

CYBER PR PADA PEMERINTAH KABUPATEN BELITUNG TIMUR

Ninda Juwita
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Email : nindajuwita123@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana *Cyber PR* Pemerintah Kabupaten Belitung Timur yang dilakukan melalui *website*. Adapun objek yang digunakan ialah *Cyber PR* pemerintah Kabupaten Belitung Timur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Dimana penelitian ini dilaksanakan di Pemerintah Kabupaten Belitung Timur. Jenis pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa : (1) Media internet dalam hal ini *website* telah berperan dalam meningkatkan kinerja bagian kehumasan pemerintah Kabupaten Belitung Timur. (2) *Website* telah membantu pekerjaan Humas dan berhasil menindaklanjuti pertanyaan-pertanyaan warga secara keseluruhan. (3) Kontribusi Humas dalam kemudahan informasi bisa dilihat dari berjalannya penyampaian informasi dan kemudahan mencari berita melalui *website* yang dimiliki oleh pemerintah Kabupaten Belitung Timur. (4) Kontribusi dalam efisiensi pelayanan, antara lain terlihat dari efisiensi waktu, biaya, dan tempat yang dibutuhkan oleh Humas pemerintah Kabupaten Belitung timur dalam menyampaikan informasi kepada publik.

Kata Kunci : pemerintah , *cyber PR*, Belitung Timur.

A. PENDAHULUAN

Informasi dan komunikasi saat ini telah ditandai dengan hadirnya media baru (*new media*) yang biasanya disebut dengan istilah internet. Kini adanya sebuah internet juga sudah menjadi kekuatan terpenting dalam kegiatan komunikasi dan interaksi. Termasuk didalam kegiatan *Public Relations*. Dapat kita ketahui bahwa *Public Relations* bertugas untuk menjaga hubungan yang baik kepada masyarakat agar tercipta hubungan yang harmonis. Oleh sebab itu, mulai dikembangkan *Public Relations* berbasis teknologi yang disebut dengan istilah *Cyber PR*. Adapun sarana yang dapat digunakan dalam menerapkan *Cyber PR* pemerintah Kabupaten Belitung Timur adalah *website*, *twitter*, *facebook*. Dalam penelitian ini peneliti lebih

memilih untuk menggunakan *website* sebagai sarana untuk mengakses berbagai informasi. Kabupaten Belitung Timur merupakan salah satu kabupaten di Propinsi Kepulauan Bangka Belitung yang populer disebut masyarakat dengan sebutan Kabupaten Beltim. Pemilihan kabupaten ini sebagai obyek penelitian lebih didasarkan pada realita bahwa Kabupaten Belitung Timur merupakan daerah otonomi tingkat II yang baru terbentuk pada tanggal 25 Februari 2003. Sebagai daerah yang relatif baru terbentuk, sekiranya akan ada banyak persoalan administratif yang akan membutuhkan kontribusi besar dari fungsi *Public Relations*.

Dalam konteks pemerintah, *Cyber PR* dapat menjadi suatu sarana bagi pemerintah untuk melakukan publikasi, penyampaian pe-

san dan sumber informasi bagi masyarakat. Saat ini, kabupaten Belitung Timur juga memanfaatkan *Cyber PR* sebagai media *Public Relations* dalam menjalankan aktivitas *Cyber PR* pemerintah Kabupaten Belitung Timur menggunakan *website* dengan alamat www.belitungtimurkab.go.id. Sampai sejauh ini pemerintah Kabupaten Belitung Timur cukup berhasil memanfaatkan keberadaan *website* sebagai sarana untuk memberikan informasi dan berkomunikasi dengan masyarakat. Diantaranya, dapat dilihat dari keberadaan informasi pada fitur data direktori yang membuat program prioritas, komoditas unggulan, investasi, wisata dan kuliner yang ada di wilayah Kabupaten Belitung Timur. *Website* tersebut juga cukup mampu menjadi sarana untuk berkomunikasi dengan masyarakat melalui fitur *polling* dan *chatting*. Berdasarkan fakta diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan kajian penelitian terhadap aktivitas kehumasan (*Public Relations*) yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Beltim, utamanya pada aktivitas kehumasan yang berbasis pada teknologi *Cyber PR* melalui *website*.

Ketertarikan ini didasarkan pada realita Kabupaten Beltim sebagai daerah otonomi tingkat II yang belum lama terbentuk sehingga akan ada banyak agenda kehumasan yang menarik untuk dimasukkan ke dalam kegiatan *Cyber PR*.

Komunikasi Korporat

Dalam sebuah perusahaan baik instansi negeri dan perusahaan komunikasi korporat sangat dibutuhkan atau diperlukan bagi setiap perusahaan karena dalam menjalankan interaksi dengan publik. Bagi yang bersifat internal maupun eksternal akan menimbulkan sebuah *feedback* yang selaras.

Penulis menyimpulkan bahwa komunikasi korporat merupakan suatu kegiatan komunikasi yang sering dilakukan dalam sebuah ruang lingkup internal maupun eksternal perusahaan atau pemegang saham yang dimana sangat mempengaruhi pada sebuah kinerja perusahaan untuk mencapai tujuan suatu perusahaan atau organisasi.

Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi merupakan komunikasi yang terjadi didalam ruang lingkup organisasi dimana memunculkan suatu keterkaitan antara pesan satu sama yang lain dan saling tergantung yang dilakukan antar manusia (Bungin, 2009: 278).

Public Relations

Suatu kegiatan komunikasi yang selalu terjadi didalam kehidupan kita sehari-hari, utamanya dalam sebuah pekerjaan *Public Relations*. Di dalam melaksanakan suatu aktivitas dan fungsinya berpusat pada komunikasi. Berarti bahwa tidak adanya sebuah kegiatan tanpa adanya komunikasi secara langsung maupun tidak langsung. Begitu juga dalam sebuah perusahaan ataupun instansi negeri harus adanya komunikasi sebagai salah satu tiang untuk menjalani hubungan baik dengan publik.

Public Relations itu merupakan jembatan sebuah perusahaan yang mempertahankan sebuah citra perusahaan karena mereka merupakan ujung tombak sebuah perusahaan tanpa adanya praktisi *Public Relations* sebuah perusahaan akan sangat tidak memungkinkan dalam pencapaian tujuan yang sempurna bagi perusahaan. "*Public Relations* merupakan lembaga yang mempunyai tugas dan fungsi didalam menjaga hubungan baik dan mempertahankan antara perusahaan dengan publik untuk mendapatkan keberhasilan sebuah perusahaan atau instansi,". (Kriyantono, 2008 : 5)

Thurlow dan Crispin (2000) mengatakan bahwa, teknologi informasi komunikasi saat ini terus berkembang mengikuti perkembangan zaman. Alat untuk berkomunikasi juga terus berubah ditengah masyarakat. Muncullah istilah *Computer Mediated Communications* (CMC) adalah dimana dalam seseorang mengakses sebagai informasi melalui alat yang disebut dengan komputer.

CMC sudah mempengaruhi dunia para praktisi *Public Relations* (PR). Seorang pekerja *Public Relations* harus dapat memafaatkan

CMC sebagai sebuah keuntungan, utamanya dalam hubungan dengan publik. CMC pun menghasilkan *Public Relations* yang baru yang sering disebut *New Publics*. Saat ini, pecandu internet turut menjadi sasaran publik bagi praktisi *Public Relations*. Oleh karena itulah, praktisi PR harus cekatan dalam memanfaatkan sebuah teknologi komunikasi yang ada agar dapat menjangkau *New Publics*, seperti dalam halnya informasi dalam sebuah *website*.

Cyber Public Relations

Banyaknya perusahaan maupun instansi negeri dapat diperhatikan bagaimana sebuah internet dapat difungsikan dalam *Public Relations* melalui media internet inilah bentuk sebuah tren baru didalam kalangan *Public Relations* yang menjadi bentuk baru yang kita sering sebut dengan istilah *Cyber PR* atau yang disingkat dengan istilah E-PR. Dalam buku Julius Bob Onggo (2004) menjelaskan, *Cyber PR* adalah pekerjaan para *Public Relations* yang memakai media internet sebagai media publisitas. Dengan adanya media internet dapat mempermudah pekerjaan *Public Relations* contohnya dulu para pekerjaan *Public Relations* mengirim *Press Release* dengan media konvensional dan menggunakan perantara seperti wartawan dan repoter.

Namun, saat ini karena teknologi sudah canggih dan berkembang para pekerjaan *Public Relations* mengirim atau mengakses *Press Release* dikirim melalui internet dengan menggunakan kosa kata yang mudah dipahami oleh khalayak atau publik itu sendiri didalam mengakses *Press Release* dalam *Home Page* yang terdapat dalam situs *World Wide Web (www)*. "Apabila sebuah perusahaan atau instansi pemerintah memiliki *Home Page, Public Relations* dapat membuat perangkat elektronik yang dapat menyebarkan *Press Release* kepada khalayak melalui kontak e-mail," (Soemirat dan Ardianto, 2004:192)

B. METODOLOGI

Peneliti menggunakan metode penelitian

Kualitatif. Dimana penelitian ini merupakan jenis penelitian ini Deskriptif Kualitatif. Adapun objek penelitian ini adalah *website* pemerintah Kabupaten Belitung Timur dengan alamat <http://www.belitungtimurkab.go.id>.

Penelitian ini dilaksanakan kurang lebih satu bulan yaitu pada bulan Maret 2014. Di Pemerintah Kabupaten Belitung Timur . Jalan Raya Manggar-Gatung, Desa Padang Kecamatan Manggar. Pengumpulan data penulis dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi, dokumentasi.

Wawancara dilakukan dengan Bapak Wahyu Setyawan selaku Kepala Bagian Humas Kabupaten Belitung Timur, Bapak Putra Aditama selaku Pimpinan Redaksi Kabupaten Belitung Timur, dan Bapak Bramia Indra Kusuma selaku Redaktur Pelaksana. Dalam penelitian ini, menggunakan triangulasi data dilakukan dengan mengkonfirmasi data yang diperoleh melalui wawancara dengan hasil observasi yang dilakukan peneliti melalui *website* terkait dengan pelaksanaan *Cyber PR* pemerintah Kabupaten Belitung Timur.

C. PEMBAHASAN

Kontribusi *Cyber PR* dalam Menunjang Peran Humas

Adanya media online sangat membuat perubahan dizaman sekarang ini. Dunia maya sudah memberikan peran dan memberikan kemudahan lebih bagi para pekerja yang bergerak dibidang komunikasi seperti *Public Relations*. Humas selalu bergerak di pemerintahan merupakan aktifitas lembaga dalam bidang komunikasi dan memberikan informasi kepada publik. Pentingnya sebuah peran humas di suatu lembaga atau instansi pemerintah dalam melakukan kebijakan dan kegiatan pemerintah.

Oleh karena itu, humas harus mempunyai strategi agar seluruh program kerja humas mampu dilaksanakan atau disampaikan kepada masyarakat dengan waktu yang relatif singkat dan biaya yang sangat murah. Bahwa dalam

hasil peneliti dilapangan dengan adanya *website* itu membuat pekerjaan bagian Humas Kabupaten Belitung Timur menjadi lebih mudah dan praktis dulu mereka menyampaikan segala informasi secara manual atau konvensional dan butuh waktu yang tidak sedikit dengan tempat yang sangat luas dan meningkat kinerja bagian Humas pemerintah Kabupaten Belitung Timur dengan adanya *website*.

Kontribusi Cyber PR dalam Membangun Komunikasi dengan Publik

Public Relations merupakan sebagai penghubung antara publik dengan sebuah organisasi dan menciptakan citra yang baik terhadap media-media demi kesuksesan perusahaan atau instansi negeri. Maka dari itu sekarang para pekerja *Public Relations* menggunakan media online sebagai media publikasi untuk memberikan dan menyampaikan informasi kepada publik atau khalayak karena ingin mendapatkan citra yang baik dimata publik. Humas itu adalah sebagai alat atau sebuah saluran untuk melancarkan komunikasi dan memberikan informasi mengenai kegiatan dan kebijakan sebuah perusahaan atau instansi pemerintahan melalui suatu kerjasama terhadap media-media, baik itu cetak maupun elektronik.

Pemerintah Kabupaten Belitung Timur pertama kali berusaha menciptakan saling pengertian antara instansi dengan publiknya. Adanya *website* yang dibuat oleh pemerintah Kabupaten Belitung Timur dirasakan sudah memberikan kemudahan kepada publik yang ingin mengetahui semua kegiatan ataupun kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah, karena di *website* Belitung Timur sudah sedia semua agenda apa saja yang akan dilaksanakan oleh pemerintah maupun kegiatan-kegiatan yang sudah selesai dilakukan. Penulis melihat perlunya suatu wadah atau wadah yang dapat memberikan informasi yang seluas-luasnya mengenai kiprah pemerintah Kabupaten Belitung Timur. Semua itu telah diwujudkan dengan menjawab seluruh pertanyaan yang diajukan oleh masyarakat terhadap pemerintah Kabupaten Belitung Timur contohnya pertanyaan yang dilayangkan

melalui *SMS center* yang ada di *website* pemerintah Kabupaten Belitung Timur.

Kontribusi Cyber PR dalam Kemudahan Informasi

Berdasarkan hasil pengamatan dan penelitian yang dilakukan atau dilaksanakan peneliti, Salah satunya pemerintah yang telah menggunakan dan memanfaatkan *website* sebagai media informasi tentang kebijakan Pemerintah adalah Kabupaten Belitung Timur. Meskipun minimnya Sumber Daya Manusia yang ada di pemerintah Kabupaten Belitung Timur mereka tetap memberi informasi kepada masyarakat agar masyarakat mengetahui tentang kegiatan dan kebijakan dan informasi seputar wilayah Kabupaten Belitung Timur. Penggunaan *website* oleh Pemerintah Kabupaten Belitung Timur bertujuan untuk menciptakan hubungan yang harmonis kepada masyarakat, sosialisasi, *feedback* dan membangun citra. Berdasarkan penelusuran peneliti, bahwa *website* pemerintah Kabupaten Belitung Timur sudah dimanfaatkan dan digunakan dengan baik oleh masyarakat. Masyarakatpun ikut berperan dalam berbagi informasi demi pembangunan daerah Belitung Timur dan memberikan kritik dan saran kepada pemerintah Belitung Timur baik melalui *website* maupun bertemu langsung. Bisa dilihat dari berjalanya kemudahan dalam penyampaian mencari berita melalui *website* yang dimiliki pemerintah Kabupaten Belitung Timur.

Kontribusi Cyber PR dalam Efisiensi Pelayanan

Jika kita lihat dari segi ketepatan waktu serta data dan informasi yang disampaikan, pemilihan menggunakan *website* khusus pemerintah Kabupaten Belitung Timur adalah pilihan yang sangat tepat. Humas harus siap tidak siap harus mengupdate informasi setiap saat karena masyarakat selalu ingin mengetahui informasi apa saja yang di *update* oleh pemerintah. Namun demikian *update* lewat internet tidak membutuhkan waktu yang lama, sehingga pihak Humas tidak perlu membuang-buang waktu jika ingin mempublikasikan dan memberikan informasi mengenai kebijakannya kepada publik

atau masyarakat.

Disamping itu, dalam penyampaian tentang kebijakan atau informasi yang dilakukan melalui internet dapat sangat efektif dan tidak membutuhkan ruang yang lebih untuk menyampaikan informasinya. Sangat berbeda dengan penyampaian informasi secara konvensional sangat dibutuhkan ruangan yang lebih untuk menyampaikan informasi, tetapi tidak dengan *website*. Dapat kita lihat dari hasil bahwa dari segi pelayanan melalui sebuah media online seperti *website* yang dimiliki pemerintah Kabupaten Belitung Timur dapat dilihat dari efisien waktu, biaya, dan tempat yang dibutuhkan oleh Humas Belitung Timur.

D. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Dapat kita simpulkan dengan adanya *website* di setiap instansi pemerintah itu mempermudah pekerjaan bagian Humas pemerintah Kabupaten Belitung Timur itu sendiri dalam menyampaikan segala informasi tentang kebijakan dan kegiatannya dan memberi kecepatan dalam menyampaikan segala informasi kepada publik. Media *website* dalam hal ini sudah sangat berperan dalam meningkatkan kinerja Humas pemerintah Belitung Timur.

Dalam menciptakan hubungan kepada public dilakukan dengan cara menciptakan hubungan yang harmonis dengan menjawab segala pertanyaan yang dilon-

tarkan oleh masyarakat melalui SMS Center dan segala saran dan kritik yang diberikan publik. Kemudahan informasi pun terlihat dari segala berita dan artikel yang di layangkan didalam *website* Belitung Timur agar mempermudah dalam penyampaian segala informasi kepada publik. Adanya *website* juga memberi kemudahan kepada Humas Pemerintah Kabupaten Belitung Timur dengan efisien waktu, tempat dan biaya.

2. Saran

Pertama, humas sebagai jembatannya pengelolaan informasi, dapat dibangun melalui peningkatan kapasitas dan penambahan sumber daya manusia, penguatan struktur dan infrastruktur, sistem dan prosedur, serta manajemen komunikasi krisis dalam upaya menciptakan tata kelola kehumasan yang baik sebagai bagian dari tata kelola pemerintahan yang baik.

Kedua, humas dalam hal publisitas dalam membentuk opini publik serta meningkatkan pelayanan misalnya dalam merespon permintaan, menanggapi pengaduan, teknik produksi media Humas, dan memaksimalkan media-media publisitas yang telah ada misalnya *website*.

Ketiga, humas hendaknya menjawab seluruh pertanyaan dari masyarakat, baik yang dikirimkan melalui rubrik opini masyarakat maupun melalui media SMS.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro dan Soemirat, Soleh. 2004. Dasar-Dasar Public Relations, Cetakan ketiga. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Bungin, Burhan. 2009. Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana
- Effendy, Onong Uchjana. 2001. Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Koutur, Ronny. 2003. Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis. Jakarta Pusat: CV. Teruna Grafica.

- Moleong, Lexy J. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Nova, Firsan. 2011. *Crisis Public Relations: Strategi PR Menghadapi Krisis, Membangun Citra dan Reputasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Onggo, Julius Bob. 2004. *Cyber Public Relations: Strategi Membangun dan Mempertahakan Merek Global di Era Globalisasi Lewat Media Online*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sutopo, H.B.. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif: Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*. Surakarta: UNS Press.
- Thurlow, Crispin, Laura Lengel and Alice Tomic. 2004. *Computer Mediated Communication: Social Interaction and The Internet*. London: SAGE Publications Ltd.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *PR Writing: Teknik Produksi Media PR dan Publikasi Korporat*. Jakarta: Kencana.