

## **BAB I**

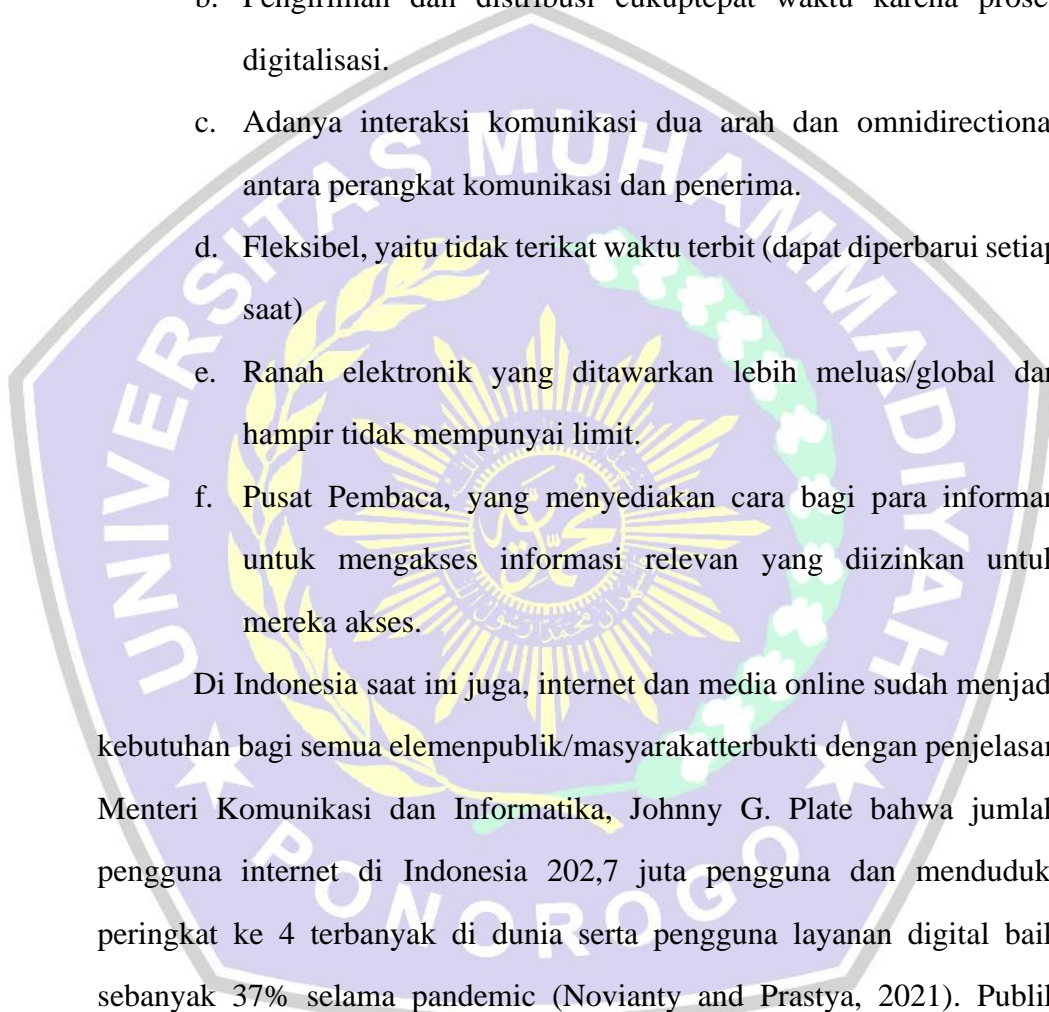
### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Adanya internet saat ini membuat kegiatan komunikasi menjadi lebih mudah karena sebagian besar masyarakat menggunakan alat komunikasi dan internet saat ini. Adanya teknologi komunikasi yang semakin cepat juga semakin memudahkan manusia untuk saling berkomunikasi dan mengakses segala macam informasi tanpa batasan waktu dan tempat. Sehingga memberikan dampak sosial yang signifikan bagi kehidupan manusia, yaitu menciptakan gaya hidup dan ruang hidup baru bagi setiap lapisan masyarakat. Keberagaman media teknologi komunikasi seperti media massa berdampak pada kehidupan manusia antara lain penghematan biaya, memperpendek jarak, ruang dan waktu (Sakinah, Eif and Cholidah, 2018). Namun masyarakat harus bisa memilah baik buruknya saat menggunakan internet agar terhindar dari hal-hal yang negatif.

Kehadiran teknologi internet atau media online yang telah menggeser peran media konvensional dan tradisional. Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat lebih memilih untuk mengakses internet atau media online dalam memenuhi kebutuhan untuk komunikasi dan informasi. Karena menurut John Simandjuntak banyak sekali kelebihanannya (Simandjuntak and John, 2003):

1. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dapat menyebabkan perubahan yang sangat cepat dalam industri media, sehingga alat komunikasi konvensional dan tradisional seperti radio, televisi dan surat kabar kehilangan minat atau menjadi usang.

- 
- a. Media berikut memiliki kelebihan dan keistimewaan yang beragam dengan media lainnya, antara lain: memiliki sifat konvergen, yang tidak dapat eksis tanpa alat komunikasi Objek dalam bentuk digital dan elektronik yang dimiliki oleh teknologi komputer dan teknologi jaringan.
  - b. Pengiriman dan distribusi cukup tepat waktu karena proses digitalisasi.
  - c. Adanya interaksi komunikasi dua arah dan omnidirectional antara perangkat komunikasi dan penerima.
  - d. Fleksibel, yaitu tidak terikat waktu terbit (dapat diperbarui setiap saat)
  - e. Ranah elektronik yang ditawarkan lebih meluas/global dan hampir tidak mempunyai limit.
  - f. Pusat Pembaca, yang menyediakan cara bagi para informan untuk mengakses informasi relevan yang diizinkan untuk mereka akses.

Di Indonesia saat ini juga, internet dan media online sudah menjadi kebutuhan bagi semua elemen publik/masyarakat terbukti dengan penjelasan Menteri Komunikasi dan Informatika, Johnny G. Plate bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia 202,7 juta pengguna dan menduduki peringkat ke 4 terbanyak di dunia serta pengguna layanan digital baik sebanyak 37% selama pandemic (Novianty and Prasty, 2021). Publik menggunakan internet memiliki tujuan yang beragam sebagai alat untuk melengkapi berbagai kegiatan seperti work from home, sekolah daring, mencari referensi untuk tugas, membaca berita terbaru dan kegiatan lainnya yang ketika pandemi beralih menjadi serba online. Internet juga telah mempengaruhi orang-orang di berbagai lapisan masyarakat saat ini. Untuk

masyarakat saat ini, Internet tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi dan memenuhi kebutuhan informasi, tetapi Internet saat ini juga mempunyai berbagai kegunaan. Misalnya dalam bisnis, media online sering dijadikan sebagai tempat usaha bagi para pengusaha untuk menjual dan mempromosikan usahanya. Dalam bidang sosial dan budaya, internet sudah digunakan oleh publik untuk melakukan kegiatan sosial dan mengajak masyarakat luas agar bergabung. Dalam bidang public relation pun internet atau media online telah banyak digunakan dan merubah pelaku public relation (PR) dalam melaksanakan tugas-tugas untuk membantu menciptakan, membentuk citra dan pandangan sebagai potret suatu instansi atau organisasi berkenaan dengan publik entah internal maupun eksternal suatu instansi menjadi jauh lebih mudah dan praktis. Dalam ruang lingkup internal instansi atau perusahaan, PR memiliki tugas untuk menghubungkan kesenjangan antara manajemen perusahaan dan karyawan. Selain itu humas di lingkungan eksternal perusahaan memiliki tugas untuk memastikan hubungan antara perusahaan yang didukungnya dengan para pemangku kepentingan atau pihak lain dari luar perusahaan, supaya relasi yang sudah dibangun dan kerjasama yang baik selalu berkembang (Kendek, Koagouw and Lotulung, 2022).

Pelaksanaan public relations yang memanfaatkan media online lebih sering disebut Cyber Public Relations atau E-PR (Electronic Public Relations) (Onggo, 2004). Cyber Public Relation ini bisa memiliki peranan yang lebih besar melalui internet atau media online. Banyak sekali alat yang bisa digunakan praktisi PR untuk dipakai dalam E-PR yaitu berkaitan dengan internet, contohnya seperti penggunaan surel, website, blogs, majalah elektronik, dan media sosial. Banyak sekali instansi yang menggunakan cara ini untuk melakukan kegiatan Public Relation salah



satunya yaitu instansi pendidikan yang ikut menggunakan internet atau media online sebagai bentuk Cyber Public Relations. Sebab banyak pelajar, mahasiswa dan akademisi yang dituntut untuk melek digital sehingga metode ini adalah salah satu yang membuat praktisi PR instansi lebih mudah melakukan pekerjaan PR mereka. Salah satu contoh lembaga pendidikan adalah Universitas Indonesia (UI). Bisa dilihat pada akun sosial media instagramnya yaitu @univ\_indonesia yang memiliki *followers* 750 ribu dan sekitar 3.000 lebih postingan foto/video yang berisi informasi serta berita tentang kampus merdeka kepada khalayak umum dan digunakan secara aktif (Indonesia, 2022). Tidak hanya Universitas Indonesia (UI), salah satu lembaga perguruan tinggi swasta yaitu Universitas Muhammadiyah Ponorogo (UMPO) juga menggunakan dan mengimplementasikan internet atau media online sebagai salah satu bentuk cyber public relations. Perguruan tinggi swasta ini menggunakan berbagai platform media online seperti laman website, surel, dan akun media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram. Internet atau media online digunakan oleh Universitas Muhammadiyah Kabupaten Ponorogo untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, yang sangat memudahkan dalam pemberian informasi tentang kampus dan perkuliahan. Dengan cara ini, UMPO mampu menjalin hubungan komunikasi yang baik dengan khalayak internal dan eksternalnya.

Universitas Muhammadiyah Ponorogo (UMPO) sendiri salah satu Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Kabupaten Ponorogo yang sangat aktif dalam mengimplementasikan cyber PR. Hal ini dibuktikan dengan aktifnya penggunaan media online yang saat ini diakses oleh pengguna internet atau khalayak luas yaitu Instagram. Instagram salah satu media sosial yang begitu banyak digunakan di masyarakat saat ini, termasuk bisnis/instansi.

Aktivitas perusahaan/instansi di kanal media sosial Instagram dapat digunakan untuk mengetahui apakah perusahaan/organisasi tersebut menerapkan cyber PR dengan baik atau tidak. Sebab dengan memanfaatkan Instagram sebagai alat cyber PR, maka besar kemungkinan perusahaan/instansi juga akan menggunakan media online lain seperti cyber PR dan ketika instansi dapat mengikuti perkembangan instagram kemungkinan besar juga bisa mengikuti perkembangan media sosial lainnya.

Berdasarkan analisa peneliti dari media sosial Instagram, diperoleh bahwa Universitas Muhammadiyah Ponorogo merupakan Instansi Pendidikan yang mempunyai *followers* terbanyak kedua di Kabupaten Ponorogo dengan jumlah *followers* 11,800 dan 867 postingan foto/video yang berisi informasi dan berita (UMPO, 2022f). Tidak hanya itu, peneliti menemukan bahwa Universitas Muhammadiyah Ponorogo aktif mempublikasikan informasi di media online-nya, baik informasi tentang berita terkini tentang Universitas Muhammadiyah Ponorogo maupun informasi umum tentang kampus, pendaftaran dan kegiatan kemahasiswaan, setidaknya mereka selalu membagikan 2 sampai 3 info dalam satu hari.

Melihat fenomena tersebut peneliti memiliki keinginan untuk mengkaji bagaimana implementasi cyber public relations yang diterapkan oleh Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Sehingga topik penelitian yang akan dikaji berjudul **“Penerapan Cyber Public Relation Melalui Media Sosial Instagram di Universitas Muhammadiyah Ponorogo”**.

Penelitian ini sangat penting untuk dikaji bagi ranah kerja dan pelaku PR terutama di Indonesia. Bahwa pada saat ini telah berada di era

internet dimana segala macam hal dan aktivitas dapat dilakukan dengan lebih mudah dengan menggunakan media internet atau online. Dalam penelitian ini, peneliti mencoba mengkaji seperti apa dan bagaimana pengimplementasian yang dilaksanakan oleh Universitas Muhammadiyah Ponorogo dalam kegiatan PR. Cyber PR telah mengubah kemampuan praktisi PR, dan pekerjaan mereka menjadi lebih mudah dengan hadirnya internet atau media online. Oleh karena itu, penelitian ini sangat penting dan diharapkan nantinya kajian ini dapat menjadi referensi dan wawasan baru bagi mahasiswa yang memiliki konsentrasi dalam studi komunikasi, khususnya yang mempelajari public relation bahkan praktisi humas.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berkenaan dengan implementasi yang dilakukan oleh pihak Humas dan Kerjasama UMPO, hal tersebut mendasari topik penelitian yang akan diteliti yaitu Bagaimana penerapan cyber public relations melalui media sosial instagram di Universitas Muhammadiyah Ponorogo?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Berlandaskan rumusan masalah yang peneliti paparkan, tujuan penelitian ini yaitu: Untuk mengksji penerapan cyber public relations melalui media sosial instagram di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Dengan tersajinya penelitian yang sudah dilakukan berharap agar kajian yang dilakukan bisa dimanfaatkan dengan baik secara akademis maupun praktis, yaitu sebagai berikut:

##### 1. Manfaat akademis

Dapat berkontribusi penuh secara positif dan menjadi sumber pengetahuan informasi dan bisa digunakan menjadikan buku rujukan bagi mahasiswa komunikasi yang sedang mendalami lebih lanjut



tentang penerapan cyber public relations dalam instansi dengan konsentrasi public relation. Diharapkan penelitian ini bisa digunakan menjadi bahan pustaka tambahan dan rujukan penelitian bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi yang sedang melanjutkan penelitiannya.

## 2. Manfaat praktis

Secara praktis, peneliti mengharapkan hasil penelitian ini bisa dijadikan acuan humas UM Ponorogo dalam mengevaluasi praktik cyber-public relations melalui internet atau media online.

Dapat berkontribusi penuh dengan hasil positif dan menjadikan rujukan informasi dan pengetahuan, dan juga dapat dimanfaatkan menjadi referensi buku bagi mahasiswa komunikasi yang mempunyai keinginan untuk mempelajari lebih mendalam soal penerapan praktik cyber public relations di dunia bisnis. Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai bahan literatur tambahan dan penelitian diperlukan bagi pelajar maupun mahasiswa peneliti komunikasi yang sedang melakukan penelitian lebih lanjut.

Peneliti berharap hasil penelitian ini secara praktis dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk mengevaluasi pelaksanaan komunikasi siber dengan publik melalui internet atau media online yang dibuat oleh bagian humas Universitas Muhammadiyah Ponorogo.