

# INTERNET MEDIUM ALTERNATIF PUBLIC RELATIONS

Oleh Yerah Melita\*

## ABSTRACT

*Various attempts were made by the Public Relations of an organization / company to convey information to the public, both internally and externally. Messages delivered Public Relations can be made directly or indirectly. Organization/ company can interact with the public through the activities carried out through the via medium of communication. One of Public Relations medium to deliver a message is the internet.*

*Through the Internet, as one alternative medium used Public Relations organization/ company communication messages are expected to suit its purpose well.*

*The purpose of the organization / company that is maintaining and the creation of a harmonious relationship between the organization / company with both internal and external publics can be realized, so that the public can support any activity undertaken the organization / company.*

*Kata Kunci: public relations, communication technology, internet.*

## ABSTRAK

Berbagai upaya dilakukan oleh Public Relations suatu organisasi/perusahaan untuk menyampaikan informasinya kepada publiknya, baik secara internal maupun eksternal. Pesan-pesan yang disampaikan Public Relations dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Organisasi/ perusahaan dapat berinteraksi dengan publik melalui kegiatan yang dilakukan melalui via medium komunikasi. Salah satu medium yang digunakan Public Relations untuk menyampaikan pesan adalah internet.

Melalui internet, sebagai salah satu medium alternatif yang dipakai Public Relations organisasi/ perusahaan pesan-pesan komunikasi diharapkan sampai sesuai dengan tujuannya dengan baik.

Tujuan organisasi/perusahaan yaitu terpeliharanya dan terciptanya hubungan yang harmonis antara pihak organisasi/perusahaan dengan publiknya baik internal maupun eksternal dapat terwujud, sehingga publik dapat mendukung setiap kegiatan yang dilakukan organisasi/perusahaan.

Kata Kunci: public relations, teknologi komunikasi, internet

## 1. Pendahuluan

Di era globalisasi saat ini, pertumbuhan dan perkembangan teknologi industri komunikasi dan komputasi telah memunculkan apa kita kenal internet dan world wide web (www). Gabungan, penyatuan kekuatan komunikasi dan komputasi di era digital menyebabkan dan memungkinkan pengiriman materi tekstual dan visual dalam kuantitas dan kecepatan yang belum pernah terbayangkan sebelumnya. Perubahan di bidang komunikasi menandai perubahan mendasar dari media massa pengguna media interaktif.

Sebagai media baru, internet memiliki karakteristik seperti media yang berbasis teknologi, berkarakter fleksibel potensi interaktif, berfungsi secara privat dan publik, memiliki aturan yang mudah dan keterhubungan.

Karakteristik tersebut menyebabkan internet tidak sepenuhnya dianggap sebagai media massa karena internet tidak dimiliki, dikendalikan atau tidak di kelok oleh satu badan lembaga/organisasi. Internet lebih merupakan jaringan komputer yang saling berhubungan secara internasional dan beroperasi berdasarkan aturan yang sudah

disepakati bersama. Penyedia jasa dan badan telekomunikasi berperan dalam pengoperasian internet.

Pertumbuhan dan perkembangan internet cukup pesat memberikan lebih banyak pilihan dan kontrol atas isi bagi pengguna, juga menawarkan kesempatan kepada individu, perusahaan dan organisasi public serta swasta untuk memproduksi dan menyebarkan informasi, akibatnya berita internet semakin berkembang di produksi oleh individu, pakar freelance, agen public relations dan institusi media berita. Kebanyakan dari berita internet dapat diakses secara gratis.

Internet juga telah menciptakan sebuah pintu gerbang baru bagi organisasi yang dapat diakses secara global dari berbagai penjuru dunia, salah satu karakteristik web adalah interaktif, sehingga menjadi sarana untuk membangun dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan jika web digunakan dengan benar. Melalui internet juga dapat memberikan peluang tambahan untuk memperbaiki citra (*image*) dan reputasi perusahaan sebagai konsekuensinya, perkembangan internet juga menuntut pihak manajemen organisasi/perusahaan agar lebih bertanggung jawab serta responsif terhadap kebutuhan publik.

## 2. Pembahasan

*World wide web* (www) pertama kali dikembangkan oleh para peneliti di CERN, sebuah laboratorium partikel fisik di Eropa, yang mengembangkan jasa internet lebih ramah dari sisi pengguna dan grafis pada tahun 1990. Perkembangan situs internet dapat dikatakan luar biasa, mulai dari hanya satu situs pada tahun 1990 menjadi sekitar 45 juta situs pada akhir tahun 2004, belum lagi sampai 2015 (Guth and Marsh, 2005 : 319).

### a. Pengertian Internet

Menurut Mc. Quail dalam bukunya Prayudi, internet merupakan sebuah media dengan segala karakteristiknya. Internet memiliki teknologi cara menggunakan, lingkup pelayanan dan isi serta *image* tersendiri internet tidak dimiliki, dikendalikan atau dikelola oleh sebuah badan tunggal tetapi merupakan sebuah jaringan computer yang terhubung secara internasional dan beroperasi berdasarkan *protocol* yang disepakati bersama. Sejumlah organisasi khususnya *service provider* dan badan telekomunikasi berperan dalam operasi Internet (2000: 29).

### b. Fungsi Perusahaan

Web organisasi/pada dasarnya memiliki beberapa fungsi utama yakni sebagai alat/media untuk menyebarkan informasi dengan segera dan sebagai sarana untuk meningkatkan jumlah pelanggan dengan segera. Melalui web juga dapat membangun dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan, dapat menawarkan kesempatan kepada individu untuk mengontrol dari sebuah web.

### c. Dampak

Dari fungsi yang telah dipaparkan diatas, maka web memiliki dampak atau efek yang positif. Selain dampak positif tentu saja memiliki dampak yang negative juga. Sebab itu penting bagi pengguna untuk memanfaatkan web dengan baik dan benar sesuai dengan kebutuhannya.

Dampak positifnya adalah kemudahan dalam mengolah, menyimpan dan mengirim info secara global, meningkatkan efisiensi dan efektivitas, mencari keunggulan baru dalam berkompetisi, meningkatkan akses untuk menyerap dan menyebarkan info, tersedianya jaringan into global untuk menyalurkan berbagai formasi info (multimedia) juga tersedianya berbagai perangkat keras dan lunak untuk mengolah, menyimpan dan mengirim info serta tersedianya berbagai perangkat untuk melakukan transformasi media yang digunakan.

Sedangkan dampak negatif atau kelemahan ada pada ketergantungan energi listrik. Bila listrik mati, maka semua jaringan/koneksi tidak dapat beroperasi. Belum lagi dan sisi isi materi, tidak semua web memiliki situs yang baik, positif, tetapi ada juga yang buruk, pornografi misalnya. Disinilah dibutuhkan selektifitas dari *user/* pengguna untuk menyeleksi, memilih mana yang bermanfaat dan yang tidak sehingga fungsi dari internet tidak disalahgunakan untuk hal-hal penting dan berguna.

### d. Fasilitas-Fasilitas yang digunakan

Internet merupakan sarana yang dapat memudahkan dan dengan biaya murah dapat mengakses berbagai informasi yang dibutuhkan. Fasilitas-fasilitas yang digunakan adalah:

1) **Email**, merupakan aplikasi paling banyak dan luas penggunaannya dan merupakan fasilitas yang dikembangkan paling awal di

internet. Dengan e-mail kita dapat menyusun, mengirimkan, membaca dan membahas serta mengelola pesan secara elektronik dengan cepat dan tepat. Saat ini, e-mail adalah fasilitas yang menjadi sumber dominan lalu lintas dan sarana penyampaian yang mudah disesuaikan. E-mail memungkinkan seorang pengguna internet bertukar pesan dengan orang lain yang memiliki alamat e-mail.

- 2) **World Wide Web (www)**, anjungan multimedia pertama. Saat ini merupakan fasilitas paling populer karena menawarkan alamat-alamat lain di internet secara langsung melalui link-link yang telah disediakan. Web dapat dikunjungi oleh siapa saja dengan program browser dan dengan menyambungkan komputer pada internet. Setelah dimunculkan pertama kali www menjadi begitu cepat berkembang dan populer dengan berbagai kecanggihan dan kemudahan.
- 3) **Gopher**, peranti browsing pertama berbentuk menu. Merupakan program internet yang digunakan untuk mempermudah pencarian, penarikan, dan pengambilan informasi karena menyediakan struktur berbentuk direktori dan subdirektori.
- 4) **Usenet Groups (Newsgroups)**, adalah kelompok diskusi dalam Use Net yang membahas suatu topik masalah tertentu, pada newsgroup terdapat pembacaan artikel, menulis, membahas dan meneruskan serta mengirim. Kelompok-kelompok ini menggunakan ruang *chat* internet untuk mendiskusikan bidang-bidang yang menjadi minat bersama.
- 5) **IRC (Internet Relay Chat)**, percakapan berbasis teks langsung.
- 6) **Finger**, sebuah cara berbagi informasi.
- 7) **TELNET (log in jarak jauh)**, memungkinkan penggunaan komputer jarak jauh dan program-programnya berapa pun jaraknya. Memungkinkan kita untuk masuk sebagai pemakai jarak jauh, mengendalikan, dan menjalankan program layanan yang ada di komputer tersebut. Jadi, telnet berguna untuk menghubungkan diri ke komputer jarakjauh dan menggunakan sistem-sistem komputer jarak jauh di universitas-universitas, kantor-kantor pemerintah serta perusahaan-perusahaan.

8) **Mailing List**, merupakan perluasan penggunaan e-mail, dengan fasilitas ini pengakses yang telah memiliki alamat e-mail bisa bergabung dalam suatu kelompok diskusi dan melalui milis bisa dilakukan diskusi untuk memecahkan masalah secara bersama-sama dengan saling memberikan saran pemecahan.

9) **File Transfer Protocol (FTP)**, merupakan program aplikasi yang merealisasikan konsep klien. FTP memungkinkan para pemakai internet untuk menghubungkan ke suatu komputer di internet kemudian mengakses isi direktori yang ada di dalamnya dan dapat mengcopy atau mentransfer file-file komputer lokal miliknya.

10) **Hyperlink**, spot-spot pada halaman web yang dapat diklik oleh pengguna untuk berpindah ke spot lain baik dalam dokumen yang sama, dalam website yang sama maupun dalam situs lain pada internet.

11) **Multimedia**, sebuah sistem komunikasi yang menawarkan perpaduan teks, grafik, suara, video, dan animasi. Akhir-akhir ini, *world wide web* telah menyajikan streaming multimedia atau audio dan video yang tersedia melalui web site.

12) **Intranet**, adalah jaringan yang bersifat terbatas aksesnya dan mempunyai prinsip kerja seperti web. Intranet merupakan jaringan komunikasi antara perusahaan dengan karyawan secara lebih terbuka dan bisa diakses seluruh karyawan melalui internet.

#### e. Internet menandai Revolusi komunikasi.

Menurut Hewbold, et al (2002; 579) dalam buku Prayudi menyatakan alasan yang mendukung ilmu internet menandai revolusi komunikasi, yaitu:

- 1) Kombinasi sistem komunikasi dan komputer memungkinkan pengiriman dan pemindahan sejumlah besar data berdasarkan asas *many-to-many* dan *one-to-many*
- 2) Sifat komunikasi yang cepat dan lintas batas di era digital memungkinkan beragam bentuk informasi dan jaringan kerja yang tidak pernah dikenal sebelumnya
- 3) Ada penekanan dalam konektivitas dan keahlian yang diperlukan untuk menjadi peserta aktif (daripada konsumen pasif) dalam lingkungan komunikasi tersebut.
- 4) Internet menyatukan materi teks, audio, dan

visual, termasuk musik, radio, dan film dalam sebuah lingkungan multimedia interaktif, potensi yang terus disadari seiring dengan ketersediaan jaringan frekuensi yang terus meningkat.

Perkembangan media baru internet itu juga kepada praktek PR. Kebutuhan informasi yang cepat dan kebaruan informasi mengenai berbagai aktivitas perusahaan menyebabkan internet menjadi media yang efektif sekaligus efisien bagi perusahaan untuk menginformasikan segala sesuatu kepada publik aktif dapat mengikuti perkembangan perusahaan dalam jangka waktu atau periode yang relatif cepat.

Meskipun demikian, praktisi PR harus memahami bahwa penulisan naskah untuk media yang biasanya dicetak menjadi sedikit berbeda dengan menulis naskah untuk konsumsi internet. Karakteristik internet adalah seperti disebut di atas, karakteristik layar computer dan pengguna internet menjadi pertimbangan yang signifikan jika praktisi PR ingin berhasil dalam penyampaian informasi kepada publik menggunakan media internet yang memiliki sifat interaktif.

Sebenarnya publik tidak membaca berita atau informasi yang ada di internet. Hal tersebut dikarenakan karakteristik internet yang menggunakan layar computer dengan tingkat cahaya yang terang yang berdampak terhadap konsentrasi atau fokus mata pada tulisan menjadi cepat lelah dan akhirnya pengguna internet akan mengalihkan perhatiannya ke tampilan web yang tidak banyak mengajak otak untuk berpikir atau membuat mata harus terus membaca.

Sebagai konsekuensinya, pengguna internet akan men-scan kata atau sub-head yang menarik, kemudian baru membaca isi pesan secara selintas. Jika pesan terlalu panjang, pengguna internet biasanya akan mencetak pesan daripada membacanya secara *online*.

Oleh karena itu, ada faktor kredibilitas dari pengelola web, terlepas dari apakah individu, instansi pemerintah, perusahaan atau badan lainnya menjadi pertimbangan bagi pengguna web untuk memutuskan apakah akan terus mengakses informasi dari situs web individu atau organisasi yang bersangkutan ataukah memilih untuk mencari web yang sudah kredibel dan diketahui oleh pengguna.

Hal tersebut dikarenakan pengguna web tidak bisa mengetahui secara pasti siapa yang berada di belakang informasi yang ditampilkan di situs web dan apakah informasi yang ditampilkan dapat dipercaya.

Meskipun demikian, selalu ada saat di mana untuk pertama kalinya pengguna web berperan sebagai publik aktif dan pencari informasi untuk membuka web individu atau organisasi. Di situlah keahlian menyusun tampilan web menjadi penting karena akan mempengaruhi keputusan pengguna web untuk mengakses informasi. Kredibilitas juga dapat ditingkatkan melalui grafis kualitas tinggi, penulisan yang baik, dan penggunaan link (hubungan).

#### **f. Faktor-Faktor Pertimbangan Menulis di Web**

Mengembangkan isi pesan untuk sebuah situs web bisa berarti menuliskan materi baru. Teknik penulisan naskah yang biasa dilakukan untuk media cetak seperti brosur atau mungkin buku pegangan mungkin tidak bisa diterapkan dalam teknik penulisan web. Jika kita memaksakan naskah yang sudah kita tulis untuk media cetak dipindah begitu saja untuk sebuah web, maka kita tidak menggunakan karakteristik web dengan optimal dan tepat guna. Jika kita memasukkan informasi yang sama dengan yang dimunculkan pada media cetak, maka kita harus melakukan perubahan sesuai dengan karakteristik dari web.

Sebagaimana dijelaskan di atas, pengguna web men-scan informasi yang dianggap relevan dan mencetak informasi yang mereka butuhkan untuk kemudian dibaca dengan lebih serius. Oleh karena itu, praktisi PR perlu mempertimbangkan beberapa faktor dalam penyusunan pesan untuk web individu atau organisasi.

##### **1) Gaya Penulisan**

Gaya penulisan untuk web agak berbeda dengan gaya penulisan yang biasanya kita kenal, seperti *press release*, tulisan *feature*, atau *backgrounders*. Meskipun demikian tugas praktisi PR adalah menuliskan pesan dalam bahasa dan gaya pengguna web.

Praktisi PR tidak ingin informasi yang disampaikan melalui web tidak pernah dipedulikan oleh pengguna web.

##### **2) Ada beberapa pendekatan yang perlu diperhatikan agar pengguna web bersedia mengakses informasi yang disampaikan :**

- Membuat ringkasan. Tempatkan poin-poin utama di paragraph pertama sehingga saat men-scan halaman web, pembaca bisa menangkap poin-poin pesan yang disampaikan, Gunakan konsep piramida terbalik,
- Tulislah secara singkat. Gunakan daflar daripada paragraph, tetapi jika hanya gaya penulisannya memungkinkan untuk itu. Pembaca akan mudah menemukan informasi dari sebuah daftar daripada sebuah paragraf.
- Menulislah untuk di-*scan*. Kebanyakan pengguna web men-*scan* halaman sebagai materi yang relevan daripada membacanya kata demi kata. Bimbing pembaca dengan memberikan tanda khusus, seperti heading, daftar dan penekanan tipografis.

Pendekatan di atas dimaksudkan untuk mengakomodasi kebiasaan membaca dari para pengguna web. Perlu diwaspada agar pesan tidak dianggap remeh dengan membuatnya seakomodatif mungkin. Pengguna web sebagai publik aktif juga tertarik untuk mencetak dokumen yang panjang, jika dokumen tersebut dianggap bisa memberikan pemahaman dan detail yang lengkap.

### 3) Kuantitas Pesan

Biasanya banyak ditemui di situs web adalah referensi informasi yang memungkinkan pengguna web untuk menemukan dengan cepat materi yang dicarinya.

Ketika memutuskan referensi informasi, perlu dipertimbangkan beberapa hal berikut:

- Akses. Daftar isi sudah harus berisi referensi informasi karena definisi dari setiap isi informasi harus dapat diakses secara individual. Pertimbangkan bagaimana pengguna web bisa berinteraksi dengan materi naskah. Item apa yang ingin diakses secara langsung. Definisikan referensi informasi untuk mengakomodasi pola penggunaan informasi yang diharapkan.
- Panjang halaman. Referensi informasi memberikan solusi untuk mengatasi panjang halaman web. Biasanya, pengguna web lebih menyenangi halaman yang pendek. Meskipun demikian, jangan memisah sebuah

dokumen tanpa alasan yang jelas dan jangan memisah dokumen yang dimaksudkan atau yang berkencenderungan untuk dicetak.

- Mencetak. Jangan memisahkan narasi ke dalam bagian-bagian kecil jika berharap pengguna web akan mencetak informasi yang disampaikan. Dokumen lebih mudah dicetak melalui sebuah halaman web, atau jika penggunaan dokumen susah untuk diperkirakan, ada baiknya menawarkan versi web dan sebuah link, pencetakan atas halaman yang ditata, seperti misalnya arsip PDF yang dapat di *download*.

### 4) Tips Menulis di Halaman Web

Berikut beberapa tips untuk menulis di halaman web :

- Gunakan kalimat langsung, sederhana, "*to the point*", ringkas padat.
- Gunakan "*inverted pyramid style* ", memulai dari objektif, mulai paragraph dengan apa yang sebenarnya mau disampaikan baru kemudian alasan, cara, dan sebagainya.
- Pecah informasi yang panjang atau banyak menjadi kecil-kecil, urutkan dengan metode piramida terbalik, dari main idea ke detail dengan menggunakan *hyperlinks*.

### 5) Hal-hal yang perlu dihindari dalam pembuatan web organisasi antara lain adalah:

- Website tidak jelas isinya.
- Struktur website banyak menyebarkan.
- Loading time lambat.
- Tidak ter-update
- Penggunaan variasi animasi yang tidak pada tempatnya,
- Website tidak mencerminkan citra perusahaan/instansi.
- Banyak menu yang tidak sesuai fungsi.
- Halaman penuh dengan teks bagaikan pidato pertanggung-jawaban presiden

### 6) Cara membuat website organisasi

- Daftarkan nama domain di register.net.id Selalu gunakan angka sesuai nama sekolah dan daerah. Sedapat mungkin hindari pemakaian hyphen (tanda sambung). Hanya akan "mengacaukan" memori orang ketika mengingat nama domain itu.
- Pilih IIX, hosting lokal Indonesia. Karena target pengunjung terbesar yang



disasar ialah netdom (netter domestik), ya *server* lokal jadi pilihan wajar. Pilih yang teliti sebelum membeli. Selain yang terlihat mahal, masih ada juga yang menawarkan biaya sewa *hosting* murah per tahunnya. Silakan periksa tulisan terkait webhosting Indonesia.

Sebagai tahap awal kapasitas 100 MB rasanya cukup. Dengan bandwidth 'lebar pita' yang tak perlu terlalu besar. Karena bisa jadi, kapasitas dan bandwidth yang kelewat besar, akan lumayan lama untuk "menghabiskan"-nya

- WordPress adalah solusi. Sebenarnya bukan semata WordPress, tapi CMS. Misalnya: Joomla, dan Zikula (ex. PostNuke).

Catalan kecilnya: WordPress ini luarbiasa mendapat apresiasi dari banyak sekali pengguna internet.

Tak sedikit "situs-situs raksasa" memanfaatkan WordPress sebagai CMS-nya.

- Pilih-pilih Themes Themes atau kulit luar jelaslah penting. Karena mata manusia tergolong makhluk yang gandrung dimanja. Di WordPress, dengan gairah komunitasnya yang terhitung luar biasa, themes-themes ini melimpah demikian banyaknya. Tinggal pilih saja.

Mau yang sederhana dan elegan, atau warna-warni dan terang benderang. Tinggal pilih saja. Mau yang dua kolom, tiga kolom, empat kolom, atau multi kolom dan multi layout. Tinggal pilih saja. Syaratnya, lihat-lihat dulu lisensi pembuat themes-nya. Apakah boleh digunakan tanpa meneantumkan link (GPL) atau harus tetap mencantumkan link (biasanya Creative Commons).

- Pilih-pilih plugins WordPress secara default. Beberapa plugins penting: Contact Form, WP-Polls (untuk Polling), Multi-lingual (untuk pilihan bahasa), dan Gallery (untuk pengaturan foto).

#### g. Kelebihan dan Kelemahan Web

Web orgamsasi yang menggunakan media internet saat ini sangat efektif untuk menjangkau khalayak dikarenakan:

##### 1) Kelebihan

- Kombinasi sistem komunikasi dan komputer memungkinkan pengiriman dan pemindahan data dari seorang pengguna ke sejumlah orang (*one-to-many*) atau dari sejumlah orang ke sejumlah orang (*many-to-many*). Sifat komunikasi yang cepat dan lintas batas di era digital memungkinkan beragam bentuk informasi dan jaringan kerjayang belum pernah dikenal sebelumnya. Ini disebabkan sifat media interaktif yang tak kenal oleh jarak dan waktu.
- Memungkinkan khalayak menjadi pengguna aktif dalam komunitas tersebut.
- Web organisasi menyediakan informasi secara menarik dengan kombinasi antara teks, gambar, dan desain.

##### 2) Kelemahan

Web organisasi memiliki keterbatasan akan jumlah informasi yang disampaikan sehingga kadang-kadang membuat pembaca bertanya akan kejelasan afciir informasi yang diberikan.

#### h. Manfaat-manfaat memiliki website bagi perusahaan / organisasi

##### 1) Sarana Penjualan Produk

Jika Anda punya produk barang atau jasa yang ingin dipasarkan di internet, maka Anda harus punya website. Website itu fungsinya adalah sebagai alat untuk memperkenalkan produk Anda kepada dunia internet. Dengan banyaknya pemakai internet, Anda punya peluang untuk mendapatkan calon pembeli dengan jumlah yang cukup banyak juga.

##### 2) Mempermudah Komunikasi

Lewat website, Anda bisa berkomunikasi dengan mudah. Entah itu dengan klien Anda, dengan teman-teman Anda, dengan calon konsumen dan sebagainya. Website modern itu dilengkapi dengan berbagai fitur komunikasi yang memungkinkan kita berbicara dengan pengelola website.

Adanya kotak komentar di website, adanya form contact adalah sebagian kecil dari cara komunikasi lewat website.

##### 3) Memperkenalkan Profil Perusahaan Anda

Semakin dikenall profil maka akan makin terkenal profil tersebut. Sebuah perusahaan atau organisasi tentu mau jika profilnya

dikenal luas. Untuk itu memilih website sebagai media publikasi profil perusahaan adalah salah satu cara yang inovatif.

4) Mendatangkan Calon Konsumen

Sebuah website juga bisa dijadikan sebagai sarana untuk mendatangkan calon konsumen. Banyak perusahaan yang bisa menggaet klien dari luar daerah atau bahkan luar negeri lewat website yang mereka miliki. Seperti yang kita ketahui, jumlah pengunjung website tidak hanya dari Indonesia, tetapi dari luar negeri. Bahkan blog ini saja sering mendapatkan kunjungan dari luar negeri, terbukti dari banyaknya komentar asing yang masuk ke blog ini.

5) Menjadi Sarana Publikasi Resmi Perusahaan Anda

Lewat website, perusahaan Anda bisa menjadikannya sebagai sarana publikasi resmi. Misalnya perusahaan Anda mengadakan undian berhadiah, maka informasi seputar kegiatan tersebut bisa ditampilkan lewat website yang dimiliki. Bahkan, hampir semua perusahaan dituntut untuk memiliki website.

6) Branding

Membangun branding juga sangat penting bagi perusahaan. Isi peran membangun branding juga bisa dilakukan lewat website. Banyak website yang didesain secara khusus dan memiliki ciri khas tersendiri dari suatu perusahaan. Untuk itu branding lewat website juga perlu m.

7) Kemudahan Memberi Informasi

Dengan memiliki sebuah website, perusahaan akan mudah untuk mengupdate informasi terbaru. Seperti jadwal kegiatan, berita terbaru, dan lain sebagainya. Dengan adanya website, konsumen maupun calon konsumen tetap bisa mengetahui perkembangan terbaru dari perusahaan Anda meski jaraknya sangat jauh.

Selain itu, umumnya konsumen akan lebih suka berinteraksi dengan *customer service* perusahaan lewat sebuah website karena kepraktisannya.

8) Kemudahan Melakukan Polling

Polling juga merupakan sarana untuk mengetahui keadaan dan keinginan konsumen atau calon konsumen saat ini. Lewat website, kita bisa membuat polling dengan mudah dan praktis namun bisa dimaksimalkan. Di internet ada banyak penyedia layanan pembuatan form isian

*polling* yang bisa Anda tampilkan di website Anda. Dengan kemudahan ini, tentu polling juga bisa dilakukan lewat website Anda.

9) Menimbulkan Kesan Profesional

Sebuah perusahaan yang memiliki website, sudah pasti akan mendapatkan perhatian lebih dari perusahaan yang belum memiliki website. Konsumen maupun calon konsumen pasti akan melihat lebih dulu kepada perusahaan yang sudah memiliki website. Itulah sebabnya perusahaan harus punya website.

10) Mencari Partner Baru

Banyak perusahaan yang terkadang membutuhkan partner untuk saling bekerja sama. Dengan mempublikasikan perusahaan Anda lewat website yang dioptimalkan, akan semakin banyak orang yang tahu mengenai keberadaan dan eksistensi perusahaan Anda. Dari sana mungkin saja perusahaan Anda bisa menemukan partner bisnis yang cocok dan menguntungkan

## i. Internet sebagai Medium Public Relations dan Sarana Publisitas

Melalui internet Public Relations organisasi/perusahaan dapat lebih dewasa untuk berkreasi dalam membuat pesan-pesan publisitas.

Pesan-pesan publisitas dapat secara langsung disebarkan lewat website organisasi/perusahaan tanpa perlu diseleksi oleh media massa dan publik bias secara langsung mengaksesnya. Jadi tidak melalui perantara. Berdasarkan pendapat Julius Bob Onggo dalam buku Rahmat Kriyantono menjelaskan bahwa terdapat beberapa strategi menggapai publisitas melalui medium internet. Beberapa strategi itu, antara lain :

- 1) Publisitas lewat e-mail, mencakup cara menulis e-mail yang efektif.
- 2) Publisitas lewat kartu nama elektronik, yaitu kartu yang diterima di seluruh dunia (*bussiness card* atau *signature file*). Tukar-menukar kartu nama adalah bagian dari bisnis dan promosi. Public relations dapat memasukkan kartu nama elektronik di bagian akhir e-mail sebagai alat identitas.
- 3) Publisitas lewat *autoresponder*, yaitu suatu program penjawab e-mail secara otomatis dan cepat. Program ini meringankan tugas public relations dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang berulang-ulang tanpa harus selalu berada di komputer. Program ini mampu mengirim serangkaian

pesan *follow-up* yang dapat dikirimkan sesuai dengan jadwal yang diinginkan. Misalnya e-mail pertama akan mengirimkan jawaban sesegera mungkin dalam waktu lima detik. Program ini menimbulkan kesan public relations memiliki customer service yang baik.

- 4) Publisitas lewat komunitas online, disebut juga online forum, newsgroup, webrings atau *discussion group*. Ini adalah kumpulan orang-orang yang mengobrol di suatu situs atau di-forward tertentu lewat e-mail sehingga terjadi diskusi tanpa perlu masuk ke situs web tertentu. Public relations dapat mengidentifikasi pesaing, tren terbaru, tip dan info dari para pakar dan meriset pasar untuk masukan bagi divisi pemasaran.
- 5) Publisitas lewat milis (*mailing list*), yaitu daftar alamat e-mail. Memiliki milis akan mempercepat pengiriman informasi ke sekumpulan orang banyak. Di dunia maya terdapat ribuan milis publik. Public relations dapat memanfaatkannya dan bisa membuat milis publik menjadi milis perusahaan, sehingga dapat memberikan informasi kepada media, mitra kerja, karyawan atau pelanggan dengan sekali klik dan cepat tanpa harus "copy" dan "paste".
- 6) Publisitas lewat *e-zine* (electronic/'magazine'/newsletter), yaitu versi online dari suatu majalah atau publikasi online. *E-zine* sarat akan informasi artikel dan solusi. Banyak *e-zine* yang juga menampilkan sponsor dan promosi. Beberapa *e-zine* berbasis web dan e-mail. *E-zine* berbasis web adalah situs web yang berfungsi seperti majalah namun memberikan akses informasi online bagi pembaca. Contoh: Tempointeraktif.com. *E-zine* berbasis e-mail memudahkan pembaca langsung membacanya di inbox e-mail mereka tanpa harus pergi ke situs web dari pemilik *e-zine* berbasis e-mail. Contoh: Cnet.com.

### 3. Kesimpulan

Dalam menyampaikan peran-perannya pihak organisasi/perusahaan melalui Public Relations-nya dapat melakukannya melalui berbagai media. Salah satu medium yang digunakan dalam era digital saat ini adalah melalui medium internet.

Internet adalah salah satu medium alternatif yang cukup efektif untuk

menyampaikan pesan-pesan komunikasi. Dikatakan efektif karena kecepatannya dalam cosnya lebih rendah.

Web Organisasi merupakan sebuah wadah atau jaringan yang dibuat pada sistem media internet yang dipergunakan oleh organisasi-organisasi atau perusahaan dan lembaga untuk menunjukkan eksistensinya jugaterhadap kehadiran lembaga tersebut dimasyarakat/di publiknya.

Web organisasi pada dasarnya memiliki beberapa fungsi utama, yakni:

- a. Alat untuk menyebarkan informasi dengan segera dan sebagai sarana untuk meningkatkan jumlah pelanggan dengan segera.
- b. Membangun dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan.
- c. Menawarkan kesempatan kepada individu untuk mengontrol isi dari sebuah web.

Web Organisasi ternyata juga masih memiliki berbagai kelebihan dan juga kekurangan masing-masing, secara umum salah satu kekurangan dan kelebihan sebagai berikut:

- a. Kelemahan  
Web organisasi memiliki keterbatasan akan jumlah informasi yang disampaikan sehingga kadang-kadang membuat pembaca bertanya (publik) merasa kurang jelas akan informasi yang diberikan/disampaikan lewat internet.
- b. Kelebihan  
Web organisasi menyediakan informasi secara menarik dengan kombinasi antara teks, gambar, dan desain.



## REFERENSI

- Goth, David W. 2005. *Adventures in Public Relations Case Studies and Critical Thinking*. Boston Pearson, Education. Inc.
- Mc. Quail, Denis. 2000. *Mass Communication Theory (4<sup>th</sup> Edition)*. London : Sage Publications.
- Kriyantoro, Rahmat. 2008. *Public Relations Writing*. Jakarta : Kencana Pranata Media.
- Loudon and Loudon. 2003. *Management Information System. Managing The Digital Firm 8<sup>th</sup> Edition*, Prentice Hall.
- Prayudi, 2007. *Penulisan Naskah Public Relations*. Yogyakarta : CU Andi Offset.
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2012. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.

\* **Yerah Melita**, Dosen S1 Ilmu Komunikasi  
STISIP Widuri