

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dewasa ini dengan hadirnya teknologi perputaran arus informasi pun kian cepat dan aksesibilitasnya tinggi, kebutuhan masyarakat akan informasi pun kian meningkat setiap harinya. Pemerintah merupakan salah satu pihak yang bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan publik, termasuk di dalamnya memberikan layanan informasi. Dalam hal ini pemerintah dituntut untuk memberikan pelayanan informasi dan komunikasi yang optimal kepada masyarakat sebagaimana tertuang dalam Undang- Undang Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik Pasal 1 Ayat 1 bahwa informasi yang disuguhkan pada masyarakat pun tidaklah dibuat secara serta merta karena informasi yang disajikan harus bersifat terbuka, transparan dan juga tentunya dapat dipertanggung jawabkan.<sup>1</sup> Sebagaimana tertuang dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.<sup>2</sup>

Tentunya bukan hal yang mudah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi dan menjamin informasi yang disajikan actual dan terpercaya. Diperlukan usaha, kolaborasi dan sinergi yang kuat antar berbagai elemen untuk bisa memenuhi kebutuhan tersebut. Meskipun terkesan sulit untuk diwujudkan, tetapi salah satu kota kecil di Provinsi Jawa Barat yaitu Kuningan berhasil membuktikan bahwa pemenuhan kebutuhan masyarakat akan informasi bisa diwujudkan dengan usaha, kerja keras, serta komitmen yang kuat untuk mencapai hal tersebut

Melalui upaya dan kerja keras dari Pemerintah dan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kuningan (Diskominfo Kuningan) berhasil memberikan pelayanan yang optimal dalam bidang komunikasi dan informasi, hal ini dibuktikan dengan Kabupaten Kuningan yang memenangkan penghargaan Keterbukaan Informasi dengan predikat menuju informatif pada

---

<sup>1</sup> <https://peraturan.bpk.go.id/Details/38748/uu-no-25-tahun-2009> diakses pada 16 Desember 2023

<sup>2</sup> <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39047/uu-no-14-tahun-2008> diakses pada 16 Desember 2023

tahun 2021.<sup>3</sup>

Kemudian pada tahun-tahun berikutnya Kuningan meraih penghargaan sebagai Kabupaten Informatif yang ditetapkan oleh Komisi Informasi (KI) Provinsi Jawa Barat hingga saat ini.<sup>4</sup> Dengan diraihnya penghargaan sebanyak tiga kali berturut-turut jelas menunjukkan komitmen pemerintah untuk membangun Kabupaten Kuningan menjadi lebih baik dengan memberikan perhatian penuh dalam proses pelayanan publik khususnya di bidang informasi dan komunikasi melalui Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kuningan.

Mengacu pada Peraturan Bupati Kuningan Nomor 174 Tahun 2021 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas Pokok, Fungsi dan Uraian Tugas, Serta Tata Kerja Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kuningan.<sup>5</sup> Peraturan tersebut dibuat dengan tujuan memberikan kejelasan terkait kedudukan Diskominfo Kuningan sehingga harapannya Diskominfo Kuningan dapat bertanggung jawab dalam pelaksanaan tugasnya selaku pihak penyedia layanan informasi sekaligus *Public Relations* (PR) atau Humas dari Pemerintah Kabupaten Kuningan sebagaimana yang termuat dalam Peraturan tersebut.

Berbicara terkait informasi seluruh masyarakat mempunyai hak serta kedudukan yang sama dalam mengakses dan memperoleh informasi. Baik itu informasi yang sifatnya umum hingga yang informasi yang sifatnya khusus, misalnya informasi yang berkaitan erat dengan pemerintahan. Diskominfo selaku pihak penyedia layanan informasi bertanggung jawab dalam hal ini, dimana berita disusun dan dikemas sedemikian rupa untuk kemudian disebarluaskan kepada masyarakat. Selain menyusun dan menyebarkan informasi Diskominfo juga

---

<sup>3</sup> <https://diskominfo.kuningankab.go.id/kabupaten-kuningan-raih-anugerah-keterbukaaninformasi-dengan-predikat-menuju-informatif/> diakses pada 20 Desember 2023

<sup>4</sup> <https://diskominfo.kuningankab.go.id/kuningan-kembali-meraih-penghargaan-sebagai-kabupaten-informatif/> diakses pada 20 Desember 2023

<sup>5</sup> [http://jdih.kuningankab.go.id/peraturan-bupati/peraturan-bupati-kuningan-nomor-174-tahun-2021-tentang\\_kedudukan-susunan](http://jdih.kuningankab.go.id/peraturan-bupati/peraturan-bupati-kuningan-nomor-174-tahun-2021-tentang_kedudukan-susunan) diakses pada 17 Desember 2023

bertanggung jawab dalam menentukan media apa yang akan digunakan untuk menyebarkan informasi tadi, dalam hal ini Diskominfo harus cerdas dan bijak dalam menentukan media mana yang relevan sehingga informasi dapat tersampaikan secara efektif dan tepat sasaran. Seperti yang kita ketahui bahwa memasuki era digital masyarakat cukup aktif dalam mencari informasi untuk memenuhi kebutuhannya sendiri. Saat ini informasi yang dimuat melalui media konvensional sudah mulai ditinggalkan dan beralih ke media baru. Karena perbedaan zaman, maka kebutuhan masyarakat dari waktu ke waktu akan informasi pun tentunya berbeda. Menyikapi hal tersebut pemerintah dituntut untuk selalu *update* mengikuti perkembangan zaman dan teknologi agar bisa terus memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi.

Pemerintah Kabupaten Kuningan melalui Diskominfo rupanya cukup *update* dalam penyediaan layanan informasi, dimana Kabupaten Kuningan sudah memiliki *website* dan media sosial resmi. Melalui *platform* tersebut masyarakat dapat mengakses dan memperoleh berbagai jenis informasi, khususnya informasi seputar Kuningan. Diskominfo termasuk salah satu SKPD terdepan dan paling *update* dalam penggunaan media digital. Hal ini karena Diskominfo merupakan badan yang bergerak di bidang teknologi, informasi, dan komunikasi sehingga mau tidak mau Diskominfo harus terus *update* dengan perkembangan teknologi.

Komitmen untuk memberikan pelayanan informasi pada masyarakat dengan memaksimalkan fungsi media digital ditunjang dengan adanya sarana dan prasarana jaringan internet yang memadai. Di Kabupaten Kuningan sendiri tercatat tersisa tujuh desa yang masih belum terjangkau sinyal internet (*blind spot*) karena kondisi geografis yang memang memerlukan jangka waktu tertentu untuk bisa membangun sarana dan prasarana untuk jaringan internet.<sup>6</sup> Pembangunan infrastruktur jaringan internet ini juga merupakan bentuk nyata komitmen dan keseriusan pemerintah Kuningan untuk mencapai cita-cita daerahnya yaitu

---

<sup>6</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=D4HCcuaWMhE> diakses pada 19 Januari 2024

mencapai *good governance* dan *Kuningan Smart City*.

Pemenuhan kebutuhan masyarakat akan informasi oleh pihak pemerintah merupakan bukti konkret yang memperlihatkan sejauh mana kesiapan pemerintah dalam mengelola sumber daya yang dimiliki sehingga dapat mewujudkan birokrasi yang baik serta mampu memberikan pelayanan yang optimal kepada masyarakat.

Informasi menjadi satu hal yang krusial karena dengan terpenuhinya kebutuhan masyarakat akan informasi yang transparan, aktual dan terpercaya inilah yang dapat membawa suatu daerah pada kondisi tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*). Setiap daerah tentu memiliki cita-citanya tersendiri, termasuk salah satunya adalah mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*) dan meningkatkan pelayanan publik merupakan salah satu caranya, bahkan reformasi pelayanan publik dapat dikatakan sebagai (*prime mover*) dalam mendorong perubahan praktik pemerintahan. Pemabaharuan dan optimalisasi kualitas pelayanan publik dinilai sebagai salah usaha yang cukup strategis guna mewujudkan *good governance*, hal ini karena melibatkan berbagai unsur pemerintahan,<sup>7</sup> mulai dari pejabat publik, masyarakat sipil, serta juga pelaku usaha.

Setidaknya terdapat tiga alasan yang melandasi mengapa pembaharuan pelayanan publik mampu membantu mendongkrak proses perkembangan *good governance*. *Pertama*, perbaikan dan pembaharuan kinerja pada pelayanan publik dinilai penting oleh seluruh elemen, mulai dari pejabat publik, masyarakat sipil, hingga pelaku pasar. *Kedua*, pelayanan publik merupakan ranah dimana semua unsur *governance* saling berinteraksi secara intensif. Dengan melakukan perbaikan pelayanan publik maka Masyarakat dan pelaku pasar dapat merasakan manfaatnya, dengan begitu akan timbul kepercayaan (*trust*) terhadap pemerintah. *Ketiga*, nilai-nilai yang mencerminkan *good governance*, seperti efisiensi, akuntabilitas, transparansi dan partisipasi

---

<sup>7</sup> Dwiyanto, A. (2021). *Mewujudkan good governance melalui pelayanan publik*. Ugm Press.

relatif lebih mudah diimplementasikan melalui pelayanan publik.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dilatar belakang diatas dapat dirumuskan permasalahannya yaitu bagaimana *Cyber Public Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kabupaten Kuningan dalam Pengelolaan Informasi dan Komunikasi untuk mencapai *Good Governance*?

## **1.3 Tujuan penelitian**

Tujuan utama dilakukannya penelitian ini adalah guna mengetahui bagaimana *Cyber Public Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kabupaten Kuningan dalam Pengelolaan Informasi dan Komunikasi untuk Mencapai *Good Governance*?

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

- a. Memberi sumbangsih terhadap perkembangan ilmu kehumasan atau *Public Relations* khususnya pada bidang *Cyber Public Relations*
- b. Mempermudah pihak yang hendak melakukan penelitian dengan topik serupa dalam mencari referensi maupun sumber rujukan

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk para praktisi maupun akademisi di bidang kehumasan khususnya *Cyber Public Relations* untuk kegiatan yang di masa yang akan datang.
- b. Memberikan referensi perbaikan yang bernilai untuk Pemerintah Provinsi Jawa Barat secara efektif dan memberikan sumbangsih informasi dengan gambaran yang mendalam mengenai implementasi *Cyber Public Relations* yang dilakukan Diskominfo Jabar

## 1.5 Metodologi Penelitian

### 1.5.1 Paradigma Penelitian

Berkaitan dengan paradigma Kuhn mengemukakan bahwa, paradigma didefinisikan sebagai suatu cara untuk mengetahui realitas sosial yang dibangun oleh *mode of thought* atau *mode of inquiry* tertentu yang kemudian menghasilkan *made of knowing* yang efektif.<sup>8</sup> Secara sederhana definisi terkait paradigma adalah bagaimana cara pandang yang mendasar dari suatu disiplin ilmu terkait pokok permasalahan apa yang seharusnya dipelajari. Pada penelitian ini paradigma yang digunakan adalah paradigma konstruktivisme yang mana paradigma ini berpandangan bahwa realitas merupakan konstruksi dari hasil berpikir seseorang, dimana paradigma ini menolak pandangan yang menyatakan bahwa suatu penelitian memiliki sifat bebas nilai. Dalam paradigma konstruktivis apabila suatu realitas hanya dapat dilihat atau diamati melalui teori saja, maka itu hanya dapat dilihat melalui jendela nilai. Terdapat beberapa pengkonstruksian yang dimungkinkan. Dalam hal ini juga berarti penelitian terhadap suatu realitas itu memiliki sifat tidak bebas nilai, dimana realitas hanya dapat diteliti dengan menggunakan pandangan yang mengacu pada nilai.

### 1.5.2 Metode Penelitian

Menurut Creswell, metodologi merupakan sebuah rencana, rancangan, proses, atau strategi yang terletak dibalik pilihan dan penggunaan metode tertentu guna menghubungkan pilihan dan penggunaan metode untuk mencapai hasil riset sesuai dengan yang diinginkan.<sup>9</sup>

Dalam penelitian yang berjudul **“Cyber Public Relations Dinas Komunikasi**

---

<sup>8</sup> Kasemin, H. K., & M Si, A. P. U. (2016). *Paradigma Teori Komunikasi dan Paradigma Penelitian Komunikasi*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).

<sup>9</sup> Sarosa, S. (2021). *Analisis data penelitian kualitatif*. Pt Kanisius

**Dan Informatika (Diskominfo) Kabupaten Kuningan Dalam Pengelolaan Informasi Dan Komunikasi Publik Untuk Mencapai *Good Governance***” peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, Dimana sumber data utamanya diperoleh dengan cara terjun langsung ke lapangan atau dikenal juga dengan istilah *field research*. Penelitian ini menitikberatkan pada data yang sifatnya mendalam dan terperinci yang diperoleh untuk menafsirkan peristiwa atau permasalahan yang terjadi di lokasi penelitian sehingga dalam prosesnya, identifikasi cyber PR pada Diskominfo Kabupaten Kuningan yang merupakan tempat dilaksanakannya penelitian dapat dianalisis secara mendalam dan data yang diperoleh langsung dari sumbernya (data primer) melalui proses wawancara dan observasi. Kemudian untuk menunjang kelengkapan data penelitian dilakukan juga pengumpulan data melalui dokumentasi dan sumber sumber lain yang relevan dengan objek penelitian guna menunjang proses analisis data. Data-data inilah yang kemudian disebut dengan data sekunder. Berkaitan dengan pengumpulan data primer yang diperoleh melalui wawancara, jenis wawancara yang akan dilakukan pada penelitian ini adalah wawancara yang sifatnya mendalam (*dept interview*) dengan beberapa narasumber dari Diskominfo Kuningan dengan mengacu pada pedoman wawancara (*ineterview guide*) yang telah ditentukan sebelumnya. Berkaitan dengan narasumber atau informan ditentukan dengan metode *purposive sampling*, dimana narasumber dipilih sesuai dengan kebutuhan data serta pengetahuan narasumber terkait objek yang diteliti.

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

#### **Subjek Penelitian**

Penentuan subjek pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, dimana terdapat kualifikasi tertentu dalam penentuan subjek penelitian. Adapun subjek yang dipilih adalah individu yang memenuhi kualifikasi seperti

pengetahuan terkait objek yang hendak diteliti, informan yang dipilih berada dan berperan aktif dalam instansi atau perusahaan yang, pejabat struktur yang ada pada lokasi yang menjadi tempat penelitian dan tokoh agama, masyarakat yang berkaitan dengan apa yang akan diteliti.

Berdasarkan kualifikasi diatas ditentukan bahwa subjek yang dipilih adalah Pegawai Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kuningan khususnya bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP).

Diskominfo Kuningan terdiri dari empat bidang dan untuk penelitian ini peneliti lebih memfokuskan pada Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP), yang mana didalamnya terbagi lagi menjadi beberapa subbidang, yakni Kemitraan Kelembagaan Komunikasi Media, Analisis Berita, dan Pelayanan Informasi dan Publikasi (PIP). Ketiga bidang ini saling berkaitan satu sama lain dan bertanggung jawab dalam hal pengelolaan dan pelayanan informasi public. Pemilihan bidang IKP Diskominfo Kuningan sebagai narasumber tentu erat hubungannya dengan objek yang hendak diteliti, hal ini karena Dinas Komunikasi dan Informatika merupakan unsur pelaksana pemerintahan yang bertanggung jawab penuh dalam pengelolaan informasi dan komunikasi publik Sekretaris Daerah (Setda).



Adapun pegawai Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kuningan yang akan menjadi narasumber pada penelitian ini yaitu :

- Anwar Nasihin, S.Kom, M.Si, Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kuningan
- Ginanjar Suprayoga, S.Kom, Subkoordinator Pelayanan Informasi dan Publikasi (PIP) Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kuningan
- Nana Suhendra, M.Pd, Subkoordinator Kemitraan Kelembagaan Komunikasi Media Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kuningan

### **Objek Penelitian**

Dinas Komunikasi dan informatika yang berperan sebagai *Public Relations* (PR) atau Humas Sekretaris Daerah (Setda) bertanggung jawab atas berbagai kegiatan PR atau kehumasan. Seiring dengan perkembangan teknologi, kegiatan PR tak hanya dilakukan secara konvensional, tetapi juga mulai merambah ke dunia digital yang selanjutnya dikenal dengan istilah *Cyber Public Relations*.

Pemanfaatan media digital dalam dunia PR atau Kehumasan rupanya mampu membawa perubahan yang signifikan bagi suatu daerah, salah satunya adalah membantu suatu daerah untuk bisa mencapai tata kelola pemerintahan yang baik (*Good Governance*) dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan informasi publik dengan memanfaatkan teknologi digital atau yang disebut dengan *Cyber Public Relations*. Untuk itu, peneliti tertarik untuk meneliti dan menjadikan *Cyber Public Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kuningan dalam

Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik untuk *Mencapai Good Governance* sebagai objek penelitian. Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kuningan sendiri sudah memiliki beberapa media sosial resmi yang digunakan untuk mendistribusikan berita dan informasi kepada masyarakat, adapun media yang digunakan diantaranya :

### **1. Website**

Selain menyediakan layanan informasi secara langsung, Diskominfo Kabupaten Kuningan juga memberikan layanan informasi secara online melalui *website* resminya yang beralamatkan di <https://kuningankab.go.id/>

### **2. Instagram**

Diskominfo Kabupaten Kuningan aktif memberikan informasi khususnya informasi seputar Kuningan melalui Instagram resminya di @kominfokuningan

### **3. Youtube**

Media lainnya yang digunakan oleh Diskominfo Kabupaten Kuningan untuk memberikan layanan informasi kepada masyarakat adalah Youtube, dimana melalui kanal Youtube resminya Diskominfo Kuningan mengunggah berbagai informasi, berita, hingga live report terkait agenda kedaerahan.

## **1.6 Jenis Data**

pada penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder

### **1. Data primer**

Data primer adalah data yang diperoleh dan dihimpun oleh peneliti secara langsung dari lapangan dimana peneliti melakukan penelitian untuk kemudian

dianalisis.<sup>10</sup> Data Primer Data utama (data primer) pada penelitian ini diperoleh melalui :

- Data hasil observasi pada website dan media sosial dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kuningan
- wawancara dengan beberapa narasumber, yang meliputi pegawai Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kuningan

## **2. Data sekunder**

Data sekunder merupakan data yang bersumber langsung dari berbagai data-data dokumen, baik berupa jurnal, memo, hasil penelitian ataupun dokumen sejenisnya.

Pada penelitian ini data sekunder diperoleh dari ;

- Peraturan Bupati Nomor 37 tahun 2021 Tentang Pedoman Pengelolaan dan Pelayanan Informasi Melalui Media Sosial di Lingkungan Pemerintah Daerah Kabupaten Kuningan
- Website <https://www.kuningankab.go.id/>
- Platform Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kuningan

## **1.7 Teknik Pengumpulan Data**

### **1.7.1 Observasi**

Observasi adalah suatu tahapan yang paling krusial dalam penelitian kualitatif, pasalnya melalui proses observasi atau pengamatan secara langsung peneliti dapat mendokumentasikan serta merefleksikan secara terstruktur terkait aktivitas dan interaksi dari subjek penelitian. Segala hal yang diperoleh selama proses pengamatan, apabila hal tersebut berkaitan erat dengan topic yang diteliti maka akan lebih baik jika

---

<sup>10</sup> Kaharuddin, K, *Loc.cit.* hlm 4

peneliti memiliki salinan berupa catatan ataupun rekaman sebagai penunjang penelitian.

Hal yang melatarbelakangi observasi menjadi suatu hal yang krusial dalam proses penelitian karena melalui observasi peneliti bisa memperoleh gambaran luas terkait masalah atau objek yang diteliti secara langsung. Melalui observasi peneliti bisa melihat bagaimana pola perilaku individu ataupun kelompok yang menjadi objek penelitian secara langsung. Disamping itu, peneliti juga mendapatkan visualisasi dari objek yang diteliti sehingga validitas datanya lebih mudah untuk dipenuhi.

Pada penelitian ini observasi akan dilakukan pada website dan media sosial resmi dari Diskominfo Kabupaten Kuningan guna mengetahui bagaimana Diskominfo Kabupaten Kuningan mengelola informasi pada platform tersebut, memberikan layanan informasi pada Masyarakat melalui interaksi di kolom komentar.

### **1.7.2 Wawancara**

Secara umum pada penelitian kualitatif subjek yang menjadi sumber data utamanya (primer) adalah manusia yang dalam hal ini memiliki kedudukan sebagai informan. Oleh karena itu, proses wawancara secara mendalam (*dept interview*) menjadi metode penggalan data utama yang memungkinkan peneliti memperoleh informasi yang lengkap, mendalam dan terperinci. Dalam proses wawancara ada pihak yang berperan sebagai pewawancara (*interviewer*), *interviewer* bertugas untuk mengajukan butir-butir pertanyaan sesuai dengan panduan interview (*interview guide*) kepada narasumber dengan tujuan memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan masalah atau topik yang diteliti. Sedangkan, narasumber adalah pihak yang menjawab pertanyaan dan memberikan informasi seputar topik atau masalah yang ditanyakan oleh *interviewer*.

Guna memenuhi kebutuhan data penelitian, peneliti akan melakukan wawancara

secara langsung dan mendalam di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kuningan dengan beberapa key informan, diantaranya :

- Anwar Nasihin, S.Kom, M.Si, Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kuningan
- Ginanjar Suprayoga, S.Kom, Subkoordinator Pelayanan Informasi dan Publikasi (PIP) Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kuningan
- Nana Suhendra, M.Pd, Subkoordinator Kemitraan Kelembagaan Komunikasi Media Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kuningan

### **1.7.3 Dokumentasi**

Selain dengan observasi dan wawancara, data-data dan informasi juga dapat diperoleh dari dokumen, yang bisa juga disebut sebagai fakta yang tersimpan atau diarsipkan dalam bentuk surat, memo, foto, video, notulensi, transkrip, atau dokumen lainnya yang serupa.

Dokumentasi merupakan sebuah metode yang kerap kali digunakan oleh seseorang untuk bisa memperoleh informasi terkait suatu objek. Informasi tersebut bisa berbentuk laporan, transkrip, foto, video, ataupun keterangan sejenisnya yang mampu menunjang kelengkapan data penelitian.

Data dokumentasi digunakan untuk menunjang kelengkapan data pada penelitian dimana melalui dokumen peneliti bisa mengetahui peristiwa yang terjadi di masa silam, data dokumen juga menjadi salah satu cara untuk memvalidasi kebenaran melalui data-data dan informasi yang diperoleh melalui observasi dan wawancara, karena tak dapat

dipungkiri bahwa dokumentasi mampu meningkatkan kepercayaan public terkait suatu informasi. Suatu informasi dapat diyakini dan diakui kebenarannya jika terdapat bukti dokumentasi yang konkret baik foto, vidio, ataupun dokumen lainnya.

## **1.8 Teknik Analisis Data**

### **1.8.1 Reduksi Data**

Reduksi data merupakan tahap lanjutan dari proses pengumpulan data. Reduksi data merujuk pada proses pemilihan data-data dan informasi yang telah dikumpulkan sebelumnya dilapangan untuk kemudian diambil hal pokok atau bagian penting dan lebih difokuskan agar peneliti lebih mudah pada saat pengolahan data. Reduksi data terus dilakukan selama proses penelitian berlangsung hingga diperoleh hasil akhir. Semakin lama proses penelitian dilakukan, maka data yang dihimpun juga semakin banyak dan kompleksitasnya pun semakin tinggi, maka dari itu reduksi data diperlukan dalam hal ini.

Reduksi data sendiri pada dasarnya merupakan proses analisis data itu sendiri, dimana di dalamnya meliputi pengklasifikasian, pengarahannya, penyederhanaan dengan membuang data-data yang tidak perlu, serta mengorganisir data sedemikian rupa hingga diperoleh kesimpulan akhir.

### **1.8.2 Penyajian Data**

Penyajian data merupakan tahapan dimana setelah data dihimpun dan dianalisis, kemudian disusun sedemikian rupa secara sistematis sehingga lebih mudah dipahami untuk kemudian disajikan. Bentuk penyajian data sendiri ada banyak jenisnya, dalam penelitian kualitatif data dapat disajikan dalam bentuk narasi, grafik, bagan, matriks dan jaringan.

Data yang disajikan ini merupakan bentuk gabungan dari berbagai informasi

yang diperoleh dilapangan dan disusun dalam bentuk yang padu sehingga lebih mudah untuk dipahami dan memudahkan untuk mengetahui apakah penerikan kesimpulan sudah tepat atau perlu dilakukan analisis kembali.

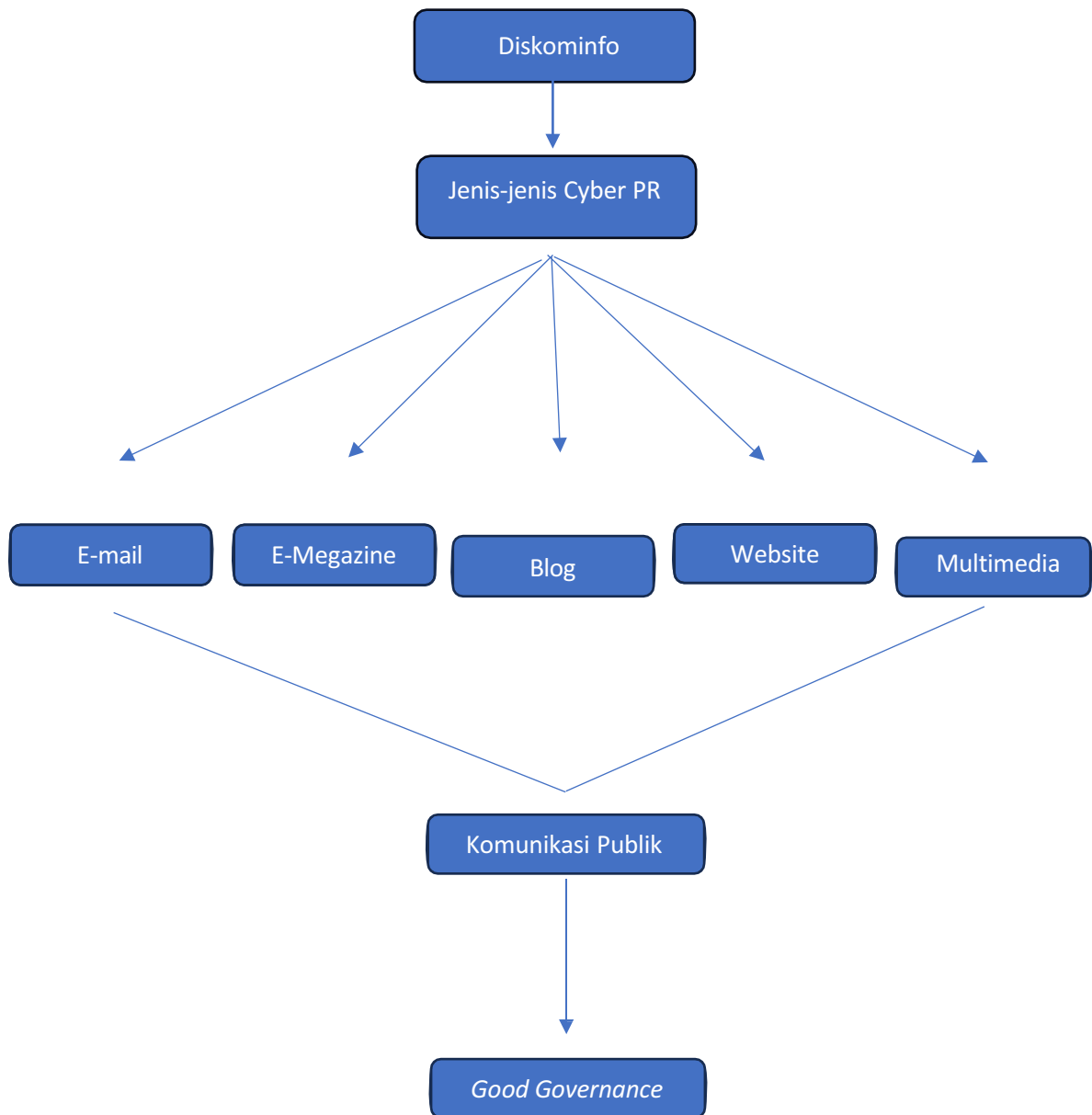
### **1.8.3 Penarikan Kesimpulan**

Sama halnya dengan proses reduksi data, penarikan kesimpulan juga terus dilakukan selama penelitian berlangsung. Mulai dari proses pengumpulan data peneliti mulai mencari makna dari benda, mencatat keteraturan pola, konfigurasi yang mungkin, alur kolerasi, serta proposisi.

Kesimpulan yang dibuat diawal penelitian bersifat sementara, dimana kesimpulan tersebut ditinjau kembali setiap ditemukan data atau fakta baru. Apabila data baru yang ditemukan sifatnya kuat maka terdapat kemungkinan dilakukan peninjauan ulang dan kemungkinan kesimpulan akan berubah, tetapi apabila kesimpulan yang dibuat sejak awal sesuai dengan data-data yang ada di lapangan hingga akhir meskipun ditemukan data atau fakta baru, maka dapat dikatakan kesimpulan tersebut bersifat kredibel. Pada dasarnya kesimpulan akan semakin mengerucut dan semakin kuat seiring dengan penemuan data dilapangan.

## 1.9 Kerangka Konsep, Definisi Konsep dan Definisi Operasional

### 1.9.1 Kerangka Konsep





## 1.9.2 Definisi Konsep

### a. Cyber Public Relation

Cyber public relations atau dalam istilah lain dikenal dengan digital public relations adalah aktivitas public relations atau kehumasan yang dalam pelaksanaan tugasnya memanfaatkan fungsi internet serta media digital sebagai sarana publikasinya. Dengan memanfaatkan internet dan media digital memungkinkan praktisi public relations lebih luas jangkauannya, lebih mudah dalam menjangkau targetnya untuk menyampaikan pesan, dan bersifat independent sehingga tidak bergantung pada pihak manapun, seperti jurnalis ataupun editor apabila didistribusikan melalui media elektronik ataupun media cetak.

Onggo menjelaskan bahwa E-PR merupakan singkatan dari *electronic Public Relations* yang artinya merujuk pada sebuah aktivitas yang dilakukan oleh praktisi *Public Relation* (PR) dengan memanfaatkan internet sebagai untuk publisitasnya.<sup>11</sup> E-PR ini dalam selanjutnya dikenal juga dengan istilah *Cyber Public Relations*. Secara harfiah E-PR sendiri dapat didefinisikan E yang merujuk pada elektronik berbasis internet yang digunakan untuk berbagai kepentingan dalam jalinan komunikasi. Kemudian PR (*public relations*) yang merujuk pada hubungan dengan publik. Dengan memanfaatkan media elektronik yang berbasis internet dapat memudahkan suatu instansi atau perusahaan untuk menjangkau audiens dan membangun hubungan yang baik dengan publik sebagai target sasaran audiens.

### b. Jenis-jenis Cyber Public Relations

Cyber public relations memiliki berbagai macam jenis dilihat dari pemanfaatannya. Setidaknya kurang lebih ada 5 jenis pemanfaatan cyber public relations yang disebutkan Bob Julius Onggo yaitu:<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> *Ibid. Hlm 1*

<sup>12</sup> *Ibid, Hlm 73*

## 1. E-mail

Surat elektronik atau *e-mail* merupakan satu hal yang lekat dan tak terpisahkan dari dunia bisnis, terlebih dalam bidang *E-PR*. *Email* didapat dikatakan sebagai suatu media yang cukup efektif untuk membangun dan juga merusak reputasi baik individu, organisasi, instansi ataupun perusahaan. Mengapa demikian? Hal ini terjadi karena ada beberapa hal yang dianggap sepele sehingga tidak diperhatikan dalam penggunaan *e-mail*. Misalnya tata cara penulisan *e-mail* yang keliru, pemilihan diksi dan pananan kata sehingga dianggap kurang sopan hingga admin yang kurang responsive. Hal-hal sepele seperti inilah yang kerap kali diabaikan, tetapi dapat menghancurkan reputasi hanya dalam hitungan jam bahkan mungkin hitungan menit.

## 2. Majalah Elektronik (Ezine atau Electronic magazine)

*Ezine* atau *Electronic Magazine* merupakan istilah baru untuk majalah yang sifatnya online. Sama seperti majalah pada umumnya, *ezine* juga memuat berbagai macam informasi di dalamnya.

*Ezine* berfokus pada muatan kontennya, dimana dalam hal ini konten merupakan senjata andalan yang digunakan oleh *ezine* untuk menarik minat target sasaran instansi atau perusahaan itu sendiri. Dalam hal ini instansi atau Perusahaan dituntut untuk terus terjaga guna mengetahui tren atau konten apa yang tengah ramai diminati saat ini, sehingga dengan begitu instansi atau Perusahaan dapat lebih mudah untuk menentukan konten seperti apa yang relevan untuk menyampaikan pesan pada public

## 3. Blogs

Blog merujuk pada sebuah media manajemen konten yang mana dalam penggunaannya memberikan kemudahan bagi siapa saja yang berminat dalam bidang menulis dan hendak mempublikasikannya untuk bisa dikonsumsi public secara luas.

Saat ini penggunaan blog dikalangan instansi atau pun perusahaan sudah cukup masif.

Blog merupakan salah satu media yang sifatnya interaktif sehingga memungkinkan pihak instansi atau perusahaan berinteraksi dengan audiensnya melalui kolom komentar. Interaksi ini pihak bisa dijadikan bahan evaluasi, dimana melalui interaksi ini pihak instansi ataupun perusahaan jadi tahu bagaimana respon atau pun reaksi dari audiens terkait konten yang diunggah, bagian mana yang kiranya perlu diperbaiki atau dihilangkan dan bagian mana kiranya yang perlu dipertahankan untuk konten-konten selanjutnya

#### **4. Wire Service (Website)**

*Wire service* atau yang kemudian lebih dikenal dengan istilah *website* merujuk pada suatu media pelayanan publik yang sifatnya fleksibel, dimana *website* memungkinkan penggunaanya untuk mengaksesnya dimana saja dan kapan saja. Tujuan utama dari *website* sendiri adalah memberikan berbagai macam informasi terkait instansi atau perusahaan. Umumnya dalam *website* instansi atau perusahaan memuat informasi- informasi terkait perusahaan, berita terkait instansi atau perusahaan, layanan kegiatan, hingga media sosial dan narahubung dari perusahaan.

*Website* seperti ini cocok bagi seseorang yang memerlukan data lengkap terkait instansi atau perusahaan untuk pengetahuan saat hendak melamar kerja di instansi atau perusahaan terkait, melakukan penelitian, atau hanya untuk menambah pengetahuan terkait instansi atau perusahaan. Adanya *website* resmi dari suatu instansi atau perusahaan bisa menjadi nilai tambah, dimana dengan memiliki *website* resmi instansi atau perusahaan akan dinilai lebih profesional. Hal seperti ini juga menentukan reputasi yang merupakan hasil kinerja dari praktisi PR instansi atau perusahaan

#### **5. Multimedia**

Secara harfiah multimedia merupakan penggabungan dari kata multi yang artinya

penggabungan beberapa dan media yang artinya alat atau sarana yang digunakan untuk komunikasi. Multimedia merupakan bentuk penggabungan berbagai jenis media yang berupa teks, audio, visual, grafik, dan video yang dikemas sedemikian rupa hingga menghasilkan file digital yang dalam implementasinya digunakan untuk mendistribusikan pesan kepada khalayak. Contoh konkret dari multimedia adalah media sosial, saat ini ada banyak media sosial yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan, misalnya Tiktok, Instagram, Facebook dan Youtube.

Saat ini penggunaan media sudah cukup masif dan penggunaannya pun bersal dari berbagai kalangan dan profesi. Termasuk salah satunya praktisi PR. PR menggunakan media social dalam rangka mengikuti perkembangan zaman sehingga proses penyampaian informasi tetap relevan karena menggunakan media yang sesuai dengan zaman, selain itu, praktisi PR juga memanfaatkan media social untuk menjalin hubungannya dengan pemangku kepentingan (stakeholder) dan mitra perusahaan. Tak dapat dipungkiri bahwa media sosial dapat memberikan dampak yang signifikan dalam pendistribusian sebuah pesan, hingga akhirnya saat ini tak sedikit instansi atau Perusahaan yang memanfaatkan media social sebagai sarana untuk menyampaikan pesan. Media social dikatakan juga sebagai *cyber public relations* karena keberadaannya tak ubahnya seperti praktisi PR di dunia nyata yang bertugas mengelola hubungan, reputasi dan menjadi representasi dari Perusahaan.

### **c. Komunikasi publik**

Pengelolaan komunikasi publik merupakan sebuah metode pengendalian informasi publik, dimana di dalamnya meliputi beberapa yang mengatur informasi public mulai dari proses perencanaan, persiapan hingga proses eksekusi atau pelaksanaan komunikasi public yang berkenaan dengan kebijakan pemerintah.

Dalam implementasinya pengelolaan komunikasi publik memiliki ciri dan

karakteristik tersendiri, diantaranya memberikan pelayanan public dengan (1) menyajikan informasi yang berurusan dengan kebijakan dan program pemerintah baik itu yang sudah, sedang, atau pun akan dilakukan dimasa mendatang, (2) melibatkan peran aktif public dalam proses perumusan, pelaksanaan, hingga mengawasi kebijakan ataupun program pemerintah baik yang sudah, sedang, ataupun belum dilaksanakan (3) menyajikan informasi yang berdasarkan pada data dan fakta empiris, (4) memberikan penjelasan secara proporsional (tidak ofensif dan tidak defensif) terkait suatu perkara, dan (5) memberikan edukasi di ruang public.

#### **d. Good Governance**

*Good governance* merujuk pada sebuah kegiatan yang diselenggarakan oleh lembaga pemerintah berdasarkan pada kepentingan masyarakat dengan memperhatikan norma yang berlaku guna mewujudkan cita-cita negara. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 101 Tahun 2000, merumuskan arti *good governance* adalah “Kepemerintahan yang mengembangkan dan menerapkan prinsip-prinsip profesionalitas, akuntabilitas, transparansi, pelayanan prima, demokrasi, efisiensi, efektivitas, supremasi hukum dan dapat diterima oleh seluruh masyarakat.

Berdasarkan definisi-definisi di atas dapat ditarik kesimpulan, *good governance* sederhananya adalah kegiatan dari suatu lembaga pemerintahan yang dijalankan berdasarkan kepentingan Masyarakat dengan tetap berpegang pada norma-norma yang berlaku untuk mewujudkan cita-cita negara yang mana kekuasaan tertinggi berada ditangan rakyat yang diatur dengan berbagai tingkatan pemerintahan negara yang berkaitan dengan sumber ekonomi, politik, social dan budaya.

### 1.9.3 Definisi Operasional

#### a. *Cyber Public Relations*

*Cyber Public Relations* merupakan aktivitas kehumasan yang dilakukan dengan memanfaatkan media digital. Diskominfo Kuningan memanfaatkan *Cyber Public Relations* sebagai salah satu instrumen untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi mengingat Diskominfo merupakan Badan yang bertanggungjawab dalam mengelola dan memberikan layanan informasi dan komunikasi publik. Penelitian ini mengacu pada teori yang kemukakan oleh Bob Julius Onggo yang menyatakan bahwa terdapat lima jenis *cyber public relations* yang mampu membantu menunjang pemenuhan kebutuhan publik akan informasi, diantaranya :

##### 1. *E-mail*

*E-mail* merupakan aktivitas yang paling sederhana diantara semua aktivitas digital yang ada. *E-mail* adalah aktivitas surat menyurat yang dalam proses pengirimannya tidak lagi menggunakan jasa layanan pos melainkan menggunakan teknologi yang berbasis internet, sehingga dengan berbekalkan *smartphone* yang terkoneksi dengan internet siapapun bisa melakukan interaksi seperti mengirim surat atau dokumen lainnya melalui *e-mail* tanpa harus pergi ke kantor pos ataupun mengirimkannya secara langsung ke alamat penerima pesan atau dokumen.

##### 2. *E-megazine*

*E-megazine* atau majalah elektronik adalah publikasi digital yang disajikan dalam format elektronik dan dapat diakses melalui perangkat seperti komputer, tablet, atau *smartphone*. *E-megazine* menggabungkan elemen-elemen majalah tradisional dengan teknologi digital, menawarkan konten-konten yang kaya dan interaktif. Fitur interaktif

seperti tautan hiper, video, animasi, dan suara menambah daya tariknya. *Blog*

### 3. *Blog*

*Blog* merupakan kependekan dari *weblog*, yang mana ini merupakan salah satu situs web yang dikelola dengan baik oleh individu ataupun kelompok tertentu dengan menggunakan perangkat lunak (*software*) online atau platform host yang mudah dalam penggunaannya dengan ruang untuk menulis.<sup>13</sup> Situs ini umumnya berisikan informasi yang dimuat dalam bentuk artikel, opini, dan pengalaman pribadi dan bisa diakses oleh siapapun pengguna internet. *Blog* umumnya mengunggah informasi secara rutin setiap harinya dengan tema atau topik yang beragam, *blog* juga menyediakan fitur interaktif sehingga pengunjung *blog* bisa memberikan umpan baliknya pada penulis atau pengelola *blog*.

### 4. *Website*

*Website* atau *World Wide Web (www)* merupakan himpunan halaman yang terhubung dalam satu domain, *website* merupakan wadah yang memuat berbagai jenis informasi yang diunggah dengan tujuan untuk memberikan pengetahuan atau sumber referensi pada pembaca yang bisa diakses melalui mesin pencari.<sup>14</sup> *Website* juga bisa dikatakan sebagai instrumen untuk mengunggah dan menampilkan informasi yang disajikan dalam bentuk lebih kompleks, dimana Informasi yang tidak dapat disajikan dalam bentuk teks tetapi juga ditunjang dengan gambar, suara, video dan fitur interaktif. Tujuan utama dari *website* sendiri adalah untuk menyajikan informasi, menyediakan layanan dan mendukung proses komunikasi antara pengguna dan penyedia layanan.

---

<sup>13</sup> Solomon, Gwen dan Schrum, Lynne. 2011. *Web 2.0: Panduan Bagi Para Pendidik*. Jakarta: Indeks

<sup>14</sup> Nuh, M. (2022). Penyuluhan Mengelola Website Sebagai Media Publikasi, Komunikasi dan Informasi Pada Pesantren Hidayatullah Jonggol. *JURNAL PEDES-PENGABDIAN BIDANG DESAIN*, 2(1), 110-117.

## **Multimedia**

Multimedia secara harfiah terdiri atas dua kata yaitu multi yang mengandung arti banyak atau jamak dan media yang mengandung arti perantara atau suatu instrumen yang mampu menjadi instrumen untuk menyampaikan sesuatu.<sup>15</sup> Multimedia adalah penggunaan berbagai jenis media, seperti teks, gambar, audio, video, dan animasi, untuk menyajikan informasi atau hiburan. Kombinasi elemen-elemen ini membuat presentasi lebih menarik dan efektif, serta meningkatkan pemahaman dan keterlibatan pengguna. Multimedia sering digunakan dalam pendidikan, pemasaran, hiburan, dan komunikasi untuk menyampaikan pesan secara lebih dinamis dan interaktif, Multimedia memiliki keberagaman jenis, dan yang menjadi salah satu jenis dari multimedia yang banyak digunakan saat ini adalah media sosial. Media sosial digunakan untuk berbagai kepentingan, mulai dari media hiburan, media untuk mencari informasi hingga media komunikasi. Karena sifatnya yang fleksibel, ringkas, namun lengkap menjadikan media sosial banyak digunakan pada saat ini.

### **b. Komunikasi Publik**

Komunikasi publik merupakan serangkaian Proses penyampaian informasi, ide, atau pesan dari seorang individu atau organisasi kepada audiens yang lebih luas, biasanya melalui media massa atau platform digital.<sup>16</sup> Tujuan dari komunikasi publik adalah untuk mempengaruhi, menginformasikan, atau menghibur audiens yang terdiri dari masyarakat umum. Proses ini melibatkan perencanaan pesan, pemilihan saluran komunikasi, dan evaluasi dampak pesan terhadap audiens. Komunikasi publik nyaris sebangun dengan komunikasi massa, dimana

---

<sup>15</sup> Sururuddin, M., Husni, M., Jauhari, S., Aziz, A., & Ilhami, B. S. (2021). Strategi pendidik dengan media pembelajaran berbasis multimedia untuk menghadapi era society 5.0. *Jurnal DIDIKA: Wahana Ilmiah Pendidikan Dasar*, 7(1), 143-148.

<sup>16</sup> Priyatna, C. C., Prastowo, F. A. A., Syuderajat, F., & Sani, A. (2020). Optimalisasi teknologi informasi oleh lembaga pemerintah dalam aktivitas komunikasi publik. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 114-127.



Pesan yang disampaikan ditujukan untuk audience dalam jumlah yang banyak atau besar, pesan tersebut juga dibuat sebaik-baiknya untuk banyak orang bukan untuk individu tertentu

**c. *Good governance***

*Good governance* atau tata kelola pemerintah yang baik tentunya menjadi sebuah kondisi yang diidam-idamkan oleh semua orang. *Good governance* juga didefinisikan sebagai suatu penyelenggaraan manajemen pembangunan, pemberdayaan, dan pelayanan yang selaras dengan demokrasi (konsep pemerintahan dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat). Dengan konsep *good governance* kualitas pemerintah menjadi lebih baik lagi yang ditujukan dengan berkurangnya kasus korupsi dan meningkatnya kepedulian pemerintah terhadap kebutuhan masyarakatnya.