**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang Masalah**

Komunikasi merupakan hal yang tidak dapat dilepaskan dari manusia, karena komunikasi adalah sebuah alat yang kini telah menjadi suatu kebutuhan dalam melangsungkan kehidupan. Apalagi di era globalisasi saat ini komunikasi menjadi suatu hal yang utama dalam menjalin sebuah hubungan.

Dengan komunikasi manusia dapat mengikuti dan mengetahui berbagai macam kejadian di sekitarnya serta dapat meningkatkan kedudukan dan perannya didalam mayarakat. Komunikasi bertujuan untuk menciptakan kesamaan makna atau pengertian tentang suatu hal. Cakupan komunikasi seperti yang telah dikatakan oleh **Harrol Laswell**, yaitu *who says, what, to whom, with what effect,* yang artinya siapa (komunikator), mengatakan apa (pesan), kepada siapa (komunikan atau audience), dengan pengaruh apa.

Dalam praktiknya komunikasi memerlukan media sebagai sarana penyampai pesan, media tersebut dapat berupa media cetak, media elektronik maupun media online. Media-media tersebut memerlukan informasi untuk disampaikan kepada masyarakat, informasi tersebut didapatkan melalui kegiatan pengumpulan data-data yang diolah menjadi sebuah informasi yang berguna bagi masyarakat yang kemudian disebarluaskan kepada masyarakat melalui media baik itu media cetak, media elektronik dan media online.

Suatu instansi pemerintah merupakan salah satu alat, media atau bahkan wadah dalam menyampaikan serta menyebarluaskan informasi kepada masyarakat dan tentunya suatu instansi sangat memerlukan komunikasi dalam menunjang hubungan interaksi dengan masyarakat. Jasa *Public Relations* merupakan jasa untuk ,menciptakan *two ways communication* antara pihak instansi dengan masyarakat. .

Alternatif komunikasi masyarakat modern saat ini menyebabkan tuntunan manusia terhadap kebutuhan manusia semakin tinggi.Hal ini turut melahirkan kemajuan yang sangat signifikan dalam bidang teknologi informasi. Peningkatan di bidang teknologi informasi serta komunikasi menyebabkan dunia tidak lagi mengenal bats, jarak, ruang dan waktu. Di masa kini, media sosial terpenting dan memiliki jaringan paling luas adalah internet, yang menghubungkan computer-komputer pribadi paling sederhana sampai kepada komputer super canggih. Layanan internet sangat beragam dan senantiasa berinovasi sesuai kebutuhan masyarakat. Misalnya *e-mail, facebook, twitter, path, instagram* dan *world wide web ( www ), e-banking*, SMS, MMS dan sebagainya. Jaringan internet menjadi media yang tercepat mengalami inovasi, sehingga hampir semua media dan kebutuhan masyarakat dapat dikoneksikan ke dalam jaringan internet ( dunia maya ).

Bentuk kegiatan komunikasi yaitu jurnalistik yang merupakan kegiatan mencari fakta dan melaporkan peristiwa melalui pengumpulan, penulisan, penafsiran, pemprosesan, dan penyebaran informasi.Salah satu bentuk dari ilmu komunikasi lainnya adalah *Public Relations* atau Hubungan Masyarakat (Humas).Tugas seorang *Public Relations* tidak hanya menjadi pemanis bagi suatu perusahaan, tetapi mereka harus sanggup dalam menghadapi masalah-masalah yang ada.Pada garis besarnya aktifitas *Public relations* terbagi menjadi dua bagian yaitu hubungan ke dalam *(internal relations)* dan hubungan ke luar *(eksternal relations).*

Media merupakan suatu sarana dalam penyampaian suatu pesan kepada khalayak untuk mengaharapkan terjadinya umpan balik , dalam hal ini media yang digunakan adalah *website .*

Komunikasi juga memiliki kemampuan untuk meningkatkan citra atau *image* yang baik terhadap diri pribadi atau personal maupun suatu instansi di mata publik.Salah satu bentuk dari ilmu komunikasi adalah *Public Relations* atau Hubungan Masyarakat (Humas).

Komunikasi berperan penting dalam suatu organisasi atau perusahaan di era globalisasi saat ini. Komunikasi berfungsi untuk menjalin hubungan antar individu ataupun kelompok dalam suatu organisasi. Dunia komunikasi telah berkembang pesat.Internet merupakan media komunikasi yang berkembang pesat saat ini, salah satu contohnya adalah *website*. Informasi dapat dilakukan dengan berkomunikasi, baik secara Verbal maupun Non-Verbal dan ditunjang dengan adanya sebuah media atau perantara.

Citra dapat diartikan sebagai gamnbaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi, atau produk berupa kesan mental atau tayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata , frase atau kalimat, dan merupakan unsure dasar yang khas dalam karya prosa atau puisi. Citra merupakan serangkaian pengetahuan, pengalaman, perasaan, dan penilaian yang diorganisasikan dalam sistem kognisi manusia atau pengetahuan pribadi yang sangat diyakini kebenarannya.

Citra dapat diartikan: (a) kata benda: gambar, rupa, gambaran; (b) gambar yang dimiliki orang banyak mengenai, pribadi, perusahaan, organisasi atau produk; (c) kesan mental atau tayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frase, atau kalimat.

Citra itu tidak dapat direkayasa, dibeli, dipaksa tetapi citra haruslah diperoleh dengan cara melalui pengetahuan, pemahaman serta pengertian dari *public* yang lebih luas mengenai perusahaan. Seorang Humas Eksternal dalam suatu perusahaan tidak boleh dengan cepat merasakan puas apabila suatu komunitas tempat berdirinya suatu perusahaan sudah dapat menciptakan atau meningkatkan citra, karena bagaimanapun keberhasilan akan suatu perusahaan dalam mendapatkan citra positif dapat dilihat dari humas eksternalnya telah dapat memperoleh dari *public eksternal* secara luas.

Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi Jawa Barat. merupakan salah satu instansi pemerintah yang di bentuk berdasarkan peraturan perundang-undangan. Dimana instansi tersebut memberikan penerangan dan berbagai informasi pemerintahan pada masyarakat dan juga melayani kepentingan-kepentingan masyarakat.

Bukan hanya itu, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi Jawa Barat.juga membutuhkan jasa tertentu untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat. Jasa tersebut merupakan jasa dari seorang *Public Relations.* Tujuan utama dari *Public Relations* itu sendiri adalah untuk mempengaruhi perilaku orang secara individu maupun kelompok saat saling berhubungan, dapat melalui dialog dengan semua golongan, dimana persepsi, sikap dan opininya penting terhadap suatu kesuksesan sebuah perusahaan atau pemerintahan. Tugas pokok *Public Relations* menciptakan citra positif. Dan citra positif dapat terbentuk bila publik mempunyai persepsi positif tentang perusahaan. Persepsi ini harus lengkap dan tidak setengah-setengah, agar hal itu dapat dicapai, maka publik harus berkecukupan informasi.

Agar semua itu dapat tercapai maka kegiatan yang dilakukan oleh seorang *Public Relations* dinamakan dengan publikasi .

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di *website dprd jabar* yang di kelola oleh Setwan DPRD jabar mengenai fungsi website , dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Persepsi publik terhadap DPRD Jabar masih cenderung negatif, hal ini terlihat dari informasi yang disebarkan sangat minim.

testimoni dari responden angket yang bernama Barru Junio : "Kinerja DPRD Jabar cukup baik namun informasi yang disajikan atau yang diberikan sangat minim dan kurang intens dan terkesan hanya memberitakan hal yang menurut mereka penting untuk beritakan tidak mendetail dan konten yang diangkat terlalu sedikit"

1. Kognisi, penambahan pengetahuan publik terhadap program dari pemerintah masih sangat minim, dikarenakan masyarakat yang berpendapat sangat relatif kurang baik terhadap pemerintah Khususnya DPRD Jabar.

testimoni dari responden angket yang bernama Barru Junio : "menurut saya berita yang dimuat oleh DPRD Jabar terlalu umum dan kurang menambah wawasan tentang program yang dikerjakan , dikarenakan informasi yang diberikan tidak begitu menarik dan mendetail"

Berdasarkan pengamatan peneliti, hal tersebut disebabkan oleh adanya :

1. DPRD Jabar tidak mampu memanfaatkan secara maksimal informasi-informasi yang lengkap untuk disampaikan , dalam hal keterkaitan keterbukaan melalui *website* sedangkan kebutuhan publik mengenai informasi program kerja yang dilaksanakan. Contoh Dprd Jabar tidak selalu dapat menginformasikan kegiatan.
2. DPRD Jabar tidak memberikan interaksi yang transparan kepada publik dalam mengomentari Kinerja dprd melalui akun *website* menimbulkan dua persepsi berbeda baik dan buruknya Kinerja Dprd Jabar secara keseluruhan. Contoh citra buruk.
   1. **Identifikasi Masalah**
3. Bagaimana fungsi *website www.dprdjabar.go.id* dalam meningkatkan citra positif DPRD Jawa Barat Di kalangan Mahasiswa Fisip Unpas Bandung?
4. Apa Hambatan fungsi *website www.dprdjabar.go.id* dalam meningkatkan citra positif DPRD Jawa Barat Di kalangan Mahasiswa Fisip Unpas

Bandung ?

1. Apa usaha yang dilakukan dalam mengatasi Hambatan fungsi *website www.dprdjabar.go.id* dalam meningkatkan citra DPRD Jawa Barat Di kalangan Mahasiswa Fisip Unpas Bandung ?

**1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui fungsi *website www.dprdjabar.go.id* dalam meningkatkan citra DPRD Jawa Barat Di kalangan Mahasiswa Fisip Unpas Bandung.
2. Untuk mengetahui hambatan fungsi *website www.dprdjabar.go.id* dalam meningkatkan citra DPRD Jawa Barat Di kalangan Mahasiswa Fisip Unpas Bandung.
3. Untuk mengetahui usaha yang dilakukan dalam mengatasi Hambatan fungsi *website www.dprdjabar.go.id* dalam meningkatkan citra DPRD Jawa Barat Di kalangan Mahasiswa Fisip Unpas Bandung.

**1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini pada umumnya diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembagan suatu ilmu, khususnya bagi pengembangan ilmu komunikasi dan ilmu *Public Relations*.

**1.4.1 Kegunaan Teoritis**

1.Penelitian ini dijadikan sarana untuk menambah wawasan, pengetahuan, dan pemahaman bagi peneliti sendiri mengenai Peranan media *website* dalam meningkatakan citra DPRD Jawa Barat Dikalangan Mahasiswa Fisip Unpas Bandung.

2.Sebagai kajian dan pengembangan ilmu komunikasi khususnya mengenai kajian hubungan masyarakat / *Public Relations*

3.Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kepustakaan dalam bidang sosialisasi serta dapat menjadi bahan informasi bagi pihak yang berkepentingan dalam masalah yang di teliti.

**1.4.2 Kegunaan Praktis**

1.Penelitian mengenai Peranan media  *website* dalam meningkatakan citra DPRD Jawa Barat Dikalangan Mahasiswa Fisip Unpas Bandung, akan sangat berguna untuk kepentingan publik .Penelitian ini diharapkan dapat jadi bahan masukan dan sumbangan pemikiran untuk DPRD Jawa Barat .

2.Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan mengenai bidang komunikasi dan *Public Relations* terutama mengenai Peranan media  *website* dalam meningkatakan citra DPRD Jawa Barat Dikalangan Mahasiswa Fisip Unpas.

3.Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan salah satu sumber pengetahuan dan bahan masukan serta pemikiran untuk menambah wawasan humas sekretariat dewan mengenai Peranan media  *website* dalam meningkatakan citra DPRD Jawa Barat Dikalangan Mahasiswa Fisip Unpas.

**1.5** **Kerangka Pemikiran**

Pembentukan citra positif dalam suatu perusahaan, organisasi, atau instansi sangat sulit. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus mempunyai suatu badan yang menggarapnya yaitu *Public Relations*( PR atu Humas ). Citra positif bagi suatu instasi sangat penting untuk membangun reputasi dan mendapatkan kepercayaan publik atau masyarakat

Perubahan sikap komunikan sangat bergantung pada rangsangan yang diberikan oleh komunikator. Artinya, apabila stimulus yang berupa media eksternal *website* menimbulkan rangsangan bagi publik sebagai pengakses dari *website*.

Teknologi yang semakin maju menjadikan website sebagai alat penyampaian informasi juga semakin canggih .Dengan adanya *website* sebagai alat penunjang komunikasi membantu pekerjaan seorang PR dalam menciptakan, memelihara, dan mempertahankan citra perusahaan. *Website* merupakan suatu situs yang dapat di akses melalui internet kapan saja dimana saja oleh siapapun untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan mengenai perusahaan atau pun oraganisasi pemerintahan.

Penelitian mengenai Fungsi *website* sebagai media pencitraan ini menggunakan teori citra sebagai kerangka pemikiran. Citra dapat diartikan: (a) kata benda: gambar, rupa, gambaran; (b) gambar yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk; (c) kesan mental atau tayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frase, atau kalimat. **Menurut Canton, dalam Ardianto (2009:29)** mengemukakan **“citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang, organisasi, atau perusahaan”**

**Menurut Suyanto , dalam Step by Step Web Design (2009:61)** Website merupakan halaman situs sistem informasi yang dapat di akses secara cepat.

**Suyanto** ada tiga kriteria pembentukan *website* , sebagai berikut:

1. ***Isi Informasi***
2. ***Kegunaan Informasi***
3. ***Desain Visual***

**Suyanto*.* (2009: 61)**

Media eksternal mempunyai banyak fungsi, namun fungsi yang berhubungan dengan *website* dapat disimpulkan menjadi tiga yaitu isi informasi : informasi relevan, informasi menarik, ketepatan informasi. Yang kedua kegunaan informasi : mudah untuk di ingat , efisiensi dalam penggunaan , tingkat kesalahan rendah . Yang ketiga desain visual : tata letak gambar ,komposisi warna,bentuk huruf.

**Menurut Jhon Nimpoeno (1985 dalam ardianto 2009:44)** citra itu sendiri digambarkan melalui persepsi-kognisi-motivasi-sikap. Proses-proses psikodinamis yang beralngsung pada individu konsumen berkisar antara komponen-komponen persepsi, kognisi,motivasi dan sikap konsumen terhadap produk.

*Untuk Public Relations”,* menjelaskan proses pembentukan citra terdapat 4 komponen yang mempengaruhinya, sebagai berikut:

1. **Persepsi, diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu pemahaman. Dengan kata lain, individu akan memberikan makna terhadap rangsangan berdasarkan pengalamannya mengenai rangsang tersebut.**
2. **Kognisi, yaitu aspek pengetahuan yang berhubungan dengan kepercayaan, ide, dan konsep.**
3. **Motivasi, adalah kecendrungan yang menetap untuk mencapai tujuan tertentu, dan sedapat mungkin menjadi kondisi kepuasaan maksimal bagi individu setiap saat.**
4. **Sikap, adalah hasil evaluasi negatif atau positif terhadap pengunaan suatu objek. John Nimpoeno (1985 dalam ardianto 2009:44)**

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, maka dapat diuraikan secara jelas dalam Gambar 1.1 sebagai berikut

Penelitian mengenai Fungsi Media Sosial sebagai media pencitraan ini menggunakan teori citra sebagai kerangka pemikiran. Citra dapat diartikan: (a) kata benda: gambar, rupa, gambaran; (b) gambar yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk; (c) kesan mental atau tayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frase, atau kalimat. **Menurut Canton, dalam Ardianto (2009:29)** mengemukakan **“citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang, organisasi, atau perusahaan”.**