**Digital *Public Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Publik**

Nurul Badriya

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

[nurulbadriya02@gmail.com](mailto:nurulbadriya02@gmail.com)

**ABSTRAK**

Digital *Public Relations* yang dilakukan dengan sarana media internet dalam membangun Relations, Reputasi dan Relevansi. Digital *Public Relation* Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Publik serta mengetahui strategi yang akan diterapkan oleh Digital *Public Relations* dalam meningkatkan kualitas pelayanan informasi. Penelitian ini menggunakan teori *Cyber Public Relations* dari *Bob Julius Onggo* 2002 dengan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian yang didapat adalah 1) *Relations* adanya pembentukan kim, kepercayaan, keterbukaan, kerja sama, komunikasi efektif, fasilitas dan interaksi virtual 2) Reputasi menjadikan media sosial sebagai kekuatan, konsisten, memberikan penjelasan dan memaksimalkan 3) Relevansi dilakukan dengan planning, informasi akurat dan perkembangan.

**Kata Kunci: Digital Public Relations, Pelayanan, Media Internet**

**ABSTRACT**

Digital Public Relations was done to develop media internet in building relation, reputation and relevance. Digital Public Relation of the Sumenep Regency Communication and Information Office in Improving Public Information Services and knowing the strategies that will be applied by Digital Public Relations in improving the quality of information services. This research used Bob Julius Onggo's 2002 Cyber Public Relations theory by qualitative descriptive methods. The results of this research showed that 1) Relations the existence of team building, trust, openness, cooperation, effective communication, facilities and virtual interaction 2) Reputation making social media a strength, consistent, providing explanations and maximizing 3) carried out with planning, accurate information and progress.

**Keywords: Digital Public Relations, Services, Internet Media**

**PENDAHULUAN**

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 permasalah, yaitu pencarian fakta, perencanaan dan pemrograman, aksi dan evaluasi komunikasi.[[1]](#footnote-1) 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 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.[[2]](#footnote-2) 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 dilakuka 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.

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 koordinasiMenyatakan 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 .[[3]](#footnote-3)

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.

**Permasalahan dan Tujuan Kajian**

Permasalahan yang ada pada penelitian ini yaitu Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep berada pada peringkat ke-5 dari bawah terkait penyelesaian pengaduan masyarakat dalam hal pelayanan informasi masyarakat, faktor tersebut yang menjadi acuan peneliti untuk mengetahui Bagaimana Implementasi Digital Public Relations Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Publik. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui Digital Public Relation Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Publik.

**Kerangka Teori**

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 pendekan 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.

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.[[4]](#footnote-4)

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.

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.[[5]](#footnote-5)

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.

**Metode Kajian**

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.

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, metodis, dan memiliki tujuan yang pasti baik teoritis 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.

Jenis penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian deskriptif. Pada penelitian ini menjelaskan bagaimana tentang gambar atau penjabaran suatu objek penelitiansberdasarkan 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.

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.

**Hasil Kajian**

Digital Public Relations adalah cara bekerja seorang praktisi Digital *Public Relations* secara online, Humas bekerja dengan memanfaatkan jaringan internet sebagai media kerjanya. Melalui humas digital, informasi atau berita dapat disebarluaskan melalui media sosial, jejaring sosial, dan website untuk meningkatkan interaksi yang lebih baik antara humas dengan masyarakat umum, sehingga informasi yang diberikan lebih cepat dan dapat dilakukan dimana saja, tanpa ada batas ruang.[[6]](#footnote-6)

Digital *Public Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Public tentunya banyak sekali memiliki strategi yang digunakan oleh praktisi Digital *Public Relations* Diskominfo Sumenep yaitu dengan adanya interaksi, seperti yang diketahui bahwa interaksi sebuah aspek yang penting dalam meningkatkan pelayan informasi dari interaksi membangun agar dapat membentuk sebuah interaksi yang baik. Berdasarkan teori yang dikembangkan Bob Julius Onggo Bahwa yang mana dapat menghasilkan 3R yaitu Relations, Reputasi dan Relevansi. Hasil dan analisis kualitatif terhadap masing-masing kualitas Digital *Public Relations* dapat diuraikan dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Relations

Relations artinya dapat berinteraksi dengan berbagai target kepada audiens untuk membangun relasi dan citra instansi.[[7]](#footnote-7) Seorang public relations ada kalanya memang harus berinteraksi dengan masyarakat secara langsung. Melakukan pendekan dan berinteraksi, buat kesan positif, dan bangun hubungan yang hebat. Relations dalam mewujudkan hubungan yang baik antara instansi atau organisasi dengan publiknya. Upaya tersebut akan menimbulkan kesan kepuasan bagi masyarakat dan dapat meningkatkan pelayanan informasi publik pada instansi. Hal tersebut sejalan dengan yang dilakukan oleh Digital *Public Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep dalam membangun sebuah interaksi dengan masyarakat Kabupaten Sumenep.

Pada penelitian ini, Relations mencakup hal-hal sebagai berikut: pembentukan kim, kepercayaan, keterbukaan, kerja sama, komunikasi efektif, fasilitas dan interaksi virtual. Sebagaimana untuk meningkatkan pelayanan informasi public kepada masyarakat kabupaten Sumenep, indikator Relation ditentukan oleh temuan-temuan yaitu membentuk lembaga KIM (Kelompok Informasi Masyarakat), membangun sebuah kepercayaan terhadap Diskominfo Sumenep, keterbukaan informasi terhadap publik, menjalin kerja sama dengan media lain, membangun komunikasi yang jelas, memberikan fasilitas akan aspirasi masyarakat dan menciptakan interaksi virtual.

Kualitas dalam meningkatkan pelayanan informasi publik di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep ada di relations berdasarkan data yang ditemukan dilapangan yang ada di indikator relations ini semua baik. Hal yang baik dalam indikator relations ini antaranya pembentukan kim, membangun sebuah kepercayaan, keterbukaan informasi, kerja sama dengan media lain, membangun komunikasi efektif dan memberikan fasilitas akan aspirasi masyarakat. Tapi pada temuan menciptakan interaksi virtual kurang dapat membangun sebuah interaksi secara virtual karena pedesaan maupun kepulauan di Kabupaten Sumenep masih sangat minim akan jaringan yang berbasis internet, sehingga mempersulit masyarakat berinteraksi secara virtual.

Indikator relations dapat meningkatkan pelayanan informasi publik terhadap Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep, kegiatan praktisi digital public relations yang dapat dilakukan didalam internet dari awal melakukan kegiatan publikasi, melakukan interaksi dengan masyarakat dan yang lebih hebatnya lagi bahwa kegiatan humas dapat dilakukan kapan saja melalui media internet, dengan demikianlah kegiatan kehumasan bisa lebih fleksibel dari yang dilakukan di dunia nyata.

Dalam meningkatkan pelayanan informasi dapat analisis hasil wawancara dalam sebuah instansi harus membangun sebuah kepercayaan yang mana sebuah kepercayaan sangat penting ketika masyarakat sudah mempercayai instansi maka masyarakat tidak akan ragu akan informasi yang didapat, membentuk lembaga kim yaitu salah satu strategi Kominfo agar masyarakat pedesaan dan kepulauan dapat menerima akan pesan yang telah disebarkan oleh kominfo dan dapat melakukan komunikasi dua arah yang mana kominfo juga diharapkan mendapatkan informasi melalui kim dengan memanfaatkan media sosial sebagai perantara. Komunikasi yang jelas dapat membantu meningkatkan pelayanan informasi yang mana interaksi yang dilakukan oleh masyarakat dan kominfo dapat dipahami sehingga meminimalisir kendala ataupun miscom, dalam komunikasi yang efektif masyarakat sumenep dapat memberikan aspirasi yang mana aspirasi masyarakat dapat ditampung dan memberikan pelayanan secara fleksibel melalui media sosial kominfo.

2. Reputasi

Reputasi adalah aset penting dalam sebuah instansi maupun organisasi, yang pada dasarnya seorang praktisi Digital *Public Relations* diharuskan memiliki seni dalam membangun suatu reputasi yang baik. 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. Pemaparan diatas dapat dirinci bahwa dalam membangun dan mempertahankan reputasi, tidak hanya dapat dicapai dengan kinerja instansi atau bauran identitas instansi saja namun kedua unsur tersebut merupakan faktor yang sama pentingnya dalam membentuk reputasi instansi, selain itu tidak bisa dikatakan demikian komunikasi adalah satu-satunya cara untuk membangun reputasi tetapi komunikasi sebagai elemen penting dari bauran identitas korporat secara efektif berhubungan dengan publik dan dapat memproyeksikan reputasi instansi di mata masyarakat agar sesuai dengan identitas instansi.

Rangkaian analisis kualitatif yang dilakukan dalam indikator reputasi dalam meningkatkan pelayanan public Diskominfo melalui Digital *Public Relations*, dalam temuan yang ditemukan oleh peneliti yaitu media sosial sebagai kekuatan, konsisten, memberikan penjelasan dan memaksimalkan. Hal ini merupakan bentuk membangun sebuah reputasi pelayanan bagi Dinas Komunikasi dan Informatika kabupaten Sumenep untuk memberikan pelayanan secara maksimal, dengan adanya digital Public Relations Dinas Kominfo dapat memaksimalkan pelayanan secara online, yang mana dapat membantu masyarakat dalam kesulitan akan informasi.

Kegiatan yang dilakukan oleh Digital *Public Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep dalam indikator reputasi yaitu media sosial menjadikan salah satu kekuatan akan penyebaran informasi mengenai Pemkab Sumenep karena media sosial merupakan media yang sangat banyak digunakan oleh masyarakat, konsisten merupakan kunci utama dalam meningkatkan pelayanan informasi publik konsisten dalam memberikan informasi yang dilakukan oleh praktisi Digital *Public Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep, memberikan penjelasan dan mensosialisasikan kembali ketika masyarakat kesulitan akan informasi kendala ini sering terjadi karena akan pemberitaan yang tidak valid di konsumsi oleh masyarakat, memaksimalkan posisi media internet media sangat berpengaruh terhadap reputasi layanan kominfo jadi memanfaatkan media merupakan salah satu kegiatan dalam meningkatkan pelayanan informasi terhadap masyarakat Sumenep.

3. Relevansi

Relevansi yaitu mencari rencana Digital *Public Relations* yang terkait dengan tujuan publik instansi.Hubungan masyarakat dapat merujuk pada bisnis atau orang yang menggunakan berita dan subjek kepentingan publik untuk menjangkau audiens mereka tanpa meminta uang di muka. Kuantitas informasi yang digunakan dalam pencarian di koleksi perpustakaan atau sumber lain, termasuk katalog online atau basis data bibliografi, ketika materi tersebut adalah materi pelajaran dan relevan dengan kebutuhan pengguna, disebut sebagai relevansi.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa Public relations saat ini lebih memilih untuk menyebarluaskan informasi melalui media internet yang memiliki otoritas penuh berada di bawah kendalinya. Karena masyarakat sudah banyak memanfaatkan media online antara lain media sosial sebagai wadah membaca berita menyebarkan berita melalui media online secara lebih efektif. Media sosial dapat mempermudah proses publikasi atau metode diseminasi informasi kepada masyarakat umum, dan salah satu medianya adalah aspirasi masyarakat dan lain-lain.

Dengan penelitian ini, indikator relevansi mencakup hal-hal yaitu planning, informasi akurat dan perkembangan. Sebagaimana temuan temuan yang ditemukan oleh peneliti yaitu Planning Pemanfaatan Platform tiktok karena tiktok salah satu aplikasi yang digemari oleh berbagai kalangan baik kanak-kanak,remaja maupun orang tua. Menanamkan Informasi Akurat dalam Mempublikasikan Informasi Informasi yang ada pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep merupakan informasi yang valid sesuai fakta yang ada, Mengikuti Perkembangan Trend Desain Trend desain merupakan salah satu daya tarik masyarakat untuk membaca pemberitaan yang ada pada media sosial Kominfo yang dikonsumsi public secara virtual.

Dalam indikator relevansi yaitu membangun hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan untuk menciptakan kondisi lingkungan yang positif dan mendukung tujuan jangka panjang instansi. Program Digital *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 yang mengarah pada satu tujuan. Kegiatan ini dapat dianalisis bahwa Media sosial memungkinkan penyebaran informasi jujur, membuat kesan pada publik yang mereka terima informasi yang akurat dan mudah diakses dipahami. Selain jujur, ditukar informasi juga membutuhkan empati, kebaikan, dan berhubungan dengan kata-kata yang sopan, yang menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan dengan berpengalaman.

**Kesimpulan**

Pada hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab terdahulu terkait dengan analisis data yang dibuat berdasarkan pada permasalahan yang diajukan, maka secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Digital Public Relation Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Publik, dari hasil wawancara, observasi dan data yang di dapatkan di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep terkait Digital Public Relations dalam meningkatkan pelayanan informasi Public yang dilakukan sesuai dengan indikator yang berdasarkan 3R Yaitu,

1. Relations: Implementasi Digital *Public Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep terbukti mampu dalam meningkatkan pelayanan informasi publik, dalam memaksimalkan relation/hubungan dengan adanya pembentuk lembaga KIM (Kelompok Informasi Masyarakat), membangun kepercayaan public dengan cara menyampaikan informasi yang efektif, keterbukaan informasi terhadap public, menjalin kerjasama dengan media lain, membangun komunikasi yang jelas dengan stakeholder, menampung aspirasi masyarakat dan menciptakan interaksi virtual dengan public.

2. Reputasi: Digital public relations Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep dalam menjalankan prosesnya untuk meningkatkan pelayanan informasi publik dalam membangun sebuah reputasi online dengan baik secara berkesinambungan agar meningkatkan pelayanan informasi publik yaitu dengan cara menjadikan media sosial sebagai kekuatan, konsisten dalam penyampaian informasi publik, klarifikasi informasi dan memaksimalkan pemanfaatan media internet.

3. Relevansi: Keberhasilan dalam meningkatkan pelayanan informasi public Digital *Public Relations* yang dijalankan menjadi kegiatan yang berdiri sendiri untuk masing-masing dalam membangun pentingnya relevansi, karena masyarakat sudah banyak memanfaatkan media online antara lain media sosial sebagai wadah membaca berita menyebarkan berita melalui media online secara lebih efektif. Maka dari itu Digital *public relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep memaksimalkan pemanfaatan akun tiktok, menanamkan informasi akurat dalam mempublikasikan informasi dan mengikuti perkembangan trend desain di feed Instagram.

**Daftar Pustaka**

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>.

Anshar, M, 2019, Electric Public Relations (E-PR): Strategi Mengelola Organisasi di Era. Jurnal Komodifikasi Volume 8, December 2019, 200-213. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/Komodifikasi/article/view/11327/7293>

Ansharullah, A, 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>

Anshori,M, 2020, *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2* (Airlangga University Press).

Ariawan, P, D, Sudiarta, I, W, Sudirta, I, K, 2020, Proses Pengajaran Mosaik di SMKN 1 Sukasada, Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha. Vol. 9(2), pp 69-76. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPSP/index69>

Biro Humas Kementerian Kominfo, 2018, Jumlah Pengguna Internet 2017 Meningkat, Kominfo akan Terus Lakukan Percepatan Pembangunan Broadband, Siaran Pers. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/12640/siaran-pers-no-53hmkominfo022018-tentang-jumlah-pengguna-internet-2017-meningkat-kominfo-terus-lakukan-percepatan-pembangunan-broadband/0/siaran_pers>.

Creswell, John W, 2017, *Research Design, Pendekatan metode kualitatif, kuantitatif dan campuran. paradigma penelitian post-positivisme Pelajar, Yogyakarta Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik.*

Depdagri-LAN, 2007, *Modul Kebijakan Pelayanan Publik, Diklat Teknis Pelayanan Publik Akuntabilitas dan Pengelolaan Mutu (Public Service Delivery, Accountability, and Quality Management )* Jakarta.

Elvinaro, A, 2021, Sebuah Perspektif Baru Humas. Journal Mediator Public Relations on the net. <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/695>

Gunawan,I, 2020 *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*, Ed. 1, cet. Ke-4, (Jakarta: PT Bumi Aksara) hal 210.

Krismasakti, R, B, Perdana, A, G, Ningsih, C, Dewi, Y, R 2022, *Cyber PR Tangsel.Life Dalam Mensosialisasikan Program Melalui Media Sosial di Era Pandemi Covid-19*, Jurnal Cyber PR, Volume 2, No. 1, Hal. 49 - 59.

Leli Karlina, 2021, Implementasi Humas dalam Meningkatkan Pelayanan Publik di Kantor DPRD Padang Lawas Utara Provinsi Sumatera Utara. Skripsi thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau <http://repository.uin-suska.ac.id/52094/>

Margono, 2017, *Metodologi Penelitian Pendidikan*: PT Rineka Cipta. Jakarta.

Moenir, H. A, S, 2008, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, Bumi Aksara. Jakarta.

Meliazora, A, 2020, *Manajemen Ekstensi Departemen* <http://repository.radenfatah.ac.id/7952/2/Tugas%20Akhri%20BAB%20II.pdf>

Onggo,J,B, 2017, *Cyber Public relations, Strategi Membangun dan Mempertahankan Merek Global di Era Globalisasi Lewat Media Online*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo), hal 156. Elex Media Komputindo

Permini, N, P, E, I, Atmaja, M, P, K, A 2020, Peranan Humas Dalam Kegiatan Publikasi Online Pemerintah di Kabupaten Bandung. Jurnal MODERAT, Volume 8, Nomor 3. Reviewed 1. <https://ojs.unigal.ac.id/index.php/modrat/article/view/2773>

Rahmadi, R, 2020, Proses Humas dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Publik di Rumah Sakit Umum Daerah Arifin Achmad Provinsi Riau <http://repository.uin-suska.ac.id/id/eprint/34074>

Rahmawati, R, 2020, Aktivitas Humas Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis dalam Pelayanan Publik Pada Masa Pandemi Covid-19, Skripsi, Uin Suka Riau <http://repository.uin-suska.ac.id/62508/1/SKRIPSI%20GABUNGAN.pdf>

Ratminto, Dkk, 2017 Pelayanan Prima Pedoman Penerapan Momen Kritis dari A. Sampai Z. Yogyakarta: UGM Press. Februariyanti, Herny.

Rona, N,K, Sufa, S, A, dan Ratnasari, E, 2022 Aktivitas Digital Public Relations Dalam Akun Instagram @ortuseight. <https://journal.uir.ac.id/index.php/Medium/article/view/9149/4097>

Rulli, N, 2014, *Teori dan Riset Media Cyber*. (Kencana Prenada Media Group) hlm 25-36.

Salim, A. 2016, *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial.* In A. Salim, Teori *Paradigma Penelitian Sosial* (Hal. 63).

Sari, A. A, 2017, *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.

Sugiyono, 2017 *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, cet. Ke-23, (Bandung: Alfabeta), hal 247.

Suprawoto. (2018). Government Public Relations: Perkembangan dan Praktik di Indonesia. Prenada Media Group.

Trisnani, 2018, Implementasi E-Government public relation sebagai peningkatan pelayanan Informasi Publik di lingkungan pemerintah daerah di Jawa Timur dan Nusa Tenggara Barat . Vol.7 No.3/ November 20. “<https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/komunika/article/view/1781/987>

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

Zellati fanny,M,C, Pudjianto B, 2018*, Tipe Penelitian Deskriptif Dalam Ilmu Komunikasi*. Jurnal Diakom, Vol.1 No.2, Desember hal.84.

1. 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> [↑](#footnote-ref-1)
2. Onggo, B. J. (2004). Cyber Public Relations : Strategi Membangun dan Mempertahankan Merek Global di Era Globalisasi Lewat Media Online. Jakarta: PT. Elex Media Computindo. [↑](#footnote-ref-2)
3. 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> [↑](#footnote-ref-3)
4. 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%20Akhri%20BAB%20II.pdf> [↑](#footnote-ref-4)
5. 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> [↑](#footnote-ref-5)
6. Dewi Fitria, 2019, PR dalam Dunia Baru (Cyber PR) Halaman 1 <https://www.kompasiana.com/dewifitria15/58209360b57e61ae2e92e841/pr-dalam-dunia-barucyber-pr> [↑](#footnote-ref-6)
7. S Martha, 2022, <http://eprints.umpo.ac.id/9058/4/BAB%20II.pdf> [↑](#footnote-ref-7)