

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Internet pada era sekarang sudah menjadi satu konsumsi umum untuk semua orang. Di dalam berbagai internet juga selalu digunakan baik untuk berkomunikasi antara satu atau lebih. Bahkan sekarang segala kegiatan aktifitas yang dilakukan pasti menggunakan internet untuk berbagai aspek kebutuhan. Seiring dengan perkembangan pun sudah banyak sekali yang berubah, yaitu pada waktu 2000an warga dunia menggunakan telepon rumah dan ada juga sudah memakai handphone pada era itu. Dan juga mereka masih menggunakan layanan telepon berbayar dengan menggunakan Pulsa dan SMS (Short Message Service) juga menggunakan pulsa Prabayar.

Internet merupakan jaringan longgar dari ribuan jaringan computer yang menjangkau jutaan orang di seluruh dunia. Misi awalnya adalah menyediakan sarana bagi para peneliti untuk mengakses data dari sejumlah sumber daya perangkat keras komputer yang mahal. Namun, sekarang internet telah berkembang menjadi ajang komunikasi yang sangat cepat dan efektif. Sehingga telah menyimpang jauh dari misi awalnya.¹ Adapun pendapat

¹ (LaQuey, 1997:1) <https://www.kompasiana.com/apriliaayusaputri7926/5b49a1bedd0fa849e624fa23/pengaruh-e-paper-terhadap-minat-baca-pengguna-internet?page=all> (diakses pada 30 oktober 2019)

bahwa internet ibarat cairan yang berubah setiap detik, begitu beritanya mengalir, maka pandangan yang berbeda laporan dan aneka pendapat mengairi berbagai arsip dan forum. Perangkat pelacak canggih, dengan nama seperti Gopher, World Wide Webb, dan WAIS dapat membantu anda membawa pulang semua sumber daya ini.² Situs – situs yang di tempati Gopher (sering dinamakan “Lubang”- holes-Gopher). Umumnya menawarkan akses yang mudah pada sumber-sumber internet lainnya.³

Media, media berfungsi sebagai penyampai pesan yang dituju untuk banyak orang. Yang diketahui sekarang media ada beberapa jenis, media visual itu seperti buku atau Koran dan majalah, media Elektronik itu seperti Radio dan Televisi. Dan sekarang media yang semakin merajai kehidupan seluruh dunia ialah Media Online. Media online mencakup media social seperti Instagram, Facebook, Whats’Up, Twitter, Youtube, Blog, dan Website.

Media juga berkontribusi dalam upaya menyampaikan informasi yang jelas. Di dalam dimensi Media Online banyak sekali tujuan yang sangat beraneka ragam. Tujuannya ialah, mulai untuk berbisnis, pendidikan, pemerintahan, dan juga menyampaikan informasi baik bagi public.

Di dalam dunia Publik Relations pasti juga sudah menggunakan media untuk tujuan membuat Citra Perusahaannya baik di mata public. Dan juga bersikap profesional terhadap

² Elvinaro Ardianto : Publik Relations On The Net: sebuah perspektif baru Humas (<https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/download/695/377./diakses> pada 30 oktober 2019)

³ Reddick dan King (1998) dalam jurnal (Elvinaro Ardianto : Publik Relations On The Net: sebuah perspektif baru Humas (<https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/download/695/377./diakses> pada 30 oktober 2019)

Media yang ada. Seperti etika yang baik seorang PR dalam menggunakan internet dalam membuat informasi atau penyampaian Citra yang baik bagi perusahaan itu sendiri.

Pemanfaatan media di internet sebagai alat untuk mengkomunikasikan pesan membutuhkan elemen-elemen yang dapat mensupport tersampainya pesan dengan baik. Pertama adalah aktif, sebab masyarakat informasi itu selalu merasa lapar akan informasi dan mereka mengkonsumsi informasi dengan begitu cepatnya sehingga apabila tidak ada pembaharuan informasi dan cenderung pasif maka perhatian public akan beralih. Kedua adalah menjadi perwakilan yang baik dari perusahaan, bagaimanapun juga Public Relations adalah ujung tombak citra perusahaan. Ketika pesan yang disampaikan tidak baik dan cenderung memancing keresahan maka itu akan berdampak pada reputasi perusahaan pula. Ketiga adalah perhatian atau responsive atas keluhan atau masukan yang diperoleh, sebab komentar dan keluhan apapun bisa disampaikan di media, sehingga ketika Public Relations menunjukkan perhatian dan juga merespon yang positif maka juga akan berdampak pada reputasi perusahaan. Keempat adalah menjalin hubungan secara langsung juga di perlukan sebagai kelanjutan dari jaringan yang di bangun melalui media. Dengan demikian diharapkan pesan dapat tersampaikan dengan baik dan reputasi yang terbentuk di masyarakat sesuai dengan harapan perusahaan.⁴

Artikel online adalah tulisan yang di buat untuk pembaca agar bisa dilihat di manapun melalui Smartphone atau new media sekarang. Adapun artikel yang di tulis adalah tentang

⁴ (Binus Malang institute of creative technology 16 september 2017 Media Sebagai Alat Publikasi Public Relations <http://binus.ac.id/malang/2017/09/media-sebagai-alat-publikasi-public-relations/> di akses 30 Oktober 2019)

karya ilmiah, hiburan, politik, ekonomi. Dan adapun membentuk sebuah citra perusahaan melalui artikel dalam menyampaikan isi dan maksud dalam sebuah tulisan agar pembaca bisa menilai dengan baik.

Artikel adalah karangan faktual secara lengkap dan panjang tertentu yang di buat untuk dipublikasikan melalui koran, majalah, buletin, dan sebagainya yang bertujuan menyampaikan gagasan dan fakta yang dapat meyakinkan, mendidik, dan menghibur. Penulis artikel adalah orang atau individu yang bertindak dalam pengarang sebuah tulisan, penggabungan beberapa kata menjadi kalimat yang menarik dan enak di baca sehingga membuat pembaca merasakan dapat mengetahui apa yang sebelumnya merreka tidak ketahui sebelumnya.

Hipwee berdiri pada tanggal 24 April 2014 adalah situs media online yang menyajikan tentang konten-konten masa kini yang lebih ditujukan kepada para kaum muda. Hipwee memiliki kantor pusat di Yogyakarta No. 3A, jalan Tunggorono, Papringan, Depok, Sleman, caturtunggal Kec. Depok, Kabupaten Sleman dan memiliki cabang kantor di Jakarta yang beralamat Block G no.Kav 62-63, Jl. Letjen S. Parman, RT.8/RW/4, Slipi palmerah Kota Jakarta Barat. Hipweejuga memiliki kualitas dalam isi konten yang disajikan terhadap pembacanya seperti Inspirasi, Tips, Travel, Hubungan, Opini, dan berita yang selalu Update.

Hipwee juga baik dalam menjaga citranya sebagai salah satu Media online yang konsisten memberikan hal positif terhadap pembacanya terlebih terhadap kaum muda.

Dan juga menjadi media Online yang memiliki citra atau reputasi yang baik. Hipwee memiliki hampir semua media sosial yang dapat di akses melalui Website, Instagram, Facebook, Twitter, dan Youtube. Karena memiliki media sosial yang kini menjadi perhatian sehari-hari bagi semua kalangan. Maka kegiatan kehumasan dalam membangun citra atau reputasi dalam berjalan maksimal karena memiliki jangkauan yang luas.

Dalam penulisan ini, penulis memilih Hipwee.com untuk melakukan penelitian karena penulis tertarik dengan Hipwee.com dari segi memiliki kualitas dalam membuat suatu konten yang memiliki isi menarik bagi pembaca. Melalui pemanfaatan New Media oleh Hipwee.com untuk membentuk reputasi/citra sehingga membuat perusahaan memiliki citra yang baik bagi pembacanya. Dan penulis dalam hal tujuan untuk lebih ingin mengetahui bagaimana pemanfaatan Media Instagram dalam membentuk citra oleh Hipwee.com.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang permasalahan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah adalah: *Bagaimana pemanfaatan Media Instagram untuk meningkatkan citra positif Hipwee melalui Instagram pada bulan Desember 2019 ?*

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Tujuan dari penelitian yang penulis lakukan adalah untuk mengetahui pemanfaatan *Media Instagram* dalam meningkatkan citra pada Hipwee.com.
2. Untuk mengetahui aspek penting apa saja dalam menggunakan media Instagram dalam membentuk citra.
3. Tujuan yang ke tiga adalah untuk mengetahui dan mempelajari tentang pemanfaatan media instagram di Hipwee.com .

D. MANFAAT PENELITIAN

- a) Manfaat Teoritis
 - a. Dapat melihat relevansi kesamaan dan perbedaan dalam Teori dan kegiatan kehumasan pada dunia kerja.
 - b. Praktek di Dunia nyata dapat memberikan sumbangsi pemikiran yang dapat memperbaharui teori yang bersifat-sifat aplikatif.
 - c. Menjadi rujukan dan kajian terhadap teori Media Instagram, Public Relation, Media Baru, dan Citra perusahaan.
- b) Manfaat Praktis
 - a. Mengimplementasikan teori Media Baru yang di dapat dari perkuliahan dan di praktek langsung dalam penelitian ini.
 - b. Mengetahui dan menjadi pelajaran bagaimana informasi nyata seorang humas bekerja.

- c. Bagi mahasiswa, bisa membangun jiwa bertanggung jawab dan disiplin dalam pekerjaan kehumasan.

E. METODE PENELITIAN

1. Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yang di maksud dan bertujuan untuk mendiskripsikan fenomena yang terjadi di sekitar masyarakat, terkhusus nya pada Hipwee.com. dan juga sebagai bahan penelitian serta mengangkat fenomena yang lainnya.

Adapun jenis penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Yaitu pendekatan penelitian tidak menggunakan angka hitungan ataupun statistic, melainkan mendiskripsikan suatu fenomena-fenomena kegiatan yang peneliti melihat dan memahami peristiwa yang menjadi focus utama perhatian lalu menjabarkan dengan semestinya dilakukan.

Karakteristik yang ada dalam penelitian kualitatif :⁵

- a. Berlangsung dalam latar belakang ilmiah, tempat kejadian dan perilaku manusia dimana partisipan mengalami isu atau masalah yang akan di teliti.

⁵ Creswell, John. Research Design. Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran. Edisi Keempat. Diterjemahkan Oleh: Achmad Fawaid dan Rianayati Kusmini. Yogyakarta. Pustaka Pelajar. 2014. Hal 247-249

- b. Peneliti adalah instrument kunci utama dalam pengumpulan data secara variatif dari berbagai sumber obyek dan subyek penelitian.
- c. Data yang dihasilkan bersifat deskriptif dalam kata-kata. Data dari beragam sumber diolah kedalam kategori atau tema yang melintasi semua sumber data.
- d. Fokus akan diarahkan kepada praktisi humas maupun marketing dalam memanfaatkan media relasi melalui Instagram dan pengalaman subyek penelitian yang secara focus dipelajari makna dari penyampaian yang disampaikan baik secara sengaja ataupun tidak sengaja oleh subyek penelitian.
- e. Proses sama pentingnya dengan objek penelitian, bagaimana perhatian peneliti juga di fokuskan dari pemanfaatan objek penelitian.
- f. Memunculkan desain, peneliti akan mencoba merekonstruksikan penafsiran dan pemahaman sumber data manusia. Aspek metode ini lebih dari sekedar bias dan nilai yang berkembang dalam penelitian, tetapi bagaimana peneliti sebetulnya dapat membentuk arah penelitian.
- g. Objektivitas dan kebenaran di junjung tinggi, derajat kepercayaan didapat melalui verifikasi berdasarkan koherensi, wawasan, dan manfaat.

2. Sumber Data

Di dalam penelitian ini, subyek penelitian adalah merupakan sumber utama dimana dapat di peroleh, sumber data dapat berupa benda, gerak, manusia, tempat, dan lainnya.⁶ Dan juga ada objek dari penelitian adalah Pimpinan perusahaan dan beberapa orang yang

⁶ Bungin Burhan, Metodologi Penelitian Kualitatif, Jakarta: Rajawali Press, 2004 hal 308-310

memiliki peran sebagai praktisi humas di hipwee.com yang aktif dan bertugas dalam melakukan media relation melalui Instagram. Dan lingkup yang akan diambil akan mengerucut dengan fokus yang utama yaitu menjalankan dan memanfaatkan media relation melalui Instagram untuk mendapatkan citra positif.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, dan berbagai sumber, dan berbagai cara.⁷ Adapun metode dalam pengumpulan data skripsi yaitu :

a) Observasi Deskriptif

Observasi deskriptif dilakukan peneliti pada saat memasuki situasi sosial tertentu sebagai obyek penelitian, pada tahap ini peneliti belum membawa masalah yang akan diteliti maka peneliti melakukan penjajajahan umum, dan menyeluruh, melakukan deskripsi terhadap semua yang dilihat, didengar, dan dirasakan.⁸ Metode observasi ialah pengamatan yang langsung dengan melalui pertimbangan yang akurat. Dengan memulai interaksi secara langsung terhadap fokus dan objek, maka bisa di telaah dan memahami apa saja yang di lakukan dalam menjalankan peran humas di Hipwee.com .

b) Wawancara

⁷ Prof. Dr. Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Bandung, Alfabeta 2017 hal. 224

⁸ Prof. Dr. Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Bandung, Alfabeta 2017 hal. 230

Wawancara adalah salah satu pengumpulan data yang efektif dalam melakukan tanya jawab secara langsung dan tidak langsung. Wawancara digunakan sebagai Teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam⁹. Dalam penelitian ini juga akan menggunakan pertanyaan yang di konstruk sebagai mana dibutuhkan dengan memiliki 2 narasumber. Selaku kepala divisi Humas Ibu Tira Hardaning dan juga Bapak Andreas Benny Rahadi selaku staff PR dan Marketing di Hipwee.com .

c) Dokumentasi

Sumber data pendukung atau sekunder dari penelitian ini di dapatkan oleh penulis melalui buku-buku, jurnal, foto dokumentasi, media sosial, dan infomarsi berbasis internet lainnya yang ada hubungan korelasinya dengan tema penelitian ini.¹⁰

4. KERANGKA TEORI

a) Public Relation

Seorang Public Relation atau praktisi humas yang sudah banyak di ketahui keberadaannya memiliki tugas yang sangat menonjol dalam membentuk dan membuat satu perusahaan memiliki citra yang positif. Dalam menjalankan peran sebagai seorang humas maka, setiap langkah apapun yang di ambil oleh humas

⁹ Ibid. hal 231

¹⁰ Bungin Burhan, Metodologi Penelitian Kualitatif, Jakarta: Rajawali Press, 2004 Hal 308-310

harus dengan strategi yang telah dikaji dalam melalui riset. Public Relation atau humas memiliki kemampuan dalam membangun citra atau image organisasi yang akan berkontribusi pada terwujudnya reputasi organisasi atau institusi. Singkat kata, baik buruknya sebuah organisasi bisnis atau institusi juga dipengaruhi seberapa maksimal peran humas.¹¹ Dan jika kegiatan humas berjalan dengan baik melalui berbagai komponen maka keuntungannya adalah mendapatkan citra yang positif di mata publik. Adapun dalam teori ini yang akan di bahas dan saling berkaitan adalah teori Citra dalam melengkapi teori ini.

- Setiap perusahaan mempunyai citra yang disadari atau tidak telah melekat pada perusahaan tersebut. Tidak sedikit barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan begitu kuat citranya di benak konsumennya. Kotler mengemukakan teorinya yang menjelaskan bahwa citra perusahaan adalah respon konsumen pada keseluruhan penawaran yang diberikan perusahaan dan didefinisikan sebagai sejumlah kepercayaan, ide-ide, dan kesan masyarakat pada suatu organisasi.¹² Definisi singkat tentang Citra, selanjutnya akan lebih di bahas lebih mendalam lagi di bagian sub bab 2.

b) **New Media**

New Media atau yang biasa di sebut media baru oleh hampir masyarakat global dan berada di kehidupan sehari-hari. Menurut Denis McQuail, *New*

¹¹ Fitriana Utami Dewi, *Publik Speaking: Kunci Sukses Bicara di depan Publik* "Teori dan Praktik" (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013). Hal.22

¹² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, Jilid Dua (Jakarta: Erlangga, 2005), hal. 46.

Media atau media baru sebagai perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda pula. Media elektronik baru ini mencakup beberapa sistem teknologi seperti: sistem transmisi melalui kabel atau satelit. Sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pencairan informasi, sistem penyajian gambar, dengan menggunakan kombinasi teks dan grafik secara lentur, dan sistem pengendalian oleh komputer.¹³ Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru adalah digital, seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat 11 jaringan, padat, mampat, interaktif dan tidak memihak. Secara sederhana media baru adalah media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan internet secara khususnya.¹⁴ Dari berbagai macam media sosial yang ada, peneliti hanya akan mendalami melalui pemakaian media sosial Instagram karena akan lebih spesifik dan fokus untuk mendapatkan hasil dan data yang akurat.

- Instagram merupakan salah satu bentuk hasil dari kemajuan internet dan tergolong salah satu media sosial yang cukup digandrungi oleh khalayak masa kini. Hal ini dapat dibuktikan dengan meningkatnya pengguna instagram pada setiap tahunnya. Terhitung pada April 2017 lalu, Instagram

¹³ Denis McQuail, Teori Komunikasi Massa suatu pengantar, diterjemahkan oleh Agus Dharma dan Aminuddin Ram, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1987), hal. 16.

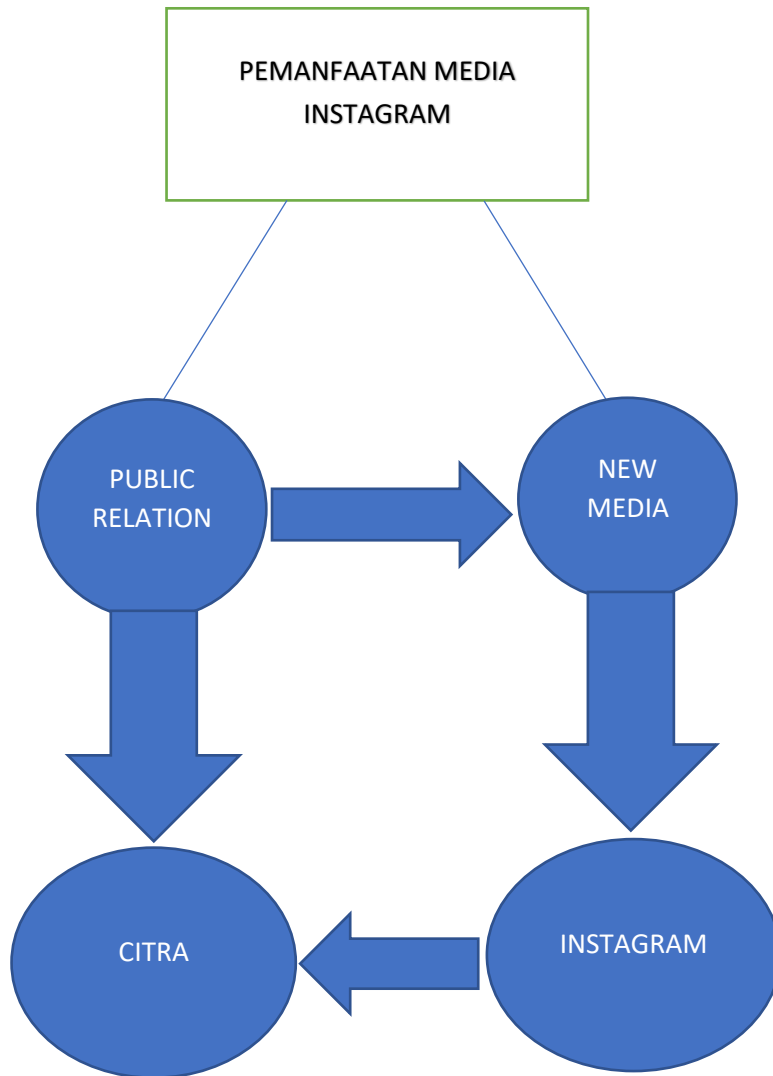
¹⁴ (<http://repository.untag-sby.ac.id/991/3/BAB%2011.pdf>. diakses pada tanggal 1 Desember 2019- diakses pada tanggal 10 desember 2019)

mengumumkan bahwa pengguna aktif bulannya telah mencapai kisaran 800 juta akun dan angka tersebut lebih banyak dibandingkan tahun sebelumnya.

c) Pemanfaatan

- Pemanfaatan berasal dari kata dasar manfaat yang berarti guna atau bisa diartikan berfaedah. Pemanfaatan memiliki makna proses, cara atau perbuatan memanfaatkan.¹⁵

¹⁵ Kamus Bahasa Indonesia, (2002 : 928)



Gambar 1. Gambaran tentang kerangka berpikir dalam penelitian ini.