

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini kebutuhan informasi masyarakat Indonesia mulai berkembang. Tidak hanya pada kebutuhan yang biasa-biasa saja. Tapi sudah menjadi suatu prioritas dalam kehidupan sehari-hari. Berbagai kebutuhan mulai dari informasi individu, lembaga hingga dalam ranah pemerintahan. Ranah pemerintahan dibutuhkan masyarakat untuk mengetahui informasi dari segi ekonomi dan bisnis tentang kebijakan yang diberikan pemerintah, apa yang terjadi di wilayah kota tempat mereka tinggal, politik, agenda kegiatan apa yang para pemimpin lakukan pun turut serta menjadi konsumsi khalayak.

Masyarakat kini telah menilai informasi sebagai suatu kebutuhan, dari hanya sekadar untuk mengetahui hingga untuk kepentingan instansi / lembaganya, keberadaan informasi kini mulai ditanggapi positif oleh masyarakat. Sekarang informasi sebagai kebutuhan esensial dijadikan masyarakat kita untuk mencapai tujuan melalui manfaat yang diperolehnya. Dengan adanya informasi, manusia dapat memperluas pengetahuan yang dimilikinya, memahami kedudukan serta peranan dalam masyarakat dan mengetahui apa saja peristiwa yang terjadi di sekitarnya.

Beragam peristiwa dan informasi yang didapat masyarakat tidak terlepas dari peranan suatu media massa dalam hubungannya dengan penyajian dan tafsiran fakta peristiwa. Melalui media massa masyarakat bisa mendapatkan suatu bentuk informasi berupa berita melalui *website*. Pada era *modern website* merupakan salah satu media *public relations* yang penting. Sehingga praktisi *Public Relations* harus mampu memaksimalkan fungsinya saat era digital ini.

Menurut Jefkins (2015;9), menyatakan bahwa *public relations* adalah sesuatu yang merangkum atau menggambarkan keseluruhan komunikasi yang terencana, baik ke dalam (*public internal*) maupun ke luar (*public eksternal*), antara suatu organisasi dengan khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan yang spesifik berlandaskan pada saling pengertian". Menurutnya, *public relations* pada intinya senantiasa berkenaan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui informasi dan membagi pengetahuan. Melalui kegiatan tersebut diharapkan akan muncul suatu dampak perubahan yang positif.

Sesuai dengan tugasnya sebagai institusi pemerintah, sudah semestinya pemerintah Kabupaten Tangerang memberikan dan menyediakan saluran informasi yang menyeluruh mengenai program dan kegiatan apa saja yang pemerintah daerah

lakukan sehari-hari. Untuk seluruh masyarakat khususnya yang bertempat tinggal di kawasan Kabupaten Tangerang

Salah satu saluran yang dianggap cukup efektif dan efisien yaitu melalui *website* di *internet*. *Website* terhubung secara *online* dan memiliki berbagai kemudahan bagi setiap penggunaannya. Informasi dapat diakses secara langsung oleh khalayak. Sehingga informasi dapat dimanfaatkan secara optimal oleh pihak yang membutuhkan, tanpa terhambat oleh ruang, waktu serta biaya. Terkait dengan hal ini humas pemerintah Kabupaten Tangerang juga memiliki *website* untuk menyampaikan informasi kepada publik. *Website* yang dimiliki oleh pemerintah tersebut adalah www.tangerangkab.go.id.

Website www.tangerangkab.go.id merupakan *website* resmi milik pemerintah Kabupaten Tangerang. Dalam *website* tersebut berisikan informasi tentang program kerja serta kebijakan, dan upaya-upaya yang telah dan sedang dilakukan pemerintah Kabupaten Tangerang. *Website* ini dikelola oleh tenaga-tenaga ahli dan profesional dibidangnya. Bagi pemerintah Kabupaten Tangerang, *website* dapat dijadikan sebagai salah satu kunci keberhasilan dalam menyebarkan informasi mengenai program maupun kebijakan aktivitas yang dilakukan pemerintah Kabupaten Tangerang melalui *website* tersebut.

Diharapkan tugas Diskominfo pemerintah Kabupaten Tangerang dalam memenuhi kebutuhan informasi warga Kabupaten Tangerang dapat berjalan dengan baik. Karena dengan *website* masyarakat dapat mengetahui dan mengakses informasi yang mereka butuhkan secara cuma-cuma tanpa dibatasi jarak, waktu dan terpercaya kebenarannya. *Website* menjadi rumah dari segala informasi karna mudahnya untuk di akses. Sehingga kebutuhan publik akan informasi seputar berita yang ada di wilayah Kabupaten Tangerang kini dapat teratasi, dengan adanya *website* milik pemerintah Kabupaten Tangerang yaitu www.tangerangkab.go.id.

Menurut Lattimore (2010: 161), *website* dapat juga dianggap sebagai media massa *public relations* pertama karena media ini memungkinkan komunikasi mengalir langsung antara organisasi dengan khalayaknya tanpa fungsi penjaga pintu (*gatekeeper*). Seperti yang ada di media massa yang lain. *Website* milik pemerintah Kabupaten Tangerang dikaji dengan Elektronik *Public Relations*, *website* merupakan salah satu *media online* yang berfungsi untuk memperluas jangkauan publik. Khususnya publik umum / masyarakat yang tinggal di wilayah Tangerang maupun para media massa lainnya yang turut mengutip informasi yang ada di *website* www.tangerangkab.go.id.

Dengan adanya *website* ini bertujuan untuk lebih memberdayakan informasi mengenai program kegiatan pemerintahan dan dalam jangka panjang *website* ini diharapkan dapat mewujudkan pemerintahan yang *Good Governance* di lingkungan Kabupaten Tangerang serta mendapatkan dukungan penuh dari masyarakat.

Website Tangerangkab dikelola oleh tim Humas khususnya bagian Dinas Komunikasi dan Informasi.

Website TangerangKab merupakan salah satu sarana yang digunakan pemerintah daerah untuk memuat berbagai macam informasi, yang berisi konten agenda kegiatan Bupati, Wakil Bupati, DPRD, Sekda dan juga para staff lain yang bekerja di pemerintah Kabupaten Tangerang. Selain itu, terdapat pula informasi mengenai Kabupaten Tangerang yang ditinjau dari rubrik pemerintahan, ekonomi, daerah industri, pembangunan, kependudukan, pendidikan dan lain-lain.

Website www.Tangerangkab.go.id juga merupakan bentuk nyata dari salah satu kegiatan humas yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Tangerang. Kegiatan yang dilakukan tersebut adalah menyediakan wadah informasi yang akurat dan terpercaya untuk memenuhi kebutuhan informasi publik dan khalayak pemerintah Kabupaten Tangerang. Tentu saja dengan dibuatnya *website* resmi ini, sangat bermanfaat dan juga untuk meningkatkan citra pemerintah Kabupaten Tangerang kedepannya. Peneliti melihat *website* ini sangat sering membuat *press release* mengenai kegiatan dan program pemerintah yang sedang dan akan dilaksanakan kedepannya.

Selama sehari *website* www.Tangerangkab.go.id memiliki *pageviews* harian sebanyak: 472 pengunjung yang melihat pos atau membaca *press release* yang pemerintah Kabupaten Tangerang buat dan *visitor* harian yang mengunjungi *website* ini: 214 pengunjung. Untuk periode bulanan *pageviews* yang dimiliki *website* ini adalah 14,160 dan *visitor* bulanan yaitu 6,420.

Tapi dibalik kemudahan yang diberikan pemerintah Kabupaten Tangerang kepada publik khususnya masyarakat Kabupaten Tangerang dalam mencari informasi terkait kegiatan / berita apa saja yang beredar di Kabupaten Tangerang peneliti melakukan pra observasi bahwa masih banyak masyarakat di kawasan Kabupaten Tangerang masih banyak yang belum mengetahui keberadaan dari *website* ini. Sehingga pemberian informasi dari pemerintah kepada masyarakat tidak sampai.

Tanggal 14 November 2018 pemerintah Kabupaten Tangerang melakukan Focus Group Discussion (FGD) mengenai Evaluasi kepuasan masyarakat atas informasi pembangunan di provinsi Banten (Will Kab Tangerang). Pada saat itu moderator mengatakan bahwa informasi berbasis internet Kabupaten Tangerang masih sangat minim. Banyak sekali masyarakat Kabupaten Tangerang yang tidak mengetahui informasi pembangunan di Provinsi Banten khususnya Kabupaten Tangerang.

Padahal jika dilihat Kabupaten Tangerang ini sudah memiliki *website* www.tangerangkab.go.id yang berisikan informasi tentang program dan kegiatan yang dilakukan pemerintah daerah. Pemerintah Kabupaten Tangerang sudah

melakukan berbagai strategi yaitu: mengupdate berita buatan humas (*press release*) agar rekan wartawan tidak mengalami kesulitan untuk mencari data, selain itu mengupdate informasi terbaru juga bisa membuat website tangerangkab mudah dicari, melakukan sosialisasi *website* ke kecamatan, selalu memasukan nama *website* ketika rapat dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan pemerintah daerah Kabupaten Tangerang.

Selain itu dilihat dari perbandingan *website* milik pemerintah Kabupaten Tangerang dan pemerintah Tangerang Kota jelas sangat berbeda dari segi pengunjung. Menurut Ibu Nita sebagai staff Dinas Komunikasi dan Informasi yang bertugas mensosialisasikan *website* dengan luas wilayah dan penduduk yang dimiliki Kabupaten Tangerang, penyampaian informasi mengenai apa yang di kerjakan oleh pemerintah Kabupaten Tangerang dirasa kurang. Dengan lebih sedikitnya pengunjung website tangerangkab.go.id, maka bisa menjadi data awal. Padahal tangerang memiliki 959,6 km² dan 3,155 juta penduduk (berdasarkan data sensus penduduk 2014).



Engagement

Total Visits	234.17K	670.77K
Avg. Visit Duration	00:12:04	00:07:33
Pages per Visit	7.69	6.09
Bounce Rate	32.73%	31.25%

tangerangkab.go.id vs. tangerangkota.go.id

Total Visits ⓘ

On desktop & mobile web, in the last 6 months



tangerangkab.go.id vs. tangerangkota.go.id

Jul 2019

COMPARE

Traffic Sources ⓘ

On desktop



Dikutip dari Nova (2011:298) pengertian citra menurut Kottler adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Citra dipengaruhi oleh banyak faktor di luar kontrol perusahaan. Citra mencerminkan pemikiran, emosi dan persepsi individu atas apa yang mereka ketahui. Terkadang persepsi diyakini sebagai realitas karena persepsi membentuk citra.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah peneliti uraikan di atas, peneliti sangat tertarik untuk meneliti mengenai strategi yang dilakukan Humas pemerintah Kabupaten Tangerang dalam mensosialisasikan *website* tersebut. Hal itu karena *website* ini dapat dimanfaatkan dan agar informasi yang diberikan pemerintah Kabupaten Tangerang dapat optimal dan diketahui oleh masyarakat.

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Strategi Humas Dalam Mensosialisasikan Website TangerangKab.go.id Untuk Membangun Citra Pemerintah Kabupaten Tangerang?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Humas Dalam Mensosialisasikan *Website* TangerangKab.go.id Untuk Membangun Citra Pemerintah Kabupaten Tangerang

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan menambah wawasan serta pemahaman terhadap teori-teori mengenai strategi-strategi yang dilakukan oleh humas untuk mensosialisasikan *website* Tangerangkab.go.id.

1.4.2 Manfaat Praktis

Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang sama dengan penelitian yang telah ada. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi Pemerintah Kabupaten Tangerang khususnya Diskominfo bagian Humas sebagai bahan kajian dan referensi dalam mensosialisasikan *website* agar mengembangkan atau memanfaatkan *website* Tangerangkab.go.id sebagai media penyebaran informasi bagi masyarakat bisa lebih optima

