

**IMPLEMENTASI *CYBER PR* SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN
INFORMASI PUBLIK DALAM MENDUKUNG *BALANCED E-
GOVERNMENT***

(Studi Deskriptif Kualitatif pada Humas Pemerintah Daerah DIY)



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh:

Defi Dilalatul Haq

NIM 20107030046

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2024

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Defi Dilatul Haq

Nomor Induk : 20107030046

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 20 Juli 2024

Yang Menyatakan,



Defi Dilatul Haq
NIM 20107030046

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikumWr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Defi Dilatul Haq
NIM : 20107030046
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

IMPLEMENTASI CYBER PR SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN INFORMASI PUBLIK DALAM Mendukung BALANCE E-GOVERNMENT (Studi Deskriptif Kualitatif pada Humas Pemerintah Daerah DIY)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikumWr. Wb

Yogyakarta, 01 Agustus 2024
Pembimbing

Rahmah Attavmini, M.A
NIP. 19921216 201903 2 015

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1428/Un.02/DSH/PP.00.9/09/2024

Tugas Akhir dengan judul : Implementasi Cyber PR sebagai Media Penyebaran Informasi Publik dalam Mendukung Balanced E-Government (Studi Deskriptif Kualitatif pada Humas Pemerintah Daerah DIY)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : DEFI DILALATUL HAQ
Nomor Induk Mahasiswa : 20107030046
Telah diujikan pada : Rabu, 28 Agustus 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Rahmah Attaymini, S.I.Kom., M.A.
SIGNED

Valid ID: 6f6ea45604ae4f



Penguji I
Dr. Bono Setyo, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 66e14b516c326



Penguji II
Latifa Zahra, M.A
SIGNED

Valid ID: 66e25fdba1266



Yogyakarta, 28 Agustus 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 66ebd32259e23

HALAMAN MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Allah lah hendaknya kamu berharap.”

(Q.S. Al- Insyirah: 6-8)

"Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan sekecil apapun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya."

(Q.S. Al-Zalزالah: 7)

“Isy Kariman au mut syahidan”

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan senantiasa mengharap rahmat dan ridho Allah SWT secara khusus karya sederhana ini saya persembahkan untuk Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.



KATA PENGANTAR

Maha Besar Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir skripsi ini. Penelitian tugas akhir ini menjadi salah satu syarat untuk memenuhi studi strata satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang “Implementasi *Cyber PR* sebagai Media Penyebaran Informasi Publik dalam Mendukung *Balanced E-Government*”. Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penyusun mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Rama Kertamukti, M.Sn selaku Ketua program studi Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Rahmah Attaymini, S.I.Kom., M.A. selaku pembimbing skripsi yang dengan ikhlas dan tulus mencurahkan waktu dan pikirannya untuk senantiasa membimbing dan memberikan motivasi dengan sangat-sangat baik kepada peneliti selama masa penyusunan kepenulisan penelitian ini.
4. Bapak Dr. Bono Setyo, M.Si. selaku dosen penguji 1 dan Latifa Zahra, M.A. selaku dosen penguji 2 yang bersedia meluangkan waktu sekaligus memberikan masukan yang membangun selama pelaksanaan dan penyempurnaan tugas akhir skripsi hingga selesai.
5. Segenap Dosen dan Staf Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah membagikan ilmu sekaligus pengetahuan dan pengalaman berharga selama menjalani masa perkuliahan.
6. Orang tuaku tercinta, adik-adikku tersayang, serta seluruh anggota keluarga yang senantiasa menjadi motivasi dan sumber pembangkit

semangat utama yang tidak pernah berhenti memberikan doa, motivasi, dan dorongan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini.

7. Keluarga besar Biro UHP Setda DIY dan pengelola bagian Humas Pemerintah Daerah DIY yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian serta memberikan ide dan masukan selama penelitian.
8. Ibu Riris Puspita Wijaya Kridaningrat S.T., M.Acc., Kepala Bidang Informasi dan komunikasi Publik Dinas Kominfo DIY selaku narasumber ahli yang bersedia membantu peneliti untuk menyelesaikan skripsi.
9. Sahabat dan teman-teman dekat peneliti: Adelia, Namira, Bryanita, Thalita, Sheva, Arya, Nia, Alifa, serta sobat KKN 111 Kreo Wonosobo yang telah menerima segala keluh kesah dan tidak bosan selalu memberikan dukungan, bantuan, dan segala motivasi kepada peneliti.
10. Seluruh teman seperjuangan Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 atas segala suka duka selama masa perkuliahan.
11. Semua pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu per satu.
12. *Last, but not least.* Terima kasih untuk diriku sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini, mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar keadaan dan tak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun prosesnya dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin.

Kepada semua pihak tersebut, peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya, semoga amal baik yang telah diberikan dapat diterima di sisi Allah SWT, dan mendapat balasan serta limpahan rahmat dari-Nya, *Aamiin*.

Yogyakarta, 20 Juli 2024

Penyusun,

Defi Dilatul Haq

NIM 20107030046

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRACT	xiv
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Tinjauan Pustaka	10
F. Landasan Teori.....	16
G. Kerangka Pemikiran.....	37
H. Metode Penelitian.....	38
GAMBARAN UMUM	46
A. Deskripsi Biro Umum, Humas, dan Protokol Setda DIY	46

1.	Visi dan Misi Biro Umum, Humas, dan Protokol Setda DIY	47
2.	Struktur Organisasi Biro Umum, Humas, dan Protokol Setda DIY	48
3.	Tugas Pokok dan Fungsi Biro Umum, Humas, dan Protokol Setda DIY	49
B.	Deskripsi Bagian Hubungan Masyarakat.....	50
1.	Struktur Organisasi Bagian Hubungan Masyarakat.....	51
2.	Tugas Pokok dan Fungsi Bidang Hubungan Masyarakat	51
3.	Aktivitas Bidang Hubungan Masyarakat	52
HASIL DAN PEMBAHASAN		57
A.	Implementasi <i>Cyber PR</i> Humas Pemerintah Daerah DIY sebagai Media Penyebaran Informasi Publik	58
1.	<i>Cyber PR</i> Humas Pemerintah Daerah DIY di <i>Website</i>	59
2.	<i>Cyber PR</i> Humas Pemerintah Daerah DIY di Media Sosial	64
B.	Implementasi <i>Cyber PR</i> Humas Pemerintah Daerah DIY sebagai Media Penyebaran Informasi Publik Dalam Mendukung <i>Balanced E-Government</i>	76
1.	<i>Transparency</i> pada <i>Cyber PR</i> dalam Mendukung <i>Balanced E- Government</i>	77
2.	<i>Porosity</i> pada <i>Cyber PR</i> dalam Mendukung <i>Balanced E-Government</i> ..	88
3.	<i>The Internet as An Agent</i> pada <i>Cyber PR</i> dalam Mendukung <i>Balanced E- Government</i>	94
4.	<i>Richness in Content and Reach</i> pada <i>Cyber PR</i> dalam Mendukung <i>Balanced E-Government</i>	99
C.	Integrasi-Interkoneksi Al-Qur'an Surah Al-Hujurat Ayat 13 Terhadap <i>Cyber PR</i>	111
PENUTUP.....		115
A.	Kesimpulan	115
B.	Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA		118
LAMPIRAN-LAMPIRAN		121

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Tinjauan Pustaka.....	14
Tabel 2 : Struktur Organisasi Bagian Humas Masyarakat.....	51
Tabel 3 : Waktu Penelitian.....	121
Tabel 4 : Pedoman Wawancara.....	124



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Data Statistik Pengguna Internet DIY	2
Gambar 2: Data Statistik Media yang Paling Sering Ditemukan Informasi Hoaks	3
Gambar 3: Komentar Postingan di Akun X @humas_jogja	8
Gambar 4: Biro Umum Humas dan Protokol Setda DIY	46
Gambar 5: Struktur Organisasi Biro UHP Setda DIY	48
Gambar 6: Tampilan Depan <i>Website</i> Pemerintah Daerah DIY	60
Gambar 7: Tampilan <i>Direct Email</i> Humas Pemerintah Daerah DIY	62
Gambar 8: Tampilan Depan <i>Website</i> Biro UHP	63
Gambar 9: Tampilan <i>Hyperlink</i> di Postingan Akun Media Sosial Humas Pemda DIY ...	67
Gambar 10: Tampilan Depan Akun Instagram @humasjogja	68
Gambar 11 Tampilan Depan Akun X @humas_jogja	69
Gambar 12: Tampilan Depan Akun Tiktok @humaspemdadiy	70
Gambar 13: Tampilan Depan Akun Facebook @HumasPemdaDIY	71
Gambar 14: Tampilan Depan <i>Channel</i> Youtube @HumasJogja	72
Gambar 15: Konten Kegiatan Sri Sultan di Akun Instagram @humasjogja	78
Gambar 16: Konten Kolaborasi di Akun Instagram @humasjogja	81
Gambar 17: Tampilan Link Terkait di <i>Website</i> Pemerintah Daerah DIY	86
Gambar 18: Konten Ayodya di Akun Instagram @humasjogja	90
Gambar 19: Logo Konten Ayodya	98
Gambar 20: Konten Menarik di Akun Tiktok @humaspemdadiy	100
Gambar 21: Konten Instagram Foto Judul	103
Gambar 22: Konten Instagram <i>Digital Imaging</i>	103
Gambar 23: Konten Instagram Template	103
Gambar 24: Kampanye Pariwisata Humas Pemda DIY	104
Gambar 25: Tampilan <i>Realse</i> Berita di <i>Website</i> Pemerintah DIY	105
Gambar 26: Playlist Konten Media Audio Visual Youtube @HumasJogja	106
Gambar 27: Penulisan <i>Caption</i> Konten yang Bersifat Informal	107
Gambar 28: Hasil Penggunaan SEO pada <i>Website</i> Pemda DIY	109
Gambar 29: <i>Hyperlink</i> yang Menghubungkan pada <i>Website</i>	109
Gambar 30: Wawancara dengan Kepala Subbagian PDM	124
Gambar 31: Wawancara dengan Kepala Humas Pemda DIY	124
Gambar 32: Wawancara dengan Kepala IKP Diskominfo	124
Gambar 33: Wawancara dengan Staf Admin Tiktok dan Instagram	124
Gambar 34: Ruang <i>Media Center</i>	124

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Waktu Penelitian	121
Lampiran 2 : Pedoman Pengumpulan Data.....	122
Lampiran 3 : Dokumentasi Penelitian.....	124
Lampiran 4 : Daftar Riwayat Hidup Peneliti	125



ABSTRACT

Technological advancements require Public Relations (PR) practitioners to perform their duties by utilizing online media. The presence of online media in a company or institution can influence public perception of that company or institution. As an effort to achieve good governance, the PR of the DIY Regional Government acts as a public body under the UHP Bureau of the DIY Regional Secretariat, tasked with disseminating various information related to the DIY Regional Government to the public. However, in its implementation, there is often confusion due to the numerous sources of information from various media with similar objectives, ultimately causing public confusion. It cannot be denied that not all information or news accessed comes from clear and credible sources. This research uses a qualitative descriptive research method with data collection techniques through in-depth interviews, observation, and documentation. In this study, the researcher implements the core elements of Cyber PR (Phillips & Young), including Transparency, the Internet as an Agent, Internet Porosity, Richness in Content, and Reach. Additionally, the implementation is based on the Balanced E-Government Scorecard concept (Booz Allen and Hamilton), which includes dimensions of Benefits, Efficiency, Participation, Transparency, and Change Management. The research findings show that the PR of the DIY Regional Government has successfully implemented Cyber PR as a medium for disseminating public information in support of balanced e-government. The findings indicate that the transparency of information conducted by the PR of the DIY Regional Government through its official website and social media is considered effective. Direct supervision by the head of the PR of the DIY Regional Government can also increase public trust in the accuracy of the information presented.

Keyword : Cyber PR, E-Government, Public Information

BAB I

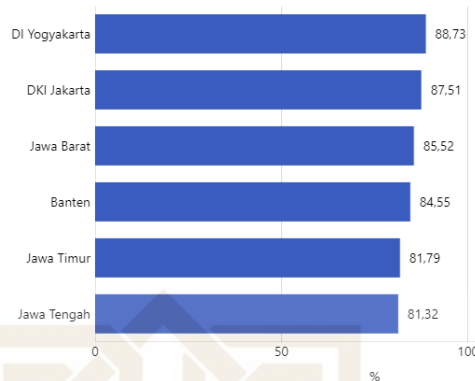
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tidak dapat dipungkiri perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) kini telah begitu pesat, dengan membawa segala kemudahan bagi manusia. Saat ini, pemerintah dituntut untuk lebih transparan, akuntabel, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat. TIK telah menjadi alat penting dalam mencapai tujuan tersebut, terutama melalui penerapan *e-government*. Teknologi ini menghasilkan sistem manajemen dan proses kerja yang lebih efektif dan efisien. Ini terutama berlaku untuk kecepatan memproses data kependudukan, proses perizinan, dan penyebaran informasi publik, serta meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pemerintahan (Indrajit, 2022).

Salah satu aspek penting tolak ukur keberhasilan dari *e-government* adalah komunikasi yang efektif antara pemerintah dan masyarakat. Komunikasi pemerintahan yang efektif merupakan komunikasi secara berimbang yang berlangsung dua arah. Dalam hal ini, hubungan yang saling memperkuat dan memperbaiki antara pemerintah dan warga negaranya. Dengan *e-government* dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas pemerintah. Hal ini juga dapat mendorong partisipasi masyarakat dalam pengawasan dan evaluasi program-program pemerintah, sehingga tercipta pemerintahan yang lebih responsif dan bertanggung jawab (Muliawaty & Hendryawan, 2020).

Gambar 1: Data Statistik Pengguna Internet DIY



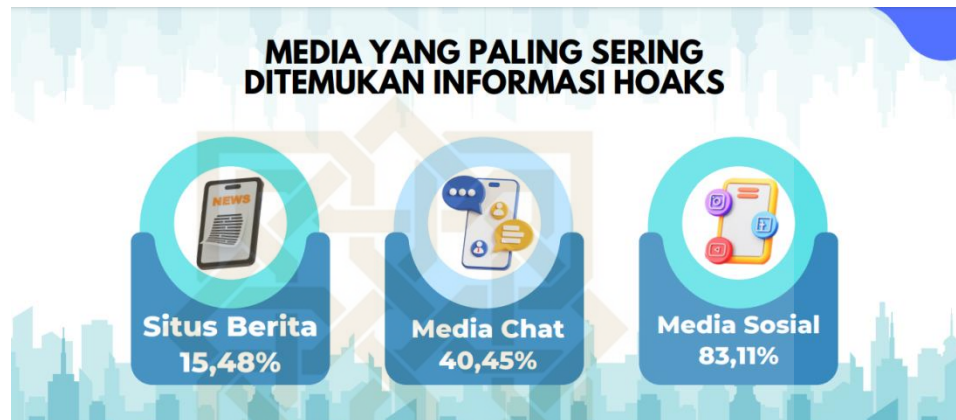
Sumber: Databoks (2024)

Grafik tren positif penetrasi internet di Indonesia dalam lima tahun terakhir terus menunjukkan peningkatan yang konsisten. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah orang Indonesia yang menggunakan internet pada tahun 2024 mencapai 221.563.479 orang, dari total sebanyak 278.696.200 jiwa penduduk yang terdata pada tahun 2023. Tingkat penetrasi internet Indonesia di tahun 2024 mencapai 79,5%, naik 1,4% dari tahun sebelumnya. Tak terkecuali wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), berdasarkan hasil survei APJII 2024 DIY bahkan menjadi provinsi dengan penetrasi internetnya yang tertinggi, yakni sebesar 88,73% warganya terjangkau internet (Annur, 2024).

Internet sekarang menyediakan berbagai sumber informasi dan hiburan dari seluruh dunia. Kini internet tidak hanya terdiri dari situs pencari seperti Google, Chrome, Yahoo, dan lain-lain, tetapi juga dari *website* dan media sosial seperti Tiktok, Instagram, Facebook, dan lainnya. Berdasarkan survei yang dirilis APJII pada tahun 2024, konten internet yang paling sering dikunjungi adalah video *online* dengan persentase

sebesar 76.31% kemudian disusul dengan musik *online* sebesar 56.07% (APJII, 2024).

Gambar 2: Data Statistik Media yang Paling Sering Ditemukan Informasi Hoaks



Sumber: APJII (2024)

Survei yang dilakukan APJII menunjukkan bahwa topik politik, sosial, hukum, dan hak asasi manusia (HAM) adalah topik yang paling sering dikunjungi oleh warga Indonesia di internet. Hal tersebut diakui oleh sebanyak 40,56% responden, namun justru menjadi mayoritas pula sebanyak 24,7% responden sering menemukan hoaks dalam konten politik, dan 10,38% dalam konten terkait pemerintahan. Mayoritas responden menemukan hoaks di media sosial (59,75%), media *chatting* (29,12%), dan situs berita (11,12%). Dari sini kita mengetahui, bahwa fenomena hoaks saat ini semakin tumbuh subur mengikuti apa yang sedang tren dan marak dibicarakan di jagat dunia maya (APJII, 2024).

Di era teknologi yang serba canggih seperti saat ini, lebih mudah bagi masyarakat untuk memperoleh informasi yang berasal dari berbagai sumber media. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa tidak semua

informasi atau berita yang diakses berasal dari sumber yang jelas dan kredibel. Disinilah Humas dituntut untuk berperan aktif dalam membuka ruang bagi publik untuk menjadi sumber informasi utama yang dapat dijadikan acuan sekaligus *counter* isu atau opini yang bersifat negatif seperti disinformasi, misinformasi, mal informasi, serta berita hoaks sebagai dampak dari keterbukaan informasi publik. Maka dari itu, Humas mengimplementasikan *Cyber PR* sebagai media penyebaran informasi publik yang dapat mendukung *e-government*. Dengan menggunakan berbagai *platform* digital, seperti *website*, media sosial, dan aplikasi *mobile*, untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat secara cepat dan luas. Dengan demikian, *Cyber PR* dapat membantu meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan partisipasi publik (Farikhah, 2020).

Tidak terlepas dari tujuan utama suatu organisasi, perencanaan implementasi *Cyber PR* dapat mencakup berbagai tujuan, seperti membangun hubungan yang baik dengan *stakeholder* internal ataupun eksternal organisasi, membantu manajemen mencapai tujuan organisasi, membangun komunikasi dua arah secara timbal balik melalui penyebaran informasi kepada publik, mengkomunikasikan pendapat publik pada organisasi, dan melayani publik dengan baik (Hayat, 2022).

Melihat kondisi tersebut, Pemerintah Daerah DIY juga turut berkontribusi dalam melakukan berbagai upaya pembenahan atau reformasi. Salah satunya telah mengadopsi berbagai inisiatif *Cyber PR* untuk meningkatkan kualitas layanan publik. Digawangi langsung oleh

Humas Pemerintah Daerah DIY yang merupakan lembaga pemerintah di bawah naungan Biro Umum, Hubungan Masyarakat, dan Protokol Setda DIY. Implementasi Cyber PR yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Daerah DIY yakni melalui media digital meliputi *website* jogjaprov.go.id dan biroumum.jogjaprov.go.id, serta media sosial meliputi X (dahulu Twitter), Instagram, Facebook, Tiktok, dan Youtube yang berfungsi sebagai alat komunikasi dua arah untuk memudahkan penyebaran informasi publik mencakup informasi terkait kegiatan pemerintahan, agenda pimpinan, informasi kebijakan, serta mengangkat sisi keistimewaan DIY.

Untuk mendukung transparansi informasi publik, Pemerintah Daerah DIY membuat sebuah organisasi pengelola informasi. Pejabat yang bertanggung jawab untuk memberikan layanan informasi di badan publik adalah Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID). Setiap Struktur Organisasi Perangkat Daerah (SOPD) di Pemerintah Daerah DIY memiliki PPID sendiri, yang kemudian ditugaskan kepada Humas Pemerintah Daerah DIY untuk menyebarkan berbagai informasi yang berkenaan dengan Pemerintah Daerah DIY kepada masyarakat, serta memfasilitasi penyelenggaraan kegiatan kehumasan sesuai ketentuan yang berlaku.

Peran *Cyber PR* dalam menyebarkan informasi bagi publiknya juga ditunjukkan dalam islam. Sebagaimana dalam al-Qur'an surah Al-Hujurat [49]: 13;

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ

اللَّهِ أَتْقَىٰ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

“Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal”. (Q.S. Al-Hujurat [49]: 13)

Ayat di atas, dikutip dari tafsir Al-Misbah, menyatakan bahwa manusia diciptakan berbangsa-bangsa dan bersuku-suku, sehingga dapat *lita'arofu* atau saling mengenal. Ayat tersebut menjadi landasan penelitian ini karena mengangkat tema *Cyber PR*. Karena teori di atas, publikasi informasi publik dan interaksi virtual adalah komponen kegiatan *Cyber PR*. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan fasilitas interaksi antara publik dan pihak organisasi sehingga mereka dapat saling mengenal dan memahami satu sama lain (Shihab, 2021).

Dilansir dari berita yang dimuat di portal *website* www.jogjaprovo.go.id, dengan meraihnya Predikat AA sebagai penghargaan LHE SAKIP (Laporan Hasil Evaluasi Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah) Terbaik Se-Indonesia dari Menpan RB. Serta memperoleh *Digital Government Award* dalam Penerapan SPBE (Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik) Terbaik pada Kategori Provinsi, dengan memperoleh nilai Indeks SPBE sebesar 4,22 (predikat memuaskan). Dalam upaya mencontohkan *good governance* untuk daerah lain, Pemerintah Daerah DIY dipilih sebagai salah satu daerah *pilot*

project. Proyek ini mendukung *e-government* dengan menerapkan Gerakan Menuju Provinsi Cerdas (*Smart Province*) (Humas DIY, 2023a).

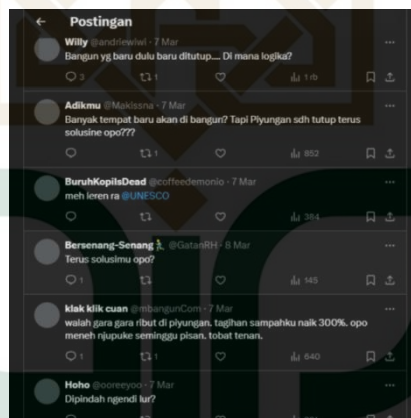
Kemudian, Bidang Humas Pemerintah Daerah DIY pun telah menerima berbagai penghargaan dari tahun 2017 sampai saat ini. Di tahun 2023, Humas Pemerintah Daerah DIY berhasil memenangkan beberapa penghargaan lagi di lingkup instansi pemerintah seperti penghargaan *Public Relations Indonesia Awards (PRIA) 2023*, Anugerah Media Humas (AMH) 2023, dan Anugerah Humas Indonesia (AHI) 2023. Pencapaian ini menunjukkan bahwa Humas Pemerintah Daerah DIY telah sesuai dengan alur yang benar dan siap untuk melakukan inovasi baru di masa depan (Humas DIY, 2023b).

Peneliti menemukan kesenjangan masalah penelitian ini berdasarkan pengamatan awal di lapangan. Karena kesimpangsiuran informasi yang sering terjadi yang disebabkan oleh banyaknya sumber informasi dari berbagai media, peran pemerintah saat ini menjadi perhatian publik. Sumber informasi tentang Yogyakarta tidak hanya ditemukan di akun media sosial Humas Pemerintah Daerah DIY yang resmi saja. Banyak individu yang memiliki inisiatif secara mandiri membuat akun media sosial serupa yang berfokus pada informasi seputar Yogyakarta pula, seperti pada akun Instagram @jogjainfo, @visitingjogja, @jogjaistimewa, dll (Londa, 2014).

Selain itu, dapat dikatakan bahwa pemerintah seharusnya lebih banyak berkomunikasi dengan masyarakat melalui akun media sosial

pemerintah. Namun realitanya, berdasarkan hasil pra riset di beberapa akun media sosial Humas Pemerintah Daerah DIY, peneliti menemukan bahwasanya Humas dalam merespon masyarakat di kolom komentar yang ada pada setiap postingan yang di *upload* masih kurang interaktif dan belum sebanding dengan antusiasme masyarakat dalam memberikan aspirasi dan penyampaian kritik terhadap pemerintah. Padahal hal ini dapat dilakukan agar masyarakat dapat merasakan hubungan timbal balik yang baik dengan pemerintah (Anggreani dkk., 2020).

Gambar 3: Komentar Postingan di Akun X @humas_jogja



Sumber : Akun X @humas_jogja (2024)

Humas Pemerintah Daerah DIY telah mengadopsi berbagai inisiatif *Cyber PR* untuk menyebarkan informasi publik. Namun, efektivitas implementasi *Cyber PR* dalam mendukung *balanced e-government* masih perlu dievaluasi lebih lanjut. Berdasarkan penjelasan dari uraian di atas, peneliti tertarik untuk menganalisa serta meneliti lebih jauh terkait bagaimana *Cyber PR* digunakan sebagai media penyebaran informasi publik di Humas Pemerintah Daerah DIY dan sejauh mana kontribusinya terhadap dimensi-dimensi *Balanced E-Government Scorecard*. Dengan

menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini akan mengidentifikasi tantangan dan hambatan yang dihadapi dalam implementasi *Cyber PR*, serta memberikan rekomendasi praktis untuk meningkatkan efektivitas komunikasi pemerintah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini “Bagaimana implementasi *Cyber PR* sebagai media penyebaran informasi publik dalam mendukung *balanced e-government* oleh Humas Pemerintah Daerah DIY?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin diraih dalam penelitian ini yakni untuk menganalisis secara mendalam mengenai implementasi *Cyber PR* sebagai media penyebaran informasi publik dalam mendukung *balanced e-government* oleh Humas Pemerintah Daerah DIY.

D. Manfaat Penelitian

Besar harapan nantinya penelitian ini akan memberikan manfaat bagi peneliti dan pembacanya, adapun manfaatnya mencakup:

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap penelitian ini dapat menambah kepustakaan serta pemahaman yang lebih mendalam tentang peran

Cyber PR dalam mendukung *balanced e-government* yang efektif, serta referensi bagi penelitian serupa berikutnya yang relevan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis bagi pemerintah daerah dalam meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan partisipasi publik melalui *Cyber PR*. Bagi lembaga yang bersangkutan, penelitian diharapkan bisa dijadikan sebagai bahan evaluasi kajian untuk meningkatkan pengelolaan dan implementasi *Cyber PR* dalam menyebarkan informasi publik demi mendukung terwujudnya *balanced e-government* yang optimal.

E. Tinjauan Pustaka

Selain penelitian ini, beberapa studi sebelumnya telah meneliti tema serupa. Peneliti memilih empat rujukan untuk melakukan penelitian ini, telah terangkum diantaranya:

Pertama, penelitian skripsi yang berjudul “*Implementasi Cyber Public Relations Dalam Mengembangkan Pengetahuan Program Pembelajaran Peserta Didik Lembaga Bahasa Dan Ilmu Al-Quran (LBIQ) Provinsi DKI Jakarta*” oleh Naila Mafayiziya Hayat dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta. yang dipublikasikan tahun 2022. Dalam penelitian ini menjelaskan terkait pengimplementasian program pembelajaran kepada peserta didik melalui *Cyber Public Relations* berdasarkan konsep elemen inti *Cyber PR* menurut Phillips & Young.

Penelitian menunjukkan hasil bahwa (1) Transparansi yang diterapkan oleh lembaga yakni melalui *website* <https://www.lbiqdki.id/> dan media sosial sebagai upaya penyebaran informasi, (2) Organisasi mengendalikan atas informasi yang akan disebarluaskan, (3) Proses transformasi *online* menghasilkan konsep baru yang berbentuk infografis, dan (4) Penyebaran informasi yang kaya dan mudah diakses dari internet.

Penelitian ini memiliki kesamaan objek variabel terkait Implementasi *Cyber PR*, namun subjek penelitian yang dipilih Naila adalah LBIQ Provinsi DKI Jakarta. Berbeda dengan peneliti yang mengambil subjek Humas Pemerintah Daerah DIY, serta peneliti menambahkan variabel keterkaitannya dalam rangka mendukung *e-government* (Hayat, 2022).

Kedua, penelitian yang dipublikasikan oleh Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora Vol.1 No.6 April 2022 dengan judul “*Implementasi Cyber Public Relations Pemerintah Kota Cimahi Sebagai Media Informasi Publik Mengenai Pandemi COVID-19 dalam Mendukung E-Government*” oleh Aditya Ilham Gunawan, Yustikasari, Aat Ruchiat Nugraha dari Universitas Padjadjaran. Dalam penelitian ini menjelaskan terkait implementasi *Cyber PR* sebagai media informasi publik dalam mendukung *e-government*, berdasarkan konsep elemen inti *Cyber PR* menurut Phillips & Young.

Penelitian menunjukkan hasil bahwa Pemerintah Kota Cimahi telah menggunakan *Cyber PR* untuk membuat informasi yang jelas dan

mudah diakses, mengurangi distribusi informasi melalui media cetak, membuat *website* kota menjadi lebih dikenal dan mudah ditemukan dengan menggunakan *Search Engine Optimization* (SEO) dan *hyperlink* yang saling terintegrasi pada semua *website* dan media sosial Instagram, serta membuat konten yang baik. Terdapat kesamaan objek variabel pada penelitian ini yakni terkait *Cyber PR* pada suatu instansi pemerintahan, namun subjek penelitian yang dipilih peneliti terdahulu adalah Pemerintah Kota Cimahi. Berbeda dengan peneliti yang mengambil subjek Humas Pemerintah Daerah DIY (Gunawan dkk., 2022).

Ketiga, penelitian yang dipublikasikan oleh Jurnal Pustaka Komunikasi, Vol. 3 No. 1, pada bulan Maret 2020, halaman 1-12, dengan judul “*Analisis Implementasi Digital Public Relations pada Konten Instagram @alamiuniversal*” oleh Muhammad Syafaat dan Delmia Wahyudin dari *London School of Public Relations*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif *interpretative*.

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa penerapan komunikasi digital pada akun Instagram @alaminuniversal dinilai sudah sangat terukur sesuai dengan teori yang digunakannya. Ini ditunjukkan melalui kuatnya elemen transparansi serta kekayaan konten dalam setiap postingan mereka. Penelitian ini sama-sama menggunakan teori dan konsep *Cyber PR*. Namun, subjek dan media penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya. Subjek peneliti menggunakan Humas Pemerintah Daerah DIY, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan subjek Instagram

@alaminuniversal. Penelitian terdahulu hanya berfokus pada satu media saja. Sedangkan penelitian ini mencakup implementasi *Cyber PR* secara komprehensif (Syafaat & Wahyudin, 2020).

Keempat, penelitian yang dipublikasikan oleh Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan, Vol. 8 No. 1, pada bulan Agustus 2023, halaman 67 - 76, dengan judul “*Analisis Penerapan E-Government dalam Mendukung Transparansi dan Keterbukaan Informasi Publik*” oleh Riza Purnama dari STISIP Bina Putera Banjar. Dalam penelitian ini menjelaskan terkait penerapan konsep *Balanced E-Government Scorecard*.

Penelitian ini menemukan bahwa *website* resmi pemerintah Kota Banjar menunjukkan analisis kinerja pemerintah dalam menerapkan *e-government* untuk mendukung transparansi serta keterbukaan informasi publik dinilai belum berjalan dengan baik. Faktor-faktor yang menghambat kinerja ini termasuk sumber daya manusia yang kurang, proses penyampaian data yang masih manual, dan kurangnya promosi dan sosialisasi secara langsung. Hal ini berdampak pada kesadaran publik, terutama tentang transparansi dan keterbukaan informasi publik. Penelitian ini memiliki kesamaan konsep terkait penerapan *balanced e-government*, namun subjek penelitian yang dipilih Riza adalah *website* resmi Pemerintah Kota Banjar. Berbeda dengan peneliti yang mengambil subjek Humas Pemerintah Daerah DIY, serta peneliti menambahkan variabel keterkaitannya dengan implementasi *Cyber PR* (Purnama, 2023).

Tabel 1 Tinjauan Pustaka

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Naila M Hayat	Implementasi <i>Cyber Public Relations</i> Dalam Mengembangkan Pengetahuan Program Pembelajaran Peserta Didik Lembaga Bahasa Dan Ilmu Al-Quran (LBIQ) Provinsi DKI Jakarta	Melakukan transparansi dengan <i>website</i> dan media sosial. Organisasi mengendalikan atas informasi yang akan disebarluaskan. Menghasilkan konsep terbaru berbentuk infografis. Penyebaran informasi yang kaya dan mudah diakses dari internet.	Tema yang sama-sama berkaitan dengan Implementasi <i>Cyber PR</i>	Subjek peneliti menggunakan Humas Pemerintah Daerah DIY sedangkan penelitian ini menggunakan LBIQ Provinsi DKI Jakarta. Serta peneliti menambahkan variabel keterkaitannya dalam rangka mendukung <i>e-government</i> .
2	Aditya Ilham G, Yustika sari, dan Aat Ruchiat N	Implementasi <i>Cyber Public Relations</i> Pemerintah Kota Cimahi Sebagai Media Informasi Publik Mengenai Pandemi COVID-19 dalam Mendukung <i>E-Goverenment</i>	Pemerintah Kota Cimahi sudah mengimplementasikan <i>Cyber PR</i> untuk membuat informasi yang transparan dan mudah diakses, mengurangi penggunaan media cetak, membuat konten yang baik, serta menggunakan fitur SEO dan <i>hyperlink</i> .	Tema yang sama-sama berkaitan dengan implementasi <i>Cyber PR</i> sebagai media informasi publik pada suatu instansi pemerintahan	Subjek peneliti menggunakan Humas Pemerintah Daerah DIY sedangkan penelitian terdahulu menggunakan Pemerintah Kota Cimahi pada saat konteks kondisi di era pandemi Covid-19
3	M Syafaat dan Delmia W	Analisis Implementasi <i>Digital Public Relations</i>	Penerapan komunikasi digital pada akun Instagram	Memiliki kesamaan konsep teori yang digunakan yakni konsep	Subjek peneliti menggunakan Humas Pemda DIY sedangkan penelitian

		pada Konten Instagram @alamiunive rsal	@alaminunive rsial dinilai sudah sangat terukur sesuai dengan teori yang digunakannya. Ini ditunjukkan dengan kuatnya elemen transparansi serta kekayaan konten dalam setiap postingan mereka.	Implementasi <i>Cyber PR</i>	terdahulu menggunakan konten Instagram @alaminuniv ersial. Serta penelitian ini berfokus pada satu media saja. Namun peneliti mencakup <i>Cyber PR</i> secara komprehensif.
4	Riza P	Analisis Penerapan <i>E-Government</i> dalam Mendukung Transparansi dan Keterbukaan Informasi Publik	Analisis kinerja pemerintah Kota Banjar dalam <i>menerapkan e-government</i> belum berjalan dengan baik. Faktor-faktor yang menghambat adalah SDM yang kurang, proses penyampaian data masih manual, serta kurangnya promosi dan sosialisasi secara langsung.	Memiliki kesamaan konsep yang dipakai yakni konsep <i>Balanced E-Government Scorecard</i>	Subjek peneliti menggunakan Humas Pemda DIY sedangkan penelitian terdahulu menggunakan <i>website</i> resmi Pemerintah Kota Banjar. Serta peneliti menambahkan variabel keterkaitannya dengan implementasi <i>Cyber PR</i>

Sumber: Olahan Peneliti (2024)

F. Landasan Teori

Peneliti menggunakan beberapa konsep teori dalam penelitian ini sebagai landasan berpikir untuk menyelesaikan masalah yang ada dalam penelitian. Beberapa landasan teori yang peneliti gunakan dalam penelitian ini, berikut diantaranya:

1. *Cyber PR*

Menurut buku *Effective Public Relations* (edisi sembilan), Cutlip, Center, dan Broom mengatakan bahwa, "*Public relations* adalah fungsi manajemen yang bertanggung jawab untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan menguntungkan antara organisasi dengan publik yang dapat mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan dari suatu organisasi." (Cutlip dkk., 2011).

Menurut buku *Cyber Public Relations*, E-PR didefinisikan sebagai cara kerja PR dengan menggunakan internet sebagai media publisitas. Definisi ini diuraikan secara lebih rinci sebagai berikut:

- a. "E" merupakan elektronik, dan "e" mengacu pada media elektronik internet. Media internet ini membangun merek dan mempertahankan kepercayaan.
- b. "P" merupakan *public*, yang merujuk pada pelanggan organisasi. Dalam hal ini, konsumen yang dituju tidak hanya dari satu pasar, tetapi dari berbagai publik *audiens* yang dapat diakses dengan lebih mudah melalui media internet, maupun sebaliknya.

c. "R" merupakan *relations*, yang berarti hubungan yang seharusnya dibangun antara suatu organisasi dan masyarakatnya. Ini adalah dasar kepercayaan untuk membangun hubungan antara organisasi dan masyarakatnya. Menariknya, media internet dapat membangun hubungan *face-to-face* atau *one-to-one* secara cepat karena sifatnya yang interaktif (Onggo, 2004).

Dari uraian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa usaha *public relations* yang menggunakan internet sebagai strategi baru untuk melaksanakan tugasnya dengan memanfaatkan kemajuan teknologi saat ini untuk terhubung dengan dunia luar dikenal sebagai *E-PR* atau *Cyber PR*.

Menurut (Puspitasari & Purwani, 2022), Humas harus menerapkan strategi kerja *Cyber PR* yakni adaptif, progresif, kreatif, dan inovatif. Para praktisi Humas dituntut untuk memiliki kemampuan melek digital yakni cermat dalam mengolah, mengembangkan konten yang proporsional, dan mempublikasikan informasi kepada publik. Agar dapat menjangkau berbagai demografi *audiens*, humas harus dapat berfungsi sebagai *publisher* sekaligus *produser*.

Hidayat dalam bukunya "*Media Public Relations*", mengungkapkan bahwa terdapat beberapa ciri kerja media *Cyber Public Relations*, seperti umpan balik langsung, berpeluang bersaing di pasar global, *two way communication*, dapat memperkuat hubungan

komunikasi, dan hemat (Hidayat, 2014). Terdapat beberapa bentuk *Cyber PR* yang dipaparkan dalam bukunya, diantaranya:

a. *Online media*

Media kontemporer yang juga dikenal sebagai media *cyber*.

Ini terbagi menjadi dua kategori yakni media massa *online*, yang mencakup majalah *online*, koran *online*, televisi dan radio digital, yang ditujukan untuk pelanggan yang ingin menonton televisi dan mendengarkan radio secara *streaming* melalui jaringan internet; serta media non-massa *online*, yang mencakup *platform video conference*, *teleconference*, dan *chatting*. Media tersebut dapat digunakan oleh dua orang atau lebih melalui jaringan internet atau telepon, yang memungkinkan mereka untuk dapat saling melihat dan mendengar apa yang dibicarakan.

b. *Wire service*

Menurut Laermer dalam (Hidayat, 2014), *wire service*

adalah cara untuk menyebarkan informasi perusahaan. Sehingga dapat mempermudah publik untuk menemukan informasi terkait perusahaan atau instansi melalui *website* publiknya. Ini memungkinkan untuk menemukan informasi tanpa harus mengunjungi atau menanyakannya secara langsung. Untuk memenuhi kebutuhan publikasi informasi, *wire service* dapat berfungsi sebagai situs web instansi resmi. Gabungan dari semua situs *online* yang dapat diakses publik umumnya disebut *World*

Wide Web (WWW). Melalui penggunaan *website* resmi ini, publik dapat mengakses berbagai informasi terkait organisasi, seperti profil organisasi, berita terbaru, katalog barang dan jasa, dan lainnya.

c. *Press Release*

Press release adalah media penyebaran informasi publik yang sering dipakai dalam aktivitas kehumasan, yakni sebuah pengumuman resmi yang dikeluarkan oleh instansi/perusahaan kepada wartawan dan redaksi media. Memiliki fungsi sebagai media untuk mempublikasikan berita dimana *press release online* yang disebarluaskan di media *online* baik melalui *email* kepada perusahaan atau menampilkannya secara langsung di *website* perusahaan. Dengan tujuan mendapatkan liputan dan menarik perhatian publik terhadap berita tertentu.

d. *E-mail Autoresponder*

Alat ini berfungsi untuk menjawab email secara cepat dan otomatis. Tujuan dari programnya adalah untuk membantu para praktisi Humas dalam merespon pertanyaan yang sama dan berulang tanpa harus selalu berada di hadapan komputer.

e. *E-Newsletter*

E-newsletter adalah versi *online* dari majalah atau koran, yang memberikan *audiens* akses ke berita terbaru tanpa harus mengunjungi perusahaan.

f. Media sosial

Media sosial adalah sebuah medium yang dimanfaatkan orang dalam berkomunitas *online* di seluruh dunia yang menjadi salah satu buah dari perkembangan teknologi saat ini. Menurut (Liedfray dkk., 2022), media sosial merupakan sebuah media *online* di mana pengguna dapat dengan mudah dalam berpartisipasi, berbagi, serta menciptakan isi; jenis media ini diantaranya seperti situs web, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia maya. Media sosial memiliki kekuatan besar dalam penyebaran informasi kepada publik, beberapa diantaranya untuk menciptakan suatu gerakan sosial, penggalangan dana, dan bahkan penyebaran isu tertentu (I. K. Dewi & Yusriyah, 2021).

Media *Cyber PR* melalui media sosial seperti email, *website*, blog, Instagram, Facebook, X, Tiktok, YouTube, WhatsApp, dan lainnya digunakan untuk membangun hubungan.

Dikarenakan lebih mudah diakses, cepat, dan murah. Penggunaan media sosial dianggap sebagai suatu langkah yang efektif dan efisien, karena pesan yang diterima lebih terkini, dapat diakses secara terus menerus, dan menerima umpan balik langsung (Hidayat, 2014).

Komunikasi dua arah yang sifatnya langsung pada media sosial dapat dimanfaatkan oleh instansi/perusahaan untuk melacak opini dan tanggapan publiknya secara lebih terbuka dan

cepat. Dalam situasi ini, isu dan reaksi yang muncul pun dapat segera diatasi dengan memberikan informasi yang benar sehingga emosional publik dapat terkontrol dengan baik.

Para praktisi humas harus memperhatikan lima komponen utama *Cyber PR* agar mencapai kesuksesan. Kelima komponen ini harus dilengkapi dengan berbagai *platform* yang digunakan untuk mengakses internet dalam berkomunikasi. Hal ini seperti yang dipaparkan oleh (Phillips & Young, 2009), diantaranya:

a. *Transparency*

Transparansi menunjukkan keterbukaan, komunikasi dan akuntabilitas. Instansi/perusahaan diajak untuk menjadi lebih terbuka dalam memberikan informasi kepada publiknya melalui media *online*. Ini memungkinkan proses *Check and Balancing* untuk diamati dan dipantau oleh pihak eksternal dalam setiap aktivitasnya. Dalam hal ini *press release* tidak lagi dikirim ke media; sebaliknya, humas mengunggahnya ke *website* sehingga para wartawan media dapat mengunduhnya secara instan.

Transparansi terbagi menjadi beberapa kategori, yakni:

1) *Radical Transparency*

Radical Transparency adalah pendekatan manajemen di mana semua argumen, data informasi, dan hal-hal terkait keputusan dan tindakan organisasi disebarkan secara luas kepada publik.

2) *Controlled Transparency*

Controlled Transparency adalah pendekatan untuk transparansi melalui penyebaran informasi organisasi ke publik secara aman/terkontrol, terukur dan terbatas melalui internet. Ada pihak yang berperan sebagai *gatekeeper*. Terdapat batasan-batasan sehingga tidak semua informasi perlu dibuka selebar-lebarnya ke publik. Transparansi yang berlebihan bisa berdampak kepada reputasi dan kredibilitas instansi/perusahaan. Maka dari itu, instansi/perusahaan harus membuat kebijakan formal, yang mengatur bagaimana *stakeholder* menerima informasi.

3) *Institutional Transparency*

Transparansi kelembagaan adalah di mana informasi tentang organisasi disediakan oleh berbagai pihak berwenang, bukan oleh organisasi tersebut sendiri.

4) *Overt Transparency*

Transparansi yang jelas atau terang-terangan adalah di mana sebuah organisasi berupaya terbuka menyediakan seluruh informasi publik dan *stakeholder* lainnya dengan jelas. Transparansi ini dapat dilakukan untuk pasar, konsumen, karyawan, berbagai organisasi dan konstituen lainnya. Seringkali bentuk transparansi ini berupa *website* dan media sosial resmi instansi/perusahaan.

5) *Covert Transparency*

Transparansi terselubung adalah di mana organisasi melakukan dorongan atau manipulasi informasi interpretatif, yang biasanya mencakup iklan di dunia maya atau promosi semacamnya. Hal ini diupayakan oleh instansi/perusahaan untuk mendapatkan keuntungan, misalnya dalam membuat *website* lebih menonjol dalam daftar mesin pencari (*Search Engine Optimization* disebut - SEO), atau informasi yang disampaikan ke media sosial.

6) *Intentional Transparency*

Transparansi disengaja adalah sesuatu upaya yang sengaja dilakukan oleh perusahaan atau seorang Humas dalam memberikan informasi terkait kepada publik atau media yang dimana informasi tersebut memiliki motif tertentu yang digunakan untuk meningkatkan citra ataupun klarifikasi instansi/perusahaan tersebut di mata publik.

7) *Unintentional Transparency*

Transparansi tak disengaja berarti informasi tentang perusahaan tersebar di internet tanpa direncanakan oleh organisasi. Ini terjadi karena pihak lain atau melalui teknologi komunikasi dan informasi yang dapat mencari dan menyimpan data secara otomatis.

Biasanya semua informasi yang tersedia di perusahaan dikumpulkan di *website* tersebut lalu digunakan untuk menawarkan informasi kepada pengguna internet. Transparansi terjadi karena sebagai bagian dari lisensi untuk beroperasi (baik sebagai persyaratan hukum dan untuk membangun kepercayaan dengan *stakeholder*).

b. *Porosity*

Mengacu pada penjelasan (Phillips & Young, 2009), Transparansi yang tidak sengaja disebut *porosity*. Instansi/perusahaan saat ini sering menggunakan internet untuk berkomunikasi, seperti melalui email, *instant messaging*, situs web, serta media sosial. Ketika suatu organisasi memulai interaksi dengan pihak eksternal melalui dunia virtual, informasi tentang organisasi akan disebarkan dengan cara yang lebih informal dan jelas. Dikarenakan aksesnya yang mudah, informasi tertentu mungkin saja bocor ke masyarakat.

Selain itu, *porosity* adalah istilah yang mengacu pada kemampuan komponen informasi yang ditransfer dari dalam ke luar organisasi untuk “meresap” atau bocor melalui batasan-batasan yang ada, baik yang secara sengaja atau tidak sengaja disampaikan kepada publik lainnya. Penyebabnya bisa terjadi karena kebijakan yang kurang ketat, sistem keamanan yang lemah, atau bahkan strategi komunikasi yang memang dirancang untuk

membiarkan informasi tertentu tersebar. Humas dapat memberikan informasi yang bias atau tidak layak ke publik karena kemudahan berinteraksi. Dokumen internal misalnya, yang seharusnya dibagikan ketika rapat berlangsung namun malah tersebar ke khalayak luas melalui berbagai media sosial. Karena hal itu dapat memberikan informasi yang salah/bias kepada masyarakat.

c. *The Internet as an Agent*

Menurut (Phillips & Young, 2009) "agensi" mengacu pada upaya transformasi pesan di mana pesan ditransmisikan secara *online* dari satu individu ke individu lainnya, sehingga berpotensi memberikan konteks dan pemahaman baru pada publik. Ketika pesan informasi berubah selama proses melalui dunia maya, ini disebut sebagai *Internet agency*. Fakta menunjukkan bahwa banyaknya postingan blog yang memaknai kembali konten dari sumber lain, yang juga dikenal sebagai *human internet agency*.

Konsep *Internet agency* pertama kalinya diungkapkan pada tahun 1999 oleh Alison Clark dan Roy Lipski untuk Komisi Internet CIPR/PRCA. Konsep ini mengatakan bahwa orang dan teknologi dapat mengubah pesan, yang dapat berupa kata-kata, gambar, video, suara, atau bahkan program komputer. Dalam proses ini, mereka berfungsi sebagai agen untuk menyampaikan informasi ke masyarakat. Karena penyampaian secara *online* inilah

yang akan memberi makna baru kepada setiap individu yang mendapatkan informasi tersebut dengan cara yang berbeda.

d. *Richness in Content and Reach*

Dalam praktiknya, *richness in content* dan *reach* saling "melekat", tidak dapat dipisahkan. Transparansi dilakukan melalui proses yang dikenal sebagai kekayaan informasi. Teknologi internet, orang lain, dan perusahaan menyediakan kekayaan informasi *online* ini. Bahkan, ada kemungkinan bahwa informasi yang berkaitan dengan perusahaan telah tertimbun secara besar-besaran oleh banyak halaman web lain yang memberikan gambaran tentang perusahaan di internet (Phillips & Young, 2009).

Secara praktis, dalam konsep *Cyber PR* terdapat dua area penting untuk keperluan pengembangan kekayaan informasi. Keduanya merupakan dasar untuk membuat konten yang ingin disampaikan agar nampak menarik. Pertama, dalam pembuatan konten yang kaya mencakup berbagai jenis konten, seperti kata-kata, gambar, suara, video, diagram, musik, dan lain sebagainya, yang disediakan kepada masyarakat umum dan didistribusikan melalui internet.

Area yang kedua yakni partisipasi publik yang menjadi bagian dalam meningkatkan kekayaan beberapa konten melalui komunitas *online* mereka sendiri yang akan memengaruhi *richness in content* dan *reach* dalam proses bersimbiosis. Hal ini dapat

dicapai melalui berbagai macam cara, seperti situs web, forum *online*, dan pembuatan informasi *online* yang berisi konten yang berkaitan dengan perusahaan secara terbuka. Sebagai contoh, komunitas *blogger* atau *reviewer* yang bermanfaat untuk meningkatkan kualitas konten yang tersedia. Dengan demikian, informasi tentang instansi atau perusahaan tersebut semakin tersebar luas dan publik semakin mengenal mereka.

Area atau jangkauan masyarakat terhadap konten yang tersedia disebut *reach*. Akses ke internet yang mudah memungkinkan penciptaan dan penyebaran informasi yang signifikan. Menurut (Phillips & Young, 2009), ada banyak cara untuk meningkatkan *reach Cyber PR*. Salah satunya dengan menggunakan metode seperti pengoptimalan mesin telusur (SEO) dan *hyperlink exchange* untuk membuat halaman web perusahaan lebih mudah diakses oleh publik. Tak hanya itu, *reach* juga dapat dicapai melalui keterlibatan komunitas *online*, yang memungkinkan orang lebih dekat dengan perusahaan dan membuat perusahaan masuk menjadi bagian dari percakapan komunitas *online* tersebut.

Untuk membuat khalayak lebih mudah menemukan, organisasi atau perusahaan dapat mengubah kata kunci. Salah satu cara untuk mencapai hal ini adalah dengan Google Ads, yang memungkinkan publik untuk mendapatkan berbagai informasi mengenai organisasi

tersebut secara lebih cepat juga akurat. Lebih dari itu, komunitas kecil yang menjadi bagian dari Humas juga dapat mempertahankan kestabilan komunitas melalui perwakilan resmi dari organisasi atau perusahaan yang hadir secara langsung.

2. Informasi Publik

Ketentuan mengenai keterbukaan informasi publik telah diatur keberadaannya dalam peraturan perundang-undangan yakni pada UUD 1945 hasil amandemen pasal 28F dan 28J yang kemudian diperkuat dengan lahirnya UU No 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Menurut Pasal 1 angka (1) UU No 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik yang berbunyi, “Informasi publik adalah informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan/atau diterima oleh suatu badan publik yang berkaitan dengan penyelenggara dan penyelenggaraan negara dan/atau penyelenggara dan penyelenggaraan badan publik lainnya yang sesuai dengan Undang-Undang ini serta informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan publik.” (Republik Indonesia, 2008).

Terdapat dua jenis informasi yang tersedia, diantaranya informasi yang terbuka serta informasi yang dikecualikan. Informasi yang terbuka diantaranya meliputi Informasi Publik yang wajib diumumkan secara berkala; Informasi Publik yang wajib disediakan secara serta merta; dan Informasi Publik yang wajib tersedia setiap saat.

Undang-Undang tersebut dengan jelas menetapkan bahwa tidak ada lagi alasan bagi pemerintah untuk menyembunyikan atau menutupi informasi yang sangat penting dan bersifat umum serta berdampak luas kepada publik, kecuali untuk informasi yang sifatnya dikecualikan. Di samping itu, publik juga diwajibkan untuk memanfaatkan informasi yang didapat dengan bijak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Rahimallah & Ricky, 2023).

Berdasarkan Undang-Undang No 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, undang-undang ini memberikan aturan lengkap tentang informasi, termasuk prinsip dan tujuan, hak dan tanggung jawab, jenis informasi yang harus diberikan dan dikecualikan, serta cara untuk mendapatkan informasi. Undang-undang ini juga menetapkan informasi yang harus diberikan secara berkala, seperti:

- a. Informasi yang berkaitan dengan Badan Publik;
- b. Informasi terkait kegiatan dan kinerja Badan Publik yang bersangkutan;
- c. Informasi terkait laporan keuangan; dan/atau
- d. Informasi lain yang diatur oleh peraturan perundang-undangan.

Menurut Herdiana dalam (Amanda, 2021), informasi yang berpotensi mengancam kehidupan orang banyak atau ketertiban umum dianggap sebagai informasi yang wajib diberikan serta merta. Informasi publik harus disebar dengan cara yang mudah diakses

dan dalam bahasa yang mudah dipahami oleh publik. Sedangkan, informasi yang wajib tersedia setiap saat merupakan informasi yang sudah dimiliki dan dicatat oleh pemerintah dan dapat diakses oleh publik jika mereka memintanya.

3. *E-Government*

Istilah *e-government* mengacu pada pemerintahan yang berbasis elektronik, dimana pemerintah memberikan layanan publik yang lebih baik kepada warga negaranya melalui pemanfaatan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (Subowo dkk., 2024).

Sedangkan pengertian dari *e-government* lainnya juga dipaparkan oleh *World Bank* yaitu:

“The term "e-government" describes how government organizations use information technology (including mobile computing, the Internet, and wide area networks) that have the power to change how they interact with the public, businesses, and other branches of government” (Indrajit, 2022).

Dalam kata lain, *e-government* berfokus pada cara pemerintah memanfaatkan TIK dalam berkomunikasi, berinteraksi serta bertransaksi dengan publiknya (*G2C/Government to Citizen*), pelaku bisnis (*G2B/Government to Businesses*) dan antar pemerintah lainnya (*G2G/Government to Government*) untuk mencapai tujuan pembangunan. Berdasarkan definisi sebelumnya, konsep dasar implementasi *e-government* yakni bagaimana pemerintah dapat memberikan pelayanan publik secara elektronik dengan menggunakan TIK seperti internet, *smartphone*, komputer, dan lainnya.

Penggunaan *e-government* di Indonesia sudah mulai berkembang saat dikeluarkannya Instruksi Presiden No. 3 Tahun 2003, yang menetapkan tanggung jawab badan publik baik pusat maupun daerah, serta menekankan pentingnya layanan pemerintah yang dapat diakses secara *online*. Menurut Inpres tersebut, setiap gubernur, walikota dan dewan eksekutif diberi tugas dalam merancang rencana yang diperlukan untuk menerapkan *e-government*.

Dalam tahun 1992, Robert Kaplan dan David Norton menawarkan gagasan manajemen yang dikenal *Balanced Scorecard* sebagai alat untuk mengukur performa perusahaan. Dalam bidang *e-government*, Booz Allen dan Hamilton melakukan studi bersama *Berstelment Foundation* yang menggambarkan apa yang disebut *Balanced E-Government Scorecard* sebagai alat untuk mengukur performa pemerintahan yang menerapkan *e-government*.

Dalam konsep *Balanced E-Government Scorecard* terdapat lima dimensi yang masing-masing dibahas secara lebih rinci melalui berbagai kriteria. Dimensi-dimensi ini membantu memastikan bahwa proyek *e-government* tidak hanya secara teknologi canggih tetapi juga memberikan manfaat nyata bagi publik, beroperasi secara efisien, melibatkan warga, menjaga transparansi, dan beradaptasi dengan perubahan secara efektif. Menurut buku "*E-Government in Action*" yang ditulis oleh (Indrajit dkk., 2005) ada lima dimensi yang termasuk dalam *Balanced E-Government Scorecard*, di antaranya adalah:

a. Manfaat

Menurut Mc Quail dan Sven Windahl dalam (Albab & Zuhri, 2019), Manfaat adalah harapan, yang sama maknanya dengan *Explore* (penghadapan hanya menunjukkan suatu kegiatan yang diterima). Dimensi ini mengukur dampak positif yang dihasilkan dari implementasi *e-government*. Manfaat ini dapat mencakup efisiensi pelayanan, peningkatan aksesibilitas, serta kuantitas dan kualitas layanan yang dapat lebih baik.

Beberapa negara telah menerapkan standar kemudahan pengguna dan membagi pengguna berdasarkan profil dan kebutuhan. Hal itu dapat ditentukan dari **Keuntungan** yang diperoleh dan **Hasil Kerja** yang dilakukan pada implementasi *Cyber PR* sebagai media penyebaran informasi publik dalam mendukung *balanced e-government*. Kriteria ini mencakup hal-hal berikut:

- 1) Cakupan layanan yang sudah diterapkan
- 2) Cara layanan dapat diakses melalui “*one stop shop*” dari satu portal untuk berbagai macam layanan
- 3) Kemudahan dalam mengakses layanan tersebut

b. Efisiensi

Pengertian efisiensi menurut Mulyamah yang dikutip dari (S. P. Dewi, 2011) merupakan ukuran untuk membandingkan

rencana penggunaan masukan dengan penggunaan yang direalisasikan atau istilah lain penggunaan yang sebenarnya.

Dimensi ini, fokus terhadap efisiensi operasional dan penggunaan sumber daya yang optimal dalam penyelenggaraan layanan *e-government*. Efisiensi menyangkut bagaimana teknologi dapat meningkatkan produktivitas dan kualitas layanan serta mempercepat proses. Efisiensi tersebut dapat terwujud jika disertai dengan pada **Kemudahan** yang tersedia lengkap, **Perencanaan** yang baik, serta **Realisasi** dari implementasi *Cyber PR* sebagai media penyebaran informasi publik dalam mendukung *balanced e-government*. Berikut yang termasuk dalam kriteria ini yakni:

- 1) Ketersediaan arsitektur proses, *database* dan aplikasi yang dapat berjalan dengan baik ketika digunakan
- 2) Perencanaan keuangan dan sumber daya yang baik
- 3) Penggunaan maksimal *platform* TIK pada semua aspek
- 4) Kualitas dan ruang lingkup pelatihan untuk karyawan.

c. Partisipasi

Menurut (Isbandi, 2007), partisipasi masyarakat memiliki arti sebagai keterlibatan masyarakat dalam proses menemukan masalah dan peluang di masyarakat, membuat keputusan tentang solusi alternatif untuk mengatasi masalah, serta menilai perubahan yang terjadi.

Conyers dalam (S. P. Dewi, 2011) menyatakan bahwa partisipasi sangat penting diantaranya sebagai berikut:

- 1) Partisipasi masyarakat merupakan sarana untuk mendapatkan informasi terkait situasi, kebutuhan, dan sikap masyarakat setempat;
- 2) Keterlibatan masyarakat dalam proses perencanaan dan persiapan proyek, akan lebih dipercayai karena mereka akan memiliki rasa memiliki dan memahami.
- 3) Dalam kasus di mana masyarakat terlibat dalam pembangunan komunitas mereka sendiri, dalam hal ini partisipasi masyarakat adalah hak demokrasi.

Dimensi ini, menilai seberapa terlibat masyarakat dalam proses pengambilan keputusan dan pelayanan publik melalui *platform e-government*, termasuk umpan balik dan interaksi dengan pemerintah. Hal itu dapat ditentukan dari **Keikutsertaan**

masyarakat, **Potensi** yang diberikan, **Solusi** dalam menghadapi tanggapan negatif, serta **Keterlibatan** masyarakat dalam implementasi *Cyber PR* sebagai media penyebaran informasi publik dalam mendukung *balanced e-government*. Berikut yang termasuk dalam kriteria ini yakni:

- 1) Kemampuan untuk berinteraksi secara langsung dengan orang-orang yang berkepentingan melalui internet
- 2) Pemahaman tentang preferensi dan umpan balik publik

- 3) Pengaruh dan keterlibatan publik dalam proses pengambilan keputusan
- 4) Kemungkinan untuk mendiskusikan tentang topik yang menarik bagi publik melalui sarana seperti *chat room*.

d. Transparansi

Transparansi adalah suatu asas keterbukaan yang memungkinkan publik untuk mengetahui serta mendapatkan informasi seluas-luasnya yang berkaitan dengan *performance* serta berbagai permasalahan dari sebuah organisasi secara tepat waktu dan akurat. Menurut Loina, transparansi dapat memastikan bahwa setiap individu memiliki hak kebebasan akses untuk mendapatkan informasi terkait penyelenggaraan pemerintahan, termasuk informasi kebijakan, prosedur pembuatan, pelaksanaan, serta hasil dari proses tersebut (Fadjar Trisakti dkk., 2022).

Dimensi ini, mengukur tingkat transparansi informasi yang disediakan oleh pemerintah melalui *e-government*. Ini termasuk akses informasi, akuntabilitas, dan keterbukaan proses. Hal itu dapat ditentukan dari **Prinsip** Humas serta **Keterbukaan** informasi dalam implementasi *Cyber PR* sebagai media penyebaran informasi publik dalam mendukung *balanced e-government*. Kriterianya yakni:

- 1) Banyaknya jumlah informasi yang diberikan pemerintah selama proses pengambilan keputusan.

2) Informasi tentang status permohonan masyarakat.

3) Tema Informasi (*topicality of information*).

e. Manajemen perubahan

Pendekatan sistematis untuk menghadapi perubahan dari perspektif organisasi maupun individu dikenal sebagai manajemen perubahan (S. P. Dewi, 2011). Manajemen perubahan berkaitan dengan proses penerapan apakah terdapat proses *review* yang jelas dan dikelola dengan baik. Hal itu dapat ditentukan dari **Pendekatan** serta **Perubahan** yang dilakukan Humas dalam mengimplementasikan *Cyber PR* sebagai media penyebaran informasi publik dalam mendukung *balanced e-government*. Kriterianya yakni:

1) Strategi pengembangan, seperti perbandingan dan studi kasus seberapa besar implementasinya di tempat lain.

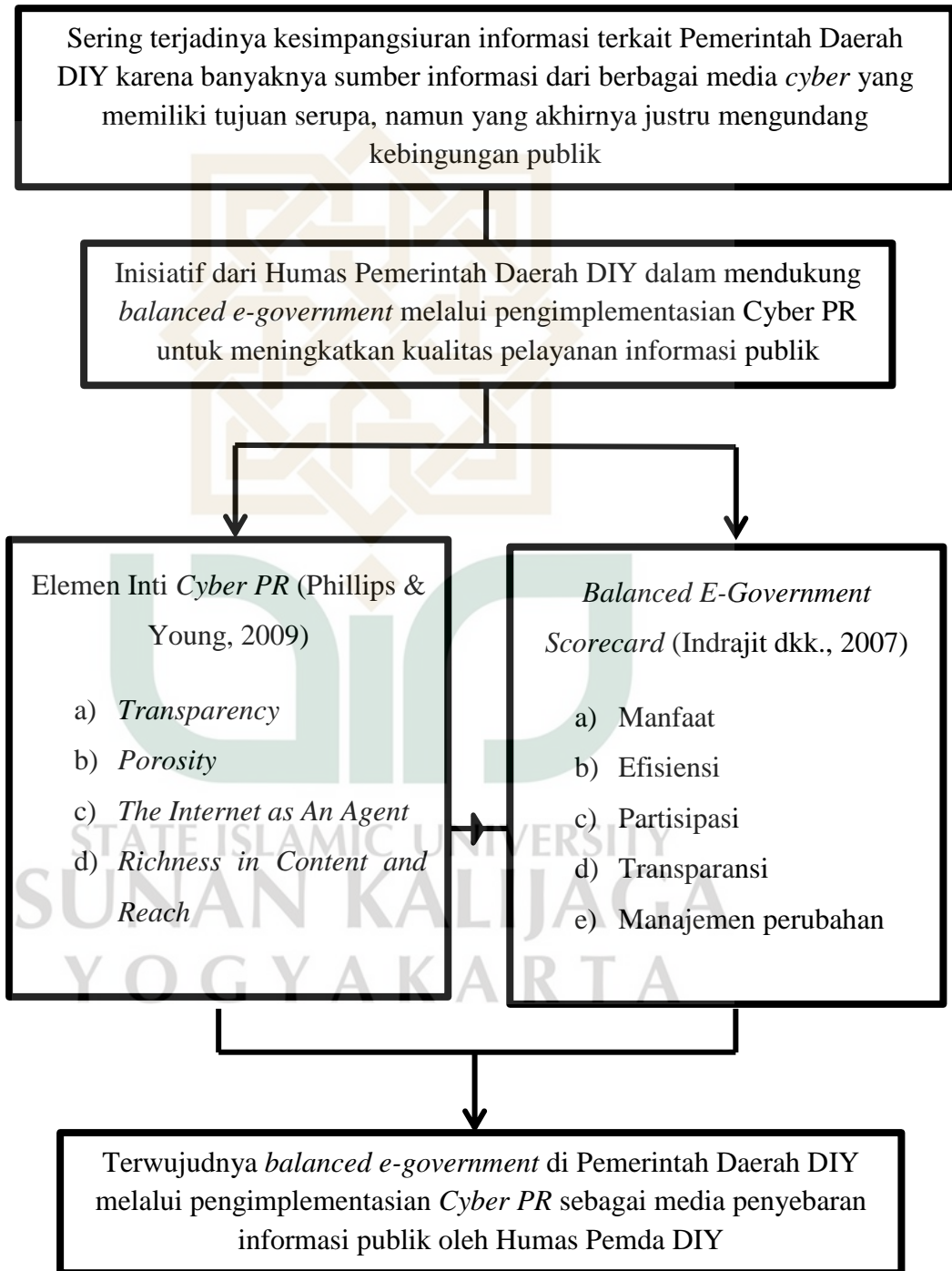
2) *Quality Control* dan evaluasi

3) Partisipasi dan motivasi pegawai

Yang paling penting pada kriteria manajemen perubahan ini adalah strategi pembangunan masa depan dan perencanaan strategis. *E-government* membutuhkan pengawasan dan kontrol yang ketat karena dalam implementasinya selalu bergerak secara dinamis.

G. Kerangka Pemikiran

Bagan 1
Kerangka Berpikir



Sumber: Olahan Peneliti (2024))

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini berjenis penelitian kualitatif, yaitu metode penelitian yang berasal dari filsafat postpositivisme atau interpretif yang digunakan untuk melakukan penelitian pada kondisi objek yang alamiah. Hal ini dimana peneliti berfungsi sebagai alat utama dan hasil penelitian lebih menekankan pada makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2021).

Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, karena penelitian ini berfokus pada peristiwa atau proses yang terjadi di lapangan, sehingga hasilnya tidak berasal dari angka-angka, tetapi dari deskripsi yang diambil dari dokumen, catatan lapangan, dan wawancara. Studi ini bertujuan untuk menggambarkan, mengungkapkan, dan menjelaskan implementasi *Cyber PR* sebagai media penyebaran informasi publik yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Daerah DIY dalam mendukung *balanced e-government*.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Penentuan subjek dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel *purposive* yang didasarkan pada pertimbangan tertentu dari sumber data. Misalnya, dianggap bahwa informan telah

memahami data yang diharapkan dalam penelitian secara menyeluruh (Sugiyono, 2021).

Dalam penentuan subjek penelitian menggunakan teknik ini, berdasarkan pada sejumlah kriteria. Humas Pemerintah Daerah DIY adalah subjek utama penelitian ini. Peneliti memilih beberapa informan yang ada di Humas Pemerintah Daerah DIY untuk diwawancarai dalam rangka menggali informasi yang dibutuhkan dalam penelitian, diantaranya sebagai berikut:

1) Kepala Bagian Hubungan Masyarakat

Kepala Bagian Hubungan Masyarakat adalah orang yang bertanggung jawab secara langsung untuk mengumpulkan informasi terkait strategi yang digunakan oleh Humas Pemerintah Daerah DIY untuk mengimplementasikan *Cyber PR* sebagai media penyebaran informasi publik dalam mendukung *balanced e-government*.

2) Kepala Subbagian Publikasi Dokumentasi dan Media Massa (PDM)

Kepala Subbagian Publikasi Dokumentasi dan Media Massa (PDM) Pemerintah Daerah DIY adalah orang yang bertanggung jawab secara langsung terkait implementasi program *Cyber PR*, bertanggungjawab dalam

pengelolaan program-program kehumasan subbidang PDM di Pemerintah Daerah DIY, serta mengawasi para staf admin pengelola *website* dan media sosial resmi Pemerintah Daerah DIY.

3) Staf Pengelola *Website* dan Media Sosial Pemerintah Daerah DIY

Peneliti turut mewawancarai staf yang mengelola (admin) *website* dan media sosial Pemerintah Daerah DIY. Wawancara ini dilakukan untuk lebih mengetahui pemanfaatan, aktivitas, konten, dan kendala dari pengelolaan *website* dan media sosial yang dikelola Humas Pemerintah Daerah DIY.

b. Objek penelitian

Objek penelitian merupakan keadaan sosial yang menjadi pusat perhatian atau fokus utama dalam penelitian yang dilaksanakan. (Sugiyono, 2021) mengatakan bahwa objek penelitian dapat berupa aktivitas (*activity*), orang (*actors*), atau tempat (*place*). Objek penelitian pada penelitian ini yakni implementasi *Cyber PR* yang dikelola oleh Humas Pemerintah Daerah DIY.

3. Metode Pengumpulan Data

Langkah pertama dalam penelitian adalah pengumpulan data. Agar data yang dikumpulkan menjadi valid, seorang peneliti harus memiliki

keahlian dalam pengumpulan data. Pengumpulan data penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang dapat dipercaya, keterangan, bahan, dan fakta di lapangan. Pada penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan dalam kondisi alamiah (*natural setting*), sumber data primer, dan teknik pengumpulan data yang paling umum digunakan adalah observasi (*observation*), wawancara (*interview*), serta dokumentasi (Sugiyono, 2021).

Data adalah bahan khusus untuk melakukan analisis. Peneliti menggunakan berbagai metode untuk mendapatkan data yang valid dan aktual, diantaranya:

a. Observasi

Observasi merupakan pengamatan atau peninjauan secara menyeluruh dari setiap komponen akan diteliti. Ini dilakukan dengan mengamati dan memperhatikan segala sesuatu yang muncul serta mempertimbangkan hubungan antara elemen dan

kenyataan atau fenomena selama proses komunikasi (Sugiyono, 2021). Pada penelitian ini, observasi dilakukan baik secara langsung turun di lapangan maupun secara *online* menggunakan *smartphone* untuk mendapatkan data dari media digital yang digunakan Humas Pemerintah Daerah DIY.

b. Wawancara

Wawancara merupakan interaksi atau tanya jawab dengan tujuan khusus yang melibatkan pewawancara dan narasumber.

Tujuan dilaksanakannya wawancara untuk mengumpulkan data, keterangan, dan pendapat agar peneliti dapat mempelajari lebih dalam tentang segala sesuatu yang terjadi, serta data yang tidak dapat diperoleh melalui observasi. Data yang dikumpulkan melalui wawancara adalah data yang tidak dapat diperoleh melalui teknik observasi (Sugiyono, 2021).

Dalam penelitian ini, jenis wawancara yang digunakan yakni wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan melibatkan pengajuan beberapa pertanyaan yang telah dipersiapkan, yang kemudian dijawab oleh orang yang memberikan informasi secara jelas dan terbuka. Alat bantu yang digunakan dalam metode pengumpulan data ini yakni perekam suara. Sedangkan penelitian ini menggunakan teknik wawancara terstruktur,

c. Dokumentasi

Data yang telah diperoleh dari observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif dilengkapi dengan data dokumentasi. Menurut (Sugiyono, 2021), tujuan pengumpulan data melalui dokumentasi adalah untuk mendapatkan gambaran serta melengkapi data yang diperoleh dari observasi dan wawancara dengan menggunakan media atau dokumen lainnya yang ditulis oleh subjek yang terlibat dalam penelitian.

Peneliti mengumpulkan data berupa dokumentasi postingan media sosial Humas Pemerintah Daerah DIY serta konten informasi yang diunggah di *website* untuk kegunaan arsip kepustakaan penelitian.

4. Metode Analisis Data

Sugiyono menggambarkan analisis data sebagai proses pengumpulan serta penyusunan sistematis data yang dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara. Proses ini melibatkan pengorganisasian data sesuai dengan bagian atau kategori masing-masing, pembagian data menjadi bagian-bagian atau unit, sintesis, dan penyusunan kesimpulan sehingga hasilnya menjadi mudah dipahami oleh individu dan orang lain. Teknik analisis data model Miles dan Huberman termasuk analisis data yang dilakukan secara langsung dan konsisten selama proses pengumpulan data hingga selesai (Sugiyono, 2021). Berikut teknik analisis data model Miles dan Huberman diantaranya:

a. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Pengumpulan data adalah proses mengumpulkan informasi yang dibutuhkan pada penelitian melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi sehingga data yang diperoleh semakin kaya.

b. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan proses untuk menentukan topik penelitian, merangkum, menggolongkan, menyederhanakan,

dan memfokuskan atau memusatkan pada tema dan pola yang penting untuk dicari, dilakukan setelah pengumpulan data. Reduksi data bertujuan untuk memberikan gambaran, informasi, dan menarik kesimpulan dari hasil penelitian..

c. Penyajian Data (*Display Data*)

Penyajian data yakni proses menyampaikan atau menampilkan data hasil penelitian untuk menyusun dan membuat laporan yang mudah dipahami dan memudahkan pengambilan keputusan serta merencanakan tindakan selanjutnya. Penyajian data kualitatif umumnya disajikan ke dalam bentuk teks naratif. Dalam penyajiannya bisa berbentuk uraian singkat, hubungan antar kategori, matrik, diagram, tabel dan bagan.

d. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

Tahap terakhir pada pengumpulan data yakni penarikan kesimpulan; ini dilakukan setelah data dikumpulkan dan memungkinkan peneliti untuk menemukan jawaban dan kesimpulan tentang topik penelitian mereka. Tujuan penarikan kesimpulan adalah untuk menemukan makna dari semua data yang disajikan melalui proses reduksi dan penyajian data.

5. Keabsahan Data

Triangulasi adalah metode uji validitas yang digunakan pada penelitian ini. Menurut (Sugiyono, 2021), triangulasi ialah upaya untuk

memeriksa data informasi dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu yang berbeda. Pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, yang dapat dilakukan dengan beberapa cara diantaranya:

- a. Membandingkan data hasil observasi dengan wawancara
- b. Membandingkan informasi yang diberikan secara publik dengan informasi yang diberikan secara pribadi.
- c. Membandingkan pendapat orang tentang situasi selama penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
- d. Membandingkan situasi dan perspektif seseorang dengan perspektif orang lain dari berbagai latar belakang.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang relevan

Pada penelitian ini yang menjadi informan triangulasi sumber ahli adalah Kepala Bidang Informasi dan komunikasi Publik Dinas Kominfo DIY, Riris Puspita Wijaya Kridaningrat S.T., M.Acc. Serta informan triangulasi sumber dari sisi publik adalah masyarakat asli Yogyakarta sekaligus pengikut akun media sosial Humas Pemerintah Daerah DIY, Nia Puspita Ningrum.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Humas Pemerintah Daerah DIY telah berhasil mengimplementasikan *Cyber PR* sebagai media penyebaran informasi publik dalam mendukung *balanced e-government*. Dikarenakan hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi *Cyber PR* yang dilakukan Humas Pemerintah Daerah DIY melalui *website* dan media sosial resminya sudah tergolong efektif, karena berhasil terbukti memenuhi keterkaitannya antara dimensi *Cyber PR* dan *Balanced E-Government Scorecard*.

Humas Pemerintah Daerah DIY dinilai telah transparan. Humas Pemerintah Daerah DIY telah menyediakan akses informasi yang mudah dan cepat melalui *platform* digitalnya. Informasi yang disampaikan secara terbuka mempermudah publik untuk menemukan informasi yang dibutuhkan serta membantu publik dalam memahami kebijakan dan keputusan pemerintah. Pengawasan langsung oleh Kepala Humas Pemerintah Daerah DIY juga dapat meningkatkan kepercayaan publik atas kebenaran informasi yang disajikan.

Pada dimensi *Porosity*, Humas Pemerintah Daerah DIY memanfaatkan porositas ini untuk menyebarkan informasi secara luas dan cepat. Humas menggunakan berbagai *platform* digital untuk memastikan informasi bisa diakses dengan mudah oleh masyarakat. Penyebaran informasi secara informal melalui media sosial terbukti lebih efektif dan efisien daripada secara formal melalui *website*. Namun, salah satu risiko dari *porosity* adalah kebocoran data

yang bisa saja menimbulkan masalah. Maka dari itu sebagai upaya antisipasi, diperlukannya proses editing melalui beberapa tahap, namun jika terlanjur terjadi, manajemen krisis sangatlah diperlukan.

Pada dimensi *the Internet as an Agent*, Humas Pemerintah Daerah DIY menggunakan internet untuk menyebarkan informasi dan menerima umpan balik dari masyarakat yang lebih efisien dan efektif, diantaranya menggunakan email, *website* resmi, dan media sosial. Dengan internet pula, memudahkan Humas untuk melakukan *media monitoring* dengan melacak dan menganalisis efektivitas kampanye komunikasi mereka.

Pada dimensi *Richness in Content and Reach*, Humas Pemerintah Daerah DIY telah mengoptimalkan *website* resmi dengan berbagai format konten yang kaya dan informatif yang disajikan dalam bentuk teks, infografis, dan video. Serta menggunakan media sosial untuk menyebarkan konten yang bervariasi dan interaktif. Humas Pemerintah Daerah DIY juga memanfaatkan berbagai *platform* digital untuk menjangkau masyarakat luas, dioptimalkan dengan penggunaan teknik *Search Engine Optimization* (SEO) dan *hyperlink*.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti memberikan beberapa saran yang diperuntukkan sebagai rekomendasi, diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi pihak yang terkait

Perlu dilakukannya optimalisasi pada *website* Biro Umum Humas dan Protokol Setda DIY baik dari segi keaktualan konten informasi dan tampilan *website* yang menarik, sehingga terciptanya *website* yang

menarik, informatif, dan representatif, agar pengunjung dapat meningkat secara signifikan serta informasi publik pun dapat tersampaikan dengan baik.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menganalisis dan meneliti lebih khusus terkait media cakupan obyek penelitian *Cyber PR* beserta keterkaitannya dalam mendukung *balanced e-government*.



DAFTAR PUSTAKA

- Albab, A. U., & Zuhri, S. (2019). Pengaruh manfaat, pengetahuan, dan edukasi terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal syariah. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(1), 129. <https://doi.org/10.31332/lifalah.v4i1.1367>
- Amanda, R. (2021). *Pemanfaatan Jejaring Sosial Twitter Sebagai Media Penyebaran Informasi Publik (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Twitter @djplkemenhub151)*. Universitas Negeri Jakarta.
- Anggreani, M. D., Purnomo, E. P., & Kasiwi, A. N. (2020). *Ruang Publik Virtual Sebagai Pintu Komunikasi Government To Citizen (Studi Kasus: Perbandingan Media Sosial Pemerintah Kota Yogyakarta dan Surabaya)*. 6.
- Annur, C. M. (2024, Februari 5). Penetrasi Internet DI Yogyakarta Tertinggi di Pulau Jawa pada 2024. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/05/penetrasi-internet-di-yogyakarta-tertinggi-di-pulau-jawa-pada-2024>
- APJII. (2024). *Pengguna Internet Di Indonesia* [Dataset].
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2011). *Effective Public Relations (edisi sembilan)*. Pranata Media.
- Dewi, I. K., & Yusriyah, K. (2021). Cyber Public Relation dalam Akun Instagram @Official.Antam PT. Aneka Tambang untuk Menghadapi Revolusi Industri 4.0. *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1). <https://doi.org/10.35326/medialog.v4i1.876>
- Dewi, S. P. (2011). *Eksistensi Cyber PR Sebagai E-Government Di Pemerintah Daerah Kabupaten Karawang Dalam Penyampaian Informasi Bagi Masyarakatnya*. Universitas Komputer Indonesia Bandung.
- Fadjar Trisakti, Adnin Dikeu Dewi Berliana, Al Bukhori, & Alya Fitr. (2022). Transparansi dan Kepentingan Umum. *Jurnal Dialektika: Jurnal Ilmu Sosial*, 19(1), 29–38. <https://doi.org/10.54783/dialektika.v19i1.61>
- Farikhah, T. N. (2020). Profesionalisme Humas Pemerintah dalam Era Keterbukaan Informasi Publik. Dalam *The Real GPR: 111 Tulisan Pranata Humas Indonesia*. Iprahumas Indonesia.
- Gunawan, A. I., Yustikasari, & Nugraha, A. R. (2022). Implementasi Cyber Public Relations Pemerintah Kota Cimahi Sebagai Media Informasi Publik Mengenai Pandemi COVID-19 dalam Mendukung E-Goverenment. *Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora*, 1(6), 1243–1258.

- Hayat, N. M. (2022). *Implementasi Cyber Public Relations Dalam Mengembangkan Pengetahuan Program Pembelajaran Peserta Didik Lembaga Bahasa Dan Ilmu Al-Quran (LBIQ) Provinsi DKI Jakarta*. Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Hidayat, D. (2014). *Media Public Relations; Pendekatan Studi Kasus Cyber Publik Relation Sebagai Metode Kerja PR Digital*. Graha Ilmu.
- Humas DIY. (2022, November 24). *Anugerah Media Humas 2022, DIY Borong 4 Piala*. <https://jogjaprov.go.id/berita/anugerah-media-humas-2022-diy-borong-4-piala>
- Humas DIY. (2023a, Februari 28). *DIY Jadi Pilot Project Smart Province*. [jogjaprov.go.id. https://jogjaprov.go.id/berita/diy-jadi-pilot-project-smart-province](https://jogjaprov.go.id/berita/diy-jadi-pilot-project-smart-province)
- Humas DIY. (2023b, Maret 17). *Pemda DIY Raih Penghargaan PR Indonesia Awards 2023*. [jogjaprov.go.id. https://jogjaprov.go.id/berita/pemda-diy-raih-penghargaan-pr-indonesia-awards-2023](https://jogjaprov.go.id/berita/pemda-diy-raih-penghargaan-pr-indonesia-awards-2023)
- Indrajit, R. E. (2022). *Electronic Government*. Preinexus.
- Indrajit, R. E., Rudianto, D., & Zainuddin, A. (2005). *Electronic Government In Action: Strategi Implementasi di Berbagai Negara* (264 ed.). Andi Offset.
- Isbandi, R. A. (2007). *Perencanaan Partisipatoris Berbasis Aset Komunitas: Dari Pemikiran Menuju Penerapan*. Fisip IU Press.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). *Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara*. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1).
- Londa, J. W. (2014). *Peran Petugas Humas Sebagai Komunikator Pembangunan (Studi di Bagian Humas Kantor Pemerintah Kabupaten Minahasa Selatan)*. *Journal "Acta Diurna,"* III(2).
- Muliawaty, L., & Hendryawan, S. (2020). *Peranan E-Government dalam Pelayanan Publik*. 11.
- Onggo, B. J. (2004). *Cyber Public Relations*. Elex Media Komputindo.
- Phillips, D., & Young, P. (2009). *Online Public Relations a practical guide to developing an online strategy in the world of social media* (Second). Kogan Page.
- Purnama, R. (2023). *Analisis Penerapan E-Government dalam Mendukung Transparansi dan Keterbukaan Informasi Publik*. 8(1).

- Puspitasari, N., & Purwani, D. A. (2022). *Cyber Public Relations Berubah atau Terlibas* (Public Relations). Adipura Book Centre.
- Rahimallah, M. T. A., & Ricky, R. (2023). Keterbukaan Informasi Publik: Holistikasi Dan Akselerasi Good Governance. *Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja*, 12(2), 62–75. <https://doi.org/10.33701/jiwbp.v12i2.2911>
- Republik Indonesia, Pub. L. No. 14, 4846 61 35 (2008).
- Shidqie, N. A., Akbar, N. F., & Faristiana, A. R. (2023). Perubahan Sosial dan Pengaruh Media Sosial Tentang Peran Instagram dalam Membentuk Identitas Diri Remaja. *SIMPATI: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Bahasa*, 1(3), 98–112.
- Shihab, M. Q. (2021). *Tafsir Al-Mishbah* (13 ed.). Lentera Hati.
- Sosiawan, E. A. (2008). *Tantangan dan Hambatan dalam Implementasi E-government di Indonesia*.
- Subowo, A., Suwitri, S., & Sodikin, F. A. (2024). Implementasi Kebijakan E-Government di Dinas Pendidikan Kota Semarang dalam Layanan Pendidikan Dasar. *Journal Of Public Policy And Management Review*, 13(2), 85–95. <https://doi.org/10.14710/jppmr.v13i2.43160>
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D / Sugiyono* (Cetakan Ke-3, 2021). Alfabeta.
- Syafaat, M., & Wahyudin, D. (2020). *Analisis Implementasi Digital Public Relation pada Konten Instagram @alaminuniversal*. 3(1).
- Tiyawati, T. A., Manalu, R., & Rakhmad, W. N. (t.t.). Implementasi Cyber Public Relations dalam Penyampaian Berita di Website Pemerintah Daerah (Analisis Tematik dalam Berita Website Pemerintah Daerah). *Interaksi Online*, 10(3), 536–545.
- Zuhriyandi, Z. & Malik Alfannajah. (2023). Penafsiran Ayat-Ayat Tentang Teknologi dan Inovasi Dalam Al-Qur'an: Implikasi Untuk Pengembangan Ilmu Pengetahuan di Era Modern. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 2(6), 616–626. <https://doi.org/10.56799/jceki.v2i6.2217>