

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi digital khususnya dibidang komunikasi bertujuan utama untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia untuk saling bertukar informasi dengan mudah. Tingkat mobilisasi manusia yang semakin bertumbuh menyebabkan kebutuhan terhadap layanan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin tinggi. Kehadiran internet adalah salah satu bukti perkembangan jaman dan teknologi telah memberikan banyak kontribusi dalam proses arus komunikasi. Manusia dapat mengakses informasi apapun yang dibutuhkan dengan waktu singkat, kapanpun dan dimanapun selama ia memiliki akses internet yang memadai.

Memasuki era digital, seluruh industri kemudian akan mengerahkan segala daya untuk memberikan fasilitas terbaru yang dapat mempermudah kehidupan konsumen/pelanggannya. Apalagi di dunia media yang mendapat dampak besar dari munculnya era digital, salah satunya public relations atau kehumasan. Di era digital, kehumasan terbagi menjadi dua, yaitu kehumasan tradisional (PR). dan hubungan masyarakat digital (PR). Praktek Digital Public Relations (PR) adalah Bagian dari Humas mengikuti perkembangan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk bisnis dan institusi.

Banyak perusahaan dan organisasi di tingkat nasional dan multinasional sudah mulai menerapkan digital (RP) di perusahaan dan organisasi mereka seperti bank.,

pemerintah, LSM, organisasi dan individu. Organisasi lain memiliki situs web di Internet. Bahkan media berita seperti surat kabar dan majalah memiliki website dan media sosial.

PR Digital tidak jauh berbeda dengan PR konvensional. Keduanya juga memanfaatkan kreativitas seseorang PR untuk menyusun Pesan efektif yang relevan dengan audiens target anda. Salah satu perbedaan yang paling mendasar dan dapat dibedakan antara PR digital dan PR konvensional adalah media yang digunakan. PR konvensional menggunakan media konvensional untuk menyampaikan pesan, sedangkan PR digital menggunakan media online untuk menyampaikan konten. Namun yang menjadi keunggulan dari digital PR ialah tidak mengenal batas waktu, dapat diakses dari dimanapun dan kapanpun diseluruh dunia, murah, bersifat interaktif dan mudah di-update.

Lembaga pendidikan khususnya sekolah tidak dapat dipisahkan dari administrasi. Karena administrasi merupakan bagian integral yang tidak dapat dipisahkan dari keseluruhan proses pendidikan. Tanpa adanya manajemen tidak mungkin tercapainya tujuan pendidikan secara optimal, efektif dan efisien. (E.Mulyasa, 2013)

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) merupakan salah satu lembaga pendidikan yang mengemban misi mengembangkan sumber daya manusia dengan kompetensi, keterampilan dan keahlian yang tepat sehingga lulusannya dapat mengembangkan keterampilannya saat memasuki dunia kerja. Semua sekolah kejuruan memiliki tujuan, dan lulusan memperoleh keterampilan, kompetensi, dan keahlian. dalam bidang ilmu tertentu serta mumpuni untuk diterapkan di dunia kerja. Ada dua manfaat

pendidikan vokasi, yaitu lulusan dapat memperoleh kesempatan kerja di dunia industri dan dunia usaha karena terkait dengan setiap sertifikat yang dikeluarkan oleh lulusan yang dimiliki berkat tes keterampilan. lulusan Pendidikan kejurusan dapat melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi apabila lulusan itu memenuhi persyaratan (Firdausi, 2012).

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2013, Tentang Sistem Pendidikan Nasional: Pasal 54 (1), peran serta masyarakat dalam pendidikan meliputi peran serta individu, kelompok, keluarga, organisasi profesi, wirausaha, dan organisasi masyarakat dalam apa yang terjadi Sekolahlah yang menempatkan humas pada iseng, meskipun ketika ada krisis di sekolah, individu menjadi humas mereka tidak hanya harus memahami komunikasi tetapi juga harus memahami komunikasi dengan baik keadaan sekolah, murid-muridnya, humas, dalam diskusi berjudul Peran Humas sekolah dalam membangun citra dan mengatasi krisis (Nuriman, Peran Humas Dibutuhkan Di Lembaga Pendidikan. Republika.Co.Id, Diakses Pada Tanggal 16 Mei 2022, Pukul 19:00).

SMK PGRI 2 Ponorogo merupakan salah satu SMK berbasis pondok pesantren di Ponorogo. Sekolah ini dijadikan sebagai penelitian karena peneliti tertarik dengan bagaimana manajemen Humas meningkatkan citra institusi pendidikan di SMK PGRI 2 Ponorogo. Ada bursa kerja khusus yaitu suatu organisasi yang bekerja untuk merekrut tenaga kerja atau dunia industri dengan kesepakatan yang telah disepakati. Di SMK PGRI 2 Ponorogo juga memiliki program PKL (pratek kerja di lapangan) dilaksanakan pada kelas sebelas dan tempatnya tidak di kabupaten Ponorogo tetapi di luar Ponorogo.

Melihat realita di lapangan SMK PGRI 2 Ponorogo meningkatkan citra pendidikan citra baik di mata orang tua dan peserta didik diperlukan oleh sebuah sekolah. pada SMK PGRI 2 Ponorogo mempunyai citra positif yang meningkatkan orang tua dan peserta didik sudah tercapainya perencanaan yang sudah di buat oleh para lembaga pendidikan atau warga sekolah tersebut, hal ini di buktikan SMK PGRI 2 Ponorogo bekerja sama dunia industri dan perusahaan dari luar (Hasil Observasi Peneliti di SMK PGRI 2 Po, Mei 2022).

SMK PGRI 2 Po juga mempunyai keunikan tersebut yakni, pada tenaga kependidikan juga bekerja sama dengan orangtua dan wali kelas tersebut, jadi jika siswa tidak ikut PKL maka sudah terlihat dari jadwal permingguan. Di absensi juga ada kearsipan jadwal permingguan ganjil dan genap. Peserta didik juga tidak bisa membohongi para tenaga pendidikan bahwa tidak mengikuti program PKL tersebut tanpa ada keterangan dari lokasi PKL tersebut.

PR digital semakin dikenal oleh sebagian besar audiens. Penggunaan internet oleh para praktisi PR merupakan bonus tambahan untuk membantu mereka dalam menjalankan tugasnya, karena semua aktivitas PR digital dapat diakses dengan mudah oleh publik di mana pun dan kapan pun mereka mau. Penggunaan internet sangat efektif jika dilihat di masyarakat saat ini tidak terlepas dari internet dan utilitas, karena internet menciptakan cara pandang baru bagi setiap individu untuk menunjang kebutuhan sehari-hari.

Dalam penelitian penulis menggunakan teori media baru sebagai elemen pendukung untuk mengkaji lebih dalam mengenai pemanfaatan media

digital. Topik penelitian ini juga belum pernah diteliti oleh peneliti lain sebelumnya sehingga penulis juga ingin mengangkat topik penelitian ini kepada masyarakat sehingga menjadi salah satu sumber informasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus yang penulis akan lebih mendalami topik penelitian ini dengan mengambil data melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai “Penerapan *Digital Public Relations* pada Instagram @ Official_Smkpgri2ponorogo”.

B. Rumusan Masalah

Terkait latar belakang di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Penerapan *Digital Public Relations* pada Instagram @ Official_Smkpgri2ponorogo?
2. Apa saja kendala dalam menerapkan *Digital Public Relations* di Instagram @ Official_Smkpgri2ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui Praktik *Digital Public Relations* di SMK PGRI 2 Ponorogo, dengan rincian:

1. Untuk mendeskripsikan Penerapan *Digital Public Relations* pada Instagram @ Official_Smkpgri2ponorogo.
2. Untuk mendeskripsikan kendala yang dialami dalam Penerapan *Digital Public*

Relations pada Instagram @ Official_Smkpgri2ponorogo.

D. Manfaat Penelitian

Sementara itu, hasil penelitian ini diharap akan membawa keuntungan teoritis dan praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan untuk membantu memperluas ilmu pengetahuan serta menjadi sumber literatur khususnya dalam bidang komunikasi dan dapat bermanfaat bagi praktisi komunikasi khususnya dosen Ilmu Komunikasi, mahasiswa Ilmu Komunikasi dan peneliti selanjutnya terutama dalam pengembangan teori media baru dan penelitian mengenai citra lembaga atau perusahaan serta *Digital Public Relations* lainnya

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi Kepolisian dalam membangun citra lembaga atau perusahaan yang positif lewat praktik *Digital Public Relations* khususnya media sosial, serta dapat memberikan pengetahuan bagi mahasiswa/i yang belajar atau meneliti mengenai *Digital Public Relations*, citra lembaga, perusahaan dan kaitannya.