**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 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.

Pentingnya komunikasi bagi manusia tidaklah dapat dipungkiri begitu halnya bagi suatu perusahaan, dengan adanya komunikasi yang baik, suatu perusahaan dapat berjalan lancar dan berhasil dan begitu pula sebaliknya. Kurang atau tidaknya komunikasi dapat macet atau berantakan, kerjasama dalam komunikasi sangatlah penting artinya bagi manusia, jelas tanpa komunikasi tidak terjadi interaksi dan tidak terjadi saling tukar pengetahuan, peradaban, dan kebudayaan. Karena disini manusia merupakan makhluk sosial, dimana dalam kehidupan sehari-harinya manusia tidak bisa hidup tanpa berkomunikasi dengan manusia lainnya. Jika kita berbicara mengenai komunikasi alangkah baiknya kita mengetahui apa arti dari komunikasi itu sendiri. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan, dan komunikasi itu sendiri terjadi secara berkesinambungan, baik disengaja maupun tidak disengaja.

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.

Salah satu profesi yang tidak terlepas dari proses komunikasi ialah *Public Relations*. Keberadaan *Public Relations* dalam sebuah lembaga atau instansi dapat menjadi jembatan penghubung antara lembaga tersebut dengan publiknya.Pada dasarnya tujuan *Public Relation* adalah untuk menciptakan, memelihara dan membina hubungan yang harmonis antara kedua belah pihak yakni lembaga dengan publiknya.

*Public Relations* merupakan satu bagian dari satu nafas organisasi dan harus memberi identitas organisasinya dengan tepat dan benar serta mampu mengkomunikasikanya sehingga publik dapat menaruh kepercayaan dan mempunyai pengertian yang jelas dan benar terhadap organisasi tersebut. Hal tersebut untuk goodwill, kepercayaan, saling pengertian, dukungan dan pembentukan citra yang baik dan positif dari masyarakat. Untuk mencapai tujuan tersebut perlu dilakukan suatu hubungan yang harmonis antara *Public Relations* dan lingkunganya.

Iklim kompetitif yang semakin ketat dalam dunia bisnis dewasa ini memacu perusahaan untuk lebih kreatif dalam memasarkan produk yang ditawarkan tidak hanya iklan tetapi dengan menciptakan dan menumbuhkan citra yang baik, dengan cara menjalin hubungan yang harmonis dengan publiknya.

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

Media merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi dalam bidang informasi dan komunikasi. Pengaruh media berbeda-beda terhadap setiap individu. Hal ini disebabkan karena adanya perbedaan pola pikir, perbedaan sifat yang berdampak pada pengambilan sikap, hubungan sosial sehari-hari, dan perbedaan budaya. Perubahan sosial dimasyarakat berorientasi pada upaya untuk

meninggalkan unsur-unsur yang mesti ditinggalkan, berorientasi pada pembentukan unsur baru, serta berorientasi pada nilai-nilai yang telah ada pada massa lampau.

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.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat (DISPARBUD JABAR) merupakan salah satu lembaga pemerintahan yang bergerak dalam bidang pelestarian serta pemberdayaan pariwisata dan kebudayaan yang ada di Provinsi Jawa Barat berlokasi di Jl.L.L.R.E Martadinata No.209 Bandung.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor : 25 Tahun 2000 tentang Kewenangan Pemerintah dan Kewenangan Propinsi sebagai Daerah Otonom, sebagaimana diamanatkan Undang-undang Nomor : 22 Tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah dan Peraturan Pemerintah Nomor : 84 Tahun 2000 tentang Pedoman Organisasi Perangkat Daerah, maka Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Jawa Barat mengeluarkan Peraturan Daerah Nomor : 15 Tahun 2000 tentang Pembentukan Dinas Daerah Propinsi Jawa Barat.

Dengan dikeluarkannya Peraturan Daerah Nomor : 15 Tahun 2000 tersebut, maka terbentuklah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Jawa Barat yang merupakan gabungan 4 (empat) Instansi yaitu dari Dinas Pariwisata Propinsi Jawa Barat, Dinas Pendidikan Propinsi Jawa Barat Bidang Kebudayaan, Kantor Wilayah Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Propinsi Jawa Barat dan Kantor Wilayah Departemen Pendidikan Bidang Kebudayaan.

Pada tahun 2007 terbit Peraturan Pemerintah Nomor : 38 tentang Pembagian Urusan Pemerintahan antara Pemerintah, Pemerintah Daerah Provinsi dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota yang pada akhirnya berimbas kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Barat yaitu mengalami perubahan kembali. Tidak berupa gabungan tetapi tetap dengan posisi yang sama hanya mengalami perubahan nomenklatur saja. Berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Jawa Barat Nomor : 21 Tahun 2008 tentang Dinas Daerah Provinsi Jawa Barat, nama Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Jawa Barat berubah nama menjadi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat.

Dengan berbagai penjelasan yang telah di uraikan di atas, maka berdasarkan penelitian di DISPARBUD JABAR, bahwa fungsi Website di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat dalam meningkatkan citra positif lembaga belum dapat dikatakan berhasil. Hal ini diakibatkan oleh permasalahan sebagai berikut.

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

Contoh : Masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui website DISPARBUD. Hal ini menyebabkan pandangan masyarakat menjadi kurang baik terhadap DISPARBUD.

1. Kognisi, penambah kepercayaan publik terhadap DISPARBUD masih kurang baik, karena penyampaian informasi kepada masyarakat masih kurang maksimal.

Contoh : Dengan seiring berkembangnya jaman, kesenian dan kebudayaan tradisional hampir dilupakan. Masyarakat menilai kurangnya keaktifan DISPARBUD dalam mengembangkan kesenian dan kebudayaan. Hal ini berdampak kepada kepercayaan publik yang kurang baik terhadap lembaga.

Berdasarkan indikator – indikator di atas, permasalahan tersebut diduga disebabkan oleh hal – hal sebagai berikut :

1. Efisiensi dalam penggunaan *website* DISPARBUD JABAR masih sangat minim dalam pengelolaannya. Informasi-informasi yang disampaikan tidak dilakukan secara maksimal dan lengkap, Hal ini menyebabkan menurunya persepsi publik terhadap DISPARBUD JABAR.

Contoh : DISPARBUD JABAR kurang memanfaatkan dengan baik penggunaan *website* dalam memberikan informasi, program atau kegiatan yang dilakukan lembaga

1. Tingkat kesalahan DISPARBUD JABAR dalam pengelolaan website cenderung hanya menginformasikan tentang Pariwisata. Hal ini menimbulakan ketidakpercayaan publik terhadap program atau kegitan DISPARBUD JABAR mengenai Kesenian atau Kebudyaan.

Contoh : Informasi yang diberikan DISPARBUD JABAR kurang menyeluruh.

Berdasarkan uraian uraian Latar Belakang diatas, maka peneliti dapat merumuskan permasalahan dari peneiltian ini yakni : “**Bagaimana Fungsi *WEBSITE* di Dinas Pariwisata Dab Kebudayaan Provinsi Jawa Barat Dalam Meningkatkan Citra Positif Lembaga”.**

* 1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang yang telah dipaparkan oleh peneliti, maka dapat ditarik beberapa identifikasi masalah yaitu :

1. Bagaimana Fungsi *Website* Dinas Pariwisata dan Kebudyaan Provinsi Jawa Barat dalam meningkatkan citra positif lembaga.

2. Apa Hambatan Fungsi *Website* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat dalam meningkatkan Citra Positif Lembaga.

3. Usaha-usaha apa saja yang dilakukan untuk mengatasi Hambatan Fungsi *Website* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat dalam meningkatkan Citra Positif Lembaga.

* + 1. **Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan Identifikasi masalah tersebut, maka peneliti akan menjabarkan tujuan dan kegunaan dari penelitian ini.

* + 1. **Tujuan penelitian**

Tujuan dari penelitian yang dilakukan, selain sebagai salah salah satu syarat ujian sidang sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pasundan Bandung Prodi Ilmu Komunikasi Bidang kajian Humas adalah sebagai berikut ;

1. Mengetahui Fungsi *Website* di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat dalam meningkatkan Citra Positif lembaga.

2. Mengetahui Hambatan yang ada ketika menjalankan fungsi *website* di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat dalam meningkatkan citra positif lembaga.

3. Mengetahui Upaya yang dilakukan untuk menanggulangi hambatan dalam fungsi *website* di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat dalam meningkatkan Citra positif Lembaga.

* + 1. **Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pemgembangan suatu ilmu. Berkaitan dengan judul penelitian, maka penelitian ini menjadi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, yang secara umum mampu memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu Komunikasi Khususnya pada Bidang Kajian Hubungan Masyarakat.

* + - 1. **Kegunaan Teoritis**

1. Mampu memberikan sumbangan pada bidang Ilmu Komunikasi Khususnya pada idang Kajian Hubungan Masyarakat untuk menjadi bahan pemikiran praktisi Humas dalam mengembangkan kegiatan kehumasan yang sesuai dengan segmen dan tujuannya.

2. Dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membaca hasil penelitian ini.

* + - 1. **Kegunaan Praktis**

1. Dapat menjadi masukan untuk Humas DISPARBUD JABAR dalam menjalin hubungan yang baik dengan publiknya, selain dengan publik internal tetapi juga dengan publik Eksternal Lembaga.

2. Dapat bermanfaat bagi Humas DISPARBUD JABAR agar lebih meningkatkan kerja guna mempertahankan Citra positif Lembaga.

**1.4 Kerangka Pemikiran**

Kerangka penelitian merupakan Landasan teori untuk memecahkan masalah yang dikemukakan. Peneliti memerlukan kerangka pemikiran yang berupa teori atau pendapat para ahli yang tidak di ragukan lagi kebenarannya, yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

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*.

Citra merupakan tujuan atau pokok bagi suatu organisasi atau perusahaan. Pengertian citra itu sendiri itu abstrak atau intangible. Tetapi wujud nya bisa bisa dirasakan dari penilaian, baik senacam tanda respek dan rasa hormat dari publik sekeliling nya atau masyarakat luas terhadap organisasi atau perusahaan tersebut.

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 Peranan Media Eksternal *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”**

**Suyanto** ada tiga fungsi dari media eksternal *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.

*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