

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman, perkembangan teknologi dan informasi semakin berkembang. Revolusi Industri ke-empat atau industri 4.0 merupakan pintu masuknya era digitalisasi yang merujuk pada gambaran situasi perubahan gaya hidup dan perilaku individu maupun organisasi saat ini.

Berkembangnya teknologi dan informasi di era digital membutuhkan sumber daya manusia yang kompeten, berkualitas, dan handal termasuk dalam bidang *Public Relations*.

Menurut Dr. Rex F. Harlow (Firsan Nova, 2017:44) “*Public Realties* adalah fungsi manajemen yang khas yang membantu pembentukan dan pemeliharaan garis komunikasi dua arah, saling pengertian, penerimaan, dan kerja sama antara organisasi dan masyarakatnya yang melibatkan dalam manajemen *problem* atau masalah, membantu manajemen untuk selalu mendapatkan informasi dan merespons pendapat umum, mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab manajemen dalam melayani kepentingan masyarakat, membantu manajemen dan memanfaatkan perubahan dengan efektif, berfungsi sebagai sistem peringatan awal untuk membantu antisipasi kecenderungan, dan menggunakan riset serta komunikasi yang masuk akal dan etis sebagai sarana utamanya”. Dengan demikian *Public Relations* harus memiliki komunikasi yang baik dengan organisasi lain dalam upaya mencapai tujuan bersama.

Public relations dengan kemampuan yang dimilikinya berusaha melakukan fungsi komunikasi yang baik kepada masyarakat. Untuk bisa melakukan hubungan yang baik kepada masyarakat, bisa menggunakan media digital di era saat ini sangat efektif. PR penting untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi modern dan serba canggih. Jenis kegiatan *media cyber* di dunia *Public Relations* adalah *Cyber Public Relations*.

Menurut Dasrun Hidayat, M.I.Kom dalam bukunya berjudul: *Media Public Relations* (2014:95) “PR Digital merupakan aktivitas dari sebuah

kreatifitas PR dalam melaksanakan fungsinya sebagai strategi kerja PR. Pada saat ini perusahaan atau organisasi sudah banyak yang menerapkan cara kerja dengan pendekatan media elektronik atau *online*. Fungsi dari *Digital Public Relations* adalah untuk memberikan informasi seluas dan secepat mungkin kepada publik terkait dengan perkembangan perusahaan atau informasi produk yang sangat penting diketahui oleh publik.

Saat ini Direktorat Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim (Direktorat IKPM), Kementerian Komunikasi dan Informatika sudah menggunakan teknologi internet seperti Instagram untuk mendukung kegiatan *Public Relations* melalui dunia maya atau *Digital Public Relations*. Direktorat IKPM memiliki divisi yang terbagi menjadi empat yaitu Subdirektorat Informasi dan Komunikasi Perekonomian I, Subdirektorat Informasi dan Komunikasi Perekonomian II, Subdirektorat Informasi dan Komunikasi Maritim, dan Subbagian Tata Usaha. Untuk mengurus pembuatan konten, proses editing sampai pengunggahan konten tersebut ke akun Instagram milik Direktorat IKPM yang bernama “sakuinformasi”. Untuk proses *editing* video dan gambar mereka memiliki anggota yang memang ahli di bidang edit video ataupun foto, sehingga kegiatan yang mereka lakukan sangat cepat dan mudah, karena dikerjakan oleh orang-orang yang memang ahli dibidangnya, dimana konten yang diunggah ke akun Instagram Direktorat IKPM tersebut berbentuk Infografik, *Photoquotes*, dan Komik dengan tokoh yang bermacam-macam.

Seperti yang kita ketahui Media Instagram pada saat ini sangat ramai, dan membuat masyarakat tertarik untuk selalu mengakses Instagram. Menurut Penulis ini adalah hal yang sangat menarik untuk bidang pemerintahan ikut serta dalam menggunakan Instagram sebagai saluran untuk penyebaran informasi secara luas dan juga menarik kepada masyarakat. Maka dari itu media *online* seperti Instagram sangat dibutuhkan untuk mendukung salah satu kegiatan dari *Public Relations* yaitu *Digital Public Relations*.

Menurut Rama Kertamukti (2015) dalam jurnal profetik Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga, Vol.8 nomor 1 halaman 58, Instagram adalah sebuah aplikasi untuk berbagi foto yang

dapat dilihat oleh Followers dari pengunggah foto tersebut dan dapat saling memberikan komentar antara sesamanya.

Direktorat Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim (Direktorat IKPM), Kementerian Komunikasi dan Informatika menggunakan media Instagram sebagai salah satu *tools* komunikasi kepada masyarakat untuk berbagi informasi kegiatan pemerintah yang sesuai dengan divisi IKPM yaitu Perekonomian I, Perekonomian II, dan Maritim. Maka dari itu Penulis tertarik untuk membahas mengenai *Digital Public Relations* yang dilakukan oleh Direktorat IKPM, apa lagi pada saat ini digital menjadi satu hal yang sudah melekat dan berdampingan dalam kehidupan masyarakat, disinilah peran humas harus bisa meningkatkan kegiatannya agar pesan yang ingin disampaikan dapat diketahui dan diterima oleh masyarakat luas dengan cepat. Untuk sebuah lembaga pemerintahan hal ini sangatlah baru, karena seperti yang kita ketahui sistem pekerjaan yang mereka lakukan sangatlah kurang mengikuti jaman, akan tetapi Direktorat IKPM berbeda, mereka melakukan kegiatan *Public Relations* secara digital yang mana hal ini sangat mengikuti perkembangan teknologi yang sudah ada. Terlebih lagi mereka menggunakan *platform* Instagram yang sangat terkenal di kalangan *Millenials*. Karena itulah Penulis tertarik untuk membahas kegiatan *Digital Public Relations* melalui Instagram di Direktorat IKPM.

1.2 Topik Laporan

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis membuat laporan kuliah kerja praktik dengan judul topik laporan **“Peran Hubungan Masyarakat Direktorat IKPM dalam Melakukan Kegiatan *Digital Public Relations* Melalui Instagram”**.

1.3 Tujuan Kuliah Kerja Praktik

Adapun tujuan dilakukannya Kuliah Kerja Praktik adalah sebagai berikut:

1.3.1 Tujuan Umum

- a. Untuk menambah pengalaman dan pengetahuan penulis mengenai kegiatan komunikasi di Direktorat Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim.
- b. Sebagai bekal untuk mempersiapkan diri ke dunia kerja.
- c. Untuk mengenal dan mengetahui budaya komunikasi yang ada di Direktorat Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim.
- d. Untuk memahami penerapan teori-teori komunikasi yang diperoleh pada saat perkuliahan.

1.3.2 Tujuan Khusus

- a. Mengetahui penerapan fungsi dan teori tentang *Digital Public Relations* dalam kondisi nyata yang diperoleh pada saat perkuliahan ke dalam praktik kerja di Direktorat Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim.
- b. Menambah wawasan tentang *Digital Public Relations* di Direktorat Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim.
- c. Untuk mengetahui langkah dan cara yang dilakukan Humas dalam melakukan kegiatan *Digital Public Relations* kepada masyarakat melalui media Instagram.

1.4 Kegunaan Kuliah Kerja Praktik

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Adapun kegunaan dari kegiatan KKP secara teoritis sebagai berikut :

Manfaat teoritis yang penulis dapatkan selama masa Kuliah Kerja Praktik (KKP) di Direktorat Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim adalah memahami secara langsung bagaimana pekerjaan praktisi humas dan bagaimana kegiatan *Digital Public Relations* melalui platform

Instagram yang dilakukan oleh Direktorat Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Adapun kegunaan dari kegiatan KKP secara praktis sebagai berikut :

Manfaat praktis yang penulis dapatkan selama masa Kuliah Kerja Praktik (KKP) di Direktorat Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim adalah Mendapatkan pengalaman langsung dalam mengaplikasikan kegiatan *Digital Public Relations* yang telah dipelajari selama perkuliahan pada Direktorat Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penyelesaian dari laporan ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

1. BAB I Pendahuluan yang berisi tentang latar belakang, topik laporan, tujuan kuliah kerja praktik, kegunaan kuliah kerja praktik dan sistematika penulisan.
2. BAB II Kerangka Teori yang berisi tentang tinjauan pustaka dan prosedur ideal (teoritis) sesuai topik laporan.
3. BAB III Gambaran Direktorat IKPM yang berisi tentang sejarah, gambaran dan ruang lingkup pekerjaan, gambaran unit kerja, struktur organisasi, serta pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Praktik (KKP).
4. BAB IV Pembahasan yang berisi tentang gambaran kegiatan selama kuliah kerja praktik dan pembahasan perbandingan pelaksanaan kegiatan kuliah kerja praktik antara teori dan praktik.
5. BAB V Penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran-saran.