

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Cyber Public Relations atau yang dikenal dengan *Cyber PR* merupakan suatu istilah yang digunakan dalam aktivitas *Public Relations* dalam upaya menyampaikan informasi kepada publik. *Cyber PR* yang ada pada pemerintahan Kota Padang juga memanfaatkan *Website* dan media sosial. Hampir keseluruhan dengan kegiatan kehumasan yang menggunakan internet termasuk *Customer Relations Management*. Semua kegiatan *Cyber PR* yang dijalankan oleh Dinas Komunikasi dan Informasi (Diskominfo) Kota Padang akan selalu berkaitan dengan segala aktivitas komunikasi. Aktivitas komunikasi yang dimaksudkan adalah bagaimana terjadinya hierarki komunikasi dalam bentuk pola komunikasi dan interaksi yang terjadi pada pengalaman pegawai sebagai wadah dalam penyampaian informasi kepada publik.

Salah satu media yang digunakan dalam menunjang kegiatan *Cyber Public Relations* Pemkot Padang adalah media yang saat ini mudah diakses dalam penggunaannya yaitu media sosial. Media sosial sebagai wadah dimana banyak orang yang dapat berinteraksi layaknya di dalam sebuah masyarakat melalui medium internet. *Instagram, Facebook, Twitter, Website* dan *Youtube* merupakan satu dari banyaknya media sosial yang sangat populer untuk saat sekarang ini. Segala aktivitas adalah segala sesuatu yang dilakukan atau kegiatan-kegiatan yang terjadi baik fisik maupun non fisik merupakan suatu keharusan (Mulyono, 2001). Aktivitas dalam konteks *Cyber PR* adalah suatu kegiatan atau perbuatan yang dilakukan oleh seseorang kehumasan yang mengandung maksud tertentu yang memang dilakukannya sesuai kebutuhan informasi publik (Phillips, 2009). Aktivitas komunikasi tidak dapat dilepaskan di kehidupan kehumasan, karena komunikasi merupakan bagian integral dari sistem dan tatanan kehidupan pemerintah kota dan masyarakat.

Perkembangan teknologi saat ini yang sudah gencar pada penerapan PR 4.0 dalam bidang kehumasan sangat berhubungan dengan *Cyber PR* (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2020). *Cyber PR* di Indonesia itu sudah memasuki Era PR 4.0 dimana era kehumasan saat ini sudah bernaung dengan segala sektor yang berhubungan dengan memanfaatkan media internet, baik itu media sosial seperti *Instagram*, *Facebook* dan lain-lain. *Cyber PR* Pemkot Padang saat ini sudah berkonsep pada pemanfaatan media sosial dan *Website*. Namun Pemkot Padang itu sendiri belum seutuhnya memasuki PR 4.0 secara efektif. Berdasarkan observasi awal diketahui Pemkot Padang masih terkonsep PR 2.0 itu terbukti dengan masih banyaknya informasi publik yang diberikan secara langsung bukan melalui pengaplikasian media *online* seperti; membuat aturan dan kebijakan yang tertulis lalu dibagikan secara langsung melalui media *Cyber PR* dengan tidak menggunakan sebuah sistem khusus secara *online*.

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan melalui *Whatsapp* dengan Kepala Sub Bagian Humas Pemkot Padang menjelaskan bahwa Pemerintah Kota Padang saat ini dijalankan oleh dua unit kerja, bagian tersebut terbagi atas bagian Prokopim Setda dan Diskominfo. Fungsi Humas bagian Prokopim Setda adalah memberikan informasi yang berkaitan dengan pimpinan (kepala daerah) sedangkan pada Diskominfo dialihkan sebagai Humas publik yang memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan oleh publik.

Dasar hukum pembagian tugas ini sudah diatur pada Perwako 106 Tahun 2019. *Cyber PR* pada pemerintah kota merupakan bagian dari prosedur kehumasan Diskominfo. Dengan kata lain, informasi publik yang dijalankan oleh *Cyber PR* Pemkot Padang dikelola oleh Diskominfo. *Cyber PR* Pemkot Padang merupakan salah satu perangkat daerah yang sudah menggunakan dan menerapkan penggunaan media sebagai saluran penyebarluasan informasi kepada publik yaitu melalui *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *Website* dan *Youtube*. Dimana *Cyber PR* Pemerintah Kota Padang yang bertugas dalam menyampaikan informasi kepada publik melalui berbagai sosial media tersebut.

Berdasarkan wawancara awal dengan Kepala Seksi Pengelolaan Media Komunikasi Publik menyampaikan bahwa fungsi kehumasan dijalankan oleh dua unit kerja yaitu bagian Prokopim (Protokol dan Komunikasi Pimpinan) dan Diskominfo. Hal ini sesuai dengan Perwako 106 Tahun 2019 yang mengharuskan fungsi Humas setiap daerah dialihkan ke Diskominfo. Tetapi untuk saat ini fungsi Humas bagian Prokopim belum dialihkan sepenuhnya ke Diskominfo sebagai fungsi kehumasan. Diskominfo Padang memanfaatkan seluruh media publikasi dalam membangun citra pemerintahan Kota Padang.

Peranan *Cyber PR* Diskominfo juga terdapat berbagai media sosial dan *Website* www.padang.go.id yang bisa diakses oleh seluruh masyarakat. Tidak hanya pemanfaatan fungsi pada sosial media, Diskominfo juga sudah menjalankan banyak program *Cyber PR* tetapi belum optimal dalam menyebarkan program-program tersebut kepada masyarakat kota Padang melalui media *online* yang mana beberapa diantaranya seperti, pemanfaatan program *equipment* digital yang dibuat oleh *Cyber PR* Diskominfo pada setiap lingkungan kantor kelurahan, kantor kecamatan, puskesmas, *public space*, dan beberapa mesjid yang bertujuan untuk memudahkan pelayanan kepada publik seperti pemanfaatan akses internet gratis atau *freenet*. Selain memperkuat basis pelayanan administrasi masyarakat pada level terdepan di kecamatan dan kelurahan, *freenet* juga dimaksudkan untuk dapat dimanfaatkan untuk berbagai kepentingan. Program *Cyber PR* yang memberikan *freenet* kepada publik memungkinkan masyarakat disekitar kantor Organisasi Perangkat Daerah (OPD) lingkup Pemkot Padang juga diizinkan untuk mengakses jaringan internet untuk keperluan unit usahanya secara *online*. Jika sebelumnya hanya memungkinkan promosi dan transaksi jual beli produk usaha dilakukan secara konvensional, sekarang masyarakat dapat melakukan secara digital melalui akun media sosialnya masing-masing.

Program *Cyber PR* lainnya yang dibuat oleh Diskominfo adalah program GEBUNet yang merupakan program pemberdayaan masyarakat juga sudah di *launching* pada tahun 2020 dan dalam perjalanannya mampu memberikan solusi persoalan berjalan daring bagi anak-anak sekolah yang

berada disekitar rumah ibadah. Bahkan disetiap kantor Camat dalam radius sekitar 50 meter bisa mengakses internet tersebut. Gerakan yang disebut dengan GEBUNet (Gerakan menabung seribu rupiah sehari untuk sumbangan internet). Ada dua pilar utama GEBUNet, yaitu donator dan masyarakat. Gerakan partisipasi masyarakat ini diharapkan dapat menjadi bagian dari solusi penyediaan internet untuk keperluan belajar daring di rumah ibadah. Dengan berjalannya program GEBUNet yang diberikan oleh *Cyber PR* Diskominfo memungkinkan informasi yang diterima publik lebih baik dari yang sebelumnya.

Perencanaan program *Cyber PR* lainnya berupa pemanfaatan aplikasi e-Kelurahan berbasis *android* dan e-Kecamatan, sehingga ini memungkinkan untuk layanan administrasi masyarakat akan terintegrasi mulai dari tingkat kelurahan sampai dengan tingkat kecamatan yang akan di*advance* dan dilengkapi dengan tanda tangan elektronik secara *online*. Dalam kaitannya kegiatan *Cyber PR* yang memberikan informasi kepada publik, selain informasi yang ada didalam web www.padang.go.id, ada juga aplikasi Padang dalam Genggaman yang merupakan aplikasi berisikan informasi tentang Kota Padang secara umum yang lebih ditujukan kepada para pendatang (Wisatawan, pebisnis, dan lain-lain).

Indek sistem pemerintahan berbasis elektronik (SPBE) Kota Padang juga menunjukkan angka yang tidak stabil dari tahun ke tahun. Indeks SPBE Kota Padang tahun 2020 tercatat 2,96 (2,78 di tahun 2019), yang merupakan kenaikan yang cukup tinggi. Hal ini menandakan bahwa proses digitalisasi dalam kerangka percepatan transformasi digital di Kota Padang sudah pada arah yang benar. Tetapi jika dilihat pada tahun 2021 tercatat 2,47 yang berarti proses digitalisasi sangat menurun dari tahun 2019 (Diskominfo Kota Padang, 2021). Hal ini menandakan bahwa Diskominfo belum stabil dalam pengelolaan percepatan transformasi digital secara adaptif. Selain itu peranan *Cyber PR* dalam kehumasan Kota Padang juga sudah menjalankan yang namanya *e-payment* khusus untuk pembayaran retribusi menara telekomunikasi oleh seluruh provider dapat dilakukan secara virtual mulai

tahun 2021 sebanyak 490 menara telekomunikasi di Kota Padang dengan berbagai tipe yang dikelola oleh 22 provider, dengan potensi retribusi sekitar 2,3 Milyar Rupiah setiap tahun. Penerapan aplikasi ini didukung oleh BNI cabang Padang sebagai salah satu Bank Kas Daerah yang akan menampung setoran retribusi Menara telekomunikasi tersebut.

Komunikasi dari konteks aktivitas merupakan suatu proses dalam berkomunikasi yang merupakan semua kegiatan seseorang atau sekelompok orang untuk memperoleh informasi. Dalam kegiatan *Cyber PR* peran komunikasi dapat dikategorikan sebagai komunikasi langsung dan komunikasi yang termediasi. Dalam hal ini aktivitas komunikasi yang dilakukan kehumasan Pemkot Padang akan menentukan efektifitas komunikasi dalam penyampaian informasi publik atau adanya peran komunikasi massa. Efek komunikasi massa dalam pembentukan realitas sosial dibentuk ketika informasi memberikan status yang sama sebagai pengamatan langsung dari realitas fisik. Sehingga masyarakat bisa menerima informasi yang diberikan melalui media sosial dengan baik.

Komunikasi sangat berkaitan dengan hubungan pemerintahan bersama masyarakat. Dimana, komunikasi merupakan alat yang digunakan untuk memberikan informasi kepada publik. Humas harus bisa mengoptimalkan diri dalam melayani publik untuk memahami informasi yang diberikan. Dalam melakukan tugas Humas secara *online*, instansi dapat menentukan dan memilih platform apa saja yang bisa digunakan untuk penyebaran informasi, pelayanan, dan peningkatan citra instansi tersebut. Instansi dapat memilih media yang bisa digunakan seperti *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *Website* dan *Youtube*. Hal yang harus diperhatikan ialah bagaimana Humas dapat mengelola dan memaksimalkan media tersebut.

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan dengan cara mengamati berbagai media sosial, seperti akun *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *Website* dan *Youtube*. Humas Diskominfo Pemerintah Kota Padang pada bulan Desember 2021 diperoleh data jika akun *Instagram* @diskominfokotapadang memiliki 1.170 pengikut, jumlah *like* terlalu sedikit bahkan tidak ada *like*, dan

memposting informasi tidak setiap hari. Akun *Instagram* Diskominfo Kota Padang pernah diretas pada akhir tahun 2018 yang sudah memiliki 10.000 pengikut. Setelah akun tersebut diretas, pada awal tahun 2019 Diskominfo Kota Padang membuat akun baru tetapi akun baru tersebut sampai saat ini pengikut akun baru masih tetap saja sedikit. Begitu juga dengan tampilan informasi yang dibagikan kurang menarik pengunjung dan untuk memberikan psikologi warna digital juga berkaitan dengan pengalaman pegawai dalam mengelola *Cyber PR* dan adanya pengaruh latar belakang pendidikan pegawai. Pada akun *Facebook* Diskominfo Kota Padang juga belum optimal dalam memposting terkait informasi-informasi yang dibutuhkan masyarakat, pada akun *Twitter* @diskominfo pdg memiliki jumlah 46 pengikut saja dan *Website* www.padang.go.id dapat diketahui angka pengunjung yang lumayan kecil setiap harinya yaitu di bawah 100 pengunjung per hari serta belum dilengkapi kritik dan saran untuk publik. Pada akun *Youtube* Kominfo TV Padang juga dapat diketahui memiliki jumlah 733 *subscriber*, jumlah penonton dan like relative sedikit dan video yang diposting sekitar lima video dalam kurun waktu dua minggu. Diskominfo Pemkot Padang juga belum pernah melakukan survey tahunan untuk melihat signifikan *Cyber PR* dalam memberikan informasi publik serta adanya kekurangan SDM dan memiliki SDM yang tidak linear dibidang *Cyber PR*.

Media sosial yang digunakan Diskominfo Kota Padang belum optimal dalam memberikan informasi publik, dan berdasarkan data yang diperoleh peneliti adanya ketidakefektifan informasi yang diterima publik terhadap postingan yang diunggah di beberapa akun tersebut, karena angka pengunjung sangat sedikit dibandingkan pengikut akun tersebut. Padahal pada beberapa postingan tersebut dilengkapi dengan *caption* dan tag akun-akun pribadi dan akun instansi yang ada di Kota Padang seperti: @mahyeldisp @hendriseptapadang, @didiaryadi1968, @amrizal_rengganis, @rripro1padang, @polrestapadang, @tvrsumbar, @padang.tv dan akun lainnya. Dan kepala seksi pengolahan media Charlie Ch. Legi sendiri juga terlihat memposting link informasi-informasi di akun *Whatsapp* milik

pribadinya. Dengan situasi Covid-19 sebenarnya peran *Cyber PR* sangatlah efektif dibandingkan informasi secara langsung, apalagi ditengah kondisi pandemi ini masyarakat susah mendapatkan informasi dan sangat membutuhkan informasi yang terbaru seputar Kota Padang.

Aktivitas dan pelayanan yang dilakukan Humas di media sosial tidak hanya menjangkau publik secara luas dan cepat namun juga memberikan keuntungan untuk dijangkau secara global, informasi yang aktual, mengembangkan *investor Relations*, menjalin kerja sama dengan berbagai pihak, akses yang mudah dan biaya yang efisien (Yazid, 2010). Untuk mengunggah artikel, atau informasi penting, Pemerintah Kota Padang juga terkendala dengan anggaran. Dalam melakukan pelayanan yang optimal, Pemerintah Kota Padang seharusnya dapat memaksimalkan kesempatan dalam melayani masyarakat dalam 1 kali 24 jam.

Fungsi dan pemanfaatan media internet dalam melakukan tugas Humas melalui *Cyber PR* biasanya ditujukan sebagai sarana publisitas, promosi dan pelayanan informasi kepada publik. *Cyber PR* Diskominfo Kota Padang sebagai penyampai informasi kepada publik melalui media sosial apakah juga menerapkan inovasi baru seperti pemanfaatan SEO atau *Search Engine Optimization*, dalam kata lain adalah upaya mengoptimasi *Website* untuk mendapatkan peringkat teratas di hasil pencarian. Jika posisi *Website* berada di posisi hasil pencarian terbaik akan memungkinkan orang lain menemukan *Website* dengan mudah. Karena dapat dikatakan humas pemerintahan merupakan suatu hal yang sangat penting, jika dibandingkan dengan akun media sosial Diskominfo Kota Padang, dapat dikatakan masih banyak kekurangan dalam menyampaikan informasi kepada publik.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Charoline Cheisviyanny menjelaskan bahwa pada tahun 2018 dilakukan penelitian terhadap 16 *Website* pemerintah daerah di Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Barat yang menunjukkan jika kualitas *Website* sesuai dengan prinsip *good government* pada Kota di Sumatera Barat masih rendah, rendahnya kualitas *Website* mengakibatkan pengguna (pemerintah, perusahaan, investor,

dan masyarakat) belum mampu memanfaatkan *Website*. Dapat dikatakan suatu humas pemerintahan merupakan instansi yang besar dan sangat berpengaruh, namun pada kenyataannya penerapan *good governance* dalam pengembangan *Website* pada kabupaten/kota di Sumatera Barat belum optimal dilihat dari segi ketersediaan informasi maupun pelayanan yang diberikan pemerintah daerah kepada pengguna masih ada yang belum memenuhi standar yang telah ditetapkan Kominfo pada tahun 2007. Seperti tidak updatenya berita, banyak halaman kosong, bahkan ada beberapa yang tidak bisa di akses.

Penelitian ini juga dilatarbelakangi oleh maraknya fenomena pelayanan publik melalui aktivitas *cyber/online*. Seperti instansi pemerintah lainnya, Dinas Kominfo Kota Padang pun memiliki tugas untuk memberikan informasi publik, sebagaimana diamanahkan pula dalam Perwako tahun 2019, fungsi kehumasan pemerintah Kota Padang yang dialihkan kepada Diskominfo Kota Padang yang saat ini sebagai humas publik. Dengan peralihan fungsi kehumasan saat ini baru diketahui untuk bagian aktivitas *Cyber PR* seperti *Website* dan media sosial sudah dikelola Diskominfo Kota Padang tetapi untuk bagian Prokopim masih berada pada kehumasan Setda. Uniknya *Website* www.padang.go.id yang dikelola oleh bagian komunikasi publik Diskominfo Kota Padang melibatkan banyak informasi-informasi terkait OPD tentu hal ini membutuhkan koordinasi yang baik, dan ini merupakan bagian dari tugas humas untuk mensinergikan hal ini. Oleh karna itu, penelitian tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai pengalaman pegawai Diskominfo Kota Padang dalam mengelola *Cyber PR* agar dapat memberi informasi yang dibutuhkan publik.

Peneliti melihat jika masih dikategorikan kurang dari kata efektif pengelolaan *Cyber PR* yang dilakukan oleh pegawai Diskominfo Padang dalam menyampaikan informasi. Apa perencanaan atau program yang tidak terealisasi atau terkendala dalam penyampaian informasi kepada publik tentunya berkaitan dengan konsep fenomenologi pengalaman pegawai dalam mengelola media sosial dan *Website* sebagai peran *Cyber PR*. Hal ini

tentunya akan berkaitan juga mengenai latar belakang pendidikan pegawai, kemampuan, dan keahlian lainnya dibidang *Cyber PR*. Dalam arti lain, peneliti melihat aktivitas komunikasi secara fenomenologis jika pengalaman pegawai adalah suatu fenomena yang menarik untuk digali. Terkait dengan kesadaran mengenai pengalamannya sebagai peran humas yang menjalankan *Cyber PR* oleh pegawai Diskominfo yang kurang optimal dalam penyampaian informasi kepada publik. *Cyber PR* sebagai perantara antara Pemerintahan Kota dan masyarakat Kota Padang sebenarnya secara tidak langsung pemanfaatan *Website* dan media sosial pada *Cyber PR* Pemerintah Kota Padang memberikan pengaruh positif terhadap instansi. Tidak hanya dijadikan sarana publisitas, tetapi *Website* dan media sosial Pemerintah Kota Padang juga digunakan sebagai alat untuk melakukan pelayanan kepada publik.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan maka penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana aktivitas komunikasi *Cyber PR* Pemerintah Kota Padang yang dijalankan oleh Diskominfo dalam penyampaian informasi publik dengan judul: **“AKTIVITAS KOMUNIKASI *CYBER PR* DALAM PENYAMPAIAN INFORMASI DI KOTA PADANG (Studi Fenomenologi Pegawai Diskominfo sebagai Humas Publik)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang yang dikemukakan, maka penulis merumuskan masalah bagaimana Pengalaman Aktivitas Komunikasi Pegawai *Cyber PR* Pemerintah Kota Padang yang dijalankan oleh Diskominfo dalam penyampaian informasi publik?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut ini sesuai dengan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Pengalaman Aktivitas Komunikasi Pegawai *Cyber PR* Pemerintah Kota Padang yang dijalankan oleh Diskominfo dalam penyampaian informasi kepada publik.
2. Untuk menganalisis Konsep-Konsep Aktivitas Komunikasi *Cyber PR* Pemerintah Kota Padang yang dijalankan oleh Diskominfo dalam penyampaian informasi kepada publik.
3. Untuk menganalisis Makna Aktivitas Komunikasi *Cyber PR* Pemerintah Kota Padang yang dijalankan oleh Diskominfo dalam penyampaian informasi kepada publik.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi keilmuan khususnya Ilmu Komunikasi yang merupakan ilmu pengetahuan baru agar bisa terus menerus berkembang kajian keilmuannya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk Pemerintahan Kota lain dalam mengelola *Cyber PR* dalam penyampaian informasi kepada publik.

