

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar belakang

Di era 4.0 perkembangan teknologi merupakan hal yang biasa terjadi. Dengan merubah beberapa media yang sebelumnya hanya untuk foto dan video menjadi pusat informasi dirasa mulai mempermudah kegiatan beberapa orang atau instansi dalam berbagai bidang, tidak terkecuali bidang komunikasi. Komunikasi merupakan penyampaian pesan dari satu orang ke orang lainnya atau antar kelompok baik disengaja maupun tidak. Selain itu komunikasi juga dapat mempengaruhi seseorang mengenai sesuatu hal mengubah keyakinan serta sikap mereka mengenai sesuatu, bisa jadi hal itu menjadi lebih baik atau bahkan menjadi lebih buruk, karena setiap orang mempunyai penerimaan sendiri-sendiri akan pesan yang disampaikan. Beberapa contoh alat komunikasi yang sudah menjadi trend masa kini adalah computer perangkat keras, *smartphone*, sampai bentuk digital internet seperti sosisal media. Beberapa media diatas adalah contoh media yang populer mengubah pola hidup masyarakat. Internet memiliki jangkauan yang luas yang tidak terbatas oleh ruang dan waktu, oleh karena itu praktisi *public realation* ataupun humas suatu instansi mulai tertarik menggunakan media sosial ini. Mereka menggunakan media tersebut untuk berhubungan dengan masyarakat.

Kecepatan informasi dalam media sosial seperti telah menggeser peranan media konvensional, selain bisa diakses dalam hitungan detik, sering dalam kehidupan sehari-hari sulit untuk menyampaikan pendapat secara terbuka karena alasan tertentu. Selain itu media sosial juga menciptakan dunia baru bagi para penggunanya sehingga mereka bebas

malakukan apa saja pada akun mereka, tidak terkecuali berkomentar yang mungkin susah diucapkan ketika bertatap muka langsung.

Untuk dapat mengubah seseorang agar meyakini informasi yang diberikan perlu komunikasi persuasif dimana daya tarik pesan dapat lebih menonjol serta lebih mengena ke intinya. Pesan yang disampaikan harus memiliki sisi penting atau paling tidak sesuatu yang membedakan dengan pesan lainnya. Selain itu jika ingin pesan diterima dengan baik pesan juga harus memiliki tingkat kepercayaan tersendiri dikalangan masyarakat. Dalam hal ini internet berperan penting dalam PR suatu instansi karena opini publik akan tergantung pada PR yang dianggap sebagai sumber informasi yang tidak tersedia baik disurat kabar maupun media massa lainnya. Dimana pengaruh pesan persuasif ini menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan atau instansi. Pasalnya setiap perusahaan atau instansi pasti memerlukan iklan untuk lebih dikenal dan dipercayai oleh masyarakat.

Media sosial ini dinilai efektif dan efisien, karena mudah diakses, cepat serta murah. Mereka bisa mengakses sosia media dimanapun dan kapanpun, bahkan ketika mereka sedang bekerja mereka tetap bisa mengakses sosial media ini. Sedangkan efisien disini berarti pesan yang diterima bisa terus menerus diupdate dan dilaksanakan dimanapun serta langsung tepat sasaran. Bahkan bisa langsung mendapat *feedback* langsung yaitu melalui kolom komentar, ataupun *chat*.

Dengan pesatnya komunikasi berkembang serta perubahan trend praktisi kehumasan saat ini, yaitu menggunakan media sosial serta internet, maka RSUD dr. Soedono Madiun membentuk tim humas sebagai salah satu tim yang menjadi fasilitator, pemberi informasis public, menerima pengaduan opini, serta menyediakan informassi tentang kebijakan progam dengan tujuan menjadi tim yang menciptakan citra yang baik bagi instansi serta menjadi sumber informasi bagi masyarakat.

Komunikasi public dalam buku (Richard West, 2008) berarti penyebaran informasi dari satu orang ke banyak orang yang tujuannya menghibur, membujuk dan mempengaruhi. Dalam hal ini berarti komunikasi public sangat dibutuhkan di era pandemic karena keterbatasan dalam melakukan segala hal. Komunikasi publik seringkali ditemukan dalam kegiatan-kegiatan dengan bertatap muka secara langsung, misalnya kegiatan kuliah umum, khotbah, rapat akbar, pengarahan, ceramah, dan lainnya, dengan melibatkan massa yang banyak. Dalam penyampaiannya komunikasi publik merupakan bentuk komunikasi satu arah yaitu langsung menuju masyarakat luas atau khalayak umum. Dengan demikian berarti, komunikasi massa dalam penyampainnya dengan melibatkan unsur adanya suatu media yang terlibat dalam penyampaian informasi tersebut. Dalam prosesnya komunikasi massa melibatkan beberapa media massa sekaligus yang digunakan sebagai wadah dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Salah satu media yang aktif digunakan oleh humas RSUD dr. Soedono Madiun dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat adalah media sosial. Humas RSUD dr. Soedono memiliki tiga media sosial, yaitu *facebook*, *twitter*, serta *instagram*. Akan tetapi pada penelitian ini akan membahas media sosial *instagram*. Aplikasi yang dirilis di App Store ini terbilang cukup populer apalagi di Indonesia. Hal ini bisa dibuktikan dengan jumlah pengunduhannya yang sudah mencapai 500 juta pengguna. *Instagram* sendiri merupakan platform yang berfokus pada foto dan video. Oleh sebab itu humas RSUD dr. Soedono memilih *instagram* sebagai media yang digunakan karena hampir semua masyarakat memiliki media sosial yang satu ini, sehingga informasi akan lebih cepat sampai pada sasaran.

Kehadiran media baru saat ini membuat pola kehidupan masyarakat modern menjadi bergantung pada media. Hal ini dikarenakan begitu mudahnya mendapatkan informasi yang cepat, serta efisien. Tidak seperti

televisi dan radio yang seperti mengharuskan pemirsa untuk memperhatikan supaya tidak ada informasi yang mereka lewatkan, media baru ini bisa digunakan untuk memperoleh informasi tanpa harus berkonsentrasi penuh untuk mendapatkan berita karena new media dapat diakses kapan pun dan dimanapun sesuai kebutuhan mereka. Bahkan mereka bisa mengakses media baru ini berulang kali sesuai kebutuhan mereka.

Berdasarkan pada uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Penerapan Media Relation pada Konten Instagram @rsoedono di RSUD dr. Soedono Madiun. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Dengan mengambil data primer dari hasil observasi dan wawancara informan secara langsung dijumpai di lokasi penelitian, serta dengan memanfaatkan data sekunder.

#### **B. Rumusan masalah**

Dari penjelasan uraian diatas peneliti membuat perumusan masalah yaitu:  
Bagaimana Penerapan Media Relation pada Konten Instagram @rsoedono di RSUD dr. Soedono Madiun sebagai media informasi publik?

#### **C. Tujuan masalah**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah diatas yaitu;

- 1) Untuk mengetahui Bagaimana Penerapan Media Relation pada Konten Instagram @rsoedono di RSUD dr. Soedono Madiun sebagai informasi publik.
- 2) Untuk mengetahui inovasi apa saja yang dibuat oleh akun instagram RSUD dr. Soedono sebagai media informasi public.

#### **D. Manfaat penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik praktis maupun teoritis,

##### **a. Manfaat praktis**

penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan atau referensi untuk melakukan penelitian terkait pengelolaan media sosial sebagai informasi publik

##### **b. Manfaat teoritis**

penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, peneliti, serta pihak humas untuk dapat mengetahui lebih banyak ilmu pengetahuan tentang pengelolaan media sosial sebagai media informasi public, penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan bagi humas RSUD dr. Soedono Madiun.

