kondisi. Oleh karena itu, humas perlu melakukan perencanaan komunikasi yang matang agar pesan dapat tersampaikan secara efektif dan efisien. Kesalahan dalam memilih saluran komunikasi dapat mengakibatkan pesan tidak sampai kepada publik sasaran atau bahkan menimbulkan kesalahpahaman.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa bentuk dan saluran komunikasi dalam hubungan masyarakat memiliki peran strategis dalam mendukung keberhasilan kegiatan humas. Pemanfaatan komunikasi lisan, tertulis, dan visual yang didukung oleh saluran komunikasi yang tepat, baik media massa, komunikasi langsung, maupun media digital, akan membantu organisasi membangun hubungan yang positif dan berkelanjutan dengan publiknya. Hubungan masyarakat yang mampu mengelola bentuk dan saluran komunikasi secara efektif akan lebih mudah mencapai tujuan komunikasi serta meningkatkan citra dan reputasi organisasi.

4. Kesimpulan

Komunikasi merupakan unsur fundamental dan menjadi kunci utama dalam membangun serta menjaga hubungan yang baik antara lembaga dan masyarakat. Melalui proses komunikasi yang efektif, terbuka, dan dilandasi sikap saling menghargai, lembaga dapat menciptakan kepercayaan publik yang berkelanjutan serta membangun kerja sama yang harmonis. Komunikasi dalam konteks hubungan masyarakat tidak dapat dipahami hanya sebagai aktivitas penyampaian pesan secara satu arah, melainkan sebagai proses interaksi dua arah yang menuntut kemampuan untuk mendengarkan, memahami aspirasi, serta merespons kebutuhan dan harapan masyarakat secara tepat. Komunikasi yang baik harus berlandaskan pada nilai-nilai kejujuran, keterbukaan, dan empati. Kejujuran menjadi fondasi utama agar informasi yang disampaikan tidak menimbulkan kesalahpahaman, sedangkan keterbukaan berfungsi untuk membangun transparansi dan mengurangi kecurigaan publik terhadap lembaga. Sementara itu, empati memungkinkan lembaga memahami kondisi sosial, budaya, dan emosional masyarakat sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan lebih manusiawi dan persuasif. Dalam praktik hubungan masyarakat, komunikasi yang beretika dan bertanggung jawab memiliki peran strategis dalam membentuk citra positif lembaga serta memperkuat legitimasi dan kepercayaan publik. Di era digital yang ditandai dengan arus informasi yang cepat dan masif, tantangan komunikasi semakin kompleks. Kemudahan akses informasi harus diimbangi dengan kebijaksanaan dalam menyampaikan dan mengelola pesan agar tidak terjebak dalam penyebaran informasi yang keliru, hoaks, maupun ujaran yang dapat merusak hubungan sosial. Oleh karena itu, kemampuan literasi digital dan pengelolaan komunikasi yang profesional menjadi kebutuhan penting bagi lembaga dalam menjaga reputasi dan hubungan yang sehat dengan masyarakat. Secara keseluruhan, membangun komunikasi yang baik berarti membangun fondasi yang kokoh bagi terciptanya kehidupan sosial dan kelembagaan yang harmonis, partisipatif, dan saling menghormati. Komunikasi yang efektif tidak hanya berkontribusi pada terciptanya hubungan yang kondusif antara lembaga dan masyarakat, tetapi juga menjadi sarana penting dalam memperkuat solidaritas sosial, meningkatkan partisipasi publik, serta mendorong terciptanya interaksi sosial yang beretika dan berkelanjutan. Komunikasi yang efektif dalam hubungan masyarakat tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menyampaikan pesan, tetapi juga oleh penerapan prinsip-prinsip komunikasi yang baik serta pemilihan bentuk dan saluran komunikasi yang tepat. Prinsip kejelasan, kejujuran, keterbukaan, konsistensi, empati, komunikasi dua arah, etika, dan ketepatan waktu menjadi landasan utama dalam membangun kepercayaan serta citra positif organisasi di mata publik. Prinsip-prinsip tersebut harus didukung oleh pemanfaatan berbagai bentuk komunikasi, baik lisan, tertulis, maupun visual, serta penggunaan saluran komunikasi yang sesuai, seperti media massa, komunikasi langsung, dan media digital. Dengan mengintegrasikan prinsip komunikasi yang baik dan pengelolaan bentuk serta saluran komunikasi secara efektif, hubungan masyarakat dapat menjalankan fungsinya secara optimal sebagai jembatan antara organisasi dan publik, sehingga tercipta hubungan yang harmonis, berkelanjutan, dan saling menguntungkan.

Referensi

1. Arifin, Anwar. *Komunikasi Politik: Paradigma, Teori, Aplikasi, Strategi Komunikasi Politik Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2017.
2. Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2020.
3. Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M., *Effective Public Relations*, New Jersey: Prentice Hall, 2006.
4. Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M., *Effective Public Relations*, New Jersey: Prentice Hall, 2006.
5. Cutlip, Scott M., Center, Allen H., & Broom, Glen M. *Effective Public Relations*. New Jersey: Pearson Education, 2017.
6. Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011.
7. Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011.
8. Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019.
9. Grunig, J. E., & Hunt, T., *Managing Public Relations*, New York: Holt, Rinehart and Winston, 1984.
10. Grunig, J. E., & Hunt, T., *Managing Public Relations*, New York: Holt, Rinehart and Winston, 1984.
11. Jefkins, Frank, *Public Relations*, Jakarta: Erlangga, 2003.
12. Jefkins, Frank, *Public Relations*, Jakarta: Erlangga, 2003.
13. Kasali, Rhenald. *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 2018.
14. Lattimore, D., Baskin, O., Heiman, S., & Toth, E., *Public Relations: The Profession and the Practice*, New York: McGraw-Hill, 2012.
15. Lattimore, D., Baskin, O., Heiman, S., & Toth, E., *Public Relations: The Profession and the Practice*, New York: McGraw-Hill, 2012.
16. Liliweri, Alo. *Komunikasi Antarpribadi*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2019.
17. Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2021.
18. Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018.
19. Ruslan, Rosady, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016.
20. Ruslan, Rosady, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016.
21. Ruslan, Rosady. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2018.
22. Seitel, Fraser P., *The Practice of Public Relations*, New Jersey: Pearson Education, 2014.
23. Seitel, Fraser P., *The Practice of Public Relations*, New Jersey: Pearson Education, 2014.
24. Wilcox, D. L., Cameron, G. T., & Reber, B. H., *Public Relations: Strategies and Tactics*, Boston: Pearson, 2015.
25. Wilcox, D. L., Cameron, G. T., & Reber, B. H., *Public Relations: Strategies and Tactics*, Boston: Pearson, 2015.
26. Wilcox, Dennis L., & Cameron, Glen T. *Public Relations: Strategies and Tactics*. Boston: Pearson, 2019.