

BAB. I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang Masalah

Perkembangan teknologi komunikasi yang sangat cepat karena kehadiran internet serta tuntutan pasar akan respon yang cepat dari setiap perubahan dan kebutuhan informasi yang terbaru membuat PR menyesuaikan diri. PR dituntut hadir sebagai PR modern yang dapat menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Internet merupakan resolusi keempat dalam perubahan radikal konstruksi pengetahuan. Internet telah membentuk ruang dan waktu baru yang bersifat nirjarak atau nirwaktu yang disebut *cyberspace*. Dalam hal daya tarik komunikasi, internet menawarkan kemampuan berkomunikasi secara elektronik yang relatif murah dan mudah selama 24 jam. Internet juga memberikan kemungkinan dan kemudahan untuk mencari dan mengakses berbagai macam informasi.

Pesan yang disampaikan PR bukan hanya sekedar pesan konvensional, melainkan pesan yang disampaikan melalui semua media transfer informasi yang sangat cepat salah satu contohnya dengan menggunakan media online. Media online membawa persepektif dan pola baru di era informasi dalam bentuk jaringan teknologi yang memungkinkan setiap orang mengakses kemana saja untuk memenuhi kebutuhannya.

Beberapa akses yang biasa dipakai oleh praktisi PR dalam media online seperti *email, facebook, yahoo meseenger*, dan perangkat lainnya. Sehingga media ini tidak dapat dihindari lagi, karena para pelaku PR harus mengikuti perkembangan teknologi untuk dapat mengembangkan perusahaannya. Apalagi jika sebuah perusahaan sudah memiliki alamat web sendiri atau bahkan sudah menggunakan email. Jika keberadaan perusahaan sudah diekspos melalui media ini, sebaiknya sebagai seorang PR harus mnegggunakan fasilitas dengan semaksimal mungkin karena dapat mempengaruhi persepsi masyarakat tentang perusahaan.

Media online merupakan salah satu media PR untuk menyampaikan pesan kepada khalayak tanpa melalui mediator. Menggunakan media online bertujuan untuk mempercepat penyampaian informasi dan untuk memberikan respon yang cepat terhadap permasalahan yang muncul. Melalui media online seorang PR dapat menyampaikan pesan-pesannya dalam bentuk press release, advertorial, informasi tentang perusahaan itu kepada masyarakat.

Dengan media online, Humas Polda Metro Jaya dapat memposisikan lembaganya sebagai lembaga pemerintahan yang terdepan dibidangnya dibandingkan dengan lembaga lainnya atau dapat memposisikan lembaganya sebagai lembaga terpercaya dan memiliki kredibilitas yang tinggi karena ahli-ahli yang dimiliki oleh lembaga tersebut. Media online sangat bergantung pada jaringan internet, yang bertujuan untuk membangun relasi antara lembaga pemerintah dengan khalayak.

Media online Humas pertama dibuat bulan April tahun 2009. Media ini memuat beberapa layanan seperti: keamanan ketertiban masyarakat, kasus menonjol, ilmu pengetahuan, tips-tips sehari-hari yang berisi tentang informasi mengenai SIM keliling ataupun yang lainnya. Media ini lebih bersifat umum yang informasinya selalu terbaru setiap 1x24 jam.

Pembuatan media ini dengan tujuan untuk mempermudah para wartawan mendapatkan berita dari Polda Metro Jaya tentang kejadian sekitar Jabodetabek. Sehingga Humas tidak perlu mengadakan konferensi pers setiap harinya. Dan untuk memberikan informasi kepada publik tentang informasi apa saja seputar kegiatan yang diadakan oleh Polda Metro Jaya, sehingga publik secara tidak langsung dapat mengetahui informasi terbaru dari media online ini.

Penggunaan media online ini ditujukan bagi lingkup eksternal Humas Polda Metro Jaya. Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk meneliti sejauhmana motif penggunaan media online dengan kepuasan informasi bagi wartawan media cetak di Humas Polda Metro Jaya.

1.1 Rumusan Masalah

Dari uraian diatas, peneliti merasa tertarik untuk melakukan kajian terhadap permasalahan motif penggunaan media online dengan kepuasan informasi bagi wartawan media cetak di Humas Polda Metro Jaya, yang rumusan masalahnya adalah :

“ Se jauh mana motif penggunaan media online dengan kepuasan informasi bagi wartawan media cetak di Humas Polda Metro Jaya?”

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan skripsi ini adalah :

- 1 Untuk mengetahui seberapa besar motif penggunaan media online bagi wartawan media cetak di Humas Polda Metro Jaya dalam media online
- 2 Untuk mengetahui seberapa besar kepuasan informasi wartawan media cetak di Humas Polda Metro Jaya

1.3 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini secara Teoritis dan Praktis adalah sebagai berikut:

- **Kegunaan secara teoritis :**

Penulis berharap agar penelitian ini memberikan sumbangan bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi mengenai penelitian yang sama yaitu tentang media online perusahaan.

- **Kegunaan secara praktis :**

Penulis juga berharap penelitian ini menjadi bahan masukan bagi Humas Polda Metro Jaya yang merancang isi media online perusahaan yang sesuai dengan kebutuhannya.

1.4 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini sistematika penulisan dibuat atas dasar tahap-tahap yang umumnya dilalui oleh seorang peneliti, yang terbagi menjadi 5 bab yaitu :

BAB I. Pendahuluan

Bab ini berisi tentang perumusan masalah, yang terdiri dari latar belakang permasalahan, identifikasi permasalahan, pembatasan obyek penelitian, pengajuan tujuan penelitian, signifikansi akademis dan praktis tentang permasalahan yang akan diteliti, serta sistematika penelitian.

BAB II. Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini dikemukakan kerangka pemikiran yang digunakan oleh peneliti, yang terbagi lagi dalam kerangka teori dan definisi konsep.

BAB III. Metodologi Penelitian

Bab ini merupakan uraian mengenai metodologi, seperti pendekatan metodologi, unit analisis dan populasi, oprasionalisasi konsep, metode penelitian, metode pengumpulan data, metode analisis, serta keterbatasan dan kelemahan penelitian.

BAB IV. Hasil Penelitian

Bab analisis data dan berisikan analisis terhadap hasil pengumpulan data.

BAB V. Penutup

Bab interpretasi data yang memberikan interpretasi terhadap hasil analisis data berdasarkan kerangka konsep yang ada.