

## **A. Sistem Publikasi Terintegrasi Sebagai Suatu Kebutuhan Perguruan Tinggi**

Media sosial memegang peranan penting dalam kehidupan saat ini. Pengguna media sosial di Indonesia sesuai data Indo Barometer mencapai lebih dari 50 persen penduduk Indonesia atau sekitar 162 juta pengguna. Jumlah yang terus meningkat tajam jika dibandingkan pengguna pada 2014 yang hanya di kisaran 80 juta pengguna.

Data analisis majalah tempo, Indonesia adalah "raksasa teknologi digital Asia yang sedang tertidur". Jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 250 juta jiwa adalah pasar yang besar. Pengguna smartphone Indonesia juga bertumbuh dengan pesat. Lembaga riset digital marketing Emarketer memperkirakan pada 2018 jumlah pengguna aktif smartphone di Indonesia lebih dari 100 juta orang. Dengan jumlah sebesar itu, Indonesia akan menjadi negara dengan pengguna aktif smartphone terbesar keempat di dunia setelah Cina, India, dan Amerika.

Cina, negara dengan pengguna smartphone terbanyak di dunia, tahun ini diperkirakan memiliki jumlah pengguna smartphone 574 juta jiwa. Dengan jumlah itu, Cina menjadi negara yang memiliki pendapatan dari dunia online kedua terbesar di dunia setelah Amerika. Data iResearch menyebutkan penjualan online di Cina mencapai 8 persen dari total penjualan retail di negara itu. Diperkirakan pada 2015 penjualan melalui online mencapai 10 persen.

Dengan iklim seperti itu, di Cina kemudian muncul perusahaan retail online Alibaba. Saat ini Alibaba sudah menjadi salah satu dari 14 perusahaan teknologi terkemuka di dunia, di antaranya Google, Facebook, dan Amazon. Kapitalisasi pasar 14 perusahaan itu bila digabungkan mencapai US\$ 3 triliun. Namun kepemilikan smartphone bukan satu-satunya syarat yang harus dipenuhi supaya perkembangan teknologi digital berlangsung cepat. DBS Group Research dalam hasil risetnya, Sink or Swim-Business Impact of Digital Technology, menyimpulkan apabila penetrasi teknologi digital sangat dalam dan penggunaannya meluas, dampak teknologi digital akan semakin dirasakan, khususnya di dunia bisnis. Contohnya India. Di negara itu, penetrasi Internet belum dalam. Padahal India saat ini adalah negara pengguna smartphone terbanyak nomor tiga di dunia. Tahun depan, India bahkan diperkirakan menyalip Amerika di posisi kedua. Tapi belanja online di negara itu tak melebihi 1 persen dari total penjualan retail pada 2013.

Indonesia tak jauh berbeda dengan India. Penetrasi Internet di Indonesia pada 2014, menurut Internetlivestats, berada di kisaran 17 persen. Sedangkan di India di angka 19 persen. Tingkat penetrasi Internet di Indonesia bahkan kalah jauh dibanding negara-negara Asia Tenggara, seperti Vietnam (43 persen), Filipina (39 persen), Malaysia (40 persen), dan Singapura (81 persen)

Dalam hal persentase belanja online, Indonesia juga tertinggal jauh. Survei yang dilakukan Globalwebindex pada 2014 menemukan persentase penduduk Indonesia yang melakukan pembelian secara online baru sekitar 16

persen. Angka ini sedikit lebih baik daripada India mencatat angka 14 persen. Namun Indonesia tertinggal jauh oleh Singapura yang sudah mencapai angka 46 persen.

Tapi, dengan kondisi penetrasi Internet belum dalam seperti saat ini, Indonesia sudah mulai dilirik investor yang berminat berinvestasi di industri digital. Data dari Techlist seperti dikutip dari media teknologi Technasia menyebutkan, pada kuartal pertama 2015, di Asia Tenggara ada 93 perusahaan startup (rintisan) yang memperoleh pendanaan. Dari jumlah itu, 24 di antaranya merupakan startup Indonesia. MatahariMall mendapat pendanaan terbesar dengan total investasi Rp 6,51 triliun.

Pada tahun-tahun sebelumnya juga ada beberapa perusahaan digital Indonesia yang mendapat investasi besar. Go-Jek umpamanya, berhasil mendapatkan pendanaan Rp 2,8 triliun dari Northstar Group. Ada juga Tokopedia yang tahun lalu mendapatkan Rp 1,4 triliun dari Softbank dan Sequoia Capital.

Indonesia mempunyai peluang untuk tumbuh sangat cepat dan besar. Kebutuhan terbesar saat ini adalah dukungan dari pemerintah supaya industri digital Indonesia bisa mengatasi ketertinggalan oleh negara lain. Penetrasi Internet harus bisa ditingkatkan dengan cepat. Tidak hanya terfokus di Jawa, tapi juga tersebar di daerah lain di Indonesia. Pemerintah juga harus membuka jalan dan memberikan berbagai insentif agar industri digital ini bisa tumbuh dan mendapat akses pendanaan.

Dibanding Singapura, Indonesia memiliki keunggulan dengan jumlah penduduk yang bisa menjadi pasar sangat besar. Namun langkah progresif sudah banyak dilakukan, sehingga Singapura kini menjelma menjadi pusat ekosistem startup di Asia. Singapura bisa masuk ke pasar-pasar besar Asia, seperti Cina, India, dan Indonesia. Juga Malaysia, Filipina, serta Thailand. Salah satu keunggulan Singapura adalah akses terhadap pendanaan yang sangat besar.

Sejumlah perusahaan digital Singapura sudah merambah Indonesia, antara lain GrabTaxi. Perusahaan yang baru saja mendapatkan suntikan dana sebesar Rp 3,6 triliun dari Softbank ini juga mengembangkan layanan aplikasi transportasi sepeda motor yang diberi nama GrabBike. GrabBike saat ini menjadi pesaing serius perusahaan Indonesia, Go-Jek.

Adapun pemerintah sepertinya sudah mulai menyadari bahwa industri digital penting untuk bisa tumbuh dengan cepat. Menteri Komunikasi dan Informatika Rudiantara pada awal 2015 sempat berjanji akan menghimpun dana US\$ 1 miliar dari para pengusaha swasta untuk diinvestasikan ke startup digital.

Baru-baru ini, Rudiantara mengatakan pemerintah akan membangun akses Internet sampai ke desa. Pemerintah juga membuka kesempatan kepada pengembang untuk menyediakan aplikasi digital yang bisa membantu perkembangan potensi desa misalnya di bidang pertanian atau kelautan. Ini merupakan sinyal bagus dari pemerintah. Apabila terwujud, langkah ini bisa

"membangunkan" Indonesia, sehingga benar-benar bisa menjadi "raksasa" teknologi digital Asia atau bahkan dunia.

Dari data dan fakta tersebut, diperlukan sistem publikasi terintegrasi yang bukan hanya menyasar media cetak dan digital saja tetapi juga harus mengarah pada publikasi media sosial dan juga terkait dengan website suatu lembaga perguruan tinggi. Perguruan tinggi STAHN Mpu Kuturan pun sebagai lembaga baru harus fokus pada pengembangan sistem publikasi yang terintegrasi. Sistem publikasi penting dibutuhkan guna memperkenalkan lembaga pada khalayak ramai. Bukan hanya itu saja, sistem publikasi terintegrasi dapat secara signifikan membangun *branding* lembaga pendidikan tinggi.

Model publikasi STAHN Mpu Kuturan yang sudah terlaksana dengan baik hendaknya terus didorong dengan penyempurnaan-penyempurnaan yang lebih komprehensif. Penyempurnaan tersebut diharapkan dapat teristematiskan dengan pola dan metode benar sehingga mampu mendorong tata laksana publikasi yang lebih mumpuni. Daripada itu, sistem publikasi terintegrasi yang selanjutnya dicetuskan dalam sebuah buku panduan diharapkan dapat dipahami oleh tata pelaksana kehumasan agar mampu dipahami dengan baik dan benar.

## **B. Sistem Publikasi Terintegrasi Membangun *Branding* Perguruan Tinggi**

Citra/*branding* sebuah universitas atau perguruan tinggi baik negeri maupun swasta perlu dibangun melalui Public Relation (PR). Sama halnya

dengan sebuah perusahaan atau institusi, PR atau staf kehumasan menjadi ujung tombak sebuah pencitraan di mata publik.

Dikutip dari website resmi Pemerintah Kabupaten Buleleng bahwa peran humas sebagai salah satu komponen dalam membranding perguruan tinggi memegang peranan cukup vital, utamanya dalam memberikan pemberitaan mengenai pembangunan pemerintah daerah kepada masyarakat umum.

Peran humas atau yang lebih dikenal dengan publik relation tentu sangat krusial bagi sebuah organisasi. Humas memiliki peran dalam menciptakan citra baik organisasi, mengkomunikasikan segala bentuk informasi tentang organisasi baik kepada publik, klien ataupun para investor. Bisa dikatakan bahwa seorang humas adalah wajah dari organisasi itu sendiri. Ia harus memahami secara detail seluk beluk dan segala informasi yang terkait dengan organisasi. Selain itu ia juga membawa citra dari sebuah organisasi sehingga ini harus tercermin dari tampilan dan tata bahasa yang teratur.

Seorang humas harus mampu menciptakan poin positif sehingga akan dapat meningkatkan penjualan atau citra positif sebuah organisasi di mata publik. Bagian kehumasan selalu berkaitan dengan dunia luar sehingga ia akan lebih banyak menghabiskan kegiatan di luar ruangan atau di lapangan. Ia bertugas mengedukasikan kepada khalayak serta memperkenalkan kelebihan serta keunggulan sebuah organisasi. Yang pada akhirnya akan menarik minat sehingga akan banyak yang bergabung ke dalam organisasi atau membeli produk hasil buatan para anggota yang tergabung dalam organisasi itu sendiri.

Kesuksesan sebuah organisasi sangat ditentukan oleh keberhasilan seorang humas atau publik relations dalam mempertahankan reputasi, citra positif di masyarakat. Seperti saat ini, keterbukaan akan informasi ke pada publik menjadi hal yang sudah umum adanya. Namun, tentunya peran humas sangat krusial. Dalam hal ini humas harus memberikan informasi berdasarkan fakta dan keakuratan tentang segala informasi dalam sebuah organisasi. Tentunya dengan penyampaian yang benar dan tetap menjunjung tinggi etika maka informasi itu akan bisa diterima dengan mudah oleh publik.

Peran humas sangat penting dalam menjaga hubungan antara organisasi dengan stakeholder dan masyarakat terkait. Berikut kami rangkum 7 peran humas dalam organisasi yang perlu diketahui.

#### 1. Strategi Komunikasi Publik

Seperti yang telah di uraikan sebelumnya bahwa humas atau publik relations merupakan wajah dari sebuah organisasi. Humas memiliki tugas penting dalam menyampaikan informasi mengenai organisasi kepada stakeholder yang terkait dan kepada publik. Setiap bagian humas akan dilengkapi dengan contact center yang memungkinkan untuk menerima keluhan dan merupakan tempat dimana masyarakat atau publik dapat memperoleh informasi lengkap mengenai organisasi. Bagian humas akan selalu berhubungan dengan media baik media televisi, iklan atau cetak yang memungkinkan untuk bisa mengabarkan perihal kondisi terkini dari sebuah organisasi.

## 2. Mengelola Keadaan Darurat

Ketika sebuah kondisi menghampiri yang terkadang dapat merusak bahkan meruntuhkan citra sebuah organisasi. Maka, disinilah peran penting humas dibutuhkan. Kondisi yang demikian tentu sangat tidak diharapkan namun, bisa terjadi kapan saja. Hal ini bisa terjadi karena adanya isu-isu negatif yang berkembang baik di dalam organisasi hingga merebak di masyarakat. Tentunya jika dibiarkan hal ini akan bisa merusak citra organisasi di mata publik. Oleh karenanya bagian peran humas dalam organisasi salah satunya adalah meredam dan mengatasi kondisi darurat agar tidak semakin berkembang ke arah perpecahan dalam organisasi. Dan tentunya mengembalikan citra positif organisasi di mata publik.

## 3. Sarana Marketing Yang Handal

Humas juga menjadi bagian penting dalam strategi marketing sebuah organisasi. Terutama bagi organisasi yang bergerak di bidang produksi produk. Tentu bagian humas bisa menjadi motor pegerak dalam meningkatkan penjualan produk. Selain ini juga citra positif organisasi di mata masyarakat akan meningkat. Dimana akan ada banyak orang yang mungkin ingin tergabung didalamnya. Karena melihat bahwa organisasi yang di kelola memiliki kegiatan yang jelas. Bahkan kegiatan tersebut bisa menjadi bagian dari jenis usaha mikro kecil dan menengah yang bisa membantu roda perekonomian bangsa ini.



#### 4. Hubungan Media

Bagian humas atau publik relations haruslah memiliki hubungan yang baik dengan awak media. Humas dan media akan selalu bersinggungan. Apalagi jika ada perkembangan terbaru mengenai jalannya organisasi sudah tentu para awak media akan terlibat. Untuk itu humas memegang peranan dalam mengelola hubungan dengan para media. Humas harus bekerja sama dengan media untuk bisa menyiarkan perkembangan organisasi seluas luasnya. Dengan demikian tentu nama organisasi yang di kelola akan lebih di kenal banyak orang.

#### 5. Menjangkau Kegiatan

Humas profesional terkadang melibatkan diri dalam sebuah kegiatan dengan membawa brand organisasi. Hal semacam ini tentu akan semakin memberikan pengaruh positif pada citra organisasi. Banyak organisasi yang menjadi sponsor kegiatan kelas olimpiade. Tentunya hal ini juga merupakan bagian dari kegiatan organisasi agar lebih dikenal masyarakat luas. Sehingga organisasi bisa berkembang.

#### 6. Mengelola Media Sosial

Medsos atau media sosial saat ini memang tengah banyak digandrungi. Media sosial merupakan hal yang paling akrab dengan keseharian kita. Medsos juga merupakan sebuah sarana bagi humas untuk bisa menjangkau lini massa yang lebih luas dan kompleks. Dengan didukung teknologi dan jaringan internet yang stabil tentu membuat sebuah akun medsos untuk dikelola tidaklah sulit. Sebuah fanpage di twitter atau facebook akan membantu bagian

humas untuk lebih bisa berinteraksi dengan pengguna dunia maya. Oleh karenanya kita harus memaksimalkan media sosial secara bijak agar citra dan karakter positif organisasi yang di kelola akan lebih bisa diterima publik.

#### 7. Mengetahui Dan Mengevaluasi Opini Publik

Sering kali opini publik yang digiring ke arah negatif issue akan bisa membawa dampak buruk bagi citra sebuah organisasi. Oleh karenanya bagian humas memiliki peran penting sebagai pihak yang harus mengetahui, issue issue yang sedang berkembang dan hangat menjadi perbincangan terutama yang berkaitan dengan organisasi yang dikelola. Ada berbagai kepentingan yang bisa menggiring opini publik menjadi sebuah sinyal bahwa organisasi tersebut sedang dalam kondisi yang tidak stabil. Tentunya peran humas harus secara sigap cepat tanggap dalam menganalisis dan mengevaluasi issue yang berkembang.

Humas harus berasal dari sumber daya manusia yang kompeten di bidangnya serta harus didukung dengan sarana dan prasarana yang lengkap. Selain itu juga yang tidak boleh diabaikan adalah anggaran yang ada harus mampu mendukung kinerja bagian humas. Sehingga kinerja humas tidak melemah seperti penyebab ekonomi melemah . Dengan dukungan dari semua lini maka kinerja bagian humas akan lebih cepet, efektif serta efisien.

#### **C. Sistem Publikasi Terintegrasi Media Cetak**

Media cetak terutama komunikasi massa tidak pernah lepas dari peran media. Media massa menjadi penyalur pesan atau informasi yang ingin disampaikan komunikator kepada masyarakat luas. Oleh karena itu, media

massa berkembang menjadi pusat penyedia dan penyampai berbagai informasi yang terjadi di tengah masyarakat. Media massa memiliki peran penting dalam mengekspresikan, mendukung, dan mengakui suatu budaya yang berlaku dalam masyarakat.

Arti media massa sendiri mengacu pada sekumpulan media teknologi, yang mampu menjangkau masyarakat luas melalui media massa. Dalam perkembangannya, terdapat bermacam media komunikasi yang tersebar



dalam masyarakat, yaitu media cetak, media elektronik, dan media online. Komunikasi online dewasa ini menjadi media yang paling populer, namun media cetak dan elektronik masih tetap bertahan dan digemari. Media cetak merupakan media yang ditampilkan dalam bentuk cetakan dalam kertas. Media ini pertamakali ditemukan pada tahun 1455 oleh Johannes Gutenberg. Pada awal kemunculannya, media yang digunakan masih berupa daun atau

tanah liat. Hingga saat ini perkembangan media cetak semakin maju, baik dalam hal media, bentuk, serta teknis serta alat-alat percetakkannya. Contoh media cetak antara lain surat kabar, majalah, tabloid, dan bulletin.

Berikut ini akan Pakar Komunikasi paparkan pengertian media cetak Gambar



### 01. Publikasi Media Cetak Melalui Koran Lokal Bali Ekpress

Menurut para ahli, jika dilihat dari arti harafiahnya, media yang berasal dari kata latin merupakan bentuk jamak dari kata 'medium', yang berarti 'perantara' atau 'pengantar'. Artinya media adalah perantara atau pengantar pesan dari sumber pesan kepada penerima pesan. Sedangkan percetakan, secara harafiah berarti sebuah proses untuk memproduksi tulisan atau gambar, terutama dengan tinta di atas kertas, yang dilakukan secara masal dengan menggunakan mesin cetak. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa media cetak merupakan sebuah perantara atau pengantar pesan dari

sumber pesan kepada penerimanya, dalam bentuk tulisan atau gambar yang di cetak dengan tinta diatas kertas.

Eric Barnow mengemukakan bahwa media cetak memiliki pengertian sebagai segala barang yang dicetak dan ditujukan untuk umum. Media cetak merupakan berbagai bentuk barang cetakan seperti majalah, surat kabar, atau lainnya yang dibuat dengan tujuan menyebarkan informasi atau pesan komunikasi kepada masyarakat luas. Sementara itu, Menurut Ronald H Aderson dalam buku 'Pemilihan dan Pengembangan Media untuk Pembelajaran' yang di terjemahkan oleh Yusufhadi Miarso; Ronald H Anderson menyatakan bahwa media cetak merupakan segala bahan bacaan yang diproduksi secara professional, misalnya buku dan majalah.

Terkait publikasi, STAHN Mpu Kuturan bekerja sama dengan sejumlah media cetak (koran) yang ada di Bali. Beberapa koran yang sering melakukan peliputan berita seperti Bali Post, Bali Ekspres, Nusa Bali, Pos Bali dan beberapa koran-koran lokal lainnya. Bukan hanya koran, kerja sama juga meliputi kerja sama dengan majalah. Beberapa majalah yang telah menjalin kerja sama seperti Raditya, Media Hindu dan juga Craddha.

#### **D. Sistem Publikasi Terintegrasi Media Elektronik**

Menurut wikipedia, media elektronik adalah media yang menggunakan elektronik atau energi elektromekanis bagi pengguna akhir untuk mengakses kontennya. Istilah ini merupakan kontras dari media statis (terutama media cetak), yang meskipun sering dihasilkan secara elektronis tetapi tidak membutuhkan elektronik untuk diakses oleh pengguna akhir. Sumber media

elektronik yang familier bagi pengguna umum antara lain adalah rekaman video, rekaman audio, presentasi multimedia, dan konten daring. Media elektronik dapat berbentuk analog maupun digital, walaupun media baru pada umumnya berbentuk digital.

a. Televisi

Televisi adalah salah satu bentuk media elektronik. Dalam televisi biasanya menyampaikan informasi berupa audiovisual (penglihatan dan pendengaran). Informasi biasanya disampaikan oleh presenter atau pembawa berita. Informasi yang disampaikan biasanya adalah berita yang aktual yang saat ini sedang terjadi di masyarakat dalam maupun masyarakat luar. Informasi yang disiarkan dalam televisi biasanya lebih bisa dimengerti oleh khalayak banyak. Tapi berita yang disiarkan melalui televisi biasanya cepat menghilang atau tidak dapat diulang kembali.



**Gambar 03. Interaktid di Radio Guntur**

Terkait televisi, STAHN Mpu Kuturan beberapa kali menjalin kerja sama dengan beberapa media televisi seperti Bali TV dan Nirvana TV sebagai televisi lokal di Bali dan Bali bagian utara. Kerja sama terkait pemberitaan berbagai jenis kegiatan di STAHN Mpu Kuturan yang memang perlu dipublikasikan kepada masyarakat luas.

b. Radio

Radio adalah salah satu media elektronik. Dalam radio, informasi biasanya disampaikan dalam bentuk audio (pendengaran). Informasi yang disampaikan melalui radio biasanya berita-berita yang terjadi pada suatu daerah (hanya satu wilayah). Dalam radio juga bisa menemukan banyak

hiburan lain seperti lagu-lagu yang diputar. Melalui radio pendengar bisa berkomunikasi langsung dengan penyiar radio.



Gambar 04. Intraktif di Radio Guntur Singaraja

### **E. Sistem Publikasi Terintegrasi Media *Online***

Sosial media merupakan cikal bakal perkembangan teknologi internet. Banyak ahli menyebutkan, pemakaian internet terutama pada masa krisis komunikasi, mengidentifikasi masalah, manajemen dan komunikasi interaktif. Kegunaan lainnya adalah pembuatan newsletter (terbitan berkala) elektronik, pengiriman pesan kepada khalayak sasaran dan aplikasi internet dan web one to one dalam kegiatan marketing dan komunikasi (Holtz, 1993:3).

Melalui Sosial Media setiap individu bisa menjadi penerbit, konsumen atau melakukan kampanye untuk mempengaruhi perilaku konsumen khusus dalam bidang membuka perspektif baru. Perkembangan social media telah



mengubah pola komunikasi PR sebelumnya yang masih konvensional seperti komunikasi dari atas ke bawah, bawah ke atas, horizontal atau pola komunikasi massa. Semua itu telah mereka tinggalkan dengan pola yang lebih aktual setelah lahir nya internet dan berkembang nya social media seperti Facebook, Twitter dll.

20:36 ... 2.33K/s 📶 📶 📶 4G 🔋 65%

PENDIDIKAN

## Gubernur Bali Mendukung Eksistensi STAH NEGERI MPU KUTURAN



ADMIN 4 DAYS AGO 100 VIEWS



Singaraja, suryadewata.com  
Gubernur Bali Mangku Pastika mendukung penuh eksistensi Sekolah Tinggi Agama Hindu (STAH) Negeri Mpu Kuturan Singaraja sebagai lembaga pendidikan tinggi keagamaan Hindu yang

Social Media membawa perspektif dan pola baru di era informasi dalam bentuk jaringan teknologi yang memungkinkan setiap orang mengakses kemana saja untuk memenuhi kebutuhannya, Organisasi/Perusahaan yang mengadopsi internet/Social Media akan mengalami perkembangan pesat di tengah-tengah masyarakat informasi yang semakin heterogen dan dapat meraut khalayak atau pasar sasaran yang lebih besar jumlahnya. Kini dunia PR memasuki masa keemasan, karena teknologi internet/sosial media ini telah membawa praktisi mampu mencapai public sasaran secara langsung, tanpa intervensi dari pihak-pihak lain, seperti redaksi atau wartawan di media massa yang biasanya bertindak sebagai penjaga gawang pesan komunikasi dan melakukan penyensoran terhadap pesan informasi PR bagi khalayak (publik).

Apakah peran media online dewasa ini kaitannya dengan kehumasan dan publikasi perguruan tinggi. Media online adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (baca-komputer dan internet). Didalamnya terdapat portal, website (situs web), radio-online, TV-online, pers online, mail-online, dll, dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan user memanfaatkannya”.

Salah satu desain media online yang paling umum diaplikasikan dalam praktik jurnalistik modern dewasa ini adalah berupa situs berita. Situs berita atau portal informasi sesuai dengan namanya merupakan pintu gerbang informasi yang memungkinkan pengakses informasi memperoleh aneka fitur fasilitas teknologi online dan berita didalamnya. Content-nya merupakan perpaduan layanan interaktif yang terkait informasi secara langsung, misalnya

tanggapan langsung, pencarian artikel, forum diskusi, dll; dan atau yang tidak berhubungan sama sekali dengannya, misalnya games, chat, kuis, dll

20:37 ... 0.00K/s 4G 65%

m.rii.co.id/post/berita/564024/sc

## Gubernur Bali Mendukung Eksistensi STAH Negeri Mpu Kuturan

**Gubernur Bali Mendukung Eksistensi STAH Negeri Mpu Kuturan**

**22 August** 07:55 2018

★★★★★  
0 Votes (0)

by Ketut Sujana

Print Artikel  
Dengarkan Audio

KBRN, Singaraja : Gubernur Bali Mangku Pastika mendukung penuh eksistensi Sekolah Tinggi Agama Hindu (STAH) Negeri Mpu Kuturan

P1 P2 P3 P4 -- Pilih Stasiun --

Media Online merupakan produk jurnalistik online. Jurnalistik online –disebut juga cyber journalisme– didefinisikan sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet” (wikipedia). Secara teknis atau “fisik”, media online adalah media berbasis telekomunikasi

dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk kategori media online adalah portal, website (situs web, termasuk blog), radio online, TV online, dan email. Media online (online media) adalah media massa yang tersaji secara online di situs web (website) internet. Media online adalah media massa "generasi ketiga" setelah media cetak (printed media) –koran, tabloid, majalah, buku– dan media elektronik (electronic media) –radio, televisi, dan film/video.

Media Online merupakan produk jurnalistik online. Jurnalistik online –disebut juga cyber journalisme– didefinisikan sebagai "pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet" (wikipedia).

4. Secara teknis atau "fisik", media online adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk kategori media online adalah portal, website (situs web, termasuk blog), radio online, TV online, dan email.

5. Isi media online terdiri: Teks, Visual/Gambar, Audio, dan Audio-Visual (Video)

Media online, termasuk salah satu agen informasi yang banyak dicari oleh khalayak pada saat ini. Karakteristik yang dimiliki oleh media ini membius para khalayak yang haus akan informasi.

1. Karakteristik yang paling populer yang dimiliki oleh media online adalah sifatnya yang real time. Dalam artian, berita, kisah-kisah, peristiwa-peristiwa, bisa langsung dipublikasikan pada saat kejadian sedang berlangsung.

2. Karakter lainnya yang membuat media online menjadi begitu banyak diasumsi adalah sifatnya yang interaktif. Dengan memanfaatkan hyperlink yang terdapat pada web, karya-karya jurnalisisme online dapat menyajikan informasi yang terhubung dengan sumber-sumber lain. Dalam hal ini berarti, pengguna/pembaca dapat menikmati informasi secara efisien dan efektif namun tetap terjaga dan didorong untuk mendapatkan pendalaman dan titik pandang yang lebih luas bahkan berbeda. Interaktifitas juga dapat dilihat dari adanya pemberian feed back / umpan balik dari pembaca yang membaca sebuah berita melalui kolom komentar yang disajikan di bawah berita yang ditampilkan. Sehingga para pembaca dapat memberikan kritik dan sarannya serta bertukar pikiran dengan pembaca yang lainnya.

3. Selain itu juga, menyertakan unsur-unsur multimedia adalah termasuk karakteristik lain dari media online yang tidak kalah penting, sehingga mampu menyajikan bentuk dan isi publikasi yang lebih kaya di dalam sebuah web. Seperti dalam terminology internet, ada istilah hoax. Jika suatu berita tidak disertai dengan multimedia baik berupa gambar atau video bisa jadi berita tersebut diragukan kepercayaannya.

4. Kapasitas luas –halaman web bisa menampung naskah sangat panjang

5. Pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja.

6. Jadwal terbit bisa kapan saja bisa, setiap saat.

7. Cepat, begitu di-upload langsung bisa diakses semua orang.

8. Menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.

9. Aktual, berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
10. Update, pembaruan informasi terus dan dapat dilakukan kapan saja.
11. Interaktif, dua arah, dan "egaliter" dengan adanya fasilitas kolom komentar, chat room, polling, dsb.
12. Terdokumentasi, informasi tersimpan di "bank data" (arsip) dan dapat ditemukan melalui "link", "artikel terkait", dan fasilitas "cari" (search).
13. Terhubung dengan sumber lain (hyperlink) yang berkaitan dengan informasi tersaji.

#### **F. Sistem Publikasi Terintegrasi Media Massa Membentuk Opini Publik**

Media Massa (Mass Media) singkatan dari Media Komunikasi Massa (Mass Communication Media), yaitu sarana, channel, atau media untuk berkomunikasi kepada publik. Istilah Media Massa sering disingkat "Media" saja, tanpa "Massa". Media Massa merupakan suatu sumber informasi, hiburan, dan sarana promosi (iklan). Menurut Leksikon Komunikasi, media massa adalah "sarana penyampai pesan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas misalnya radio, televisi, dan surat kabar". Menurut Cangara, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi.

Media adalah bentuk jamak dari medium yang berarti tengah atau perantara. Massa berasal dari bahasa Inggris yaitu mass yang berarti kelompok atau kumpulan. Dengan demikian, pengertian media massa adalah perantara atau alat-alat yang digunakan oleh massa dalam hubungannya satu sama lain (Soehadi, 1978:38).

Media massa merupakan salah satu alat dalam proses komunikasi massa, karena media massa mampu menjangkau khalayak yang lebih luas dan relatif lebih banyak, heterogen, anonim, pesannya bersifat abstrak dan terpencar. dalam kajian komunikasi massa sering dipahami sebagai perangkat- perangkat yang diorganisir untuk berkomunikasi secara terbuka dan pada situasi yang berjarak kepada khalayak luas dalam waktu yang relatif singkat (McQuail, 2000:17). Media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massa dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal (Bungin, 2006:7).

Media massa pada awalnya dikenal dengan istilah pers yang berasal dari bahasa Belanda, yang dalam bahasa Inggris berarti press. Secara harafiah pers berarti cetak, dan secara maknawiah berarti penyiaran secara tercetak atau publikasi secara tercetak (print publications). Dalam perkembangannya pers mempunyai dua pengertian, yakni pers dalam pengertian sempit dan pers dalam pengertian luas. Pers dalam arti luas adalah meliputi segala penerbitan, termasuk media massa elektronika, radio siaran dan televisi siaran, sedangkan pers dalam arti sempit hanya terbatas pada

media massa cetak, yakni surat kabar, majalah dan bulletin kantor berita (Onong 2002:145).

Peran Media Massa Media merupakan sarana bagi komunikasi dalam menyiarkan informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan yang beragam dalam jumlah yang banyak. Hal ini menunjukkan media massa merupakan sebuah institusi yang penting bagi masyarakat. Asumsi ini didukung oleh McQuail dengan mengemukakan pemikirannya tentang media massa :

1. Media merupakan industri yang berubah dan berkembang yang menciptakan lapangan kerja, barang dan jasa, serta menghidupkan industri lain yang terkait, media juga merupakan industri tersendiri yang memiliki peraturan dan norma-norma yang menghubungkan institusi tersebut dengan masyarakat dan institusi sosial lainnya, di lain pihak, institusi diatur oleh masyarakat.

2. Media massa merupakan sumber kekuatan alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat di dayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya.

3. Media merupakan lokasi atau forum yang semakinberperan, untuk menampilkan peristiwa kehidupan masyarakat, baik bertaraf nasional maupun internasional.

4. Media sering sekali sebagai wahana pengembangan kebudayaan, bukan saja dalam pengertian pengembangan bentuk seni dan simbol, tetapi juga dalm pengertian pengembangan tata cara, mode, gaya hidup dan norma-norma.



5. Media telah menjadi sumber dominan bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial, tetapi juga bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif, media menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dileburkan dengan berita dan hiburan.

Opini publik adalah pendapat kelompok masyarakat atau sintesa dari pendapat dan diperoleh dari suatu diskusi sosial dari pihak-pihak yang memiliki kaitan kepentingan. Agregat dari sikap dan kepercayaan ini biasanya dianut oleh populasi orang dewasa. Dalam menentukan opini publik, yang dihitung bukanlah jumlah mayoritasnya (numerical majority) namun mayoritas yang efektif (effective majority). Subyek opini publik adalah masalah baru yang kontroversial di mana unsur-unsur opini publik adalah: pernyataan yang kontroversial, mengenai suatu hal yang bertentangan, dan reaksi pertama/gagasan baru.

Pendekatan prinsip terhadap kajian opini publik dapat dibagi menjadi 4 kategori:

1. pengukuran kuantitatif terhadap distribusi opini.
2. penelitian terhadap hubungan internal antara opini individu yang membentuk opini publik pada suatu permasalahan
3. deskripsi tentang atau analisis terhadap peran publik dari opini publik.
4. kajian baik terhadap media komunikasi yang memunculkan gagasan yang menjadi dasar opini maupun terhadap penggunaan media oleh pelaku propaganda dan manipulasi.

Menurut dan nimmo, opini personal terdiri atas kegiatan verbal dan non verbal yang menyajikan citra dan interpretasi individual tentang objek tertentu, biasanya dalam bentuk isu yang diperdebatkan orang.[6]

Opini dapat dinyatakan secara aktif maupun secara pasif. Opini dapat dinyatakan secara verbal, terbuka dengan kata-kata yang dapat ditafsirkan secara jelas, ataupun melalui pilihan-pilihan kata yang sangat halus dan tidak secara langsung dapat diartikan (konotatif). Opini dapat pula dinyatakan melalui perilaku, bahasa tubuh, raut muka, simbol-simbol tertulis, pakaian yang dikenakan, dan oleh tanda-tanda lain yang tak terbilang jumlahnya, melalui referensi, nilai-nilai, pandangan, sikap, dan kesetiaan.[7]

Opini publik itu identik dengan pengertian kebebasan, keterbukaan dalam mengungkapkan ide-ide, pendapat, keinginan, keluhan, kritik yang membangun, dan kebebasan di dalam penulisan. Dengan kata lain, opini publik itu merupakan efek dari kebebasan dalam mengungkapkan ide-ide dan pendapat.

#### 2.4. Cara Mengetahui Adanya Opini Publik

Tahun 1969 sewaktu pembrontakan GESTAPU/PKI ada pertentangan antara PKI dan pendukung Pancasila yang kemudian menjadi Orde Baru. Pertentangan terjadi setelah mendengar bahwa ada pembunuhan terhadap para Jendral oleh PKI. Pembrontakan PKI (GESTAPU/PKI) berlangsung di mana-mana, akan tetapi langsung dapat ditumpas.] Hal tersebut juga kita dengar dari surat kabar, radio, televisi dan film, rapat-rapat, pidato-pidato, di

forum ceramah dan di mana saja. Gejala tersebut disebut public opinion atau opini publik.[9]

Untuk memahami opini seseorang dan publik tidaklah mudah. Menurut R.P. Abelson, hal ini berkaitan dengan:

1. Kepercayaan mengenai sesuatu (belief)
2. Apa yang sebenarnya dirasakan atau menjadi sikapnya (attitude)

Persepsi. Suatu pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi serta menafsirkan pesan dan persepsi merupakan pemberian makna pada stimuli inderawi.[10]

#### 2.5. Peran Media Dalam Pembentukan Opini Publik

Lirik dari grup musik Green Day di atas tampaknya menjadi sebuah bait yang sangat menjelaskan kondisi nyata dari pola pembentukan realitas sosial saat ini. Media massa, termasuk televisi, menjadi ikon pembentuk konstruksi sosial. Media pun menjadi pembentuk kuasa kebenaran dalam realita sosial. Norma-norma kehidupan cenderung dipegang oleh media. Peran media dalam pembentukan opini semakin masif dalam beberapa dekade terakhir. Semakin pentingnya peran media dalam pembentukan opini publik tidak terlepas dari pesatnya peningkatan teknologi informasi dan komunikasi. Jika pada 10 tahun sebelumnya seseorang masih sulit untuk dapat mengakses internet, namun hari ini setiap orang dapat mengakses internet secara mobile. Jika 10 tahun sebelumnya jumlah stasiun televisi sangat terbatas, namun hari ini jumlah stasiun televisi semakin banyak dan dengan tingkat coverage yang lebih luas.

Bahkan, hari ini kita dapat mengakses jaringan internasional, sesuatu yang mustahil dilakukan pada beberapa tahun yang lalu.

Walaupun tidak semasih beberapa tahun terakhir, media di masa lalu juga memiliki peran yang besar dalam membentuk opini publik. Contohnya adalah bagaimana publik melihat Sukarno sebagai seorang pemimpin besar Indonesia. Lewat radio pada saat itu, Sukarno berhasil membangun citra pemimpin kharismatik di masyarakat Indonesia, walaupun sebagian masyarakat mengetahui bahwa dalam praktek Sukarno adalah pemimpin yang otoriter. Namun sekali lagi, peran media telah menggeser opini publik terhadap citra Sukarno dari seorang pemimpin diktator menjadi pemimpin yang kharismatik dan dibanggakan oleh masyarakat Indonesia.

Peranan media masa tersebut tentunya tidak dapat dilepaskan dari arti keberadaan media itu sendiri. Marshall McLuhan, seorang sosiolog Kanada mengatakan bahwa "media is the extension of men". Pada awalnya, ketika teknologi masih terbatas maka seseorang harus melakukan komunikasi secara langsung. Tetapi, seiring dengan peningkatan teknologi, maka media massa menjadi sarana dalam memberikan informasi, serta melaksanakan komunikasi dan dialog. Secara tidak langsung, dengan makna keberadaan media itu sendiri, maka media menjadi sarana dalam upaya perluasan ide-ide, gagasan-gagasan dan pemikiran terhadap kenyataan sosial (Dedy Jamaludi Malik, 2001: 23).

Dengan peran tersebut, media massa menjadi sebuah agen dalam membentuk citra di masyarakat. Pemberitaan di media massa sangat terkait

dengan pembentukan citra, karena pada dasarnya komunikasi itu proses interaksi sosial, yang digunakan untuk menyusun makna yang membentuk citra tersendiri mengenai dunia dan bertukar citra melalui simbol-simbol (Nimmo, 1999). Dalam konteks tersebut, media memainkan peranan penting untuk konstruksi realitas sosial.

Sebagai seorang praktisi media massa, Direktur Pemberitaan TV One, Karni Ilyas atau biasa disebut "Bang One", telah menunjukkan betapa strategisnya peran media dalam pembentukan realitas sosial. Berbagai contoh seperti pencitraan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tahun 2004, kasus Manohara yang mengkonstruksi opini masyarakat bahwa dia sebagai orang yang perlu dilindungi, dan terakhir adalah citra terhadap KPK sebagai institusi pemberantasan korupsi; tidak dapat dilepaskan dari peran media dalam membentuk opini publik.

Namun, Karni Ilyas menyatakan bahwa pembentukan opini publik tidak sepenuhnya menjadi monopoli media massa. Masyarakat juga memiliki peran dalam mencerna informasi yang didapat dari media. Dalam hal itu, maka faktor relativisme budaya masyarakat menjadi hal yang penting dalam proses keberterimaan sebuah opini publik.

Dengan perannya yang sangat besar dalam pembentukan opini publik, maka sudah sejatinya gerakan mahasiswa dapat memanfaatkan keran-keran media massa dalam melakukan advokasi kebijakan publik. Penyebaran diskursus-diskursus dalam publicsphere inilah yang seharusnya lebih

dimaksimalkan oleh gerakan mahasiswa agar gerakan mahasiswa lebih efektif dalam mencapai tujuan-tujuan gerakannya.

