

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pemilihan tema dan desain juga konsistensi isi menjadi kunci keberhasilan dalam kekuatan kehumasan. Cyber PR ini pun berlanjut memunculkan dampaknya ketika masuk dalam konteks perpolitikan. Kampanye politik pemilihan kepala daerah Cianjur tahun 2020 pun mengaplikasikan ataupun merasakan buah hasil berupa manfaat dari *cyber public relations* ini.

Tema pemberantasan politik karena inkumben bupati sebelumnya terjerat kasus operasi tangkap tangan oleh KPK, kemudian situasi pandemic Covid-19 menjadi tantangan untuk tim pemenangan bupati Cianjur, Jawa Barat Herman Suherman dengan wakilnya Tubagus Mulyana Syahrudin. Pilkada 2020 menjadi keunikan tersendiri dalam melakukan perjalanan pemenangan kampanye pemilihan umum kepala daerah. Tema-tema ini menjadi pembahasan utama karena pasangan calon bupati ketika dalam kampanye pemenangannya ini menggunakan lebih banyak media sosial dibanding pasangan calon lainnya.

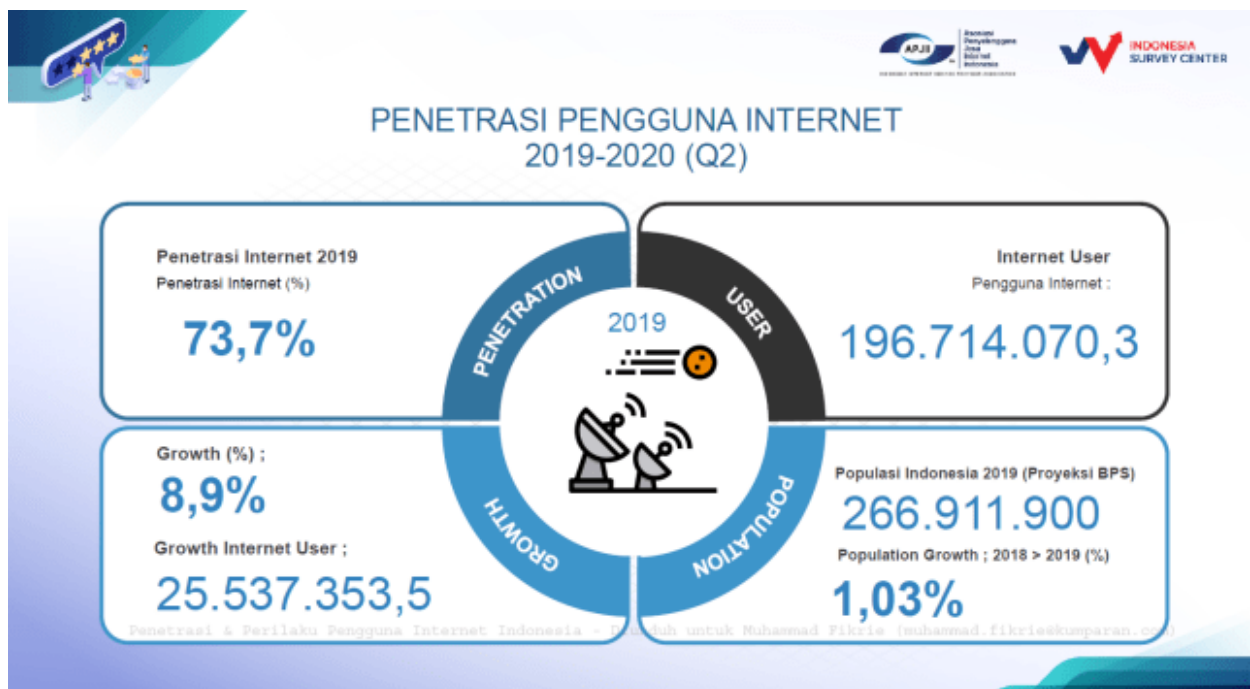
Praktik *cyber public relations* sendiri atau biasa disebut Cyber PR adalah kegiatan Public relations atau kehumasan melalui media internet atau media cyber. Cyber PR sebelumnya telah dilakukan termasuk dalam penggunaan media

baru atau media online termasuk saat mengusung tema kampanye politik Bupati Cianjur pada tahun 2020.

Pada awalnya, bermodal citra yang sudah ada berasal dari rekam jejak saat menjadi wakil bupati periode sebelumnya, Herman Suherman dan pasangan calonnya melanjutkan dan mengembangkan konsep *cyber public relations* ke dalam konteks kampanye politik saat berkontestasi melawan pasangan calon lainnya. Bagaimana cara calon ini mengorganisasi komunikasi politik bermodalkan *cyber public relations* hingga implementasi dan termasuk melalui manajemen media yang dipergunakannya menjadi menarik karena keunikan yang telah dimilikinya sebagai faktor pendukung utama, ditambah kondisi eksternal berupa tantangan dalam konteks suasana pandemic Covid-19 dan tema pemberantasan korupsi yang sedang marak dan *hot issue* saat itu..

Berangkat dari pengalaman sebelumnya yang menjabat sebagai wakil bupati Cianjur, Herman Suherman maju sebagai calon bupati dan terpilih pada tahun 2020. Cianjur adalah kabupaten dari provinsi Jawa barat dengan cakupan luas area 361 434,98 Hektare (sumber data dari BPS Kabupaten Cianjur tahun 2019). Cianjur memiliki 32 kecamatan dengan total penduduk 1.612.711 jiwa. Jumlah penduduk ini terdiri dari 826.307 jiwa penduduk laki-laki dan 786.404 jiwa penduduk perempuan (data BPS Kab. Cianjur tahun 2020).

Jumlah pengguna internet di Indonesia bertumbuh dari tahun ke tahun. Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menerangkan bahwa hingga kuartal II tahun 2020, jumlah pengguna internet Indonesia ada 196,7 juta orang atau 73,7 persen dari total populasi Indonesia 266,9 juta berdasarkan data BPS (Badan Pusat Statistik). Angka ini mengalami kenaikan sebesar 8,9 persen atau setara 25,5 juta pengguna dari periode yang sama tahun sebelumnya.



Sumber :Survei APJII soal pengguna internet di Indonesia pada kuartal II 2020.

Foto: APJII.

Transformasi digital semakin masif akibat pembelajaran online dan kebijakan bekerja dari rumah (*work form home*) akibat pandemi COVID-19 sejak Maret 2020.

Kenaikan jumlah pengguna itu antara lain disebabkan beberapa faktor, seperti infrastruktur internet cepat atau *broadband* di Indonesia semakin merata dengan adanya Palapa Ring dan belajar online, serta work from home atau bekerja dari rumah dampak pandemi COVID-19.

Pengguna internet di Pulau Jawa masih berkontribusi paling besar terhadap kenaikan jumlah pengguna internet pada survei tersebut, yakni 56,4 persen. Disusul berikutnya terbesar adalah berasal dari Pulau Sumatera sejumlah 22,1 persen, kemudian Pulau Sulawesi 7 persen, pulau Kalimantan 6,3 persen, Bali-Nusa Tenggara 5,2 persen, dan Maluku-Papua 3 persen.

Pada tahun 2020, mayoritas konten media online yang diakses pengguna adalah konten pendidikan dan halaman sekolah karena kegiatan pembelajaran jarak jauh. Sementara konten hiburan yang banyak diakses adalah video *online* (49,3 persen), *game online* (16,5 persen), dan musik *online* (15,3 persen).

Sementara itu di Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah pengguna internet tertinggi di Indonesia. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia per 9 November 2020, Jabar mempunyai 35,1 juta pengguna internet. Urutan kedua adalah Provinsi Jawa Tengah dengan 26,5 juta pengguna internet, di posisi ketiga, yakni Provinsi Jawa Timur yang memiliki 26,4 juta pengguna internet. Di masa pandemi COVID-19, tren penggunaan internet juga

berkembang yang mendorong percepatan transformasi digital dalam berbagai aspek, termasuk di sektor ekonomi, yang turut mendorong pertumbuhan ekonomi.

Lebih fokus di kabupaten Cianjur, di tahun 2020 kabupaten ini masih berjuang untuk membuat 54 desa di Cianjur yang tidak memiliki akses internet agar bisa mulai terkoneksi dengan jaringan. Saat ini, pihaknya baru fokus dengan jaringan internet di desa.

Perkembangan teknologi komunikasi seperti dijabarkan paragraph sebelumnya di atas memungkinkan penggunaan berbagai macam media untuk menyampaikan pesan. Termasuk di dalam dunia Public Relations, perkembangan teknologi komunikasi ini kemudian melahirkan alat atau media baru bagi Public Relations dalam menjalin hubungan dengan publiknya. Kondisi ini kemudian memunculkan istilah baru dalam dunia Public Relations, istilah baru tersebut adalah *Cyber Public Relations*. Secara definitif, *Cyber Public Relations* merupakan kegiatan kehumasan yang dilakukan melalui sarana media elektronik Internet.

Seluruh kegiatan kehumasan dapat dilakukan didalam internet dari mulai melakukan kegiatan publikasi sampai melakukan Customer Relations Management. *Cyber Public Relations* adalah penerapan dari perangkat ICT (Information and Communication Technologies) untuk keperluan Public Relations dalam membangun merek (*brand*) organisasi kepada publik atau khalayak dan

dapat dilakukan secara *one-to-one relations* yang bersifat interaktif. Ditengah persaingan global, pemanfaatan jaringan internet akan menambah variasi media penyampaian informasi kepada publik.

Praktik *Cyber Public Relations* yang sangat lekat dengan teknologi canggih yang diyakini akan berhasil mendekati pasar intelektual dan kaum muda. Tak hanya itu *Cyber Public Relations* juga dianggap efektif dalam melakukan komunikasi dan kegiatan sarana promosi dan pencitraan korporat dengan biaya murah dan cepat sampai ke publik melalui media berbasis internet.

Julius Bob Onggo selanjutnya mengemukakan terkait beberapa strategi dalam menggapai publisitas melalui internet. Publisitas tersebut diantaranya adalah publisitas melalui email, publisitas melalui kartu nama elektronik, publisitas lewat autoresponder, publisitas melalui komunitas online, publisitas melalui milis (*mail list*), serta publisitas melalui ezine (*electronic newsletter*).

Sementara itu, aktivitas Cyber PR yang bisa dilakukan untuk memperkuat reputasi instansi. *Pertama*, Public Relations dapat membuat website sehingga target audience bisa memperoleh informasi sesuai dengan keinginan mereka. *Kedua*, menyediakan media kit online. *Ketiga*, mengirimkan informasi secara reguler ke media dan pelanggan. *Keempat*, mengaitkan bisnis perusahaan dengan topik-topik actual sehingga memudahkan pelanggan menemukan produk atau jasa. *Kelima*, dalam kondisi krisis, perlu menciptakan akses informasi yang lebih cepat dari biasanya dengan media internet. *Keenam*, bergabung dengan kelompok

diskusi online sehingga bisa memantau reputasi brand dan target potensial pasar. *Ketujuh*, membuat promosi online dan even yang bisa memberikan dimensi baru bagi pemasaran. *Kedelapan*, *Public Relations* dapat memanfaatkan media internet untuk membangun hubungan yang baik dengan semua pemangku kepentingan. Konsep aktivitas cyber PR ini dikemukakan dalam Widodo di tahun 2009.

Dengan berbagai langkah tersebut, aplikasi *Public Relations* dapat secara mudah dan murah dalam memberikan informasi, mempromosikan produk maupun even yang akan diadakan, dibandingkan dengan harus menggunakan media konvensional seperti televisi maupun media cetak. Dari sini dapat kita lihat bahwa aktivitas *Cyber Public Relations* memiliki manfaat yang besar bagi perusahaan.

Penggunaan cyber PR oleh institusi tak hanya dilakukan oleh perusahaan saja, melainkan oleh institusi – institusi pemerintah pusat hingga pemerintah daerah sebagai sosialisasi kebijakan dan program kerja. Pemerintahan daerah dalam hal ini pemerintah kabupaten Cianjur, Jawa Barat tak terkecuali melakukan kegiatan publik relations ini salah satunya lewat website pemerintah daerah resmi dan akun media sosial dalam hal ini instagram.

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Bagaimanakah relasi sebagai hasil dari *cyber public relations* Bupati Cianjur, Jawa Barat Herman Suherman dalam kampanye politik Bupati Cianjur 2020?
2. Seperti apakah gambaran reputasi dari proses *cyber public relations* Bupati Cianjur, Jawa Barat Herman Suherman dalam kampanye politik Bupati Cianjur 2020?
3. Apakah relevansi dari *cyber public relations* Bupati Cianjur, Jawa Barat Herman Suherman dalam kampanye politik Bupati Cianjur 2020?

1.2.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk melihat gambaran *cyber public relations* dalam kampanye politik pasangan calon Bupati Kabupaten Cianjur Jawa barat, Herman Suherman dengan menggunakan manajemen media lewat media cyber khususnya dalam masa pandemic Covid-19. Media cyber yang digunakan meliputi media sosial instagram dan situs online pemerintahan daerah Cianjur.

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimanakah *cyber public relations* oleh Herman Suherman dalam kampanye politik Bupati Cianjur, Jawa Barat 2020 menghasilkan relasi, reputasi dan relevansi dari teori 3R?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Relasi *cyber public relations* Bupati Cianjur, Jawa Barat Herman Suherman dalam kampanye politik Bupati Cianjur 2020.
2. Reputasi *cyber public relations* Bupati Cianjur, Jawa Barat Herman Suherman dalam kampanye politik Bupati Cianjur 2020.
3. Relevansi *cyber public relations* Bupati Cianjur, Jawa Barat Herman Suherman dalam kampanye politik Bupati Cianjur 2020.

1.5 Signifikansi Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat berupa manfaat akademis dan manfaat praktis praktisi dalam memperoleh gambaran *cyber public relations*.

1.5.1 Signifikansi Akademis

Manfaat akademis adalah memberikan kontribusi dalam pengembangan penelitian komunikasi politik khususnya model teori *cyber public relations* dalam kerangka kampanye politik kepala daerah.

1.5.2 Signifikansi Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi praktisi dalam memperoleh gambaran cyber public relation secara khusus dalam era tertentu seperti kampanye politik dengan konteks situasional seperti masa pandemic dan era digitalisasi.

Secara praktis, penambahan pengetahuan dari penelitian ini juga merupakan perluasan wawasan melalui data yang diperoleh secara langsung dari lapangan sebagai penerapan teori terkait *cyber public relations*. Bagi praktisi cyber PR, penelitian ini dapat menjadi referensi untuk melihat *cyber public relations* digunakan dalam konteks komunikasi politik.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi, masukkan guna menambah wacana keilmuan komunikasi, khususnya komunikasi politik dan acuan bagi penelitian selanjutnya.