

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang terus menjadi pesat memperkenalkan inovasi-inovasi terkini yang mempermudah manusia dalam berkomunikasi serta menerima data. Kemajuan teknologi ini setelah itu bawa manusia ke masa baru, ialah masa digital. Masa digital merupakan sebutan yang digunakan dalam timbulnya digital, teknologi data pc yang sangat dimanfaatkan oleh manusia saat ini jaringan internet. Dengan memasuki era digital, seluruh industri berupaya semaksimal mungkin untuk menghadirkan fasilitas terkini yang memudahkan konsumen atau klien.

Di era digital, *Public Relations* terbagi menjadi dua, yaitu *Public Relations* tradisional dan *Public Relations* digital. Seperti yang diungkapkan oleh Cutlip and Center and Broom bahwa *Public Relations* merupakan dari suatu perubahan dan pemecahan masalah dalam instansi atau organisasi yang dilakukan secara ilmiah. Oleh karena itu praktisi *Public Relations* melakukan proses empat langkah untuk menyelesaikan permasalahan, yaitu pencarian fakta, perencanaan dan pemrograman, aksi dan evaluasi komunikasi.<sup>1</sup> Praktik *Public Relations* digital merupakan bagian dari kegiatan kehumasan yang diadaptasi dari penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk instansi.

Kehadiran internet kini telah mengubah banyak aspek kehidupan manusia, termasuk hubungan masyarakat dunia. Internet telah mengubah cara praktik kehumasan yang dilakukan selama ini, dari yang semula konvensional menjadi lebih modern dengan hadirnya internet dan tentunya

---

<sup>1</sup> Riski Rahmadi, (Proses Humas dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Publik di Rumah Sakit Umum Daerah Arifin Achmad Provinsi Riau), No. 4231/KOM-D/SD-S1/2020  
<http://repository.uin-suska.ac.id/id/eprint/34074>

mempermudah pekerjaan mereka. Inti dari kegiatan kehumasan dikenal dengan istilah *Digital Public Relations* atau biasa disebut dengan *electronic public relations* agar lebih mudah diucapkan dan mudah dipahami. Menurut Bob Julius Onggo *Digital Public Relations* yang biasa disingkat dengan E-PR merupakan inisiatif praktisi humas yang menggunakan media internet sebagai sarana untuk publisitasnya.<sup>2</sup> Dengan cara memanfaatkan, instansi berusaha untuk membangun hubungan satuan secara simultan dan interaktif dengan publiknya. *Digital Public Relations* dapat dimaknai sebagai pelaksanaan dan penerapan aktivitas kehumasan yang dilakukan dengan menggunakan media elektronik berbasis internet untuk berinteraksi dengan publiknya. kegiatan tersebut dilakukan dalam rangka menyampaikan yang telah ditetapkan oleh instansi. public relation memiliki berbagai bentuk dilihat dari aspek pemanfaatannya, setidaknya lebih dari 5 bentuk pemanfaatan cyber public relation yang disebut oleh Bob Julios Onggo yaitu: email, majalah Elektronik, blog, Website dan multimedia.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ni Made Rona, Siska Armawati Sufa, dan Eny Ratnasari pada 2022 (*Aktivitas Digital Public Relations Dalam Akun Instagram (@ortuseight)*) Mengemukakan bahwa digital public relation menciptakan bentuk komunikasi baru bagi seluruh public dari sebuah organisasi, perusahaan maupun brand. Kreativitas dan pemahaman praktisi public relation dalam memanfaatkan ini tentunya akan membawa keuntungan bagi suatu instansi. Teori pelaku public relation mengikuti perkembangan media sosial dan memanfaatkan untuk melakukan aktivitas mereka. Hasil dari penelitian ini bahwa Aktivitas digital public relation sebagai aktivitas dari praktisi Public Relations agar mampu menyajikan pesan yang mampu membantu branding dari ortuseight. Bukan hanya menyajikan informasi yang menarik dan bukan pula upaya pemasaran. Digital public relation adalah upaya dari praktisi

---

<sup>2</sup> Onggo, B. J. (2004). *Cyber Public Relations : Strategi Membangun dan Mempertahankan Merek Global di Era Globalisasi Lewat Media Online*. Jakarta: PT. Elex Media Computindo.

public relation untuk menciptakan sebuah information edition dari user Instagram terhadap akun Instagram ortuseight.<sup>3</sup>

Dalam kaitannya dengan humas atau sering disebut *Public Relations*, media adalah berbagai alat penghubung yang digunakan oleh seorang praktisi humas untuk mewakili suatu instansi dengan publiknya, yaitu publik internal maupun publik eksternal untuk membantu tujuan lembaga tersebut. Saat ini pengguna Digital *Public Relations* dapat dimanfaatkan oleh instansi dalam meningkatkan eksistensi dalam pasarnya. Perkembangan manusia atau yang sering disebut humas baik sebagai ilmu maupun sebagai profesi sangat erat kaitannya dengan perkembangan teknologi. Tentunya hal ini menuntut para praktisi Public Relations untuk selalu mengikuti perkembangan teknologi untuk terus memanfaatkan new media dalam meningkatkan pelayanan publik.<sup>4</sup>

Kegiatan humas instansi pemerintah bertujuan untuk memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat. Digital *Public Relations* merupakan Inisiatif, yang sering dikenal sebagai PR digital, adalah pendekatan atau strategi kerja yang digunakan oleh akademisi dan praktisi *Public Relations* untuk mendapatkan kesadaran secara online.<sup>5</sup> Saat ini, setiap agensi berlomba-lomba untuk meliput agensi tersebut. Media baru atau media yang erat kaitannya dengan digital *Public Relations*, khususnya media yang dinilai berhasil menjaring informasi, merupakan salah satu yang dipandang mampu membantu para praktisi kehumasan saat ini. Banyak kemajuan teknologi memanfaatkan internet digunakan untuk mengatasi kendala komunikasi dengan cepat tanpa jarak dan waktu. Di tengah serbuan inovasi online yang terus berkembang pesat dan beragam, upaya *Public Relations* yang secara tradisional bergantung pada jalur

---

<sup>3</sup> Ni Made Rona, Siska Armawati Sufa, dan Eny Ratnasari. 1 Juni 2022 *Aktivitas Digital Public Relations Dalam Akun Instagram @ortuseight* <https://journal.uir.ac.id/index.php/Medium/article/view/9149/4097>

<sup>4</sup> Bob Julius Onggo, *Cyber Public relations, Strategi Membangun dan Mempertahankan Merek Global di Era Globalisasi Lewat Media Online*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2004), hal 156.

<sup>5</sup> Hidayat, Datsun, *MEDIA PUBLIC RELATIONS; Pendekatan Studi Kasus Cyber Publik Relation Sebagai Metode Kerja PR Digital*, (Yogyakarta : GRAHA ILMU,2014), hal 93

informasi dalam konvensi media, seperti berita dan surat kabar, aktivitas *Digital Public Relations* bergeser ke saluran digital berbasis internet yang dikenal dengan hubungan masyarakat.

Penggunaan media online termasuk media sosial yaitu media internet saat ini banyak diupayakan oleh banyak instansi dengan melihat fakta bahwa mayoritas masyarakat Indonesia yang menjadikan target audiensnya aktif mengakses media sosial. Berdasarkan data siaran pers Kementerian Komunikasi dan Informatika No. 53/H/KOMINFO/02/2018 jumlah pengguna internet pada tahun 2017 telah mencapai 143,2,6 juta orang, atau 54,68% dari total penduduk Indonesia, meningkat 10,56 juta orang dari hasil survei tahun 2016.

Mengingat betapa mudahnya bagi setiap orang untuk mengakses internet dimanapun mereka berada dan kapanpun mereka mau, angka ini terus meningkat. Saat ini, internet yang memiliki banyak kegunaan menjadi salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan manusia. Selain berfungsi sebagai sumber informasi, internet juga digunakan untuk tujuan lain, termasuk membangun hubungan dengan orang lain, berbelanja, belajar, dan lainnya. Statistik ini menunjukkan bahwa mayoritas individu menjadi fokus beberapa lembaga dan instansi yang ingin mengekspos mereka ke informasi yang tersedia untuk umum dalam meningkatkan pelayanan informasi publik media online juga perlu ditingkatkan.

Pelayanan Informasi Publik merupakan suatu tahap dalam mencapai tujuan yang dibuatnya untuk suatu kebijakan, dengan demikian sudah seharusnya badan publik menjadi pelayanan public. Saat ini, layanan publik yang disediakan oleh lembaga pemerintah terkait dengan informasi publik, yang diberikan kepada publik melalui saluran terbatas seperti prosedur pengiriman pesan yang berlarut-larut dan melelahkan. Agar masyarakat nantinya bertindak pasif demi kepentingan pelayanan publik. Pemerintah dan entitas publik memiliki kewajiban untuk menyediakan akses informasi yang terbuka. Pada dasarnya, publik memiliki informasi, bukan pemerintah atau entitas publik lainnya. Namun,

pemerintah harus menjaga keseimbangan antara kepentingan dan keterbukaan informasi public.

Terkait dalam meningkatkan pelayanan informasi public pada bidang informasi dan komunikasi public yang merupakan bagian struktur dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep. Ada bidang Informasi dan Komunikasi Publik yaitu memberikan informasi atau informasi tentang suatu isu agar sebanyak mungkin orang mengetahuinya dan pengelola dalam melayani masyarakat. Tujuannya tidak hanya untuk menginformasikan, tetapi juga sebagai bentuk transparansi publik dan juga sebagai sarana untuk mendorong semangat masyarakat untuk berpartisipasi dalam lingkup Dinas Pemerintah Kabupaten Sumenep yang terdiri dari Bupati, Wakil Bupati, Sekretaris, dan organisasi perangkat daerah di Kabupaten Sumenep yang dikenal dengan masyarakat khususnya masyarakat Sumenep.

Dinas komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep merupakan salah satu satuan kerja dilingkungan pemerintahan Kabupaten Sumenep yang dalam perjalanannya telah banyak mengalami perubahan baik kelembagaan maupun namanya. Kondisi yang terjadi pada bidang informasi dan komunikasi public dalam meningkatkan pelayanan informasi public belum maksimal dalam mengelolah media sosial seperti informasi dari pelosok dan kepulauan kurang di publikasikan dan postingan feed instagram @kominfosumenep kurang menarik dalam desain framenya, dimana hampir semua informasi dapat diakses di berbagai kanal media massa, dimana media saat ini dipandang memiliki peran yang sangat vital. seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan lain-lain. Meski begitu, saat ini media sosial menjadi krusial untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang peraturan atau pedoman yang baru dirilis. Permasalahan tersebut di atas muncul dari kurangnya transparansi dalam menginformasikan program-program yang dijalankan oleh Praktisi Digital *Public Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika

Kabupaten Sumenep, sehingga harus mengoptimalkan sumber daya media sebagai informasi kepada public.

Seperti yang diungkapkan oleh Kepala Dinas komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep Ferdiansyah Tetrajaya, SH. dalam rapat koordinasi Menyatakan bahwa pengalamannya pada monitoring dan evaluasi pertama dari tim komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur, Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep berada pada peringkat ke-5 dari bawah terkait penyelesaian pengaduan masyarakat dalam hal pelayanan informasi masyarakat yang tidak menyikapi hal tersebut, dirinya mengumpulkan pejabat dan staf terkait pengaduan masyarakat untuk mencari informasi kendala-kendala apa yang selama ini dihadapi oleh tim. Pada akhir pemaparannya, Ferdian berpesan kepada seluruh peserta bahwa harus memiliki komitmen melayani masyarakat terkait informasi yang dibutuhkan dimana pengaduan adalah sebagai indikator akan kebutuhan tersebut sehingga harus segera ditindak lanjuti setiap ada pengaduan melalui media .<sup>6</sup>

Penulis memilih Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep sebagai objek penelitian karena Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep merupakan instansi pemerintah yang memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan tugas internal dan eksternal masyarakat saat ini yang selalu berkaitan dengan kepentingan umum, informasi khususnya masyarakat terhadap kecamatan Sumenep. Dalam memperoleh informasi yang erat kaitannya dengan peningkatan kualitas keterlibatan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan publik dan dalam meningkatkan keterlibatan masyarakat, tidak akan banyak pembangunan tanpa kemudahan akses informasi yang tersedia di Kabupaten Sumenep.

Kegiatan kehumasan digital dapat diterapkan dalam menjalankan tugas dan fungsi di bidang informasi dan komunikasi publik pada Dinas

---

<sup>6</sup>admin, 2020, Rakor SP4N-LAPOR! Se-Jawa Timur, Kadis Kominfo Sumenep Menjadi Narasumber <https://sumenepkab.go.id/berita/baca/rakor-sp4n-lapor-se-jawa-timur-kadis-kominfo-sumenep-menjadi-narasumber>

Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep. Hal ini dikarenakan *Digital Public Relations* dapat membantu dan meringankan fungsi pemerintahan di bagian yang memicu informasi dan pelayanan publik. Kegiatan yang dilakukan oleh bidang Informasi dan Komunikasi Publik bertujuan untuk menyediakan kegiatan dan kegiatan yang berada dalam lingkup perangkat daerah khusus di Kabupaten Sumenep, serta membantu Pemerintah Kabupaten Sumenep dalam melaksanakan tugas pemerintahan seperti mensosialisasikan kegiatan pemerintahan dan sosialisasi Rancangan Peraturan Pemerintah Kabupaten dan Peraturan Daerah. Dengan adanya *Digital Public Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep dapat membantu mempublikasikan informasi dan meningkatkan pelayanan public bagi masyarakat Kabupaten Sumenep melalui publikasi di media internet seperti website dan media sosial Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep (@kominfosumenep). Dalam pemanfaatan media internet kini dapat mempermudah masyarakat untuk membantu mendapatkan informasi seputar kabupaten Sumenep.

Bentuk program layanan ini berupa layanan informasi atau data secara lisan tertulis, sarana dan prasarana. Dalam pelayanan publik ada tiga unsur penting yaitu hukum yang pertama. ke yang kedua, pribadi, orang yang membutuhkan layanan atau memiliki minat pada beberapa informasi. Ketiga, kepuasan penerima layanan sangat penting bagi sebuah instansi tepatnya Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep yang bertujuan untuk menentukan kebijakan pelayanan publik dalam rangka peningkatan kinerja dan peningkatan pelayanan publik.

Sehubungan dengan pesatnya arus komunikasi dan informasi kepada masyarakat Sumenep terutama saat berkomunikasi dengan audiens yang banyak, kami berharap melalui penelitian dapat dipelajari bagaimana *Digital Public Relations* dapat meningkatkan layanan informasi di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep. Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan oleh penulis di atas, yang tertarik untuk

melakukan penelitian dengan menggunakan mengambil judul: “Digital Public Relations Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Publik”



## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas adalah:  
*Bagaimana Implementasi Digital Public Relations Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Publik ?*

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti sesuai dengan apa yang telah dipaparkan pada latar belakang diatas, yaitu: *Untuk mengetahui Digital Public Relation Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Publik ?*

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah:

### **1.4.1 Manfaat Teoritis/Akademis**

Sebagai informasi dalam peningkatan Ilmu Komunikasi khususnya dalam bidang kehumasan (Public Relations) dan dapat dijadikan objek untuk penelitian lebih lanjut oleh mahasiswa yang ingin meneliti lebih lanjut tentang *Digital Public Relation Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Publik .*

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

- a. Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai arahan, pertukaran informasi dan peningkatan pelayanan publik pada Dinas Komunikasi Informatika Kabupaten Sumenep.
- b. Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada pemerintah daerah mengenai pentingnya Digital Public Relations yang diterapkan oleh instansi pemerintah selain pemerintah.

## **1.5 Metodologi Penelitian**

### **1.5.1 Paradigma Penelitian**

Paradigma memiliki arti sebagai sebuah sudut perspektif untuk mengevaluasi hal-hal yang terjadi di sekitar Anda dan aturan bagaimana bereaksi terhadap fenomena yang terjadi. Askar dan Royco Ma menggambarkan paradigma sebagai kumpulan praduga dan keyakinan. Asumsi ini kemudian diperhitungkan sebagai fakta yang dapat diandalkan dan diverifikasi secara empiris, yang mengarah pada validasi akhirnya sebagai ide yang diakui kebenarannya.<sup>7</sup> Pemilihan paradigma penelitian dalam konteks desain penelitian mengacu pada keputusan suatu keyakinan yang akan mendukung dan mengarahkan keseluruhan proses penelitian. Topik yang dibahas dan jenis penjelasan yang dapat diterima ditentukan oleh paradigma penelitian.

Penelitian terkait *Digital Public Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Publik ini terlebih dahulu dimulai dengan menemukan inti dari paradigma penelitian, sebagai hasil dari tahap pertama, akan menentukan metodologi penelitian yang akan digunakan. Peneliti memikirkan masalah yang sedang diselidiki dan membuat penyesuaian agar sesuai dengan materi dari paradigma penelitian yang sudah ada sebelum memutuskan untuk menerapkan paradigma penelitian post-positivisme.

### **1.5.2 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan penemuan dari studi yang tidak dapat diperoleh dengan menggunakan metode statistik atau kuantitatif konvensional. Kegiatan ilmiah yang terorganisir, terstruktur, metedis, dan memiliki tujuan yang pasti baik teoritis

---

<sup>7</sup> Salim, A. (2016). Teori dan Paradigma Penelitian Sosial. In A. Salim, Teori dan Paradigma Penelitian Sosial (Hal. 63)

maupun praktis—disebut sebagai proses penelitian. Penelitian dengan komponen ilmiah dan teoritis direncanakan karena penelitian harus direncanakan dengan pertimbangan yang memadai untuk waktu, uang, dan keterjangkauan lokasi dan data. Perencanaan ini memenuhi syarat kegiatan sebagai ilmiah. Menurut definisi Sekaran tahun 2003, penelitian adalah kegiatan kritis yang disusun secara metodis berdasarkan fakta-fakta dengan tujuan memecahkan suatu masalah atau memperoleh pengetahuan yang lebih baik tentangnya. Berhenti memberikan kebijakan dan pembuat keputusan masukan yang mereka butuhkan. Input adalah hasil dari pemeriksaan dan analisis data yang cermat di samping, plus data dapat berupa angka atau teks, baik kuantitatif maupun kualitatif.<sup>8</sup>

Jenis penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian deskriptif. Pada penelitian ini menjelaskan bagaimana tentang gambar atau penjabaran suatu objek penelitian berdasarkan pada ciri khas yang dimiliki oleh suatu instansi, pada penelitian ini peneliti melakukan suatu observasi langsung ke lapangan. Penulis mencoba menjelaskan atau menggambarkan situasi pada ada objek peneliti melalui fakta yang telah didapat yaitu mengenai Digital Public Relations Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep dalam meningkatkan Pelayanan Informasi Publik. Metode deskriptif dapat dikatakan sebagai metode yang bertujuan untuk menampilkan atau menggambarkan kondisi sebenarnya di lapangan dengan interpretasi yang dinyatakan secara benar dan berkaitan dengan data. Dan tidak hanya untuk mencari kebenaran mutlak tetapi juga untuk mencari wawasan yang mendalam.

---

<sup>8</sup>Prof. Dr. Conny R. Semiawan. *Metode Penelitian Kualitatif. Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. (ebook)  
[https://books.google.co.id/books?id=dSpAIXuGUCUC&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&ad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=dSpAIXuGUCUC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&ad=0#v=onepage&q&f=false)

### **1.5.3 Subjek/Objek Penelitian**

#### **a. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian menurut Suharsimi Arikunto memberikan Masalah utama dalam sebuah penelitian adalah kendala subjek penelitian sebagai objek atau individu yang terikat dengan data variabel penelitian. Subjek penelitian memainkan peran strategis yang penting karena mereka menghitung data tentang variabel-variabel ini sambil diamati oleh peneliti.<sup>9</sup> Karena penelitian kualitatif berangkat dari contoh-contoh kehadiran orang atau kelompok dalam konteks sosial tertentu, dan karena kesimpulan hanya berlaku untuk situasi sosial tersebut, populasi dan sampel tidak didefinisikan dengan baik dalam penelitian kualitatif seperti dalam penelitian kuantitatif.

Alasan dipilihnya narasumber di atas adalah karena menurut penulis subjek penelitian dalam penelitian ini haruslah orang-orang yang berpengaruh dalam suatu instansi khususnya dalam proses komunikasi di instansi tersebut dan orang-orang yang terlibat dalam proses komunikasi tersebut untuk mengetahui bagaimana terjadinya. Dapat dihasilkan oleh proses komunikasi kelembagaan. Penelitian ini juga menggunakan snowball yaitu adanya tambahan informan diluar dugaan sebanyak dua, yang mana informan tambahan dari media elektronik dan media cetak, sebagai tambahan untuk mendapatkan data dan melengkapi data yang kurang dari ketiga informan di Dinas Komunikasi dan Informatika. Sehingga data yang di dapat dari informan memperjelas data-data sebelumnya dari kominfo sebagaimana informan tersebut dari media media yang menjalin kerja sama dengan Kominfo. Berdasarkan hal tersebut dapat ditentukan kriteria subjek penelitian sebagai berikut:

#### **a. AKH. Taufiq**

---

<sup>9</sup> Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta

Bapak Taufiq merupakan informan pertama yang diwawancarai peneliti. Beliau merupakan kepala bidang informasi dan komunikasi public yang sudah bekerja di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep sejak 2014 pada saat itu beliau berusia 38th hingga berusia 47th. Bapak taufiq merupakan pihak yang berhubungan langsung dengan masyarakat dalam pelayanan publik di bidang informasi dan komunikasi publik di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep.

b. Firman Maulana

Bapak Firman merupakan informan kedua yang diwawancarai peneliti, beliau merupakan kepala seksi komunikasi public yang sudah bekerja sejak 2016 di usia 28th hingga kini berusia 35th. Bapak firman merupakan pihak yang berwenang atas pelayanan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat di Dinas komunikasi dan informatika Kab. Sumenep khususnya masyarakat Sumenep.

c. Irwan Sujatmiko

Bapak Miko merupakan informan terakhir yang diwawancarai peneliti. Beliau merupakan Pranata Humas Ahli Media Dinas Komunikasi dan Informatika Kab. Sumenep yang sudah bekerja sejak 2016 pada saat itu beliau berusia 36th hingga berusia 43th, yang mana dulu beliau pernah bekerja di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sampang yang memiliki tanggung jawab di bidang statistika, namun saat ini bapak miko sebagai pihak yang berwenang dalam pengelolaan media sosial Dinas Komunikasi dan Informatika Kab. Sumenep dalam melayani public.

d. Ibnu Hajar

Bapak Hajar merupakan informan tambahan dari Radio Nada FM Madura yang mana beliau merupakan Pemimpin Redaksi Radio Nada FM Madura yang sudah bekerja sejak 2013 pada saat berusia 31th hingga kini, bapak hajar merupakan pihak yang memimpin semua alur Radio Nada FM dalam memberikan informasi dan penyiaran langsung kepada masyarakat Kabupaten Sumenep.

e. Taufiq Rahman

Bapak taufiq merupakan informan tambahan dari Radar Madura, beliau merupakan bagian divisi Manajemen dan Keuangan Radar Madura yang sudah bekerja sejak 2018 pada saat itu beliau berusia 28th hingga berusia 33th,, bapak taufiq merupakan pihak yang memimpin semua alur Radio Nada FM dalam memberikan informasi dan penyiaran langsung kepada masyarakat Kabupaten Sumenep.

Dari kriteria tersebut, sebagaimana tercantum dalam tabel 1.1

**Tabel 1.1**  
Identitas Informan

<b>No</b>	<b>NAMA</b>	<b>USIA</b>	<b>JENJANG PENDIDIKAN</b>	<b>JABATAN</b>	<b>TUGAS</b>
1.	<i>AKH. Taufiq</i>	<i>47th</i>	<i>S2</i>	<i>Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Public</i>	<i>Pihak yang berwenang atas pelayanan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat di Dinas komunikasi dan informatika Kab. Sumenep khususnya masyarakat.</i>
2.	<i>Firman Maulana</i>	<i>35th</i>	<i>S1</i>	<i>Kepala Seksi Komunikasi Public</i>	<i>Pihak yang berhubungan langsung dengan masyarakat dalam pelayanan publik di bidang informasi dan komunikasi publik.</i>
3.	<i>Irwan Sujatmiko</i>	<i>43th</i>	<i>S2</i>	<i>Pranata Humas Ahli Media Dinas Komunikasi dan Informatika Kab. Sumenep</i>	<i>Pihak yang berwenang dalam pengelolaan media sosial Dinas Komunikasi dan Informatika Kab. Sumenep dalam melayani public.</i>

4.	<i>Ibnu Hajar</i>	<i>41th</i>	<i>S2</i>	<i>Pemimpin Redaksi Radio Nada FM Madura</i>	<i>Pihak yang memimpin semua alur Radio Nada FM dalam memberikan informasi dan penyiaran langsung kepada masyarakat Kabupaten Sumenep.</i>
5.	<i>Taufiq Rahman</i>	<i>33th</i>	<i>S1</i>	<i>Divisi Manajemen dan Keuangan Radar Madura</i>	<i>Pihak yang berwenang dalam keuangan yang mana mencatat segala keuangan yang masuk dan keluar di Radar Madura.</i>



## b. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi, benda, atau subjek penelitian untuk mengumpulkan informasi dengan cara yang lebih tepat sasaran.<sup>10</sup> Bidang Informasi dan Komunikasi Public Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep merupakan objek penelitian yang akan diteliti, alasan peneliti memilih objek tersebut karena ingin mengetahui implementasi praktisi Digital *Public Relations* dalam meningkatkan pelayanan public dan kondisi yang terjadi pada bidang informasi dan komunikasi public dalam meningkatkan pelayanan public belum dikelola dengan baik sehingga menyebabkan pengambilan kebijakan terkait isu aktual atau isu populer belum dapat menyelesaikan permasalahan secara menyeluruh, maka oleh karena itu perlu dilakukan upaya terobosan atau inovasi melalui *New Media* dalam meningkatkan pelayanan public.

Data untuk sebuah penelitian dapat dikumpulkan dari berbagai tempat. Data dapat dikumpulkan dari beberapa sumber data. Pengaturan data yang dimaksud adalah apa yang dikenal sebagai pengaturan palsu atau pengaturan palsu karena merupakan lingkungan di mana kejadian atau peristiwa alam terjadi. Selain itu, data mungkin berasal dari sumber baik di dalam maupun di luar bisnis, yang masing-masing disebut sebagai sumber internal dan eksternal. Sumber data primer dan sumber data sekunder adalah dua kategori sumber data eksternal. Akan

---

<sup>10</sup> Putu Dodik Ariawan, I Wayan Sudiarta, I Ketut Sudirta. Proses Pengajaran Mosaik di SMKN 1 Sukasada, Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha. Vol. 9(2), pp 69-76, 2019  
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPSP/index69>

lebih mudah bagi peneliti untuk memilih strategi pengumpulan data terbaik jika mereka dapat memahami dan mengenali data latar belakang, data palsu, sumber data internal dan eksternal, atau keduanya, serta data primer atau sekunder. Data yang dikumpulkan terdiri dari dua macam, yaitu:

a. Data Primer

Data primer merupakan objek atau dokumen asli, bahan dasar untuk perilaku, yang disebut “informasi tangan pertama”. Data primer adalah Data primer dapat berupa pengamatan terhadap ciri-ciri item tertentu, kegiatan, dan hasil tes, serta pandangan orang atau kelompok peserta. Sumber informasi utama untuk penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan catatan tertulis. Data primer yang diperoleh peneliti adalah hasil wawancara mengenai kegiatan kehumasan digital dalam menyampaikan informasi dan meningkatkan pelayanan publik.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan bekas atau melalui sumber lain yang dapat diakses sebelum penelitian dilakukan. Data sekunder adalah informasi yang dikumpulkan dari sumber lain yang tersedia. Konten asli dibahas atau ditafsirkan dalam komentar sumber kedua. Data sekunder adalah informasi penelitian yang telah diperoleh dari organisasi dan biasanya disajikan sebagai catatan atau laporan data dokumentasi.<sup>11</sup> Ketika peneliti melakukan penelitian, mereka mengumpulkan data sekunder dari sumber tambahan, seperti artikel yang menjelaskan kampanye PR digital, buku, majalah, dan

---

<sup>11</sup> Silalahi, Ulber. 2018. Metode Penelitian Sosial. Bandung: Refika Aditama.

sumber relevan lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

## 1.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah prosedur yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk penelitian yang dilakukan. Berikut daftar data yang digunakan dalam penelitian ini: Sumber data utama dalam penelitian ini akan berasal dari dua metode pengumpulan data yang berbeda, yaitu:

### a. Teknik Wawancara

Dalam sebuah wawancara, Anda akan mengajukan sejumlah pertanyaan tentang tujuan studi Anda, dan lawan bicara atau narasumber akan menjawab dengan sepengetahuannya. Sedangkan menurut Moleong, wawancara adalah dialog yang dilakukan oleh dua orang, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang menjawab, dengan tujuan yang telah ditentukan atas pertanyaan itu.<sup>12</sup> Esterberg Sebagian kutipan dari Sugiyono dalam memahami penelitian kualitatif berbagai wawancara menjadi tiga jenis, yaitu Wawancara terstruktur, wawancara semi terstruktur dan wawancara tak terstruktur.<sup>13</sup>

### 1. Wawancara terstruktur

Wawancara ini disebut wawancara yang mengikuti prosedur yang telah ditetapkan atau serangkaian pertanyaan disebut sebagai wawancara terbatas atau terstruktur. Ketika seorang peneliti melakukan wawancara terstruktur, mereka mengajukan pertanyaan kepada responden berdasarkan kategori tanggapan yang telah ditentukan atau dibatasi. Satu-satunya syarat adalah bahwa

---

<sup>12</sup> Umar Siddiq, Moh. Miftachul Choiri, dan anwar Mujahidin, Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan (ponorogo: CV. Nata Karya, 2019), hlm.59.

<sup>13</sup>Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.

pertanyaan telah ditulis sebelumnya oleh peneliti. Peneliti juga dapat memanfaatkan pertanyaan terbuka yang tidak menuntut keteraturan dan memungkinkan variabilitas dalam jawaban.

## 2. Wawancara semi terstruktur

Wawancara semi terstruktur adalah proses wawancara Mereka menggunakan aturan wawancara yang dibuat dengan membuat tema dan mengajukan pertanyaan; aplikasi mereka lebih mudah beradaptasi daripada wawancara terstruktur. Wawancara jenis ini berusaha untuk mengidentifikasi masalah dengan cara yang lebih langsung dengan mengumpulkan pemikiran dan ide dari pihak yang diundang untuk wawancara.

## 3. Wawancara tak struktur.

Wawancara tidak terstruktur adalah Dalam melakukan wawancara bebas, peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang dibuat secara lengkap dan metodis; sebaliknya, mereka hanya menggunakan ikhtisar dari pertanyaan yang akan diajukan. Wawancara tidak terstruktur tidak memiliki panduan atau wasit, biasanya digunakan untuk mengumpulkan informasi yang tidak standar atau tunggal, memiliki kerangka waktu wawancara yang jauh lebih bervariasi, dan dapat dilakukan dengan cara yang lebih berirama daripada wawancara terstruktur.

Dalam penelitian ini akan menggunakan jenis wawancara semi terstruktur dan wawancara secara langsung dengan narasumber sesuai objek penelitian, yang mencoba mengidentifikasi masalah secara lebih langsung dengan menanyakan pihak yang ditanyai tentang pemikiran dan keyakinan mereka. Untuk mengetahui bagaimana Humas Digital Dinas Komunikasi Informatika Kabupaten Sumenep berkontribusi dalam meningkatkan layanan informasi publik, peneliti akan mewawancarai kepala dinas, kepala komunikasi publik, kepala

bagian komunikasi publik, dan kepala bagian humas informasi dan komunikasi publik.

Peneliti menggunakan buku dan alat tulis untuk mencatat selama kegiatan wawancara. Dia juga menggunakan media bantu, seperti rekaman dari ponsel, dan dia menulis ulang dan meringkas hasil wawancara. Tahap wawancara akan dilakukan dengan cara langsung meminta informan untuk menyelidiki dan mengumpulkan data atas informasi yang dibutuhkan. Mengenai wawancara menggunakan aturan wawancara, memungkinkan peneliti untuk mengatur pertanyaan studi mereka sesuai dengan informasi yang mereka cari. Membuat pengaturan terlebih dahulu dengan informan penelitian tentang waktu untuk melakukan wawancara berfungsi sebagai langkah pertama dalam prosedur wawancara.

Sejumlah pertanyaan panduan wawancara digunakan untuk melakukan wawancara. Untuk menambah kedalaman penelitian, peneliti menambahkan beberapa pertanyaan tambahan pada pedoman wawancara. Peneliti menggunakan perekam suara pada smartphone untuk merekam informasi dari percakapan dengan informan. Selain itu, peneliti juga mendokumentasikan informasi penting yang diberikan oleh informan selama wawancara. Bergantung pada kualitas materi yang disediakan dan frekuensi wawancara, ada satu wawancara atau banyak wawancara untuk setiap topik studi data yang diperlukan oleh peneliti.

#### b. Teknik Observasi

Observasi merupakan teknik kunci dalam penelitian kualitatif. Dalam penelitian, pengamatan secara sistematis terhadap gejala-gejala yang tampak pada objek penelitian itulah yang dimaksud dengan pengamatan.<sup>14</sup> Untuk mengumpulkan informasi

---

<sup>14</sup> Margono. 2017. Metodologi Penelitian Pendidikan: PT Rineka Cipta. Jakarta.

yang relevan, observasi adalah teknik yang melibatkan pemusatan perhatian pada suatu item sambil menggunakan kelima indera, membuat pengamatan yang akurat terhadap kenyataan, dan melakukannya dengan cepat dan menyeluruh.

Pendekatan observasi semacam ini sering digunakan dalam penelitian sebagai alat untuk mengumpulkan data adalah:

1. Observasi atau Pengamatan Partisipan

Observasi atau Pengamatan partisipatif adalah ketika pengamat (orang yang melakukan pengamatan) mengambil bagian atau dalam keadaan objek yang diamati (disebut pengamat). Jika unsur partisipan sama sekali tidak ada pada pengamat dalam kegiatannya maka disebut observasi non-partisipan.

2. Observasi atau Pengamatan Sistematis

Pokok-pokok observasi sistematis adalah adanya kerangka yang memuat faktor-faktor yang dikategorikan, oleh karena itu sering disebut observasi berbingkai atau observasi terstruktur.

3. Observasi atau Pengamatan Eksperimental

Observasi atau Pengamatan Eksperimental Observasi dilakukan dimana ada seorang pengamat yang mengelola aspek-aspek kunci dari sebuah skenario sehingga dapat diatur sesuai dengan tujuan penelitian dan berhasil mencegah atau meminimalkan munculnya faktor-faktor yang diyakini berdampak pada situasi tersebut.

Dalam penelitian ini peneliti langsung mendatangi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep untuk mengamati dan mengikuti kegiatan tersebut dengan menggunakan metode observasi partisipatif untuk merekam kejadian yang terjadi secara organik di lapangan. Dalam metode ini, peneliti secara aktif berpartisipasi atau terlibat

langsung dalam kegiatan subjek sambil menyusun data yang diperlukan secara metodis. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh fokus penelitian terkait Digital Public Relations Dinas Komunikasi Informatika Kabupaten Sumenep Dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Publik. Observasi dilakukan melalui observasi untuk menemukan jawaban dan bukti atas suatu faktor atau masalah, untuk memahami peristiwa, kejadian atau fakta yang sedang dipelajari baik berupa situasi, tingkah laku, objek atau dari simbol-simbol tertentu.

Dalam penelitian ini sumber data sekunder adalah penelusuran, studi pustaka, dan pengumpulan data sekunder dengan cara mewawancarai beberapa orang di Kabupaten Sumenep sebagai pelengkap data penelitian. Dengan menggunakan teknik dokumentasi, peneliti dapat memperoleh informasi yang tidak berasal dari sumber tetapi dari berbagai sumber tekstual atau dari materi yang dapat diakses informan, seperti karya gagasan, karya seni, dan warisan budaya. Pendekatan dokumen merupakan pelengkap penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. dokumentasi adalah proses mengumpulkan informasi dan bahan yang diperlukan untuk memecahkan suatu masalah, mempelajarinya dengan cermat, dan kemudian menggunakan hasilnya untuk memperkuat kasus suatu peristiwa. Pendekatan dokumentasi digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data berupa surat-surat atau catatan yang disimpan di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep, seperti salinan putusan, uraian struktur organisasi acara perkara, dan materi terkait lainnya. Dokumen ini digunakan oleh penulis untuk mengumpulkan informasi dari makalah lain berupa catatan-catatan tersimpan yang diperlukan penulis untuk melengkapi penelitiannya saat melakukan wawancara dan observasi.

## 1.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah tindakan mengumpulkan, mengklasifikasikan, menyebarluaskan, dan mengkategorikan informasi untuk mendapatkan kesimpulan tergantung pada penekanan atau masalah yang dihadapi. Dalam jangka waktu tertentu, analisis data terjadi bersamaan dengan pengumpulan data dalam penelitian. Peneliti sudah melakukan beberapa analisis tanggapan narasumber sebelum wawancara. Peneliti akan terus mengajukan pertanyaan sampai pada suatu titik diperoleh data yang dianggap dapat dipercaya jika tanggapan yang diberikan setelah diperiksa dianggap kurang memuaskan.<sup>15</sup> Saat menilai data Miles dan Huberman merekomendasikan tiga langkah yang harus diambil penelitian kualitatif yaitu:

### 1. *Reduksi Data*

Mereduksi data berarti meringkas informasi, memilih poin kunci, Perhatikan hal-hal penting dan cari tren dan tema. Data terkompresi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memfasilitasi pengumpulan dan pencarian data baru oleh peneliti. Dalam hal ini peneliti terjun langsung ke TKP untuk mengumpulkan informasi dari para informan melalui observasi dan wawancara yang kemudian disusun sesuai dengan permasalahan yang diteliti yaitu Kegiatan Humas Dinas Kabupaten Sumenep Dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Publik. Selanjutnya, kategorikan data yang relevan dan buang informasi yang tidak relevan. Harus lebih memperhatikan masalah yang akan diteliti.<sup>16</sup>

### 2. *Penyajian Data*

---

<sup>15</sup> Imam Gunawan, Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik, Ed. 1, cet. Ke-4, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016), hal 210.

<sup>16</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, cet. Ke-23, (Bandung: Alfabeta, 2016), hal 247.



Dalam Tabel atau grafik dapat digunakan untuk menampilkan data dari penelitian kualitatif. Distribusi data akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan pekerjaan masa depan berdasarkan apa yang telah dipelajari. Untuk mempermudah penarikan kesimpulan, peneliti mengumpulkan semua data observasi dan wawancara dari informan dengan menggunakan jenis penyajian data ini.

### 3. *Penarikan Kesimpulan/ Verifikasi*

Langkah ketiga dalam Menarik kesimpulan dari analisis data kualitatif dan memverifikasinya. Menarik dan mendukung hipotesis awal, untuk sampai pada temuan yang dapat dipercaya. Dalam penelitian kualitatif, kesimpulan adalah penemuan baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Temuan dapat berupa deskripsi atau deskripsi item yang sebelumnya tidak diklasifikasi, serta hipotesis atau ide kausal atau interaksi.<sup>17</sup>

#### **1.7.1 Kredibilitas data**

Kredibilitas data atau keterpercayaan data dari penelitian kualitatif dilakukan antara lain, dengan memasukkan pemeriksaan anggota, triangulasi, studi kasus yang gagal, dan evaluasi ketahanan yang lebih besar. Triangulasi digunakan oleh para peneliti dalam penyelidikan ini.

##### *Triangulasi*

#### a. Sumber Triangulasi

Pengecekan data yang telah dikumpulkan dari berbagai sumber data, kemudian dideskripsikan dan dicantumkan informasinya sesuai dengan apa yang dikumpulkan dari berbagai sumber tersebut, merupakan salah satu cara untuk menentukan

---

<sup>17</sup> Anas Sururi, M. (2013). *Penarikan Kesimpulan Dari 6 Penelitian (Kualitatif, Kuantitatif, PTK, Kebijakan, Pengembangan, Ex Post Facto)*. Jember: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

kebenaran data. Data yang sama serta data alternatif akan dipilih oleh peneliti untuk studi tambahan.

b. Triangulasi Teknik

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan informasi dari sumber yang sama dengan menggunakan beberapa metode, seperti observasi, wawancara, atau dokumentasi. Apabila diperoleh temuan yang berbeda, peneliti melakukan verifikasi terhadap sumber data untuk menghasilkan data yang diyakini akurat.

c. Triangulasi Waktu

Pada pertemuan berikutnya, narasumber yang pertama kali Anda ajak bicara mungkin memiliki informasi baru untuk diberikan. Untuk memastikan bahwa data lebih andal, banyak pemeriksaan dilakukan.

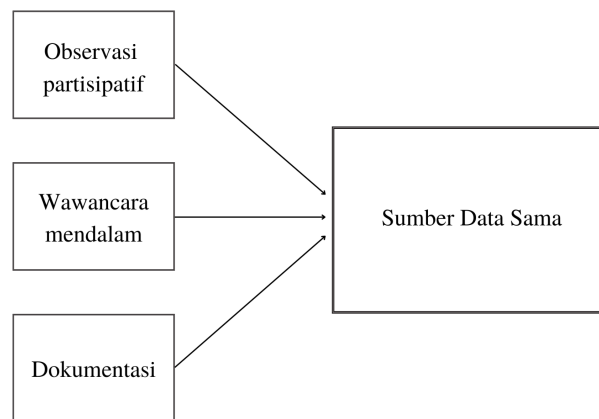
d. Triangulasi Teori

Ringkasan informasi adalah apa yang akhirnya dihasilkan oleh penelitian kualitatif. Untuk mencegah bias peneliti dalam hasil atau kesimpulan yang ditarik oleh poin-poin tersebut, data ini kemudian dievaluasi dengan sudut pandang teoritis yang relevan. Selama peneliti mampu menelaah informasi secara mendalam dari hasil analisis data yang telah terkumpul, maka triangulasi teori juga dapat mendongkrak kedalaman pemahaman.

Pendekatan triangulasi pengumpulan data diartikan sebagai teknik menggabungkan beberapa metode pengumpulan data dengan sumber data yang sudah ada. Dengan menggunakan banyak sumber data dan beberapa metodologi pengumpulan data, peneliti benar-benar mengumpulkan data sambil menguji kebenaran data. Ini dikenal sebagai triangulasi.

Diharapkan data yang dikumpulkan dalam penelitian ini akan memberikan hasil yang bermanfaat dengan menggunakan triangulasi teori titik dan triangulasi sumber data untuk memastikan bahwa data lengkap sebelum dikonfirmasi dari berbagai sumber

dan digunakan sebagai dasar untuk kesimpulan. Perpaduan triangulasi ini dilakukan bersamaan dengan penelitian lapangan agar peneliti dapat menangkap data secara menyeluruh dan memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar dapat digunakan.

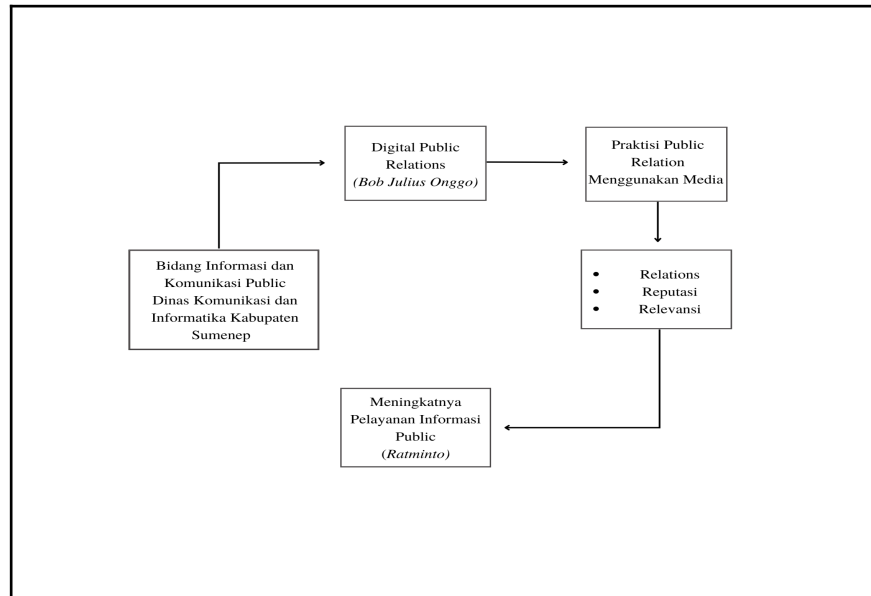


**Gambar 1.1**

“Triangulasi Teknik pengumpulan data bermacam-macam cara pada sumber yang sama”

## 1.8 Kerangka Konsep, Definisi Konsep dan Definisi Operasional

### 1.8.1 Kerangka Konsep



**Gambar 1.2**

“Kerangka Konsep”

Kerangka konsep menurut Sugiyono adalah hubungan konseptual antara variabel yang akan menjadi subjek penelitian, yaitu variabel independen dan dependen yang akan dilacak atau dinilai selama pelaksanaan penelitian. Kerangka konseptual studi ini mencoba untuk mendefinisikan bagaimana upaya PR digital dapat meningkatkan layanan informasi publik.<sup>18</sup>

### 1.8.2 Definisi Konsep

Konsep adalah istilah untuk menggambarkan secara tepat tentang fenomena yang akan diteliti. Secara sederhana seperti istilah badan sebagai sebuah konsep.<sup>19</sup> Definisi konseptual sendiri

<sup>18</sup> Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

<sup>19</sup> Muslich Anshori, Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2 (Airlangga University Press, 2020).

dapat memudahkan peneliti untuk mengoperasikan konsep secara langsung. Dalam penelitian ini menggunakan definisi konsep yaitu:

Digital *Public Relations* biasa disingkat E-PR merupakan ikhtiar para profesional kehumasan yang menggunakan media digital sebagai sumber publisitas, demikian dikatakan Bob Julius Onggo. Digital *Public Relations* adalah jenis aktivitas hubungan masyarakat (PR) online. Revolusi keempat menjadi terkenal saat revolusi online berkembang. Huruf 'e' pada e-PR memiliki arti yang sama dengan huruf 'e' sebelum huruf tersebut, dan commerce menyinggung media elektronik (elektronik) dunia internet. P berarti "publik" atau "penonton", sedangkan R berarti "hubungan". Rahasia sukses di dunia online adalah mengembangkan hubungan dengan pelanggan. Mengingat sifat partisipatif dari internet, interaksi satu-ke-satu yang berkelanjutan dimungkinkan. Konsekuensinya, menggunakan internet untuk menciptakan kemitraan yang solid di tempat kerja.

Digital Public Relation Melihat Fenomena terkini dalam dunia komunikasi *Public Relation* tidak lepas dari media elektronik. Dalam bidang kehumasan, media baru yaitu detail menawarkan peran dan tanggung jawab baru. Humas juga harus memiliki pengetahuan dan kemampuan yang kuat dalam literasi media digital. Seorang praktisi PR menggunakan sumber daya jaringan online untuk melakukan operasi PR dalam konteks PR digital, kadang-kadang disebut sebagai PR cyber.

Bob Julius Onggo Aktivitas E-pr dapat menghasilkan apa yang disebut 3r bagi instansi/organisasi:

1. Relations

Dapat berinteraksi dengan berbagai khalayak untuk membangun sebuah hubungan dan citra instansi/organisasi. Seorang public relations ada kalanya memang harus berinteraksi dengan masyarakat secara langsung. Melakukan pendekatan dan

berinteraksi, buat kesan positif, dan bangun hubungan yang hebat. Namun di era komunikasi 4.0 ini, profesi kehumasan terkadang harus berada di balik layar dan hadir ke publik melalui ide-ide yang difasilitasi oleh teknologi. Banyak program PR dirancang khusus untuk membangun interaksi virtual.

Baik hubungan formal atau informal mungkin ada. Transaksi formal adalah pertukaran yang terjadi di dalam batas-batas struktur organisasi dan menurut aturan yang berlaku. Sedangkan hubungan interpersonal, persahabatan, keluarga, dan sosial lainnya adalah contoh interaksi yang terjadi di luar kerangka organisasi dan dianggap sebagai interaksi informal. Koneksi formal dapat berbentuk pertukaran antara pemimpin dan bawahan (komunikasi vertikal), antara anggota staf (komunikasi horizontal), atau antara anggota staf dan pemimpin (komunikasi diagonal) untuk mengatasi suatu masalah.

Institusi akan mendapat manfaat dari memiliki hubungan positif dengan masyarakat. Agensi akan menjauhi isu-isu yang mungkin menghambat output mereka, apakah itu berasal dari dalam agensi atau lingkungan sekitarnya. Selanjutnya, masyarakat sekitar dapat membantu program-program yang sedang berjalan yang dijalankan oleh instansi. Secara garis besar, hubungan yang dibangun oleh instansi dan masyarakat merupakan upaya untuk membantu terciptanya kondisi operasional yang kondusif dan stabil. Hubungan yang dibangun antara instansi dengan masyarakat juga dapat mengelola berbagai sumber daya yang dimiliki sehingga dapat dioptimalkan dalam mencapai tujuan instansi, kemudian memperhatikan perubahan yang terjadi pada instansi yang berdampak pada peningkatan pelayanan masyarakat dan mendapatkan dukungan masyarakat sekitar.

## 2. Reputasi

Esensi yang paling penting dalam suatu tindakan adalah digital public relations merupakan suatu seni dalam membangun reputasi online yang baik secara berkesinambungan. Setiap instansi harus memiliki reputasi di mata masyarakat atau publik, baik itu reputasi baik atau buruk. Itu semua tergantung pada apa disediakan dan ditawarkan oleh instansi kepada khalayaknya. Jika sebuah instansi menawarkan layanan yang baik dan berkualitas, maka masyarakat akan merasa puas dan senang dengan pelayanan yang diberikan instansi dan dari sini publik menghargai dan mendapatkan reputasi yang bagus, jika instansi menyediakan dan memberikan layanan yang buruk maka instansi akan kurang dihargai masyarakat dan mendapatkan reputasi buruk.<sup>20</sup>

Selain itu, tidak dapat dikatakan bahwa komunikasi adalah satu-satunya cara untuk membangun dan mempertahankan reputasi; sebaliknya, baik kinerja agensi dan bauran identitas agensi merupakan komponen penting dalam membangun dan mempertahankan reputasi agensi. berhasil berinteraksi dengan publik dan mampu menampilkan reputasi agensi di mata publik agar sesuai dengan merek agensi merupakan komponen penting dari bauran identitas korporat.

Praktisi Digital *Public Relations* profesional menerapkan strategi komunikasi untuk mempertahankan hubungan dengan media. Mampu berkomunikasi secara efektif dengan media sangat penting untuk Digital *Public Relations* karena berfungsi sebagai sarana untuk mempublikasikan semua informasi tentang perusahaan disalurkan selain berfungsi sebagai alat untuk membangun reputasi. Publik kini seolah dipandu oleh media untuk bertindak dan bergerak sejalan dengan keprihatinan yang ada media telah berkembang menjadi sumber informasi bagi

---

<sup>20</sup> by AYU MELIAZORA. 2020. *Manajemen Ekstensi Departemen tentang manajemen risiko bank syariah dan UUS, risiko reputasi*. Jurnal Program Strata-1  
<http://repository.radenfatah.ac.id/7952/2/Tugas%20Akhir%20BAB%20II.pdf>

masyarakat. Hal ini dikarenakan jika media menyesatkan publik, maka akan berdampak negatif terhadap institusi karena dapat merusak reputasi institusi. Reputasi lembaga akan meningkat jika media melaporkan dengan cara yang baik. Oleh karena itu, sangat penting bagi para profesional PR untuk memiliki hubungan yang kuat dengan media.

### 3. Relevansi

Dapat Setiap profesional Digital *Public Relations* akan berusaha mendapatkan tip online yang berkaitan dengan perusahaan publik yang dia perjuangkan. Hubungan masyarakat dapat merujuk pada bisnis atau orang yang menggunakan berita dan subjek kepentingan publik untuk menjangkau audiens mereka tanpa meminta uang di muka. Relevansi adalah kuantitas informasi yang dikembalikan dari pencarian di koleksi perpustakaan atau sumber lain, seperti katalog online atau database bibliografi, di mana hasilnya relevan dengan permintaan pengguna dan ditawarkan sesuai dengan subjeknya.<sup>21</sup>

Public relations saat ini lebih memilih untuk menyebarluaskan informasi melalui media di internet yang dikuasainya sepenuhnya. Transmisi berita menggunakan media online lebih berhasil karena individu sudah banyak memanfaatkan media online, termasuk media sosial, sebagai tempat membaca berita. Media sosial dapat memudahkan untuk mempublikasikan konten atau menyebarkan informasi ke audiens yang lebih besar, termasuk media untuk ambisi komunitas dan jenis konten lainnya. Outlet media sosial memungkinkan komentar dan berbagi berita, yang membantu menyebarkan berita.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> by A Ansharullah. 2017. *Relevansi Pemanfaatan Koleksi Buku dengan Kebutuhan Pemustaka di Perpustakaan Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu*. Skripsi <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/13798/1/ANSHARULLAH.pdf>

<sup>22</sup> Ni Luh Putu Ening Permini, I Made Wahyu Kusuma Atmaja. *Peranan Humas Dalam Kegiatan Publikasi Online Pemerintah di Kabupaten Bandung*. Jurnal MODERAT, Volume 8, Nomor 3. 1 Agustus 2022, Reviewed 15 Agustus 2022, Publish 30 Agustus 2022 (620-632) Halaman | 620 <https://ojs.unigal.ac.id/index.php/modrat/article/view/2773>



Media sosial memungkinkan untuk menyebarkan informasi yang benar, memberikan kesan kepada masyarakat bahwa informasi yang mereka dapatkan dapat dipercaya dan dapat dipahami. Selain jujur, memberikan informasi juga perlu kesantunan, pengertian, dan menggunakan bahasa yang santun yang menyampaikan kepedulian terhadap lingkungan dan memuaskan bagian *Digital Public Relations* itu sendiri dengan pengalaman.

### **1.8.3 Definisi Operasional**

Agar variabel dalam penelitian ini dapat diukur dan diamati, maka perlu dirumuskan definisi variabel operasional terlebih dahulu. Pengertian variabel operasional adalah pengertian berdasarkan sifat-sifat yang mudah diamati yang memiliki rumusan yang tepat sehingga mudah dipahami. Definisi operasional adalah komponen penting dari penelitian karena memungkinkan kompilasi dan pembuatan alat pengukuran data yang tepat dan akurat. Oleh karena itu, variabel-variabel yang dijelaskan secara operasional didefinisikan sebagai berikut agar prosedur pengukuran variabel dalam penelitian ini lebih mudah.

a. Relations

Variabel relations tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana masyarakat dan organisasi pemerintah (Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep) berinteraksi untuk membentuk persepsi publik, menanamkan pengetahuan, memberikan informasi, mengembangkan motivasi, dan mendorong keterlibatan publik. mendorong hubungan yang positif antara organisasi dan masyarakat. Upaya ini akan

menimbulkan kesan kepuasan yang akan ditimbulkan opini publik yang menguntungkan untuk instansi.

b. Reputasi

Variabel reputasi dalam penelitian ini adalah format rencana komunikasi PR untuk menjaga hubungan dengan pers. Bagi perusahaan PR, membangun dan memelihara hubungan positif dengan media sangatlah penting. Karena media adalah alat publikasi di mana semua materi terkait agensi digunakan, media juga berfungsi sebagai alat manajemen reputasi. Publik kini seolah dipandu oleh media untuk bertindak dan bergerak sejalan dengan keprihatinan yang ada; media telah berkembang menjadi sumber informasi bagi masyarakat. Hal ini disebabkan jika media menyesatkan publik, maka akan berdampak negatif terhadap institusi karena dapat merusak reputasi institusi. Jika media menggambarkan sesuatu dengan baik, maka akan mendongkrak posisi institusi. Oleh karena itu, sangat penting bagi spesialis PR untuk memiliki hubungan yang kuat dengan media.

c. Relevansi

Variabel relevansi dalam penelitian ini berkaitan membangun hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan untuk menciptakan kondisi lingkungan yang positif dan mendukung tujuan jangka panjang instansi. Program Public Relations yang dijalankan menjadi kegiatan yang berdiri sendiri untuk masing-masing dalam membangun pentingnya relevansi antara Digital Public Relations dengan kebutuhan instansi, karena akan tercipta sinergi komunikasi melalui proses komunikasi terpadu (*integrated communication*) yang mengarah pada satu tujuan.