

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era komunikasi adalah sebuah era di mana aktivitas informasi mendominasi kegiatan ekonomi dan kehidupan masyarakat. Seharusnya perubahan ini menunjukkan bahwa perekonomian masyarakat, yang tadinya berlandaskan pada sektor industri, kini bergeser ke sektor informasi. Masyarakat informasi atau komunikasi adalah babak baru kehidupan manusia.

Public relations (PR) adalah kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh organisasi untuk berkomunikasi dengan publiknya. Cutlip, Center, & Broom (2011) mendefinisikan public relations sebagai fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. Dari definisi ini dapat dilihat peran penting Public Relations sebagai ujung tombak organisasi. Public Relations ditempatkan sebagai fungsi manajemen, mengatur pembentukan dan pemeliharaan hubungan baik antara organisasi dan publik sebagai basis profesi humas. Praktisi Public Relations harus mampu mengontrol konflik dan melakukan negosiasi antara tuntutan lingkungan di satu pihak dengan kebutuhan sebuah organisasi untuk bertahan dan

berkembang di pihak lain (Thot, 1992). Karena hal inilah, banyak tempat usaha mulai menyadari arti penting Public Relations.

Kenyataannya saat ini Electronic Public Relations (E-PR) atau yang lebih dikenal dengan Cyber Public Relations sudah semakin dikenal oleh masyarakat. Penggunaan dan pemanfaatan internet oleh para praktisi Public Relations merupakan kekuatan tambahan untuk membantu dalam menjalankan tugasnya, karena segala aktivitas Electronic Public Relations (E-PR) dapat dengan mudah diakses oleh semua orang dimanapun dan kapanpun mereka inginkan. Pemakaian internet sangatlah begitu efektif jika dilihat dari masyarakat pada zaman sekarang yang tidak terlepas dari internet dan gadget, karena internet membuat pandangan baru setiap individu nya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Salah satunya tujuan dilakukan kegiatan penggunaan Electronic Public Relations (E-PR) melalui website dentalogy.net adalah dapat mensosialisasikan perawatan gigi sekaligus memberikan layanan informasi perawatan didalamnya. Dalam penelitian ini yaitu dengan cara pengumpulan dan pengelolaan data atau Informasi, juga melakukan peningkatan jumlah pasien klinik yang mengartikan masyarakat mengetahui jenis perawatan gigi yang ada dari proses sosialisasi yang dijalankan klinik. Saat ini suatu kegiatan usaha akan kurang kompetitif jika tidak memiliki media pemasaran dan publikasi secara online.

Adanya Website dapat membantu penyampaian informasi produk atau jasa kepada masyarakat. Dengan banyaknya kegiatan dalam

memanfaatkan website, setiap usaha terutama dalam bidang pelayanan jasa kesehatan seperti di klinik yang ada di Indonesia maka tidak dapat dipungkiri bahwa terjadi persaingan yang ketat dalam hal memperbanyak pelanggan.

Dalam dunia bisnis, pelanggan merupakan salah satu faktor kunci dalam mencapai keberhasilan karena pelanggan sebagai pengguna dari suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, produsen menggunakan internet website dalam mensosialisasikan perawatan gigi, memberikan informasinya kepada pelanggan dengan pelayanan terbaik kepada masyarakat.

“Setiap usaha mesti melengkapi sarana komunikasinya dengan membuat website” (Kriyantono, 2008 : 260).

Seiring banyaknya berdiri usaha Klinik gigi maka tidak dapat dipungkiri bahwa dalam mensosialisasikan perawatan gigi usaha hanya dengan menggunakan satu media, sangat sulit dilakukan karena kurang efektif dan tidak terlalu cepat berkembang dalam hal pemasaran jasa yang ditawarkan ini menjadikan peningkatan jumlah pelanggan menurun. Oleh sebab itu, Klinik Dentalogy Dental Care belum banyak dikenal oleh masyarakat umum mengenai perawatannya dan hanya dikenal oleh kalangan tertentu saja seperti langganan para dokter. Semakin ketatnya persaingan maka Klinik Dentalogy Dental Care memanfaatkan media internet dalam mensosialisasikan jenis perawatannya. Pada penggunaan Electronic Public Relations (E-PR) Klinik Dentalogy Dental Care

memanfaatkan website yang bertujuan dapat mensosialisasikan perawatan gigi kepada masyarakat dengan memberikan layanan informasi dengan jelas. Dan diharapkan jumlah pasien akan bertambah seiring berjalannya usaha komunikasi melalui website dentology.net tersebut setelah dilaksanakan.

Public Relations Klinik Dentology Dental Care mempunyai peran sangat penting terhadap keberhasilan penggunaan Electronic Public Relations (E-PR) sebagai cara untuk mensosialisasikan keberadaan Klinik Dentology Dental Care ditengah masyarakat. Pada Klinik Dentology Dental Care bagian Public Relations adalah gabungan antara Marketing dan Public Relations, divisi ini bergabung guna mampu menciptakan suatu konsep yang dapat menjadikan Klinik Dentology Dental Care mampu menjadi yang terbaik di era yang sudah mempunyai banyak kompetitor saat ini. Praktisi Public Relations Klinik Dentology Dental Care harus menjadi bagian terdepan dalam pelayanan informasi publik, karena harus memberikan informasi sebanyak-banyaknya tanpa pengecualian yang terbatas dengan melayani semua permohonan mengenai informasi perawatan, sepanjang bukan informasi yang tidak melenceng dari apa yang berhubungan dengan Klinik Dentology Dental Care. Untuk itu Klinik Dentology Dental Care sebagai pemberi layanan jasa kesehatan gigi yang berhubungan dengan masyarakat perlu mengetahui bagaimana tingkat pengetahuan dan ketertarikan masyarakat mengenai penyebaran dari keberadaan dan informasi yang telah diberikan.

Penggunaan Electronic Public Relations (E-PR) yang dilakukan Klinik Dentalogy Dental Care tak lepas dari tahapan proses operasional Public Relations dalam setiap kegiatannya. Dalam upaya menjalankan penggunaan Electronic Public Relations (E-PR), praktisi Public Relations harus dapat mengetahui permasalahan-permasalahan yang ada kaitannya dengan Klinik Dentalogy Dental Care tersebut. Kemudian, setelah mengetahui permasalahan-permasalahan yang ada kaitannya dengan Klinik, praktisi Public Relations harus merencanakan tentang bagaimana mereka harus berjalan hingga saatnya melaksanakan dan mengevaluasi apa yang telah dikerjakan melalui penggunaan Electronic Public Relations (E-PR) melalui website.

Dari uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul Penggunaan Electronic Public Relations (E-PR) Dalam Mensosialisasikan Perawatan Gigi Klinik Dentalogy Dental Care Melalui Website Dentalogy.net.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas maka pertanyaan penelitian yang akan diangkat dalam penelitian, yaitu:

“Bagaimana Penggunaan Electronic Public Relations (E-PR) Dalam Mensosialisasikan Perawatan Gigi Klinik Dentology Dental Care Melalui Website Dentology.Net?.”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian mengungkapkan sasaran yang ingin dicapai dalam penelitian. Berikut tujuan penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui dan mendeskripsikasi Penggunaan Electronic Public Relations (E-PR) Dalam Mensosialisasikan Perawatan Gigi Klinik Dentology Dental Care melalui website dentology.net.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat mengembangkan kajian Ilmu Komunikasi khususnya Ilmu Public Relations mengenai Penggunaan Electronic Public Relations (E-PR) dalam menggunakan media baru website upaya mensosialisasikan layanan dan keberadaan suatu usaha.

1.4.2 Manfaat Praktis

1.4.2.1 Bagi Penulis

Skripsi ini menjadi bahan pelajaran serta pengalaman untuk penulis sebagai acuan, dalam mengetahui proses Penggunaan Electronic Public Relations (E-PR) dalam mensosialisasikan layanan perawatan dan keberadaan usaha kepada masyarakat melalui penggunaan internet website

1.4.2.2 Bagi Perusahaan/ Badan Usaha

Skripsi ini diharapkan dapat menjadi motivasi dan membantu Public Relations Klinik Dentalogy Dental Care agar lebih meningkatkan kinerja pada penggunaan Electronic Public Relations (E-PR) Melalui Website Dentalogy.Net.

