**PERSAMAAN DAN PERBEDAAN CYBER PUBLIC RELATION 1.0 DAN CYBER PUBLIC RELATION 2.0**

Muhammad Dio Hamanrora (191410168)

**Abstrak**

Relations atau hubungan yang ada dalam perusahaan memiliki peran yang penting dalam mengelola ataupun mendapatkan informasi yang diperlukan bagi perusahaan. Adapun Cyber Public Relations sendiri memiliki berbagai peran penting serta manfaat yang luas bagi perusahaan terutama dalam menjalin network ataupun hubungan yang diperlukan perusahaan terlebih lagi dalam mencari informasi. Peran teknologi pada public relation ini baik kepada pelanggan ataupun hubungan lainnya yang diperlukan perusahaan sangat diperlukan untuk membangun hubungan yang baik nantinya. Dalam cyber public relations memiliki perbedaan tersendiri di setiap eranya baik era 1.0, 2.0, 3.0 dan 4.0. Sederhananya jika dilihat dari tiap era, perkembangan cyber public relations berkembang dari peran teknologi didalamnya. Mulai dari manual berupa media cetak, berkembang menjadi platform digital, lanjut ke era media sosial hingga ke zaman AI(Artificial Intelligent). Lain dari itu, terdapat juga beberapa perbedaan yang signifikan lainnya.

**Kata Kunci:** Cyber Public Relations, Persamaan, Perbedaan, Era 1.0, Era 2.0

**PENDAHULUAN**

Cyber Public Relations ialah kegiatan yang memanfaatkan teknologi ataupun media internet yang dijadikan sarana publisitas dengan tujuan untuk membangun hubungan antar satu sama lain secara interaktif agar dapat menghasilkan relasi yang baik, reputasi yang baik serta relevan. CPR ini seiring dengan perkembangan zaman mengalami perkembangan dari era ke era. Mulai era 1.0 hingga era 4.0. Dari setiap era memiliki berbagai perbedaan dan persamaan tersendiri. Termasuk era 1.0 dan 2.0.

Dalam era 1.0 dan 2.0 memiliki perbedaan dan persamaan tertentu. Namun kurangnya pengetahuan serta kesadaran masyarakat akan perkembangan cyber public relations di kedua era tersebut menjadi salah satu permasalahan tersendiri di era masyakarat. Misal mulai dari ketinggalan zaman, kurangnya pengetahuan, ketinggalan era IT hingga sebagainya.

Adapun dibuatnya paper ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan bagi masyarakat sehingga masyarakat dapat menanggapi adanya perubahan cyber public relations 1.0 dan cyber public relations 2.0. Memberikan seputar pengetahuan akan persamaan serta perbedaan cyber public relations di kedua zaman tersebut juga diharapkan dapat menjadi solusi permasalahan masyarakat yang ada sehingga dapat membuat masyakarat menjadi lebih mengerti akan seputar cyber public relations terutama di era 1.0 dan 2.0

**PEMBAHASAN**

Melihat arus komunikasi di media sosial yang sifatnya tidak terkendali, konsep media relations dalam PR tentu harus berubah. Luthfie (2009d) mengungkapkan konsep PR 1.0 masih menempatkan middle man, yakni para jurnalis sebagai penyampai pesan. Yang dilakukan para praktisi PR 1.0 dalam kaitannya dengan media adalah membangun media relations, menjalin hubungan yang amat baik dengan media mainstream, agar pesan-pesan mereka bisa tersampaikan ke publik melalui media. Sedangkan PR 2.0 bukan sekadar mengelola jurnalis, tetapi juga mengelola konsumen yang mampu menjadi publisher di dunia maya. Mereka adalah para blogger, facebookers, friendsters, plukers serta pemilik akun di Web 2.0 lainnya.

Konsep PR 2.0 tersebut dalam kaitannya dengan media adalah membangun social media relations. Sebab di era media sosial khalayak bebas menuliskan pesan apa saja yang mereka sukai. Jika mereka tidak suka dengan pengalamannya mengonsumsi sebuah produk, mereka dengan mudah menulisnya di blog, Facebook, Twitter dan menyebarkannya di forum atau milis. Mereka tidak perlu bersusah payah mengirim surat pembaca ke media cetak yang belum tentu dimuat. Demikian juga, jika mereka senang dengan sebuah produk mereka tidak akan segan-segan menulisnya di internet.

Menurut President International Public Relations Association (IPRA) Elizabeth Goenawan Ananto, saat ini semua serba terbuka. Informasi dari mana saja bisa didapat online, sehingga konsumen makin paham bahwa hak mereka untuk mendapatkan informasi, berargumentasi, bicara apa saja terbuka lebar. Karena itulah praktisi PR harus lebih canggih dan cerdas memecahkan persoalan sosial yang semakin kompleks (Palupi, 2010).

Leila Djaafar, Senior Vice President Head Corporate Affair Permata Bank menambahkan, ada empat hal yang membuat praktik PR sekarang lebih kompleks: (1) Dulu PR dilihat sebagai function by function secara terpisah tetapi sekarang lebih strategik dan total corporation; (2) Dulu PR bersifat linier sekarang menjadi lebih integrated; (3) Dulu PR trennya hanya komunikasi atau promosi satu arah untuk melindungi citra perusahaan, sekarang harus lebih proaktif untuk mencegah kemungkinan datangnya krisis; (4) Dulu PR sangat tergantung dan dikelilingi media tradisional, sekarang eranya digital dan banyak media baru (blog, jejaring sosial dan lainnya) bermunculan (Palupi, 2010).

Nana Novianda[18] mengungkapkan bahwa revolusioner ini Era tersebut juga dialami oleh dunia humas. Dalam perkembangannya, ada empat tahap publik era hubungan:

a. Era PR 1.0: di era ini, PR praktisi harus melakukan tugas tradisional mereka, yaitu monitoring secara manual setiap hari. Era ini terjadi pada tahun 1960-1970-an ketika media cetak seperti koran dan majalah menjadi media andalan

b. Era PR 2.0: Era ini ditandai dengan lahirnya media online dimana media cetak seperti

New York Times, Kompas dan Tempo beralih ke platform digital. Di era ini, jurnalis lebih banyak fleksibel dalam membuat berita, karena berita bisa dibuat kapan saja, di mana saja kepada siapa saja. Ini sangat berbeda jika dibandingkan dengan era humas 1.0 di mana jurnalis terpaku pada tenggat waktu berita di sore.

c. Era PR 3.0: di era ini, media sosial telah menjadi media yang menarik bagi masyarakat. Sosial media seperti Facebook, Instagram, YouTube dan blog telah menjadi platform digital di mana semua orang berada bebas menulis berita atau informasi. Hubungan Masyarakat praktisi di era ini tidak hanya memantau elektronik media, tetapi juga perlu memantau media sosial. Di dalam zaman, arus informasi bergerak cepat dan bebas, jadi berita negatif atau hoax akan sangat sulit untuk kontrol.

d. Era PR 4.0: era ini ditandai dengan kehadiran Artificial Intelligence (AI) dan big data. Meskipun dampak dari fenomena ini belum dirasakan saat ini, nyatanya keberadaan robot telah mampu menulis artikel di media digital dan mencari bahan.

Adapun untuk persamaan dan perbedaan antara era 1.0 dan 2.0 dari cyber public relations ialah

Persamaan

1. Sama-sama berbentuk kegiatan yang dilakukan untuk membangun relations ataupun network.
2. Meski berbeda era namun di tiap era tersebut masih melibatkan peran manusia dalam melakukan kegiatan public relations
3. Menerapkan teknologi di setiap era meskipun tingkat kecanggihan teknologi tersebut berbeda-beda.

Perbedaan

1. Era 1.0
2. Kegiatan public relations masih bersifat middle man yang mana benar-benar mengandalkan peran manusia dalam membangun relasi
3. Di era ini media yang ada masih bersifat media cetak seperti koran dan majalah sebagai pendukung kegiatan public relations
4. Banyak kegiatan public relations masih bersifat manual dan belum terdigitalisasi
5. Era 2.0
6. Selain menggunakan peran manusia itu sendiri dalam melakukan kegiatan public relations, era ini sudah menerapkan website digital sebagai media pendukungnya.
7. Media-media yang sudah ada berbentuk digital ataupun berbentuk website berita ataupun media cetak yang terdigitalisasi lainnya.
8. Sudah mulai terdigitalisasi namun masih terbatas pada elektronik media berupa website berita.
9. Maraknya era blogger ataupun penyebaran informasi melalui website ataupun media digital.

Dengan adanya pengetahuan seputar cyber public relations baik di era 1.0 ataupun 2.0 dapat memberikan sedikit wawasan kepada masyarakat ataupun pihak perusahaan tersendiri. Yang mana nantinya hal ini akan menjadi solusi bagi permasalahan yang ada. Permasalahan yang dimaksud misalnya seperti kurang tahunya masyarakat dalam memanfaatkan media IT untuk kegiatan cyber public relations, sering terjadinya penipuan terhadap masyarakat yang kurang mengerti tentang IT terkait perihal cyber public relations, adanya kesulitan masyarakat ataupun pihak perusahaan dalam membangun hubungan karena banyaknya ketidaktahuan baik dari segi pengetahuan ataupun pengalaman terkait cyber public relations dan masalah lainnya. Adanya paper ini ditujukan untuk mengatasi berbagai masalah tersebut melalui pengetahuan-pengetahuan tertentu terutama dari segi persamaan dan perbedaan cyber public relations di era 1.0 dan 2.0. Diharapkan dengan adanya pengetahuan seputar persamaan ataupun perbedaan cyber public relations ini memberikan wawasan kepada masyarakat ataupun perusahaan tersendiri dari kedua era tersebut sehingga dapat membuat masyarakat dapat mengikuti perkembangan zaman dan mengerti perkembangan teknologi yang ada ataupun pengetahuan seputar kegiatan cyber public relations di kedua era tersebut.

**PENUTUP**

Cyber public relations merupakan kegiatan yang bertujuan untuk membangun hubungan atau network kepada sesama dengan memanfaatkan berbagai teknologi yang ada. Dengan mengetahuinya berbagai perbedaan ataupun persamaan di kedua era baik 1.0 ataupun 2.0 dapat mengetahui seberapa jauh perkembangan cyber public relations ataupun perkembangan teknologi di kedua era tersebut sehingga dapat memberikan pertimbangan, pengetahuan dan kompilasi untuk referensi kegiatan cyber public relations ke depannya.

**REFERENSI**

<https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/download/3345/3263>

<https://www.researchgate.net/publication/348112997_Cyber_Public_Relations_Readiness_of_Private_Universities_In_West_Sumatera_to_Welcome_the_Industrial_Era_40/fulltext/5ff3b14ca6fdccdcb82e8b86/Cyber-Public-Relations-Readiness-of-Private-Universities-In-West-Sumatera-to-Welcome-the-Industrial-Era-40.pdf>

<https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Badri/publication/340619246_Social_Media_Relations_Strategi_Public_Relations_di_Era_Web_20/links/5e953c2f92851c2f529f4554/Social-Media-Relations-Strategi-Public-Relations-di-Era-Web-20.pdf>