

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini kecanggihan teknologi terus berjalan, terutama di bidang komunikasi. Komunikasi menjadikan setiap orang bisa berkomunikasi dengan mudah. Komunikasi tidak hanya berbasis cetak, tetapi juga ada komunikasi yang berbasis digital. Komunikasi berbasis digital memiliki kemudahan dalam menggunakannya, yaitu tidak terbatas oleh waktu, tempat dan penggunanya. Hadirnya komunikasi berbasis digital dapat dimanfaatkan dengan baik bagi setiap penggunanya, baik individu, maupun kelompok. Salah satu kelompok atau instansi yang memanfaatkan komunikasi digital ini adalah Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, yaitu melalui situs web. Situs web yang dimanfaatkan oleh program studi ini membangun *branding* Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital di khalayak umum secara luas.

Seiring berjalannya waktu, media terus mengalami perkembangan, dengan munculnya berbagai tren yang mencerminkan kemajuan teknologi. Salah satu media yang mengalami perkembangan ialah media berbasis *online*. Media *online* kini menjadi salah satu platform yang berperan penting dalam budaya dan masyarakat modern, menciptakan fenomena yang signifikan. Menurut Iriantara (2015), media, termasuk media *online*, menjadi sarana yang vital dalam mendukung kegiatan Public Relation. Siregar (dalam Kurniawan, 2005) menggambarkan media *online* sebagai bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia, mencakup portal, situs web, *radio-online*, *TV-online*, *pers online*, dan *mail-online*, dengan ciri khas yang unik bagi masing-masing. Sebagai contoh, *website* adalah salah satu bentuk media *online* yang dapat diakses secara luas.

Website memiliki berbagai bentuk, termasuk blog pribadi, platform e-commerce, dan media sosial. Secara umum, sebuah *website* terdiri dari halaman-halaman yang membentuk keseluruhan strukturnya, dengan halaman utama yang dikenal sebagai homepage. Homepage biasanya berada di bagian paling atas hierarki, diikuti oleh halaman-halaman terkait di bawahnya. Setiap halaman web dalam sebuah *website* dapat berisi berbagai konten, seperti teks, gambar, video, dan elemen interaktif. Halaman-halaman di bawah homepage, yang biasanya disebut *child page*, seringkali berisi tautan atau hyperlink ke halaman lain dalam *website* (Hartono, 2000). Proses pembuatan dan pengelolaan *website* membutuhkan berbagai

keterampilan, termasuk desain web, pengembangan web, pemasaran *online*, dan administrasi server.

Media *online* memiliki dampak yang signifikan terhadap reputasi suatu instansi. Informasi atau berita yang dipublikasikan dapat menyebar dengan cepat dan mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap lembaga tersebut. Pentingnya menjaga citra lembaga disebabkan oleh perlunya pengelolaan dan tanggapan yang cepat terhadap isu-isu yang muncul secara *online*. Banyaknya masyarakat yang cenderung mencari informasi melalui internet telah membuat *website* menjadi platform *online* yang tidak hanya berfungsi sebagai penyedia informasi, tetapi juga sebagai alat promosi yang efektif.

Media *online* adalah sebuah jaringan komputer yang luas dan saling terhubung, yang memungkinkan penyebaran dan berbagi file digital serta mengurangi jarak antar negara dengan izin. Kemampuan media *online* untuk mengakses informasi dari berbagai lokasi menjadi salah satu keunggulan utamanya, selain kecepatan dan kebebasan akses informasi yang dimiliki oleh pengguna internet. Surat kabar *online* dan berita dalam media *online* lebih update karena konten-konten tersebut selalu diperbarui secara berkala, berbeda dengan surat kabar cetak.

Dalam melakukan komunikasi digital pada media berbasis *online* diperlukan adanya strategi untuk menghasilkan atau mengelola informasi yang termuat dalam media *online* agar menjadi sesuatu yang berguna bagi para pengunjung media *online*. Sebuah organisasi atau instansi harus membangun kredibilitas merek yang kuat agar pengunjung tertarik pada apa yang ditawarkan melalui *website* tersebut. Ini berlaku terutama untuk merek yang terkait erat dengan organisasi atau lembaga tersebut.

Komunikasi daring sinkron terdiri dari komunikasi melalui komputer sebagai media dan terjadi secara bersamaan dalam waktu nyata. Pesan teks dan video termasuk dalam komunikasi daring sinkron. Komunikasi daring asinkron terjadi melalui perangkat komputer atau perangkat lain namun dilakukan secara terpisah. Komunikasi *online* memiliki banyak jenis media. Institusi pendidikan sering menggunakan media seperti *Google Meet*, *Zoom Meeting*, *Google Hangout*, dan *Google Classroom* untuk menyampaikan informasi kepada siswa atau mahasiswa. Menurut Chrisnatalia dan Rahadi (2019) media *online* tersebut memiliki banyak fitur yang dapat membantu pembelajaran,

Danesi (2010) berpendapat bahwa perkembangan dunia teknologi komputer yang luar biasa mengubah sistem dan cara berkomunikasi massa. Perkembangan ini juga menyebabkan tatanan penting budaya hampir di seluruh dunia. Oleh karena itu, komunikasi yang dibangun ialah komunikasi yang sesuai dengan media yang digunakan. Sekarang, media komunikasi menjadi digital. Pengembangan digital berarti bahwa teknologi tersebut dapat melakukan banyak hal, seperti menyimpan, memproses, mengambil, dan melakukan hal lain dengan data. Selain itu, istilah "digital" saat ini sering dikaitkan dengan internet atau jaringan yang dibuat dan memiliki sifat digital. Kecanggihan ini memungkinkan pengamatan data dalam teks elektronik daripada teks tercetak.

Kondisi digital telah membuat cara setiap orang berkomunikasi menjadi digital. Saat ini, berkomunikasi secara digital adalah kebutuhan sehari-hari. Hampir di setiap aspek pekerjaan, fasilitas teknologi digital digunakan. Bagi pengguna *smartphone*, kecepatan dan kemudahan akses sangat penting. *Website* dapat diakses melalui jaringan yang memadai, sehingga data dapat diperoleh dengan cepat dan bermanfaat. Oleh karena itu, teknologi digital menjadi kebutuhan setiap orang di berbagai bidang, dan konsep-konsep digital mempengaruhi perilaku di hampir semua aspek kehidupan. Budaya komunikasi dan cara setiap orang berkomunikasi telah dipengaruhi oleh cara berkomunikasi secara digital. Percakapan video perlahan menggantikan komunikasi tatap muka.

Karena digitalisasi, termasuk media, perolehan berbagai informasi atau berita menjadi lebih mudah, cepat, praktis, dan murah. Akibatnya, media digital juga harus bersaing untuk memberikan berita terkini. Dengan kemajuan teknologi internet, ada pilihan baru untuk berbagai sumber informasi. Pembaca berita sekarang tidak hanya dapat mengakses berita melalui radio, televisi, atau media cetak seperti koran dan majalah; sekarang berita juga dapat diakses melalui berbagai situs web berita yang tersedia dalam format audio, visual, dan audio visual. Selain itu, masyarakat dapat memeriksa informasi yang diberikan oleh berbagai situs web tersebut dan menentukan suatu informasi yang diterima benar atau salah.

Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital adalah salah satu program studi yang memanfaatkan media *online* seperti *website* sebagai bentuk komunikasi digital terutama dalam bidang informasi. Pengembangan *website* yang dibuat oleh Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital ini sebagai bentuk perkembangan media *online* dalam konteks komunikasi berbasis digital sehingga dapat menjangkau masyarakat secara lebih luas.

Website Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital dibuat untuk memenuhi tujuan peningkatan status program dari hanya Program Diploma Hubungan Masyarakat menjadi Program Sarjana Terapan Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital. Hal ini disebabkan oleh Surat Keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Nomor 139/D/OT/2022 yang memberikan izin untuk membuka Program Studi Sarjana Terapan Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital. Seluruh mahasiswa dan dosen Prodi Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta juga telah menyetujui keputusan ini sebelumnya.

Meskipun program ini masih tergolong sebagai program studi yang baru diperbarui, ada banyak peminat. Menurut informasi yang ditemukan di <https://humas-unj.com/> (Tim Redaksi Humas-unj.com, 2023), Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital berada di posisi ke-7 dari 20 program vokasi terketat di seluruh negeri dengan tingkat kesulitan 3,13 persen. Pengumuman ini diumumkan pada Konferensi Pers Pengumuman Seleksi Nasional Berbasis Tes (SNBT) pada tahun 2023. Jadi, masuk ke Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital pasti sulit.

Selain karena status *upgrading* tersebut, terdapat hal lain mengenai program studi ini yaitu kurangnya informasi mengenai Sarjana Terapan di kalangan masyarakat khususnya calon mahasiswa baru, menjadi salah satu permasalahan yang bisa mempengaruhi pemilihan program studi bagi calon mahasiswa baru. Hal tersebut dilansir dari McKinsey Global Institute, yang mengatakan bahwa pada tahun 2030, Indonesia membutuhkan sejumlah besar tenaga kerja yang terampil, yaitu sebanyak 113 juta orang. Serta adanya survei oleh Litbang Kompas, bahwa pengetahuan mengenai program Sarjana Terapan pada pendidikan tinggi vokasi memperoleh jawaban “tidak tahu” sebanyak 81,3 persen.

Kemudian daripada itu, Sarjana Terapan merupakan tingkat pendidikan tinggi yang memiliki fokus kuat pada penerapan praktis pengetahuan dalam konteks dunia nyata, program ini dirancang untuk membekali mahasiswa dengan keterampilan langsung yang dapat diterapkan di industri atau sektor pekerjaan tertentu. Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital memiliki daya tarik tersendiri dimana mahasiswa melaksanakan program magang di bidang Pemerintahan dan Swasta, nantinya diharapkan mahasiswa memiliki kemampuan adaptasi baik di lingkungan Pemerintahan maupun di Sektor Swasta.

Dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi berbasis digital saat ini, kebutuhan akan *website* meningkat. Oleh karena itu, pembuatan situs web adalah metode yang sangat populer untuk berkomunikasi karena digunakan oleh individu ketika mereka membutuhkan informasi tentang suatu perusahaan atau organisasi. Pada abad ini, setiap perusahaan atau organisasi harus melengkapi metode komunikasinya dengan membuat situs web (Kriyantono, 2012).

Keberlanjutan perguruan tinggi dan program studi, terutama sistem pembelajaran, sangat dipengaruhi oleh penerapan dan peningkatan teknologi informasi. Dosen, siswa, dan karyawan institusi pendidikan seperti perguruan tinggi sangat membutuhkan layanan teknologi informasi yang cepat dan mudah diakses. Selain itu, calon mahasiswa, calon dosen, dan stakeholder akan mempertimbangkan akreditasi perguruan tinggi dan fasilitas teknologi informasi yang baik. Perguruan tinggi menggunakan *website* mereka sebagai sarana branding utama.

Sebuah perguruan tinggi atau program studi harus memiliki *website* resmi. Perguruan tinggi dan program studi dapat dengan mudah menampilkan profil organisasi mereka, prestasi mahasiswa, kegiatan perkuliahan, biaya kuliah, dan fasilitas kampus melalui *website*. *Website* harus dikelola secara berkala untuk memastikan bahwa selalu digunakan sesuai fungsinya dan tetap berkualitas. Agar masyarakat dapat mengetahui kondisi program studi terkini, konten dan informasi di situs web ini harus selalu diperbarui. Konten mengenai kurikulum, proses pendaftaran, biaya pendidikan, profil dosen atau tenaga pendidik, testimoni alumni, kegiatan kemahasiswaan menjadi konten yang berpotensi relevan dan berpengaruh dalam *website*. Dengan adanya *website* ini, Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital menerapkan ilmunya dengan kemajuan dalam komunikasi digital. Melalui *website* ini, program ini dapat memberikan berita dan informasi yang menarik bagi masyarakat, mendorong minat dan opini positif bagi prodi. Oleh karena itu, perguruan tinggi harus melibatkan media dalam pendidikan.

Media *online*, seperti *website*, pada dasarnya berfungsi sebagai jalur komunikasi antara komunikator dan komunikan. Tujuan penggunaan media *online* adalah untuk memberi khalayak sebanyak mungkin informasi, terutama tentang kegiatan atau peristiwa. Banyak hal dilakukan oleh *website*, seperti menyebarkan informasi, menyediakan layanan, menjalankan bisnis secara *online*, dan menyediakan platform untuk berinteraksi dengan orang lain secara *online*. Program studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital berkomunikasi dengan

masyarakat tentang kemajuan program dan meningkatkan persepsi dengan memaparkan informasi seperti prestasi civitas akademika dan akreditasi di *website*.

Website digunakan sebagai media untuk *branding*, penyampaian informasi, serta untuk membuat tampilan profesional dan meningkatkan kredibilitasnya di mata publik. Karena *website* ini berbasis internet, informasinya dapat diupdate dengan cepat. Kemudian selain itu, dibandingkan dengan media promosi lainnya, promosi berbasis internet dapat lebih murah dan lebih menjangkau khalayak umum. *Website* dapat digunakan sebagai cara untuk mempromosikan suatu hal atau brand, dalam hal ini mengenai promosi suatu instansi, selain itu, melalui *website* ini program studi dapat mengintegrasikan kampanye pemasaran dan promosi lainnya melalui tautan langsung ke akun media sosial yang dapat disinkronkan antara *website* dan media sosial prodi.

Meskipun dalam *website* program studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital bentuk promosi sifatnya tersirat. *Website* dengan manfaat sebagai wadah edukasi, penting untuk mengoptimalkan penggunaan web dengan memperhatikan isi atau konten dari web. Seperti artikel yang diunggah, agar menarik minat pembaca dan meninggalkan kesan yang baik sehingga peran edukasi dalam *website* dapat terwujud.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Bagaimana pemanfaatan situs web sebagai bentuk *branding* dari suatu program studi?
- Bagaimana peran *company profile* program studi melalui situs web?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah disebutkan, peneliti membatasi permasalahan yang akan dibatasi pada penelitian ini, antara lain:

1. Pengembangan *company profile* program studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital menggunakan situs web

2. Penelitian pengembangan situs web ini diteliti dengan mengunjungi situs web di laman [Prodi Humas dan Komunikasi Digital \(humas-unj.com\)](http://Prodi.Humas.dan.Komunikasi.Digital(humas-unj.com)).

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengenai pemanfaatan situs web sebagai bentuk *branding* dari suatu program studi. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami peran maupun dampak *company profile* suatu program studi melalui pemanfaatan pengelolaan situs web.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Secara teoritis

Secara teoritis penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut :

1) Hasil penelitian dapat dijadikan bahan rujukan dan bahan pertimbangan pengelolaan *website* bagi suatu instansi atau lembaga.

1.5.2 Secara Praktis

1) Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan saran atau masukan pemikiran untuk pengembangan dalam pengelolaan *website* Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital. Dengan masukan ini, pihak Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital diharapkan mengetahui efektivitas komunikasi digital bagi branding melalui *website* kepada khalayak umum.

2) Bagi pihak lain, penelitian ini diharapkan bahan bagi penelitian yang selanjutnya mengenai komunikasi visual dan komunikasi digital, penelitian ini diajukan sebagai salah satu syarat dalam meraih gelar Sarjana Terapan (S,Tr) Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital.

3) Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan aksesibilitas informasi. Melalui *website* yang didesain dengan baik tentunya memudahkan pengunjung *website* untuk mengakses informasi mengenai program studi tersebut termasuk kurikulum, berita terkini, maupun jadwal kuliah.

