

Online PR atau e-PR(*Elektronic Public Relations*), atau digital PR, atau *Cyber PR* relatif baru bila dibandingkan dengan PR tradisional. Ia merupakan penggunaan perangkat media teknologi baru berbasis internet bila direncanakan secara strategis untuk membangun dan mempertahankan dialog (komunikasi dua arah) antara organisasi dengan publiknya.⁵

Keterbukaan dalam sebuah proses komunikasi antara humas dan publiknya merupakan hal terpenting untuk menciptakan kepercayaan diantara keduanya. Tingkat keterbukaan dalam sebuah proses komunikasi berdasarkan dari seberapa dekat humas terhadap publik sehingga publik merasa aman dan nyaman karena kebutuhan mereka merasa terpenuhi. keterbukaan yang dimaksud adalah bagaimana kepiawaian seorang humas pada saat menyampaikan pesan. Dengan demikian, humas berusaha menyampaikan dan menyajikan data-data terkait informasi yang sangat dibutuhkan.

Cyber Public Relation yaitu *Public Relation* yang menjalankan berbagai aktifitas kerjanya dibantu atau menggunakan internet sebagai sarana publisitasnya.⁶ Adapun kelebihan online PR, dinilai komunikasinya konstan, karena internet bekerja selama 24 jam selama 7 hari dengan potensi target publik seluruh dunia. Selain itu, respon yang cepat sehingga tidak perlu membutuhkan waktu yang lama untuk mendapatkan jawaban atau balasan dari informasi yang disampaikan.⁷

Pada dasarnya istilah *Cyber Public Relations* juga disebut sebagai *electronic public relations*. Dapat diartikan sebagai aktivitas *pubic relations* yang menggunakan media internet sebagai sarana publisitasnya.⁸ Internet merupakan (*Inter-Network*) adalah sebutan untuk sekumpulan jaringan computer yang menghubungkan situs akademik, pemerintahan, komersial, organisasi, maupun perorangan. Internet menyediakan akses untuk layanan telekomunikasi dan sumber daya informasi untuk jutaan pemakainya yang

⁵ Liliek Budiastuti Wiratmo, Nur irfan, and Kuwatono “Website Pemerintah Daerah sebagai Sarana Online Public Relations”. *Aspikom* 3.2 (2017) 336-339

⁶ Onggo, BobJulius, *E-PR Menggapai Publisitas di Era Interaktif Lewat Media Online*, (Yogyakarta: Andi.2004), Hlm 1.

⁷ Dasrun, *Media Public Relations*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hlm 96

⁸ Ibid, hlm 1-2

tersebar diseluruh dunia.⁹ Alasan praktisi publik relations memanfaatkan internet tentu didasarkan berbagai faktor, seperti popularitas dan multifungsi media internet, hal inilah yang menjadi kekuatan dalam membangun merek (*brand*) dan memelihara kepercayaan (*trust*). Menariknya, melalui media internet hubungan yang sifatnya *one-to-one* dapat dibangun dalam waktu yang cepat karena sifat internet yang interaktif. Hal ini berbeda dengan publik konvensional. Dalam publik konvensional anda harus menjangkau mereka dengan sifat *one-to-many*. Itulah sebabnya internet merupakan media pembangun hubungan yang paling ampuh dan cepat serta luas hingga saat ini. Peranan *cyber public relations* disini erat hubungannya dengan media *online* dan media cetak yang sangat penting kaitannya dengan strategi pemasaran di suatu perusahaan. Hasil yang terbaik adalah kombinasi antara publikasi *online* dan *offline*.¹⁰

Salah satu perusahaan di Indonesia yang menggunakan *cyber public relations* dalam aktifitas kehumasannya sebagai sumber informasi kepada masyarakat adalah PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero).

PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) merupakan perusahaan penyedia jasa kelistrikan terbesar di Indonesia. perusahaan ini banyak tersebar di setiap daerah di Indonesia. Salah satunya PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau yang bertanggung jawab untuk daerah Riau dan Kepulauan Riau.

Dari hasil Pra Riset yang dilakukan peneliti di PT. PLN (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau, Penulis menemukan kegiatan kehumasan yang menggunakan media *Cyber Public Relations* dalam praktisinya. Kegiatan kehumasan PT. PLN (Persero) menggunakan media *Cyber* dengan sistem terpusat. Kebijakan ini diambil oleh perusahaan demi menciptakan keselarasan dalam memberikan informasi kepada khalayak di seluruh penjuru negeri dan juga menjadi solusi bagi perusahaan dalam meningkatkan pelayanannya dan menanggapi keluhan dengan cepat. Sistem terpusat disebut juga dengan *contact center* ini memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mendapatkan layanan

⁹ Rohaya Siti. "Internet :Pengertian, Sejarah, Fasilitas dan Koneksinya" Fihris Vol.III No.1 (2008)

¹⁰ Dasrun, *Media Public Relations*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014) ,hlm 58

informasi secara *online* dengan respons yang cepat. Tak lepas dari akun pusat PT. PLN (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau tetap memiliki akun lokal seperti *WhatsApp* sebagai media komunikasi untuk wartawan secara *real time* dalam memberikan informasi yang akurat untuk diberitakan melalui mediana dan *facebook* yang bisa diakses oleh khalayak Riau dan Kepulauan Riau untuk memberikan informasi serta menjaga eksistensinya.

Berdasarkan observasi di lapangan banyak masyarakat yang hendak mendapatkan informasi atau pelayanan masih menggunakan cara lama atau mengantri di kantor PLN, untuk mempermudah penyampaian informasi kepada masyarakat diseluruh Wilayah Riau dan Kepulauan maka diperlukan *cyber public relation* untuk mempermudah kerja humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau. Dengan mengimplementasikan *Cyber Public Relations* humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau dapat memberikan informasi kepada masyarakat dan dapat menjaga eksistensi perusahaan.

Berdasarkan permasalahan di atas maka mengimplementasikan *cyber public relations* humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau memberi kemudahan informasi, kepraktisan, keefektifan komunikasi serta efisiensi biaya dan waktu kepada masyarakat. *Cyber public relations* pada PT. PLN (Persero) merupakan media yang paling efektif untuk menyampaikan informasi yang dapat menjangkau banyak orang secara tepat dan dapat menghasilkan *feedback* atau respon baik dengan cepat dan jangkauan yang luas.

Adapun beberapa contoh media *cyber public relations* yang digunakan PT. PLN (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau dalam memberikan informasi sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Gambar 1.1

Facebook PT. PLN (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau



Gambar 1.2

Twitter PT. PLN (Persero)

Gambar diatas merupakan contoh dari media *cyber public relations* yang digunakan humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau dalam memberikn informasi kepada masyarakat. Diatas terdapat *Facebook* yang merupakan media *cyber public relation* lokal terkhusus untuk memberikan informasi untuk masyarakat wilayah Riau dan Kepulauan Riau dan *Twitter* merupakan media *cyber public relations* terpusat yang memberikan informasi kepada masyarakat dipenjuru negeri.

Melihat dari latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian di PT. PLN (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau dengan judul **“Implementasi *Cyber Public Relation* pada Humas PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau dalam Memberikan Informasi Kepada Masyarakat”**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman tentang konsep dan istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka akan digunakan penegasan istilah sebagai berikut:

1. Implementasi adalah bermuara pada aktivitas, aksi, tindakan atau adanya mekanisme suatu system. Implementasi bukan sekedar aktivitas, tapi suatu kegiatan yang terencana untuk mencapai tujuan kegiatan.¹¹
2. *E-PR* atau *electronic Public Relations*, *Cyber PR*, *Online PR*, atau *PR On The Next*, adalah kegiatan *Public Relation* yang menggunakan internet sebagai media komunikasi.¹²
3. Humas merupakan fungsi strategi dalam manajemen yang melakukan komunikasi untuk menimbulkan pemahaman dan penerimaan publik.¹³
4. PT. PLN (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau merupakan perusahaan BUMN yang bergerak dibidang kelistrikan untuk daerah Provinsi Riau dan Kepulauan Riau.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis mengambil pokok permasalahan yang dirumuskan sebagai berikut:

Bagaimana implementasi *Cyber Public Relations* pada Humas PT PLN (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan dalam memberikan informasi kepada masyarakat?"

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan penulis adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi *cyber public relations* pada humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau dan memberikan informasi kepada masyarakat.

¹¹ Nurdin Umsan, *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2002), hlm 70.

¹² Dasrun, *Media Public Relations*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hlm 96

¹³ Aguss Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta:Erlangga,2012),hlm 159

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Kegunaan

- a. Kegunaan Teoritis Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi khususnya penulis mengenai mengetahui implementasi *Cyber Public Relations* pada Humas PT PLN (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau dalam memberikan informasi kepada masyarakat dan dapat dijadikan tolak ukur bagi Penelitian bagi Humas PT PLN (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau.
- b. Kegunaan Praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi humas PT. PLN (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau dalam implementasi *cyber public relation* dalam memberikan informasi kepada masyarakat.

E. Sistematika Penulisan

Agar mengetahui secara jelas keseluruhan terhadap penelitian ini, dapat ditulis susunan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang latar belakang penulisan dalam pemilihan judul, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat peneliti yang akan dilakukan

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Pada bab ini membahas tentang kajian teori yang mendukung penyusunan penelitian ini, penegasan istilah, kajian terdahulu dan kerangka pikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini meliputi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Pada bab ini berisikan tentang gambaran umum PT. PLN (Persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V : LAPORAN PENELITIAN

Pada bab ini berisikan hasil penelitian dan pembahasan tentang penelitian

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulann dan saran, kemudian dilengkapi dengan daftar pustaka dan lampiran.

