

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Penggunaan *website* sudah menjadi suatu kebutuhan oleh banyak kalangan, mulai dari pengusaha, media massa, akademisi, hingga operator negara. Kini semakin maraknya penggunaan internet, membuat perusahaan harus memiliki *website* sendiri. Internet telah menjadi media yang sangat vital untuk mendukung kemajuan atau perkembangan perusahaan dan menjadi media tersebut untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat luas serta menjadi alat komunikasi yang paling cepat, tepat, efektif dan efisien. Selain itu dengan menggunakan *website*, perusahaan dapat lebih mudah mendapatkan informasi dari luar maupun di dalam perusahaan.

Di era Revolusi Industri 4.0 seperti sekarang ini, setiap perusahaan harus melakukan disruptif terhadap bisnis inti mereka melalui media internet yang akhirnya menjadi tulang punggung bisnis mereka pada kemudian hari. Kemudian mereka (perusahaan) dituntut merespons perkembangan teknologi secara cepat dengan menggeser posisi nyaman dari bisnis inti yang mereka geluti mengikuti tren perkembangan teknologi, kebutuhan masyarakat, regulasi dan pergeseran lingkungan bisnis. Dalam hal ini, pemanfaatan *website* dianggap sebagai salah satu wujud berkembangnya teknologi informasi yang semakin berkembang pesat sehingga membuat aliran informasi menjadi semakin penting dilakukan.

Untuk mendapatkan informasi dengan adanya bantuan internet, menjadi sangat mudah atau gampang, dan bahkan tidak dipungkiri sangat membantu dalam kehidupan pribadi maupun organisasi. Pada dasarnya, *website* bagi sebuah organisasi atau perusahaan memiliki fungsi secara umum untuk menyebarkan informasi dengan segera dan sebagai sarana untuk meningkatkan pendapatan perusahaan melalui peningkatan komunikasi yang efektif kepada seluruh *stakeholder*. Terlebih lagi internet merupakan sarana teknologi terpopuler yang digunakan oleh masyarakat Indonesia dalam membangun komunikasi interaktif. Kehadiran internet harus diakui telah menghadirkan kemungkinan-kemungkinan baru dalam kehidupan manusia. Potensi penggunaan teknologi internet bagi perusahaan-perusahaan di Indonesia sangatlah besar, dan di sinilah seorang humas berperan penting untuk memanfaatkan *website* sebagai media komunikasi perusahaan.

Humas atau Public Relations (PR) merupakan ujung tombak dan sebagai jembatan penghubung antara pihak perusahaan dengan berbagai pihak yang menjadi khalayaknya (*stakeholder*). Dalam realitanya, praktik PR di perusahaan bertujuan menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan publik atau sebaliknya, menciptakan komunikasi dua dan pemahaman publik. Peran humas di lingkungan perusahaan sangat penting dalam membangun citra perusahaan dan berkaitan dengan tercapainya tujuan utama fungsi-fungsi manajemen perusahaan. Fungsi dasar manajemen tersebut merupakan proses kegiatan atau pencapaian suatu tujuan pokok dari organisasi atau lembaga dan berkaitan dengan mamfaat berbagai potensi sumberdaya-sumberdaya.

Perkembangan PR, baik sebagai ilmu maupun profesi tidak bisa terlepas dari perkembangan teknologi informasi. Pengaruh teknologi komunikasi terhadap PR dapat terbentuk sebagai alat atau media PR ataupun bentuk baru dari kegiatan PR yang memunculkan istilah Cyber PR, E-PR, dan nama lain bentuk kegiatan atau bidang kajian PR dalam dunia *cyber* (dunia maya). Penggunaan internet dalam praktik *public relations* adalah suatu keniscayaan. Di tengah kompetisi global semacam ini, pemanfaatan jaringan internet seperti *website*, berarti menambah variasi media informasi publik. Variasi media berarti memungkinkan variasi kemasan pesan. Ini penting agar pola penyebaran informasi tidak monoton. Selain itu, *public relations* memerhatikan perilaku dan kebutuhan publik dalam mengonsumsi informasi. Ini berkaitan dengan perubahan konsumsi informasi yang membutuhkan kecepatan sumber informasi.

Melihat kondisi di atas, tak membuat diam PT. Padma Soode Indonesia dalam memberikan informasi kepada publik melalui *website* resmi. Dengan *website* resmi, perusahaan dapat menyajikan informasi-informasi terkait dengan perusahaan secara keseluruhan, baik berupa profil perusahaan, katalog produk/jasa, lokasi perusahaan hingga informasi lowongan kerja dimuat dalam *website* tersebut sehingga kebutuhan informasi masyarakat terakomodir.

Kelebihan dari keberadaan situs perusahaan memudahkan kita untuk berinteraksi dengan orang-orang dari seluruh belahan dunia dengan biaya lebih murah dibandingkan menggunakan telepon atau media konvensional lainnya.

Selain itu, dengan adanya *website* penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat dan luas. Maka dari, itu humas dituntut kemampuannya untuk menggunakan media komunikasi melalui *website* www.padmasoode.co.id sebagai media komunikasi PT. Padma Soode Indonesia.

PT. Padma Soode Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang berada di daerah Bantargebang Bekasi. Perusahaan ini bergerak di bidang *manufacturing presisicion part*, baik *metal stamping*, *plastic injections*, *assemblies* dan *dies maker part* otomotif. Penggunaan *website* dalam perusahaan ini, tidak begitu saja terjadi tanpa adanya peran seorang humas dalam mengelola media komunikasi berbasis jaringan internet. Dengan adanya sistem informasi dan sumberdaya manusia yang dapat diandalkan, maka operasional perusahaan dapat menjadi lebih efektif dan efisien apabila digunakan dengan sebaik-baiknya.

1.2. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka pertanyaan atau rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pemanfaatan *website* www.padmasoode.co.id oleh humas sebagai media komunikasi perusahaan?.

1.3. Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan *website* www.padmasoode.co.id oleh humas sebagai media komunikasi perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan peran humas dalam suatu organisasi dalam kaitannya dengan pemanfaatan media komunikasi PT. Padma soode Indonesia.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini dapat berguna bagi humas PT. Padma Soode Indonesia dalam pemanfaatan *website* sebagai media komunikasi perusahaan.

