**BAB 1**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang Penelitian**

Komunikasi pada umumnya kita kenal sebagai suatu proses penyampaian informasi/pesan-pesan dari komunikator kepada komunikan, suatu proses pertukaran pikiran atau pemberitahuan. Tujuan dari komunikasi itu sendiri ialah agar tercapainya saling pengertian (*mutual understanding*) antara komunikator dan komunikannya. Peran komunikasi sendiri sangat penting bagi manusia dalam kehidupannya sehari-hari sesuai dengan fungsi komunikasi yang bersifat persuasif, edukatif dan informatif. Sebab tanpa komunikasi maka tidak adanya proses interaksi yaitu saling tukar ilmu pengetahuan, pengalaman, pendidikan, persuasi, informasi dan lain sebagainya. Proses penyampaian informasi/pesan tersebut pada umumnya berlangsung dengan melalui suatu media komunikasi, dan khususnya bahasa percakapan yang mengandung makna yang dapat dimengerti.

Perkembangan komunikasi yang semakin lama semakin cepat, memicu perubahan dalam segala bidang khususnya bidang teknologi dan informasi. Maka seiring dengan tuntutan zaman yang kian modern, perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan besar pada setiap masyarakat yang menggunakannya dan menjadi suatu kontrol sosial baik bagi masyarakat maupun bagi pemerintah dan perusahaan. Tidak hanya ini, perkembangan teknologi informasi tersebut juga merupakan suatu media massa yang berguna bagi kepentingan masyarakat dan perusahaan. Media massa memberikan suatu pemberitaan berisi informasi penting yang dipercaya dapat meyakinkan masyarakat yang mengkonsumsinya bahwa pemberitaan itu akurat dan faktual.

Kebutuhan akan informasi dewasa ini berkembang sangat pesat dan menjadi sesuatu yang harus terpenuhi, terlebih di zaman globalisasi dimana keberadaan infromasi dan pengguna seolah tanpa batasan jarak, ruang dan waktu. Salah satu kebutuhan mendasar baik individu maupun khalayak adalah kebutuhan akan informasi, informasi memang sudah menjadi kebutuhan manusia yang dibutuhkan manusia yang dibutuhkan untuk berbagai tujuan. Dewasa ini media massa tidak hanya menjadi sebuah perantara bagi kebutuhan khalayak, akan tetapi keberadaan media massa sudah menjadi gaya hidup bagi khalayak seiring berkembangnya media massa sehingga khalayak bebas memilih media apa saja yang mereka butuhkan dalam mencari sebuah informasi.

Berkembangnya teknologi informasi juga telah memberikan berbagai kemudahan kepada pengguna untuk melaksanakan aktivitas dan kegiatan sehari-harinya, baik dari segi hobi maupun profesi. Di setiap perusahaan maupun lembaga, teknologi kini bukan hanya sebagai alat untuk mempermudah pekerjaan mereka, namun juga dijadikan sebagai salah satu alat utama dalam kegiatan promosi. Salah satu media massa yang diminati pada saat ini adalah media *online*. Media *online* adalah jaringan luas komputer yang memiliki koneksi dan perizinan utnuk menyebarluaskan dan membagikan informasi, juga memperpendek jarak antara negara dan benua. Dengan adanya media *online,* proses komunikasi dalam menyebarkan informasi dan berita kian cepat dan mudah.

Saat ini kebutuhan akan informasi semakin meningkat dan tidak lagi dapat dibatasi dengan hanya komunikasi antar personal. Informasi harus sampai pada khalayak secara cepat dan menyebar seluas-luasnya. Hal ini yang melahirkan konsep media massa yang memiliki ciri-ciri komunikatornya terlembaga, bersifat satu arah, pesannya bersifat umum, menimbulkan kesepakatan dari komunikan heterogen. Sejak kebutuhan itu lahir, media pun hadir dengan berbagai jenis atas media massa elektronik dan media massa cetak salah satunya yaitu media *online.* Bukan hanya diminati, tetapi kehadiran media *online* tidak lagi dapat dihindarkan, terutama bagi perusahaan atau organisasi yang sudah memiliki media *website* dan menggunakan *e-mail.* Bahkan dengan kehadiran media *online,* kini setiap perusahaan maupun organisasi memanfaatkan media tersebut sebagai salah satu cara untuk menjalin hubungan dengan khalayak dan memenuhi kebutuhan infromasi khalayak, salah satunya yaitu dengan menggunakan media *website.*

Tugas humas sebelum adanya *website* adalah menyampaikan informasi dari satu perusahaan atau organisasi ke media, produser, dan editor melalui *press release.* Dan lain sebagainya. Namun semua itu kemudian mengalami perubahan karena adanya *internet* dan *website* memberikan kesempatan untuk menyampaikan informasi yang dibutuhkan baik oleh *stakeholder,* publik/masyarakat maupun yang dibutuhkan oleh perusahaan atau organisasi itu sendiri. Semua informasi yang terdepat dalam *website* tersebut memiliki *link* kemana saja tanpa harus mendatangi kantor humas.

Publik dapat mengetahui secara mudah dan cepat tentang informasi yang diberikan oleh perusahaan atau lembaga tersebut. *Website* sangat membantu publik untuk mendapatkan informasi-informasi terbaru yang diberikan oleh perusahaan atau suatu lembaga, sehingga akan lebih memuaskan para pengunjung apabila *website* diperbaharui secara *up to date*. Selain itu, tataan dan desain *website* yang rapi akan menunjukkan perusahaan atau lembaga yang teratur dan *well* *organized* di mata pengunjungnya.

Pemanfaatan *website* [www.wisatakita.com](http://www.wisatakita.com) yang dilakukan oleh perusahaan pariwisata untuk memenuhi kebutuhan informasi wisatawan domestik kepulauan karimunjawa. *Website* [www.wisatakita.com](http://www.wisatakita.com) adalah media yang menyediakan informasi tentang wisata alam bahari di indonesia, salah satunya kepulauan karimunjawa. *Website* adalah media yang sangat mudah untuk diakses kapan dan dimana saja secara gratis 24 jam. Keberadaan *website* ini merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan informasi tentang wisata bahari di Kepulauan Karimunjawa. Selain itu juga website ini merupakan tempat dimana berbagai daftar pemberitaan kunjungan wisata yang berhubungan dengan Kepulauan Karimunjawa dapat diakses dengan mudah dan cepat. Jika kita melihat pada UU No.14 Tahun 2008 tentang keterbukaan Informasi Publik (KIP), yakni untuk memperoleh informasi merupakan hak asasi setiap manusai. Dengan adanya UU ini, setiap individu tidak bisa lagi dihalangi untuk memperoleh informasi apa saja yang ia butuhkan, maka website wisatakita.com sebagai salah satu alat untuk memenuhi kebutuhan informasi publik tersebut.

*Website* tersebut ditujukan kepada seluruh lapisan masyarakat dan kalangan. Selain itu juga, bagi media massa ini juga dapat menjadi suatu kerjasama yang baik dalam menyampaikan informasi-informasi yang terkait dengan kebijakan publik atau hal-hal yang menjadi isu di tengah-tengah masyarakat.

Berdasarkan penjajagan yang dilakukan oleh peneliti di *website* [www.wisatakita.com](http://www.wisatakita.com) ditemukan bahwa :

1. Ketersediaan informasi pada *website* [www.wisatakita.com](http://www.wisatakita.com) perlu diperhatikan lagi karena ada beberapa informasi foto yang tidak muncul.

* Contohnya : Di menu pemilihan lokasi seperti lokasi Jawa tengah ada beberapa foto yang tidak muncul gambarnya.

1. Kejelasan informasi pada *website* [www.wisatakita.com](http://www.wisatakita.com) di nilai masih kurang, pemahaman informasi yang belum maksimal.

* Contohnya : Informasi beberapa tempat kunjungan wisata tidak di tampilkan dan foto tidak menyatu dengan lokasi wisatanya.

Melihat dari permasalahan yang timbul tersebut diduga disebabkan oleh faktor-faktor sebagai berikut :

1. Ketersediaan informasi diduga karena pihak pengelola media komunikasi website kurang memperhatikan tingkat kesalahan yang terdapat pada *website* [www.wisatakita.com](http://www.wisatakita.com) sehingga masih terdapat gambar yang tidak muncul. Dan hal ini dapat menyulitkan pengguna untuk memperoleh informasi yang jelas.

* Contohnya : Ketika wisatawan ingin melihat isi informasi yang berada di *website* [www.wisatakita.com](http://www.wisatakita.com) tetapi tidak mendapatkan informasi yang lengkap karena ada beberapa gambar yang tidak muncul pada *website* tersebut.

1. Adanya informasi yang dinilai kurang diperbaharui atau dinilai usang diduga kurang memperhatikan ketepatan informasi yang disediakan sehingga informasi kurang relevan dan tidak sesuai dengan kebutuhan pengguna saat ini dan salah satunya juga dikarenakan kurang memperhatikan tingkat kesalahan.

* Contohnya : Ketika tempat wisata sedang di tutup karena faktor alam, pada website tersebut tidak di tampilkan bahwa wisata di Kepulauan Karimunjawa sedang tidak bisa di kunjungi.

Dengan adanya hambatan-hambatan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap pemanfaatan media *website* dalam memenuhi kebutuhan informasi kepada publiknya dengan kaitannya dalam mempermudah pengguna untuk memperoleh informasi. Peneliti berusaha mengangkat permasalahan tersebut dengan mengambil judul **“Fungsi Media *Website* www. Wisatakita.com Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Di Kalangan Wisatawan Domestik Kepulauan Karimunjawa”**

* 1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan dari deskripsi yang telah penulis paparkan pada latar belakang masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimana fungsi media *website* [www.wisatakita.com](http://www.wisatakita.com) dalam memenuhi kebutuhan informasi di kalangan wisatawan domestik Kepulauan Karimunjawa?
2. Hambatan-hambatan apa saja saja yang dihadapi dalam melaksanakan fungsi media *website* [www.wisatakita.com](http://www.wisatakita.com) dalam memenuhi kebutuhan informasi di kalangan wisatawan domestik Kepulauan Karimunjawa?
3. Upaya apa saja yang dilakukan untuk mengatasi hambatan-hambatan yang dihadapi saat melaksanakan *website* [www.wisatakita.com](http://www.wisatakita.com) dalam memenuhi kebutuhan informasi di kalangan wisatawan domestik Kepulauan Karimunjawa
   1. **Tujuan Penelitian**
4. Mengetahui fungsi media *website* [www.wisatakita.com](http://www.wisatakita.com) dalam memenuhi kebutuhan informasi di kalangan wisatawan domestik Kepulauan Karimunjawa
5. Mengetahui hambatan yang dihadapi dalam melaksanakan fungsi *website* [www.wisatakita.com](http://www.wisatakita.com) dalam memenuhi kebutuhan informasi di kalangan wisatawan domestik Kepulauan Karimunjawa
6. Mengetahui upaya yang dilakukan untuk mengatasi hambatan-hambatan dalam melaksanakan fungsi media *website* [www.wisatakita.com](http://www.wisatakita.com) dalam memenuhi kebutuhan informasi di kalangan wisatawan domestik Kepulauan Karimunjawa
   1. **Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian yang dapat digunakan sebagai bahan penelitian adalah sebagai berikut :

* + 1. **Kegunaan Teoritis**

Diharapkan hasil dari penilitian yang dilakukan ini dapat memberikan masukan dan pengetahuan baru bagi rekan-rekan mahasiswa lain dibidang ilmu komunikasi yang akan melakukan penelitian serupa, yaitu mengenai media komunikasi *website* yang digunakan oleh suatu perusahaan atau instasi.

* + 1. **Kegunaan Praktis**

Diharapkan hasil dari penelitian yang dilakukan ini dapat dijadikan sebagai masukan positif bagi perusahaan dalam menambahkan kualitas informasi dari *website* [www.wisatakita.com](http://www.wisatakita.com) sehingga menjadi salah satu media komunikasi yang semakin baik.

* 1. **Kerangka Pemikiran**

Penelitian ini menggunakan model *Nethwork Theory* yang di kemukakan oleh **B.A Fisher**. Teori ini berkaitan erat dengan teori sistem. Teori ini menjadi bagian penting dari teori sistem yang membuka jalan arus informasi di dalam dan di antara sistem. Setiap jalan adalah rute potensial arus informasi dari seseorang ke orang lain, dari organisasi ke organisasi, dari seseorang ke organisasi sesorang dan lainnya.

Menurut **Ardianto** dalam bukunya **Metode Penelitian untuk** ***Public Relations***, *Network Theory* (teori jaringan) adalah :

**Teori ini menggambarkan premis (dasar pemikiran) bahwa orang-orang membutuhkan dan menginginkan informasi sangat penting bagi PR. Bagaimana mereka memperoleh informasi dapat mempengaruhi sikap mereka terhadap pengetahuan tentang berbagai topic yang relevan untuk keberhasilan setiap organisasi. (2010:116)**

Manajemen komunikasi sebagai sebuah paradigma PR, berkaitan dengan kemampuan memberikan fasilitas arus informasi dan keputusan yang muncul dari adanya berbagai informasi. Dengan demikian, teori ini menerapkan sebuah tantangan bagi orang-orang yang membutuhkan dan menginginkan informasi ini tersedia dan bagaimana dapat membaginya dalam jaringan. Mengacu pada teori sistem, information theory bersandar pada banyak asumsu tentang sifat dasar informasi.

Menurut **B.A. Fisher (1982),** dalam buku **Metode Penelitian Untuk *Public Relations*** yaitu :

**Salah satu kontribusi network theory adalah konsep keterbukaan. Keterbukaan adalah pertukaran bias energy antara sistem dan lingkungan. Informasi adalah sistem antarmanusia seperti halnya energy adalah sifat dasar sistem. Informasi adalah sifat dasar sistem. Energy adalah bahan bakar sistem antarmanusia karena orang-orang menerima dan menggunakan informasi yang membantu mereka membuat keputusan yang tepat dan mengurangi ketidakpastian. (2010:117)**

Penggunaan model ini, peneliti berusaha menemukan hubungan diantara *variable-variable* yang diukur. Efek media dapat di operasionalisasikan sebagai evaluasi kemampuan media untuk memberikan kepuasan dan sebagai pengetahuan atau informasi.

Penggunaan internet oleh para professional merupakan cikal bakal dari perkembangan teknologi internet. Banyak ahli menyebutkan pemakaian internet terutama dalam masa krisis komunikasi, mengidentifikasi masalah, manajemen dan komunikasi interaktif. Kegunaan lainnya adalah untuk pembuatan *Newsletter* (terbitan berkala) elektronik, pengiriman pesan kepada khalayak sasaran, dan aplikasi internet dan *web one to one* dalam kegiatan *marketing* dan komunikasi.

Internet, dan internet ini membawa perspektif dan pola baru di era informasi dalam bentuk jaringan teknologi yang memungkinkan setiap orang mengakses kemana saja untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Organisasi atau perusahaan yang mengadopsi internet akan mengalami perkembangan pesat di tengah-tengah masyarakat informasi yang semakin heterogen dan dapat meraup khalayak atau sasaran yang lebih besar jumlahnya.

Media komunikasi *website* [www.wisatakita.com](http://www.wisatakita.com) sebagai media komunikasi perusahaan di bidang wisata merupakan salah satu bentuk upaya untuk memenuhi informasi wisata bahari di kepulauan karimunjawa. Dengan adanya *website* [www.wisatakita.com](http://www.wisatakita.com) khalayak akan merasa sangat tertarik dan mempermudah untuk mendapatkan informasi-informasi mengenai wisata bahari kepulauan karimunjawa.

**Soemirat** dan **ardianto** dalam **bukunya Dasar-dasar *Public Relations*,** mengemukakan pengertian internet adalah sebagai berikut :

**internet merupakan jaringan longgar dari ribuan jaringan komputer yang menjangkau jutaan orang di seluruh dunia. Misi awalnya adalah menyediakan sarana bagi para peneliti untuk mengakses data dari sejumlah komputer. (2005:188)**

Saat ini penggunaan internet sudah semakin luas dan mencakup berbagai kalangan dan seperti yang telah diterangkan diatas bahwa keberadaan internet mampu menjangkau jutaan orang di seluruh dunia, internet dapat dikatakan sebagai perpustakaan yang dapat dikunjungi setiap saat dengan kelengkapan buku, sumber informasi dan kemungkinan penelusuran informasi yang tak terbatas. Kelengkapan informasi inilah yang sangat dibutuhkan oleh perusahaan wisata kita sebagai penunjang informasi bagi masyarakat agar lebih mudah mengikuti perkembangan yang terjadi.

*Website* merupakan salah satu media komunikasi berbasis internet untuk menyebarkan informasi yang menggunakan koneksi internet. Dengan memanfaatkan website, masyarakat bisa memperoleh informasi sesuai dengan kebutuhannya. Menurut **Janner Simamarta** dalam bukunya ***Rekayasa Web*** mengemukakan pengertian *website* sebagai berikut :

**Secara teknis, web adalah sebuah sistem dengan informasi yang disajikan dalam bentuk gambar, teks, suara, dan lain-lain. Yang tersimpan dalam bentuk server web internet yang disajikan dalam bentuk hiperteks. (2009:47)**

*Website*ini juga merupakan alat untuk menyebarkan informasi atau kebijakan perusahaan/pemerintahan yang harus disampaikan kepada publik, khususnya masyarakat dalam waktu yang begitu cepat dan dari isi informasi tersebut dapat dimengerti dan memenuhi kebutuhannya, sehingga tujuan atau sasaran perusahaan/pemerintahan bisa berjalan sesuai dengan tujuannya.

Terdapat faktor-faktor bagi kriteria situs *web* yang baik seperti yang dikemukakan oleh **Suyanto** dalam bukunya ***Step by Step Web Design*** sebagai berikut :

1. ***Usability* (Kegunaan)**
2. **Sistem Navigasi (Struktur)**
3. ***Graphic Design* (Desain Visual)**
4. ***Content* (Isi)**
5. ***Compatibility* (kesesuaian)**
6. ***Loading time* (Waktu)**
7. ***Functionally* (Fungsi)**
8. ***Accesibility* (Aksebilitas)**
9. ***Interactivity* (Interaktif) (2009:61)**

Berkaitan dengan upaya pemenuhan informasi, definisi dari informasi diungkapkan **Davis** dalam bukunya **Sistem Informasi Manajemen** adalah sebagai berikut :

**Informasi adalah data yang telah diolah menjadi suatu bentuk yang penting bagi penerima dan mempunyai nilai yang nyata atau dapat dirasakan dalam keputusan-keputusan sekarang atau di masa mendatang. (2003:25)**

Informasi disini adalah data-data penting yang telah diolah menjadi bentuk penting bagi penerima dan mempunyai nilai yang nyata dan berhubungan dengan kegiatan manajemen. Tetapi dalam kenyataan informasi mempunyai pengertian yang lebih luas dari yang tercakup dalam kegiatan manajemen saja.

Menurut **Davis (Hafidiah dan Sumartaya)** dalam bukunya **Sistem Informasi Manajemen** juga mengungkapkan bahwa isi informasi yang bernilai didasarkan pada sifat-sifat sebagai berikut : **“1. Kejelasan Informasi, 2. Pemahaman isi Informasi, 3. Kelengkapan isi informasi”. (2003:30)**

Keberhasilan program PR bergantung pada siapa publiknya. Bagaimana strategi yang digunakan, dapat tindakannya mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam membina hubungan baik dan dialog yang sehat agar perusahaan dan publiknya semakin dekat.

Desain komunikasi visual atau lebih dikenal di kalangan civitas akademik di Indonesia dengan singkatan DKV pada dasarnya merupakan istilah penggambaran untuk proses pengolahan media dalam berkomunikasi mengenai pengungkapan ide atau penyampaian informasi yang bisa terbaca atau terlihat. Desain Komunikasi Visual erat kaitannya dengan penggunaan tanda-tanda (signs), gambar (drawing), lambang dan simbol, ilmu dalam penulisan huruf (tipografi), ilustrasi dan warna yang kesemuanya berkaitan dengan indera penglihatan.

Adapula pengertian yang lebih menjelaskan mengapa ada istilah Desain Komunikasi Visual dan Desain Grafis, telah dijabarkan oleh Sachari dan Sunarya sebagi berikut :

**Desain Grafis kerap disebut sebagai Desain Komunikasi Visual, tetapi organisasi profesi Desain Grafis internasional (ICOGRADA) tetap menggunakan istilah Graphic Design untuk profesi ini, desain yang dibuat ditempatkan pada ilmu-ilmu komunikasi.** **(2000:13)**

**Gambar 1.1**

**Bagan Kerangka Pemikiran**

**Fungsi Media *Website*** [**www.wisatakita.com**](http://www.wisatakita.com) **Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Di Kalangan Wisatawan Domestik Kepulauan Karimunjawa**

**Network Theory**

**(B.A. Fisher)**

**Variabel X**

**Media *Website* www.wisatakita.com**

**Variabel Y**

**Kebutuhan Informasi**

**Sub Variabel**

**1. Isi Informasi**

**2. Kegunaan Informasi**

**3. Desain Visual**

**(Suyanto,2009:61)**

**Sub Variabel**

**1. Kejelasan**

**2. Pemahaman Isi Informasi**

**3. Kelengkapan Isi Informasi**

**(Davis, 2003:30)**

1. **Kejelasan Informasi**
   1. **Informasi Mudah Diperoleh**
   2. **Informasi Tidak Mengandung prasangka**
2. **Pemahaman Isi Informasi**
   1. **Informasi Menambah Pengetahuan**
   2. **Informasi Mudah Didapat**
3. **Kelengkapan Isi Informasi**
   1. **Ketepatan Waktu**
   2. **Penggunaan Bahasa**
   3. **Ketersediaan Informasi**
4. **Isi Informasi**
5. **Informasi Relevan**
6. **Informasi Menarik**
7. **Ketepatan Informasi/Akurasi**
8. **Kegunaan Informasi**
9. **Mudah Untuk Di Ingat**
10. **Efisien Dalam Penggunaan**
11. **Tingkat Kesalahan Rendah**
12. **Desain Visual**
13. **Tata Letak Gambar**
14. **Komposisi Warna**
15. **Bentuk Huruf**

**Sumber : Ardianto, 2010:116; Suyanto, 2009:61; Davis, 2003:30 .**