

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Kehadiran internet membawa sebuah perubahan bagi manusia terutama dalam cara berkomunikasi, baik itu komunikasi secara interpersonal maupun komunikasi massa. Kini informasi dapat dengan mudah diperoleh melalui saluran komunikasi berbasis internet dalam waktu yang singkat. Kedudukan internet sebagai bagian dari media baru menjadi salah satu bentuk perkembangan teknologi komunikasi, yang mana jarak tak lagi menjadi masalah, pesan atau informasi bisa tersampaikan dengan cepat secara global, dengan begitu kini komunikasi berbasis internet menjadikan arus informasi di dunia menjadi tanpa batasan. Puspita (2015) dalam jurnalnya menyebutkan media baru merupakan penggabungan media konvensional dengan media digital, yang bersifat *real time* sehingga masyarakat bisa dengan mudah mengakses berbagai informasi dan juga berbagai layanan secara cepat dengan syarat harus tetap dan terus terhubung dengan jaringan internet.

Penggunaan internet saat ini sangat tinggi dapat dilihat dari banyaknya jenis-jenis sosial media yang bermunculan. Akses terhadap media sosial telah menjadi salah satu kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan, dan akses pengetahuan dari belahan bumi yang berbeda. Dikutip dari buku Nasrullah (2015:11), media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial merupakan sebuah wadah yang dimanfaatkan

manusia untuk melakukan sebuah interaksi sosial satu sama lainnya secara online dengan menggunakan jaringan internet. Interaksi ini dapat dilakukan secara bebas tanpa dibatasi oleh ruang dan juga waktu. Media sosial ialah media online yang mampu mendukung kegiatan interaksi sosial menggunakan teknologi yang mengubah kegiatan komunikasi antar dua orang menjadi sebuah dialog interaktif yang bisa dilakukan oleh lebih dari dua orang dalam satu perangkat.

Menurut Rusdianto (2013:99), komunikasi melalui media internet dianggap efektif, karena *public relations* bisa langsung menyampaikan pesan-pesan atau informasi tersebut bisa lebih cepat dan tepat karena bersifat langsung kepada target publiknya, membina hubungan baik dengan media membangun citra baik hanya dengan melalui internet. Kehadiran internet membuat perkembangan baru dalam dunia *public relations*, melalui media internet suatu kegiatan *public relations* yang baru terbentuk sebagai sarana komunikasi publik yang disebut sebagai *cyber public relations*. *Cyber public relations* adalah suatu aktivitas atau kegiatan kehumasan yang dilakukan melalui media elektronik internet atau juga yang sering disebut sebagai dunia maya (*cyber space*) salah satunya melalui media sosial.

Yuliawati dan Enjang Pera Irawan (2016) dalam jurnalnya menjelaskan bahwa *cyber public relations* yaitu *public relations* (humas) yang menjalankan berbagai aktivitasnya dibantu dengan menggunakan internet sebagai sarana atau media untuk publisitasnya. *Cyber public relations* kini sudah mulai semakin dikenal oleh kebanyakan khalayak. Karena kegiatan *Public Relations* beralih dari konvensional ke jalur digital atau yang disebut dengan *cyber public*

*relations*, penggunaan internet oleh para praktisi *public relations* menjadi kekuatan tambahan untuk membantu dalam menjalankan tugasnya, karena segala aktivitas *cyber public relations* bisa dengan mudah diakses oleh para publiknya di manapun dan kapanpun mereka inginkan secara online. *Cyber public relations* umum dilihat sebagai sebuah bentuk pengoperasian fungsi di dunia maya dalam praktik kerja *public relations* atau kehumasan. Penggunaan media sosial adalah salah satu bentuk kegiatan *cyber public relations* yang saat ini umum dilakukan oleh praktisi *public relations*.

Meitsara, dkk (2018) dalam jurnalnya juga mengungkapkan bahwa popularitas dan urgensi dari penerapan *cyber public relations* membuat banyak perusahaan dan lembaga gencar mempublikasikan dan menyebarkan informasi menggunakan internet melalui media sosial yang dimilikinya untuk memenuhi kebutuhan informasi khalayaknya serta meningkatkan citra di masyarakat, begitu pula dengan Diskominfo Padang Panjang. Dalam hal ini, fokus peneliti dalam *cyber public relations* ini adalah lebih kepada penyampaian informasi melalui media sosial Instagram

Suatu instansi harus memiliki pemahaman yang baik tentang target sasarannya, serta strategi untuk berkomunikasi tentang instansi di media sosial. Hal ini, menurut Henley, dapat menyebabkan target yang dituju tidak dapat dicapai jika salah menentukan strategi (Hermawati & Utari, 2015). Karena komunikasi yang direncanakan dengan baik dapat memberikan dampak positif bagi sebuah instansi dan sekaligus menjaga citra lembaga tersebut. Para pakar media sosial di sebuah instansi biasanya fokus pada strategi utama, seperti memberi manfaat kepada teman, *followers*, dan *visitor*. Instansi tidak hanya

beriklan di media sosialnya, tetapi mereka lebih memprioritaskan dalam memberikan konten bermanfaat, seperti kuis, tips, informasi aktual, atau renungan singkat atau motivasi, dan lain sebagainya (A. S. M. Romli, 2018:111).

Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan diberbagai instansi pemerintah melalui media sosial, semakin banyaknya lembaga pemerintahan yang memanfaatkan penggunaan media sosial untuk sarana publisitas sebagai bentuk aktivitas kehumasan di dunia maya atau biasa disebut *cyber public relations* untuk membangun hubungan yang baik dengan publik dan mencapai generasi millennial yang aktif menggunakan Instagram. Dapat dilihat dari banyaknya akun-akun Instagram pemerintah daerah maupun dinas-dinas terutama di Sumatera Barat yang menggunakan media sosial sebagai jembatan penghubung antara pemerintah dengan warga pengguna aktif media sosial.

Media sosial Instagram yang digunakan oleh humas adalah salah satu cara yang dilakukan oleh lembaga pemerintah untuk lebih dekat dengan warganya. Media sosial memberi pemerintah kemampuan untuk meningkatkan hubungan pemerintah dengan warga yang mana akan berdampak signifikan terhadap citra dari pemerintah itu sendiri. Pemanfaatan media sosial juga akan meningkatkan kemampuan pemerintah untuk berinteraksi dan terlibat dengan warganya sebagai upaya memenuhi kebutuhan warga akan keterbukaan informasi dan transparansi terkait pemerintahan. Sangat penting bagi suatu lembaga pemerintah untuk memiliki strategi pengelolaan dalam memanfaatkan media sosial sebagai bentuk aktivitas humas yang dilakukan menggunakan internet atau dunia maya.

Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Padang Panjang juga bertanggung jawab atas pemenuhan dan keterbukaan informasi publik dari pemerintah kepada publiknya sehingga terus melakukan inovasi agar informasi yang disampaikan bisa menjadi lebih efektif dan efisien dalam penggunaan waktunya serta sampai ke masyarakat. Diskominfo Padang Panjang meng-*update* segala berita atau kegiatan terbaru terkait pemerintah kota Padang Panjang ke berbagai media online. Pada dasarnya prinsip yang digunakan oleh Diskominfo Padang Panjang adalah untuk dapat memberikan informasi kepada masyarakat mengenai aktifitas pemerintah kota Padang Panjang beserta informasi positif seputar kota Padang Panjang menggunakan media online atau internet.

Sejak tahun 2017 Diskominfo Padang Panjang sudah mulai aktif menggunakan media online sebagai penyampaian informasi kepada publiknya. Sejak dimulainya kegiatan *Cyber Public Relations* oleh Diskominfo Padang Panjang, kegiatan kehumasan lebih banyak dilakukan melalui media *cyber* tanpa meninggalkan kegiatan kehumasan yang bersifat konvensional. Diskominfo Kota Padang Panjang merupakan salah satu instansi pemerintah di Sumatera Barat yang sudah mulai memperhatikan pengelolaan *Cyber Public Relations* dengan memanfaatkan berbagai media online mulai dari pengelolaan website yaitu [berita.padangpanjang.go.id/](http://berita.padangpanjang.go.id/), pengelolaan aplikasi UDAJANG, pengelolaan *e-klipping*, pengelolaan media sosial Instagram, Facebook, Tiktok, dan Youtube.

*Public relations* dalam melaksanakan tugas tentunya perlu dilakukan sebuah manajemen atau pengelolaan baik itu yang bersifat konvensional

maupun berbasis internet seperti yang mereka lakukan dalam kegiatan *cyber public relations*, sehingga bisa mencapai hasil yang diinginkan sesuai dengan visi misi Diskominfo Padang Panjang dalam menerapkan *cyber public relations*.

*Cyber public relations* yang merupakan implementasi dari kegiatan *public relations* dengan menggunakan media internet ini dijadikan sebagai media komunikasi antara pemerintah kota Padang Panjang dengan masyarakat dan sebagai bentuk upaya dari keterbukaan informasi publik. Informasi publik yang dimaksudkan adalah informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim dan diterima oleh suatu badan publik yang berkaitan dengan penyelenggara dan penyelenggaraan negara atau badan publik lainnya yang sesuai dengan UU yang berlaku mengenai kepentingan publik.

Keterbukaan informasi publik bertujuan menjamin dan melebarkan hak publik untuk mengakses informasi penyelenggaraan pemerintahan di semua lini dan semua level birokrasi sekaligus demi mendukung pentingnya pengawasan rakyat terhadap badan-badan publik yang nantinya akan menjadi faktor pendorong dalam menciptakan dan mewujudkan penyelenggaraan negara yang baik, yaitu yang transparan, efektif dan efisien, akuntabel serta dapat dipertanggungjawabkan.

Dinas Kominfo kota Padang Panjang dalam upaya mereka untuk keterbukaan informasi publik di Kota Padang Panjang adalah konsisten dalam menerbitkan berita melalui media online salah satunya Instagram, masyarakat bisa mengakses berbagai informasi seputar kota Padang Panjang berupa foto,

video maupun teks melalui akun Instagram @kominfopadangpanjang yang pada observasi awal terdapat 25 ribu pengikut.

Sebelum adanya sistem beli centang biru, Diskominfo Padang Panjang sudah lebih dulu memiliki media sosial yang telah terverifikasi oleh pihak Facebook, yaitu Instagram dan Facebook. Diskominfo Padang Panjang juga konsisten menerbitkan program berita Padang Panjang Sepekan setiap minggu melalui Instagram dan Youtube bahkan kini sudah diberi apresiasi secara langsung oleh Kemenkominfo.

Sebelumnya prestasi yang telah diperoleh oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang Panjang salah satunya yaitu, Pejabat Pengelola Informasi Publik (PPID) Utama Kota Padang Panjang masuk tiga besar Keterbukaan Informasi Publik. Tepat pada Desember 2022 kota Padang Panjang dikukuhkan sebagai kota informatif. Anugerah keterbukaan informasi publik ini diperoleh melalui sejumlah tahapan seperti visitasi pada pejabat pengelola informasi dan dokumentasi (PPID).

Berdasarkan hasil wawancara dengan kabid informasi dan komunikasi publik (IKP), Maryulis menyebutkan latar belakang penggunaan Instagram sebagai salah satu bentuk kegiatan *cyber public relations* @kominfopadangpanjang yaitu untuk menjalankan amanat Permen Kominfo Nomor 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Urusan Pemerintahan Bidang Komunikasi dan Informatika dan UU no. 14 tahun 2008 tentang keterbukaan informasi publik. Karena transparansi informasi publik kini menjadi sebuah tantangan yang harus dihadapi, termasuk juga upaya membangun kepercayaan publik dalam menjaga reputasi Diskominfo Padang Panjang.

Akun Instagram @kominfo Padang Panjang adalah salah satu akun media sosial yang aktif dalam mempublikasikan program kegiatan pemerintah Padang Panjang maupun sosial kemasyarakatan dengan berbagai macam konten menarik untuk masyarakat. Media sosial ini menjadi salah satu cara yang dilakukan Diskominfo Padang Panjang sebagai sarana pemerintah untuk lebih dekat dengan publik yang bisa menjangkau masyarakat lebih luas dan cepat.

Konten-konten yang ada di Instagram @kominfo Padang Panjang akan disesuaikan *design*-nya agar *feed* Instagram terlihat rapi dengan masing-masing judul sehingga masyarakat dapat dengan mudah mencari informasi apa yang diinginkan dari Diskominfo Padang Panjang. Tiap reporter yang bertugas dalam meliput akan meng-*upload* beritanya masing – masing yang telah edit dan diredaksi oleh redaktur terlebih dahulu untuk di-*upload* ke Instagram setelahnya baru diaudit oleh tim pasca produksi.

Hal ini membuat instansi pemerintah lainnya ingin mengetahui dan mempelajari bagaimana pengelolaan *cyber public relations* yang dilakukan oleh Diskominfo Padang Panjang, sehingga Diskominfo Padang Panjang sering menjadi tujuan studi tiru oleh instansi pemerintah lainnya sebagai rujukan dalam pengelolaan *cyber public relations* melalui media sosial sebagai upaya keterbukaan informasi publik untuk meningkatkan minat publik dalam mengakses informasi yang disampaikan melalui media sosial. Hal ini menjadikan Diskominfo Padang Panjang berbeda dan lebih unggul dari Diskominfo daerah lainnya terutama di Sumatera Barat.

Beberapa penelitian terdahulu sudah dilakukan sebelumnya, diantaranya adalah tentang proses *public relations* dalam mengelola media social twitter yang menjelaskan bahwa *public relations* @infobdg tidak menjalankan proses manajerial, yaitu; *fact-finding, planning, communication,* dan *evaluation* dengan baik (Afilia et al., 2015). Kemudian, Pengelolaan Instagram @humas\_jabar Oleh Bagian Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat menjelaskan bahwa, humas Jabar belum optimal dalam melakukan proses *share, optimize, manage, media monitoring,* dan *engage* juga pada tahap menentukan audiens pun terlalu luas (Romadhoni et al., 2017).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang sudah dijelaskan, kebaruan dari penelitian ini yaitu lebih kepada membahas tentang pengoptimalan *cyber public relations* dalam mengemas konten informatif, aktual dan terkini pada akun Instagram @kominfopadangpanjang yang dapat mempengaruhi *engagement* akun Instagram sehingga berbeda dengan akun media sosial instansi pemerintah daerah lainnya terutama di Sumatera Barat.

Hal yang dapat dilakukan dalam kegiatan *cyber public relations* melalui media sosial yaitu dengan mengemas konten yang menarik dan mendorong pengikutnya terhubung dengan informasi yang tersedia. Sebuah konten dikatakan hidup, jika konten tersebut memiliki aktivitas yang beragam. Ketika sebuah konten tidak adanya interaksi, maka ada sesuatu yang perlu di perhatikan terhadap konten tersebut. Oleh sebab itu, media sosial memiliki dua faktor yang mempengaruhi tingkat *engagement* dalam konten yaitu jumlah *followers* dan jumlah interaksi. Interaksi dapat mempengaruhi nilai *engagement* dalam konten di media sosial.

Setiap postingan instagram Diskominfo pasti menginginkan adanya respon dari *followers* di setiap postingan. *Followers* dapat memberikan respon atau tanggapan dari postingan yang disukainya dengan meninggalkan jejak dalam bentuk tanda suka (*like*), komentar (*comment*) atau bahkan memilih membagikan (*share*) postingan tersebut. Dengan adanya *engagement rate* Instagram mempermudah Diskominfo mengukur nilai atau tingkat persentasi komunikasi interaksi pada konten yang dipublikasikan.

Regina Luttrell menciptakan sebuah model untuk melakukan perencanaan dan pengelolaan komunikasi di media sosial yaitu The Circular Model of Some (Model Sirkuler Media Sosial) dengan tujuan untuk memudahkan para praktisi *Public Relations* melakukan aktivitas di media sosial. Melalui media sosial Diskominfo dapat mengetahui konten apa yang paling banyak disukai oleh *followers*-nya dengan itu Diskominfo akan terus mengembangkan konten yang paling banyak mendapat *feedback* bagus. Melalui Instagram Diskominfo dapat membagikan konten dengan menyampaikan pesan melalui gambar, video dan *captions* yang menarik minat *followers*-nya.

Mengoptimalkan setiap interaksi Instagram adalah hal yang terpenting dari aktivitas *Cyber Public Relations*. Sebuah perencanaan komunikasi yang kuat, dioptimalkan dengan baik akan menghasilkan dampak maksimum pada pesan. Bidang IKP yang didalamnya terdapat humas dan tim redaksi yang mengelola konten media sosial Diskominfo Padang Panjang mengoptimalkan pemanfaatan Instagram untuk membagikan informasi-informasi yang berkaitan dengan lingkungan, visualisasi konten yang dibagikan berupa

infografis, videografis, *microblog* maupun gambar dan video mengenai seputar Kota Padang Panjang yang akan menarik perhatian *followers* Diskominfo Padang Panjang.

Humas Diskominfo dapat mengetahui hasil dari optimalisasi yang dilakukan dengan menggunakan fitur analitik instagram yaitu *insight* Instagram dan mesin analitik lainnya, dengan fitur ini Diskominfo mengetahui apakah optimalisasi tersebut berhasil dilihat dari meningkat jumlah *engagement* Instagram @kominfopadangpanjang berupa jumlah *follower*, *like*, maupun jangkauan dan interaksi.

Keterlibatan Diskominfo dengan *followers* terlihat masih rendah, hal ini karena Diskominfo sendiri tidak memiliki *influencer* yang membuat Diskominfo dikenal. Namun Diskominfo punya cara sendiri untuk membangun hubungan dengan *followers*-nya dengan membuat konten yang berkaitan dan melibatkan masyarakat dan *followers*-nya, seringkali Diskominfo membuat konten kegiatan dalam bentuk kerjasama dengan beberapa organisasi, lembaga maupun komunitas dan masyarakat setempat.

Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan pada akun Instagram Diskominfo Padang Panjang, peneliti menemukan hal yang menarik yaitu Instagram @kominfopadangpanjang mengalami peningkatan pengikut terlihat sejak bulan Mei 2022 dengan sebanyak 20,9 ribu pengikut dan bisa meningkat sebanyak 4 ribu pengikut dalam kurun waktu 7 bulan, yaitu dibulan Desember dengan 25 ribu pengikut instagram. Dan jika dilihat saat ini, pada bulan Agustus 2023, jumlah pengikut Instagram @kominfopadangpanjang mencapai angka 30 ribu. Meningkatnya jumlah pengikut instagram tersebut dari waktu

ke waktu tidak sebanding dengan interaksi yang terjadi dengan *followers* di akun Instagram tersebut.

Akun instagram @kominfopadangpanjang dalam *real time interactions* dan *quick response* terhadap pesan yang diberikan oleh *followers* terlihat masih kurang, sehingga *engagement* pada kolom *comment* yang diterima sangat rendah. Setiap bulan *followers* @kominfopadangpanjang mengalami peningkatan namun masih tidak sebanding dengan *feedback* yang diterima akun Instagram. Keadaan ini menggambarkan bahwa pentingnya pengelolaan *cyber public relations* yang dilakukan oleh Diskominfo melalui Instagram, agar seluruh informasi mengenai program kegiatan pemerintah Padang Panjang maupun sosial kemasyarakatan dapat tersampaikan dengan baik dan lebih efisien serta mampu membangun komunikasi dua arah.

Topik permasalahan penelitian ini membuat penulis tertarik dengan menggunakan konsep dari Regina Luttrell, meliputi 4 tahapan yaitu *share*, *optimize*, *manage* dan *engage* untuk mengkaji aktivitas *cyber public relations* melalui media sosial pada apa yang dipublikasikan di akun instagram @kominfopadangpanjang. Hal tersebut membuat penulis tertarik untuk mengetahui pengelolaan dan perencanaan komunikasi di Instagram sebagai bentuk aktivitas *cyber public relations* yang dilakukan oleh Diskominfo Padang Panjang dalam upaya keterbukaan informasi publik mengenai pemerintah kota Padang Panjang sebagai bentuk implementasi Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti mengangkat sebuah penelitian dengan judul “Pengelolaan *Cyber Public Relations* Diskominfo

dalam Upaya Keterbukaan Informasi Publik (Studi Deskriptif pada Instagram @kominfopadangpanjang)”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana pengelolaan *cyber public relations* yang dilakukan oleh Diskominfo Padang Panjang melalui Instagram @kominfopadangpanjang sebagai upaya keterbukaan informasi publik?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan proses pengelolaan *cyber public relations* yang dilakukan oleh Diskominfo Padang Panjang melalui Instagram @kominfopadangpanjang sebagai upaya keterbukaan informasi publik.
2. Untuk menganalisis upaya yang dilakukan Diskominfo Padang Panjang dalam melibatkan (*engage*) target sasaran komunikasi serta *influencer* untuk meraih *engagement* Instagram.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian ilmu komunikasi dan bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya yang relevan. Menambah referensi bagi mahasiswa ilmu komunikasi mengenai media sosial khususnya Instagram. Memberi gambaran tentang bagaimana pengelolaan media sosial Instagram yang digunakan sebagai media informasi untuk memenuhi kebutuhan informasi publik.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan bagi instansi terkait dalam meningkatkan kualitas media informasi mereka.
2. Hasil Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk perancang konten media sosial sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi kedepannya.
3. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk penelitian lain dalam bidang media komunikasi dan informasi dengan menggunakan media sosial Instagram.

