

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi adalah kegiatan mendasar yang melekat pada manusia, melalui komunikasi yang efektif penyampaian pesan dari pihak satu ke pihak yang lain dapat tersampaikan sesuai dengan harapan. Komunikasi juga yang membuat sesama individu dapat memahami dan membina hubungan yang baik. Pengertian komunikasi menurut Trenholm & Jensen (Priyana, 2016) adalah suatu proses penyebaran pesan dari sumber kepada penerima melalui berbagai media/saluran.

Public Relation atau Hubungan Masyarakat merupakan salah satu saluran komunikasi, komunikasi yang dilakukan oleh Public Relations bertujuan untuk menjalin dan menjaga hubungan yang baik dengan publiknya. Tujuan ini terdapat di organisasi mana public relations ini berada, dengan adanya peranan public relations dalam menunjang komunikasi kepentingan perusahaan dapat direalisasikan.

Definisi lain Public Relations adalah fungsi manajemen yang membangun dan memelihara hubungan saling menguntungkan antara organisasi dan publik, yang artinya Public Relation memiliki pengaruh penting terhadap keberhasilan ataupun kegagalan organisasi dalam memelihara hubungan dengan publik. Seperti yang ditulis oleh Glen M Broom dalam bukunya yang berjudul *Cutlip and Center's Effective Public*

Relations sebagai berikut “*Public relations is the management function that establishes and maintains mutually beneficial relationships between an organization and the public on whom its success or failure depends.*” (Broom, 2008).

Definisi Public Relations menurut Public Relations Society of America (PRSA) menekankan pada sifat strategis dari Public Relations dan tujuan dalam membangun hubungan saling menguntungkan antara organisasi dan publik,

“*Public relations is a strategic communication process that builds mutually beneficial relationship between organizations and their publics.*” (Public Relations Society of America (PRSA), n.d.)

Public Relation dalam lingkup lembaga organisasi mengharuskan *Public Relations* berkaitan dengan hubungan antara organisasi, institusi, dan semua yang berpartisipasi dalam kepentingan tertentu. *Public Relations* ketika bersinggungan dengan masalah komunikasi, perencanaan menghadapi berbagai tantangan, khususnya saat menentukan cara terbaik untuk menggunakan alat komunikasi yang ada untuk mencapai tujuan. Menurut Middleton strategi komunikasi merupakan teori terbaik dari semua komponen komunikasi, termasuk komunikator, pesan, media, komunikan, dan pengaruh, yang semuanya dimaksudkan untuk menghasilkan hasil komunikasi yang terbaik (Sari, 2023)

Public Relations adalah satu dari sekian banyak aspek dalam strategi komunikasi perusahaan maupun organisasi. Pada perkembangan

era digital seperti saat ini, strategi komunikasi Public Relations berperan penting dalam membentuk dan mempertahankan citra positif dan agar tercapainya tujuan lembaga atau organisasi dan membangun kepercayaan publik kepada organisasi. Pelaku kehumasan atau *public relations* harus tahu berbagai perubahan yang terjadi di dalam maupun luar organisasi. Hal ini sangat diperlukan supaya dalam keadaan kritis, pelaku kehumasan bisa mengatasinya dengan solusi yang tepat dan dapat mempertahankan citra organisasi.

Public Relations harus mampu mengikuti lajunya perkembangan informasi dan teknologi. Kemampuan dalam bermedia sosial yang aktif dalam berinteraksi, dapat menciptakan konten yang sesuai, dan cepat tanggap dalam memberikan respon terhadap keluhan merupakan strategi komunikasi yang sukses. Sinergi antara kebijakan komunikasi dengan teknologi yang canggih, dapat menjembatani kesenjangan organisasi dengan publik. Pemanfaatan perkembangan teknologi secara efektif ini dapat menjadi kunci untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi komunikasi, Public Relations juga dapat lebih responsif terhadap perubahan dalam lingkungan digital, menciptakan kampanye yang lebih terukur, dan membangun hubungan yang lebih erat dengan publik.

Public Relations harus memiliki dan membina hubungan baik dengan Pers guna mendukung kelancaran penyebaran informasi dan komunikasi antara public relations dengan publik. Semakin pesatnya perkembangan teknologi dan semakin mudah terbukanya akses informasi

juga memberikan dampak yang menyulitkan masyarakat. Keberagaman media yang memberikan informasi dapat mempersulit masyarakat dalam memperoleh informasi terbaru yang akurat dan terpercaya seiring dengan banyaknya media-media yang memberikan berita dan informasi yang dapat menyesatkan “*misleading*”. Disinilah peran Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Kabupaten Ponorogo menjembatani akses informasi yang tepat dan akurat untuk masyarakat Ponorogo.

Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Kabupaten Ponorogo berperan penting dalam penyebaran informasi terbaru dan terpercaya kepada masyarakat Ponorogo. Dengan adanya Dinas Komunikasi dan Informatika masyarakat semakin mudah mengakses informasi terbaru dan memudahkan masyarakat dalam proses penyampaian keluhan. Dalam meningkatkan citranya Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Kabupaten Ponorogo memberikan pelayanan yang baik terhadap publiknya, seperti penggunaan media sosial instagram, youtube, dan website yang aktif dan selalu memuat informasi teraktual. Diskominfotik Ponorogo juga memiliki program KIM (Kelompok Informasi Masyarakat), yang bertujuan untuk mengelola informasi, penyalur aspirasi masyarakat, menyampaikan informasi kepada masyarakat, menggali potensi wilayah dan mempublikasikannya dan juga menjembatani kesenjangan komunikasi antara masyarakat dan pemerintah. Selain beberapa pelayanan tersebut Dinas Kominfotik Ponorogo juga sering memberikan sosialisasi terkait teknologi dan kecakapan teknologi kepada masyarakat, dan juga adanya

kerjasama dengan pers untuk menyebarkan informasi lewat kanal media massa

Fenomena dalam bidang *Public Relations* Eksternal di lingkup lembaga Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik sangat menarik untuk dibahas dan dikaji lebih lanjut, karena proses dan strategi dalam membangun citra lembaga, membina hubungan dengan publik, pers, dan stakeholder eksternal di bidang kehumasan daerah agar tercapainya tujuan lembaga harus dipersiapkan sebaik-baiknya. Nyatanya masih banyak ketidaktepatan yang terjadi sehingga proses penyampaian pesan lembaga Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik kepada Public Eksternal terkadang tidak tersampaikan dengan baik. Dari fenomena tersebut, *Public Relations* Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik ini perlu untuk ditingkatkan proses penyampaian pesan dan tugas fungsi dari Kehumasan Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik agar terwujudnya cita-cita lembaga.

Penelitian ini memiliki beberapa acuan atau penelitian terdahulu yang relevan, sehingga penulis terbantu dalam pengambilan kesimpulan. Penelitian terdahulu ini penulis peroleh dari kumpulan-kumpulan jurnal ilmiah sebagai berikut:

- 1. Strategi Komunikasi Public Relations Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur Untuk Meningkatkan Citra di Mata Publik**

Jurnal ilmiah ini ditulis oleh Wike Mardiana, Hamim, dan Kendry Widiyanto dan diterbitkan pada tahun 2018. Penelitian ini membahas tentang gambaran dari strategi komunikasi Public Relations pada Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur dalam meningkatkan citra positif. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan hasil dari penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Public Relations yang dilakukan oleh Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur yang bertujuan meningkatkan citra di mata publik yaitu dengan adanya media sosial maupun elektronik website, facebook, dan twitter yang dapat digunakan masyarakat dalam melakukan pengaduan dan mempermudah akses informasi dengan menggunakan teori *Two-way Symmetric*. Peneliti tertarik untuk menjadikan jurnal ini acuan dalam penggunaan teori *Two-way Symmetrical* yang ditulis oleh Grunig.

2. Strategi Komunikasi Eksternal Humas Polda D.I.Yogyakarta Dalam Mengelola Citra Positif Institusi

Jurnal Ilmiah ini dibuat oleh Salt Masitoh, yang diterbitkan pada tahun 2018 yang membahas mengenai strategi komunikasi eksternal Humas Polda Daerah Istimewa Yogyakarta dalam pengelolaan citra perusahaan, bagaimana tantangan, dan hambatan Humas Polda Daerah Istimewa Yogyakarta dalam menjalankan strategi komunikasi eksternal yang bertujuan mengelola citra institusi.

3. Proses Humas Diskominfo Tangerang Selatan Dalam Membangun Citra Positif Melalui Instagram

Penelitian ini merupakan jurnal ilmiah komunikasi yang ditulis oleh Bungun Fitriyaningsih dan Abdul Kholik yang diterbitkan pada tahun 2021. Penelitian ini membahas tentang proses kehumasan Diskominfo Tangerang Selatan dalam membangun citra positif melalui media sosial instagram. Pendekatan yang dilakukan pada penelitian ini adalah pendekatan deskriptif dengan metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa peran humas Diskominfo Tangerang Selatan dalam membangun citra positif telah sesuai dengan teori dari Cutlip dan Center yang berisi, *Defining the Problem (Fact Finding), Planning, Programming, Taking Action, Communicating, dan Evaluating the Program* untuk melakukan analisis terhadap proses produksi, komunikasi, dan informasi yang dapat membangun.

4. Strategi Komunikasi Diskominfo Kabupaten Ponorogo Dalam Memberikan Pelayanan Informasi Kepada Masyarakat

Skripsi ini ditulis oleh Kharisma Nur Rohma, pada tahun 2023. Skripsi ini mendeskripsikan strategi komunikasi Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Kabupaten Ponorogo dalam upaya melayani masyarakat tentang informasi, sejauh apa keberhasilan, dan seperti apa hambatan yang dilalui. Penelitian ini menjadi salah satu acuan peneliti dalam menulis skripsi, namun hal yang membedakan adalah objek

penelitian peneliti adalah Humas atau Public Relations Dinas Kominfo Kabupaten Ponorogo dan teori yang digunakan juga berbeda. Skripsi milik Kharisma menggunakan teori Fred. R. David, sedangkan peneliti menggunakan teori *Two-way symmetrical* milik Grunig.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah di atas, peneliti membuat rumusan masalah yaitu :

Bagaimana strategi komunikasi *public relations* eksternal dalam memelihara hubungan dengan publik di Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Kabupaten Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi *public relations* eksternal dalam memelihara hubungan dengan publik di Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Kabupaten Ponorogo.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis
 - a. Peneliti memiliki harapan agar penelitian ini bermanfaat untuk pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya *Public Relations*.

- b. Hasil dari penelitian dapat dipergunakan untuk menjadi literatur tambahan mengenai strategi komunikasi *public relations* eksternal dalam memelihara hubungan dengan publik.

2. Manfaat Praktis

- a. Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat dipergunakan sebagai panduan dalam penerapan keilmuan Ilmu Komunikasi
- b. Bagi Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Kabupaten Ponorogo hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan dalam melaksanakan komunikasi *Public Relations* eksternal kepada publik.

