

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 . Latar Belakang

Komunikasi merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindari oleh setiap manusia. Sebagai makhluk sosial, manusia dikodratkan untuk hidup bermasyarakat dan berinteraksi dengan manusia lainnya dengan berkomunikasi. Perkembangan teknologi pada saat ini kian hari kian meningkat terutama pada bidang telekomunikasi yang memberikan sebuah manfaat pada masyarakat pada era saat ini dengan membuat masyarakat agar lebih paham dengan kehidupan bermedia sosial. Dengan hadirnya Internet masyarakat sekarang lebih mengandalkan informasi online untuk mengetahui peristiwa yang sedang terjadi. Dengan kehadiran Internet juga hampir semua negara memanfaatkan kehadiran Internet dengan melakukan komunikasi online tanpa ada batasan ruang dan waktu, tergantung dengan media apa yang mereka gunakan. Humas adalah proses komunikasi yang strategis digunakan oleh satu pihak bisa itu individu, perusahaan, atau organisasi untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan masyarakat.

Dalam sebuah perusahaan, humas merupakan bagian dari organisasi yang bertanggung jawab dalam menyusun rencana komunikasi khusus dengan berbagai media untuk membangun citra. (Humas) adalah fungsi manajemen yang khas yang mendukung pembinaan dan pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya mengenai komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerjasama, melibatkan penerangan dan tanggapan dalam hubungan dengan opini publik; menetapkan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan umum; menopang manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, bertindak sebagai sistem peringatan yang dini dalam membantu kecenderungan dan melakukan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama (Pohan, 2018:104).

Kehadiran teknologi informasi dan komunikasi juga dimanfaatkan oleh Humas pemerintah. Pentingnya komunikasi public ini ditandai dengan semakin strategisnya penyampaian dan penyebaran informasi tata kelola pemerintahan yang dilakukan oleh bagian humas pemerintah dengan tujuan agar dapat merubah paradigma masyarakat terhadap kinerja lembaga pemerintah menjadi positif dan solutif (Nugraha, 2020).

Dalam lingkungan pemerintahan istilah humas tampak lebih populer dibandingkan dengan *public relations*. Bahkan organisasi yang membawahi humas pemerintah Indonesia dinamakan Bakohumas. Perbedaan pokok antara

fungsi dan tugas humas yang terdapat di instansi pemerintah dengan non pemerintah (lembaga komersial) adalah tidak adanya unsur komersial walaupun humas pemerintah juga melakukan hal yang sama dalam kegiatan publikasi, promosi dan periklanan. Humas pemerintah lebih menekankan pada *public services* atau demi meningkatkan pelayanan umum. Melalui unit atau program kerja humas, pemerintah dapat menyampaikan informasinya atau menjelaskan mengenai kebijaksanaan dan tindakan-tindakan tertentu serta aktifitas dalam melaksanakan tugas atau kewajiban-kewajiban ke pemerintahannya. Humas pemerintahan juga memiliki peran dan fungsi sendiri dalam menjalankan tugas-tugasnya (Cahyani, 2020: 7).

Cyber public relations merupakan suatu kegiatan kehumasan yang dilakukan melalui internet. Semua kegiatan humas yang termaktub dalam ruang lingkup mampu tersalurkan dan terwadahkan dalam jagat dunia maya. *Cyber public relations* adalah penerapan dari perangkat ICT (*Information and Communication Technologies*) untuk keperluan humas. *Cyber public relations* merujuk ke praktisi yang pandai mencari, mengevaluasi, dan menyebarkan pengetahuan atau berita dari intranet dan internet untuk memproses komunikasi. Sebuah tuntutan untuk praktisi *cyber public relations* untuk menciptakan keandalan dan keefektifan aktivitas kehumasannya (Darwadi, 2019: 907)

Cyber public relations bergerak sebagai upaya dalam membangun merek (brand) dan memelihara kepercayaan (*trust*), pemahaman, citra perusahaan atau organisasi kepada publik atau khalayak dan dapat dilakukan secara *one to one communication* dan bersifat interaktif. Dengan kegiatan yang dilakukan *cyber public relations* dapat melewati batas penghalang baik ruang ataupun waktu dalam kegiatan kehumasan. Sebut saja menyampaikan pesan dari instansi kepada publik yang menjadi target, tanpa harus melakukan media *relations* seperti dengan memanfaatkan media massa.

Beberapa wacana mengatakan bahwa *cyber public relations* adalah sebuah relasi antara dunia maya dan pengalaman berkomunikasi secara online atau dengan kata lain adalah komunikasi yang efektif dalam ranah maya . Sebuah lembaga tentu ingin memiliki citra positif guna mendapat feedback yang baik dari masyarakat, baik itu instansi pemerintah dan negara maupun swasta. Oleh karena itu banyak lembaga yang memanfaatkan kehadiran teknologi yang sudah berkembang pesat ini untuk melakukan sebuah komunikasi atau penyebaran informasi kepada khalayak/public terkait aktivitas didalam perusahaan/ lembaga tersebut. Salah satu bentuk dari perkembangan teknologi adalah *Web browser* atau yang biasa disebut *Website*.

Website adalah keseluruhan halaman-halaman web yang terdapat dalam sebuah domain yang mengandung informasi kumpulan informasi/kumpulan page yang biasa diakses lewat jalur internet (Asmara, 2019:3)

Menurut (Susilowati : 2019) *Website* adalah sejumlah halaman web yang memiliki topik saling terkait antar satu halaman dan halaman yang lainnya, yang biasanya ditempatkan pada sebuah server web yang dapat di akses melalui jaringan internet maupun jaringan wilayah lokal (LAN).

Fungsi utama dari website adalah untuk menyampaikan informasi. Di zaman modern ini *website* bisa digunakan sebagai platform pemasaran oleh pihak bisnis dengan menjangkau pelanggan yang lebih luas di Internet. Bagi orang pribadi, *website* sering dijadikan sebagai sarana komunikasi, penyebaran informasi, dan juga bisnis online. *Website* perusahaan tentunya tidak terlepas dari *company profile* atau profil perusahaan dimana sebuah lembaga tidak perlu kesulitan menjelaskan secara lisan ke banyak orang mengenai profil dari lembaga tersebut . Tinggal arahkan ke *website*, maka orang-orang akan menemukan informasi lengkap tentang lembaga tersebut mulai dari, lokasi , visi-misi, hingga sejarah perusahaan / lembaga.

Maka dari itu cara Humas dalam membentuk citra positif lembaga yaitu dengan cara mengidentifikasi citra yang diinginkan masyarakat. Pengelolaan citra untuk mendapat kesan yang baik dari masyarakat dilakukan secara

berkesinambungan oleh pihak pihak terkait. Maka dari itu terdapat banyak cara yang dilakukan oleh sebuah lembaga instansi pemerintahan maupun swasta yang ingin memberikan kesan atau citra yang baik kepada masyarakat terkait dengan keterbukaan informasi serta pelayanan lembaga mereka dengan memanfaatkan kehadiran teknologi yang ada.

Salah satu lembaga yang ingin membentuk citra positif adalah lembaga Kepolisian khususnya Polda NTT. Polda NTT merupakan sebuah lembaga atau instansi yang bertugas memelihara keamanan dan menjaga ketertiban umum terkhususnya bagi wilayah NTT, tentu dengan memberikan rasa aman maka Polda NTT melakukan komunikasi dengan berbagai cara kepada masyarakat, sekaligus membentuk kualitas pelayanan POLRI terhadap masyarakat NTT, dengan melaksanakan kegiatan maupun penyampaian informasi yang baik agar lebih di terima masyarakat dan mendapatkan kesan yang baik dari masyarakat. Polda NTT sendiri memiliki bidang Humas yang mana peran Humas sangat bermanfaat dalam memberikan berita, kegiatan positif, dan keberhasilan Polri ditengah-tengah masyarakat terkhususnya masyarakat NTT.

Maka dari itu Humas POLDA NTT melihat bahwa sebuah lembaga tentu ingin mendapatkan citra positif dari masyarakat dengan cara membentuk, mempertahankan, dan meningkatkan reputasinya. Humas Polda NTT sendiri merupakan sebuah instansi dengan memberikan pelayanan *public* dalam

memberikan informasi dengan berbagai hal bentuk kegiatan pemerintahan yang dijalankan. Dengan hal itu Humas Polda NTT menggunakan media sosial sebagai media yang di rasa mampu untuk memberikan informasi serta pelayanan kepada masyarakat secara mudah tanpa memakan waktu yang banyak apalagi mayoritas penduduk kita telah banyak yang telah memafaatkan media sosial untuk mencari serta menerima informasi. Hal inilah yang membuat Humas POLDA NTT menangkap sebuah peluang untuk memberikan berita berita yang edukatif serta penyebaran informasi terkait keberhasilan Polri dirngah-tengah masyarakat guna memberikan citra positif Institusi POLRI dan menjadi jembatan penghubung antara masyarakat dengan Kepolisian.

Dengan hadirnya dan perkembangan teknologi yang semakin maju maka *Cyber Public Relations* sangat dibutuhkan terutama bagi Humas Polda NTT untuk terciptanya komunikasi yang terjadi antara lembaga dengan masyarakat melalui media sosial khususnya pada sebuah website maka . Hal yang menarik yang peneliti melihat adalah Polri telah memiliki media digital online, *tribratanews* (TBnews), yang mulai aktif menyajikan informasi kepolisian sejak tahun 2017. Informasi yang dimiliki Polri sangat beragam dan menjadi daya tarik sendiri di masyarakat, namun selama ini lebih banyak dimanfaatkan pemberitaannya oleh media lain. Oleh karena itu, Polri sebagai sumber informasi kepolisian harus memiliki media sendiri dalam mengemas

berita Polri untuk didiseminaikan kepada masyarakat. Dimana beragam peristiwa yang terjadi di sekitar masyarakat, Polri menjadi bagian yang tidak terpisahkan contohnya seperti pengungkapan kasus, penanganan Covid-19, pengelolaan ketahanan pangan melalui Satgas Pangan Polri sampai pada berbagai pengamanan kegiatan nasional dan internasional hal ini merupakan suatu kesan yang baik guna meningkatkan citra Polri.

Teori Excellence merupakan salah satu teori dalam bidang kajian Public Relations yang menjelaskan tentang karakteristik Public Relations yang ideal dalam sebuah organisasi. Teori *excellence* public relations merupakan pengembangan dari empat model *public relations*, yang diterapkan praktisi PR dalam menjalin hubungan dengan publik. Model ini dapat juga disebut sebagai tipe proses kegiatan *public relations*. Keempat model tersebut adalah *press agency*, *public information*, *two-way asymmetric*, dan *two-way symmetric*. Keempat model ini dibuat berdasarkan empat dimensi utama, yaitu arah komunikasi, keseimbangan kepentingan antara kedua pihak (tujuan), saluran, dan dimensi etis. Keempat model ini merupakan “representasi tahap dalam sejarah *public relations*” (Kriyantono, 2018:).

Komunikasi sangat berperan penting pada era saat ini terutama pada lembaga pemerintahan contohnya Polda NTT yang dimana merupakan sebuah lembaga yang berinteraksi langsung dengan masyarakat serta memberi rasa

aman bagi masyarakat sesuai dengan visi serta misi lembaga mereka, tentunya dengan bekerja sesuai dengan visi dan misi serta memberi pelayanan yang baik kepada masyarakat, secara tidak langsung dapat meningkatkan citra Polri Khususnya Polda NTT dengan selalu memberikan informasi serta berita yang baik kepada dengan memanfaatkan teknologi yang ada seperti menggunakan *Website* salah satunya dengan diadakannya sebuah *Website* yang bernama Tribrata News untuk mempermudah masyarakat dalam mencari informasi serta melihat kinerja dan kegiatan yang dilakukan Polri khususnya Polda NTT disini penulis ingin mengetahui dengan menggunakan teori *excellence* untuk melihat arah komunikasi , dimensi etis, saluran komunikasi serta dimensi keseimbangan dan kepentingan.

Maka dari itu penulis ingin melakukan analisis memakai Teori *Excellence* yang mana penelitian ini penulis ingin mengetahui model apa yang dipakai pada aktivitas *cyber* Humas Polda NTT pada *Website* Tribrata News dan juga ingin mengetahui dan melihat bagaimana komunikasi antara admin dan public pada akun *website* Tribrata News.

Dari paparan diatas penulis memilih penelitian yang berfokus terkait aktivitas *cyber public relations* pada *website* Tribrata News dalam meningkatkan citra Polda NTT yakni penulis ingin mengetahui sejauh mana

aktivitas *cyber public relations* pada *website* Tribrata News Humas Polda NTT dengan berlandaskan *Teori Excellence* dalam meningkatkan citra Polda NTT.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Aktivitas *Cyber Public Relations* khususnya pada *website* Tribrata News guna meningkatkan citra Polda NTT yang dilakukan Oleh Humas Polda NTT ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian agar dapat memahami serta mampu mendeskripsikan Proses Aktivitas *Cyber Public Relation* khususnya pada *website* Tribrata News yang dilakukan oleh Humas Polda NTT.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Akademis

Penelitian ini berfokus terhadap aktivitas *Cyber Public Relations* yang berguna sebagai pengetahuan bagi pembaca dan memberikan acuan bagi pembaca untuk lebih mengetahui apa itu Aktivitas *Cyber Public Relations* terkhususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi.

2. Bagi Instansi

Dengan adanya Penelitian ini kiranya Instansi yang diteliti oleh penulis dapat menjadikan bahan ini sebagai acuan untuk mempertahankan, membentuk, dan meningkatkan reputasi instansi bagi masyarakat.

3. Bagi Penulis

Agar dapat menambah pemahaman terkait proses aktivitas *Cyber Public Relations* Pada *Website* Tribrata News dalam meningkatkan citra Polda NTT yang dilakukan oleh Humas Polda NTT.

1.5 Kerangka Pemikiran, Asumsi, Hipotesis

1.5.1 Kerangka pemikiran

Pada penelitian ini penulis berpedoman pada Teori *Excellenge PR* yang dikemukakan oleh Gurnig & Hunt merupakan pengembangan dari teori *situational of public* (Kriyantono, 2014). Disini penulis ingin melihat aktivitas yang dilakukan oleh Humas Polda NTT terkait dengan melakukan pelaksanaan aktivitas *cyber* Humas Polda NTT sifat atau arah komunikasi ,keseimbangan dan kepentingan ,saluran komunikasi apa yang digunakan muncul pada *website* Tribrata News dalam membentuk Citra Polda NTT,

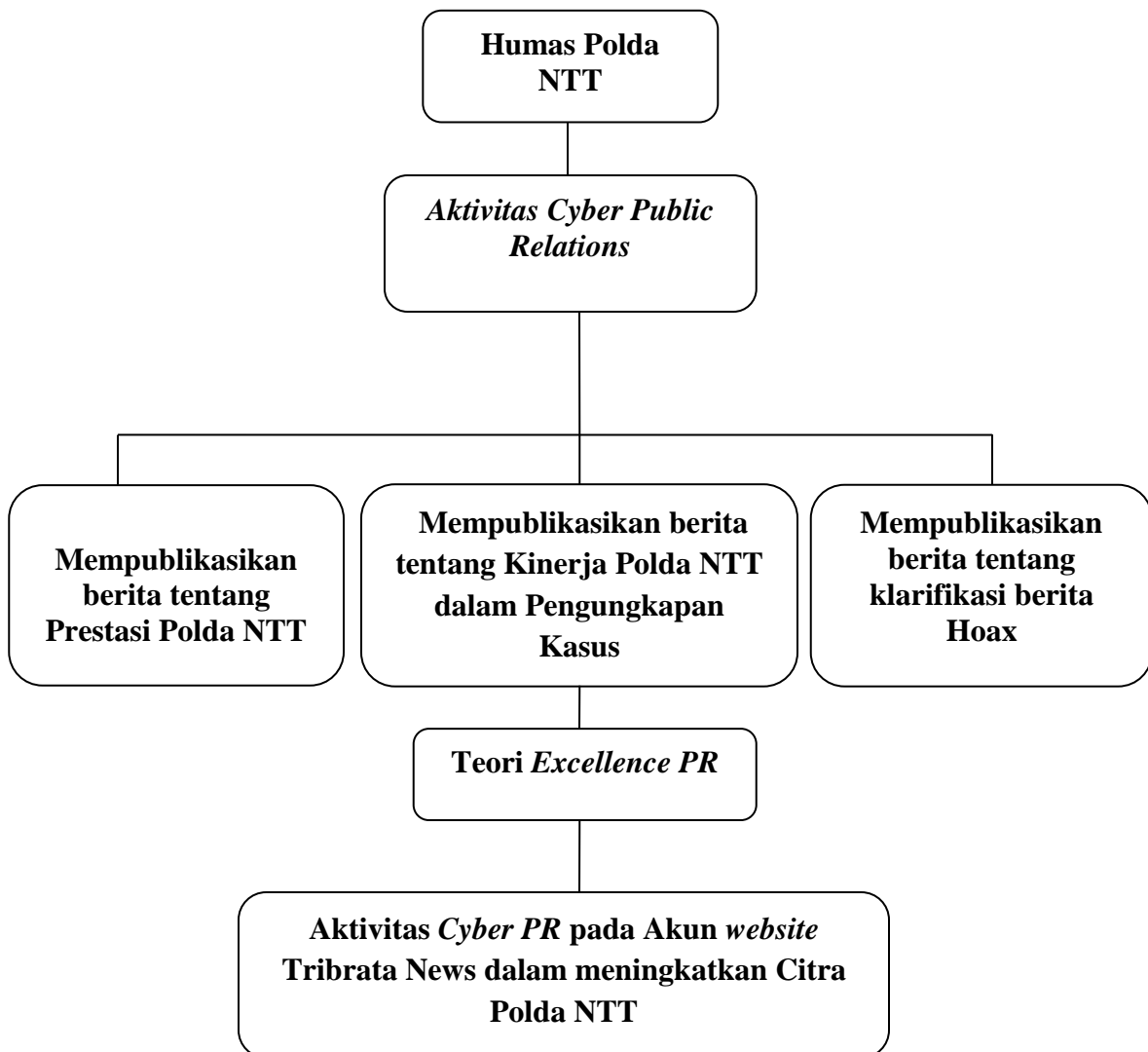
Excellence theory in public relations adalah teori yang mendominasi kajian humas sehingga dinilai sebagai teori normatif, yaitu sebagai ukuran standar humas yang efektif maka dari itu peneliti menggunakan teori ini dan penulis juga ingin melihat bagaimana proses terjadinya komunikasi dua arah guna mendapatkan *feedback* yang baik dari sasaran guna mendapatkan citra positif dari masyarakat.

Berdasarkan Pemikiran tersebut maka dapat disajikan bagan seperti

berikut:

Gambar 1.1

Bagan Kerangka Pemikiran



1.5.2 Asumsi

Asumsi dapat juga diartikan sebagai suatu landasan berpikir yang dianggap benar walaupun hanya untuk sementara, karena asumsi bukanlah suatu kepastian. Pada penelitian ini penulis mempunyai asumsi dasar adalah dalam meningkatkan citra polda NTT pada *Website* Tribrata News maka Humas Polda NTT menggunakan/melaksanakan aktivitas *Cyber PR*.

1.5.3 Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah dugaan sementara. Dugaan tersebut dibuat oleh penulis atau peneliti dengan mengacu pada data awal yang diperoleh. Kemudian dugaan benar atau salah ditentukan berdasarkan hasil penelitian. Pada penelitian ini Hipotesis yang diberikan adalah Humas Polda NTT melaksanakan aktivitas *cyber PR* pada *Website* Tribrata News seperti melaksanakan Mempublikasikan berita tentang Prestasi Polda NTT, Mempublikasikan berita tentang Kinerja Polda NTT dalam Pengungkapan Kasus dan Mempublikasikan berita tentang klarifikasi berita Hoax khususnya pada *website* Tribrata News Humas Polda NTT dalam meningkatkan Citra Polda NTT.