

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagaimana diketahui bahwa *Public relations* memegang peran strategis dalam pengembangan suatu organisasi atau perusahaan. *Public relations* merupakan penghubung dalam membangun dan memelihara hubungan dengan khalayak internal dan eksternal. Saat ini, dunia teknologi dan informasi mengalami pertumbuhan yang terus meningkat secara pesat. Berkembangnya teknologi saat ini, menyebabkan perubahan pada bidang *public relations*. Dengan adanya perkembangan teknologi informasi komunikasi, membuat praktisi *public relations* memanfaatkan kegunaan internet untuk penyampaian dan penyebaran informasi kepada khalayak. Penggunaan internet sebagai penunjang kegiatan *Public Relation* menyebabkan munculnya konsep CPR (*cyber public relations*). CPR merupakan sebuah kegiatan kehumasan yang dilakukan melalui dunia maya atau internet.

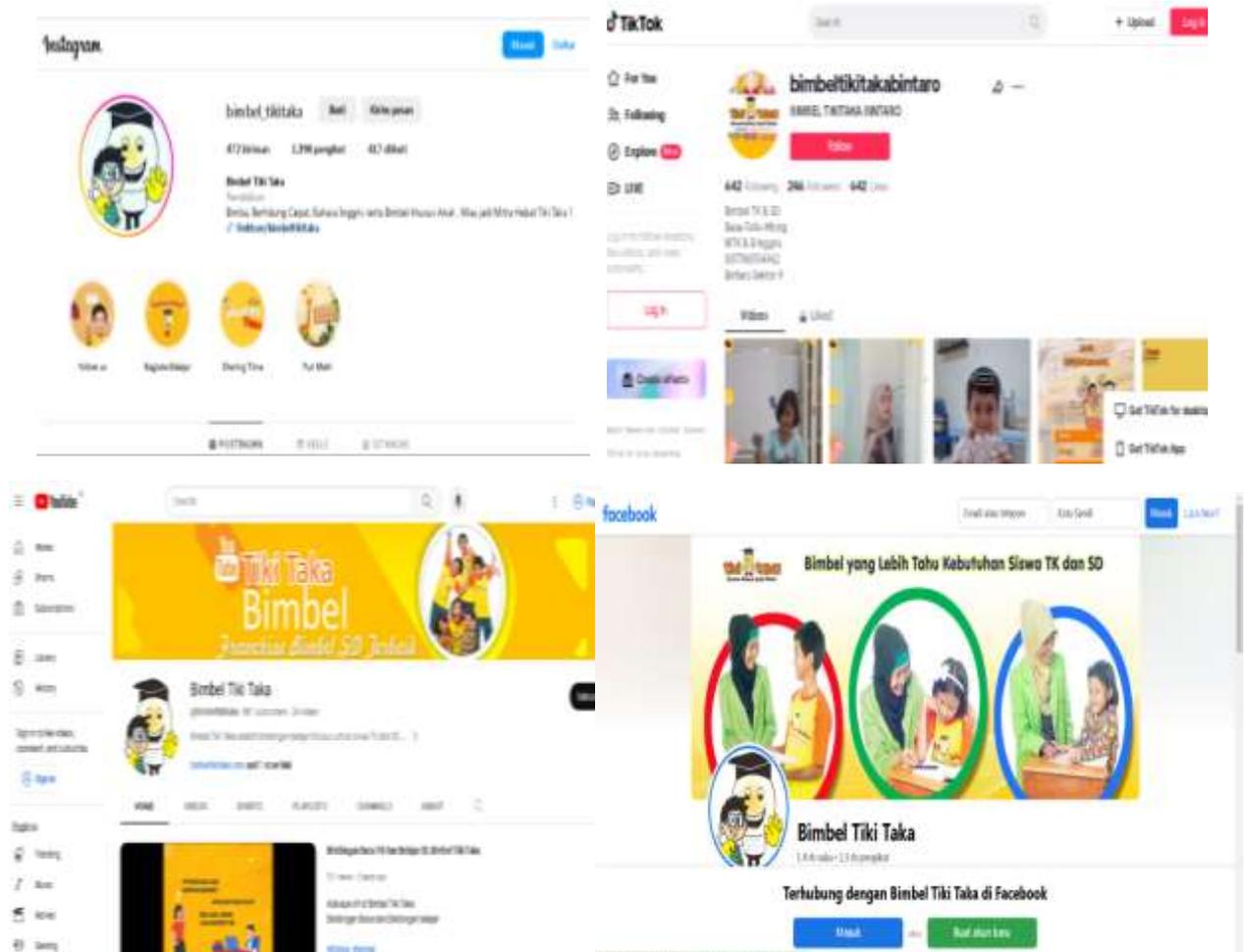
Cyber Public relations menjadi sebuah kegiatan populer yang banyak digunakan oleh perusahaan maupun organisasi dalam melakukan interaksi dengan publiknya. Selain menjadi jalan keluar bagi kendala komunikasi, *cyber public relations* memberikan keuntungan dibandingkan kegiatan *public relations* dengan menggunakan media konvensional antara lain dapat membangun hubungan yang kuat antara perusahaan atau organisasi dengan

publiknya karena komunikasi yang dilakukan merupakan komunikasi dua arah, sehingga interaksi antar keduanya menjadi lebih personal.

Saat ini sesuai dengan perkembangan jaman dan kemajuan teknologi informasi dengan memanfaatkan media berbasis online atau digital, maka sangat penting bagi praktisi *Public Relations* untuk memanfaatkan dan menggunakannya sebagai bentuk saluran informasi atau media penyampai informasi kepada khalayak agar informasi dapat diterima dengan cepat dan jelas oleh khalayak. Oleh sebab itu, maka saat ini hampir semua perusahaan berusaha memaksimalkan kinerja praktisi *public relations* dengan meningkatkan kemampuannya memanfaatkan media baru berbasis online sebagai salah satu media penyebaran informasi kepada khalayaknya.

Sebagaimana yang dilakukan Bimbel Tiki Taka yang bergerak di bidang pendidikan khususnya bimbingan belajar (bimbel) memanfaatkan media internet guna memenangkan persaingan dengan kompetitor. Bimbel Tiki Taka hingga saat ini telah membuka sebanyak tiga puluh tiga cabang. Banyaknya kelas yang telah dibuka tersebut dapat dikatakan buah dari adanya kegiatan *cyber public relations* Bimbel Tiki Taka. Pemanfaatan media online seperti Youtube, Instagram, Facebook, dan Website dinilai cukup efektif dalam menjalin komunikasi dengan khalayaknya. Hal ini dibuktikan dengan adanya komunikasi yang terjalin melalui pemanfaat media internet tersebut. Komunikasi berjalan aktif dan mendapatkan respon positif dari khalayaknya. Hal ini dirasa sangat penting mengingat perkembangan teknologi informasi

saat ini yang begitu cepat dan dinamis. Berikut ini tampilan laman media berbasis online (internet) yang digunakan oleh Bimbel Tiki Taka.



Gambar 1.1
Laman Link Media Internet Bimbel Tiki Taka

Upaya yang dilakukan Bimbel Tiki Taka dengan memanfaatkan media internet tidaklah mudah. Mengingat, perlu adanya penerapan konsep yang dapat memberikan informasi detail dan menarik kepada khalayak. Selain itu, perlu juga adanya suatu kesiapan bagi Bimbel Tiki Taka untuk mengadopsi peran PR konvensional dalam memanfaatkan media baru yaitu internet

(digital). Aktivitas atau kegiatan cyber PR Bimbel Tiki Taka diharapkan mampu menyuguhkan informasi yang valid dan update.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, maka penting untuk dilakukan penelitian lebih lanjut dan dituangkan ke dalam sebuah karya ilmiah (Skripsi) dengan judul **“Fungsi *Cyber Public relations* Pada Bimbel Tiki Taka”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka teridentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Kemampuan Public Relations dalam mempublish informasi melalui media berbasis online perlu ditingkatkan kembali.
2. *Cyber Public Relations* dalam memberikan informasi yang valid dan update harus diprioritaskan agar masyarakat percaya dengan informasi yang diterimanya.
3. Kegiatan *Cyber Public Relations* masih belum optimal pada Bimbel Tiki Taka.
4. Fungsi *Cyber Public relations* pada Bimbel Tiki Taka.

C. Batasan Masalah

Permasalahan dalam penelitian ini dibatasi hanya berkaitan dengan **“Fungsi *Cyber Public relations* Pada Bimbel Tiki Taka”**.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana fungsi *Cyber Public relations* pada Bimbel Tiki Taka?”.

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Fungsi *Cyber Public relations* pada Bimbel Tiki Taka
2. Peluang dan hambatan yang dihadapi dalam fungsi *Cyber Public relations* pada Bimbel Tiki Taka.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara akademis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menambah literatur kajian dalam ilmu komunikasi yang berkaitan fungsi *Cyber Public relations*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan dan bahan evaluasi bagi Bimbel Tiki Taka terutama dalam menjalankan fungsi *Cyber Public Relationsnya*..