

# STRATEGI *CYBER PUBLIC RELATIONS* DALAM MENINGKATKAN LAYANAN KOMUNIKASI DAN INFORMASI PUBLIK MELALUI MEDIA SOSIAL DI DISKOMINFO KOTA PADANG

Muhammad Akbar

NPP. 29.0221

*Asdaf Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat  
Program Studi Teknologi Rekayasa Informasi pemerintahan*

Email: [muhammadakbaar27@gmail.com](mailto:muhammadakbaar27@gmail.com)

## ABSTRACT

**Problem Statement/Background:** The author focuses on the problem of meeting the needs of public communication and information services from what initially moved manually or offline to now switch digitally or online for people in the city of Padang. **Purpose:** know the cyber public relations strategy of the Communication and Informatics Office in an effort to improve communication and public information services through social media in the city of Padang. **Methods:** This research uses descriptive qualitative method. Data collection techniques used in this thesis through the process of observation (observation), interviews and documentation. **Results:** Diskominfo's cyber public relations strategy in improving communication and public information services is to improve the quality of public information on each social media, renew the use of social media, increase information content in the form of videos, conduct journalistic training for employees, and add human resources. **Conclusion:** The cyber public relations strategy of the Department of Communication and Information Technology in improving communication and public information services through social media in the city of Padang has been good, but there are still some obstacles in its implementation. The advice that the author can give is to remain consistent in providing communication and public information services to the public through social media that has been done before. If communication and public information are of good quality, in the future, people will have more confidence in government agencies in conveying their information needs to the public.

**Keywords:** Cyber Public, Social Media, Strategy

## ABSTRAK

**Permasalahan/Latar Belakang:** Penulis berfokus pada permasalahan pemenuhan kebutuhan layanan komunikasi dan informasi publik dari yang awalnya bergerak secara manual atau *offline* sekarang beralih secara digital atau *online* bagi masyarakat di Kota Padang. **Tujuan:** mengetahui strategi *cyber public relations* Dinas Komunikasi dan Informatika dalam upaya meningkatkan layanan komunikasi dan informasi publik melalui media sosial di Kota Padang. **Metode:** Penelitian

ini menggunakan metode Metode Kualitatif Deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam skripsi ini melalui proses observasi (pengamatan), wawancara dan dokumentasi. **Hasil/Temuan:** Strategi *cyber public relations* Diskominfo dalam meningkatkan layanan komunikasi dan informasi publik yaitu meningkatkan kualitas informasi publik di setiap media sosial, memperbaharui penggunaan media sosial, memperbanyak konten informasi dalam bentuk video, Melakukan pelatihan jurnalistik kepada para pegawai, dan Penambahan sumber daya manusia. **Kesimpulan:** Strategi *cyber public relations* Dinas Komunikasi dan Informatika dalam meningkatkan layanan komunikasi dan informasi publik melalui media sosial di Kota Padang sudah bagus, tetapi masih ditemukan beberapa hambatan dalam pelaksanaannya. Saran yang bisa penulis berikan ialah tetap konsisten dalam memberikan pelayanan komunikasi dan informasi publik kepada masyarakat melalui media sosial yang sudah dilakukan sebelumnya. Apabila komunikasi dan informasi publik sudah berkualitas maka kedepannya masyarakat akan lebih percaya kepada instansi pemerintah dalam menyampaikan kebutuhan informasi kepada masyarakat

**Kata kunci:** *Cyber Public*, Media Sosial, Strategi

## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi dipakai oleh manusia sebagai alat mengalirkan informasi atau pesan yang tujuannya dapat membantu manusia dalam menyelesaikan berbagai permasalahan supaya terwujudnya komunikasi yang ideal. Pertumbuhan teknologi informasi diawali dengan munculnya era komputerisasi. Pada awalnya pc digunakan hanya sebagai alat untuk menulis, menciptakan grafik serta foto dan juga sebagai perlengkapan menaruh informasi. Kini komputer sudah berganti sebagai alat dalam berkomunikasi menggunakan jaringan lunak serta mencapai setiap negara dengan mudah. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi menciptakan suatu media baru yang dikenal dengan internet. Internet sangat bermanfaat sebagai alat yang baru dalam berkomunikasi untuk setiap masyarakat di seluruh dunia. Internet membuat semua kelompok atau semua golongan masyarakat, baik pengusaha, intelektual, mahasiswa, praktisi, media massa, ibu rumah tangga, serta anak-anak dapat memanfaatkan manfaat dari keberadaan internet. Keberadaan internet saat ini sudah membuat suatu media baru yang dinamakan sebagai media sosial. Kehadiran media sosial dinilai dapat membantu mempermudah seorang praktisi humas dalam meningkatkan proses penyebaran informasi. Selanjutnya, media sosial bisa membantu tugas pemerintah dalam hal berinteraksi, mengajak masyarakat dan untuk mengabdikan keinginan masyarakat akan keterbukaan. Pada data digital Indonesia 2021, platforms yang sering digunakan oleh masyarakat pada peringkat pertama yaitu *youtube* (93,8%), diikuti *whatsapp* (87,7%), *instagram* (86,6%), *facebook* (85,5%), *twitter* (63,6%). Dengan tingginya angka penggunaan media sosial di Indonesia dalam mengakses informasi membuat *public relations* harus memikirkan cara baru dalam menyebarkan informasinya. Contoh strategi yang harus diterapkan dalam agar dapat menjangkau publiknya yaitu dengan menerapkan konsep *Cyber Public relations*. *Cyber public relations* mulai dipakai dan diterapkan pada sebagian besar pemerintah daerah. Salah satunya yang operasikan oleh Diskominfo Kota Padang, dalam melaksanakan visi dan misinya, Diskominfo menjalankan strategi *cyber public relations* berusaha memberikan pelayanan yang maksimal kepada masyarakat Kota Padang, contohnya yaitu pelayanan komunikasi dan informasi. Diskominfo Kota Padang memiliki beberapa media sosial seperti *Instagram*, *Twitter*, dan *Youtube*. Melihat pentingnya strategi *cyber public relations* dalam pemanfaatan media sosial guna meningkatkan kebutuhan layanan komunikasi dan informasi publik yang optimal penulis ingin melaksanakan penelitian tentang strategi *cyber public*



*relations* untuk mengoptimalkan layanan komunikasi informasi publik melalui media sosial.

## **1.2. Kesenjangan Masalah yang Diambil**

Berdasarkan analisis penulis dilihat dari media sosial resmi Diskominfo Kota Padang, pada media sosial Instagram follower 853 pengikut, jumlah like yang rendah, dan tidak ada komentar pada postingan. Pada media sosial twitter jumlah follower 45, rata-rata like sangat rendah, dan tidak ada komentar. Pada media sosial youtube jumlah suscriber 652, rata-rata viewer sangat rendah, dan rata-rata tidak ada komentar pada setiap konten. Penulis menyimpulkan akun media sosial Diskominfo Kota Padang masih belum optimal dalam menyampaikan layanan komunikasi dan informasi publik. Konten pada media sosial Diskominfo Padang masih bersifat satu arah dimana merujuk pada partisipasi masyarakat Kota Padang pada media sosial masih sangat minim atau rendah. Dengan jumlah penduduk yang banyak harusnya jumlah penduduk yang mengakses informasi melalui media yang disediakan baik itu melalui website ataupun instagram juga tinggi. Jika dilihat dari data BPS, masyarakat kota padang sudah lebih dari 50% pernah mengakses internet. Namun, kenyataannya justru masih sedikit masyarakat yang mendapatkan informasi baik itu melalui website ataupun instagram dari Diskominfo Kota Padang. Berdasarkan data BPS Provinsi Sumatera Barat, persentase penduduk berusia 5 tahun keatas yang sudah pernah menggunakan internet selalu meningkat selama 3 tahun terakhir dan melebihi diatas 50%. Jika dihitung persentase di tahun 2020 sebesar 63.61% dengan jumlah penduduk kota padang per 30 juni 2021 sebanyak 918.463 orang, maka lebih kurang sebanyak 584.234 penduduk kota padang sudah mengakses internet. Namun masih sangat sedikit masyarakat yang mencari informasi melalui media penyampai informasi dari Diskominfo Kota Padang. Ini terjadi tidak semuanya disebabkan oleh masyarakat, persoalannya bisa saja karena informasi yang kurang berkualitas, tidak tepat waktu, dan tidak sesuai dengan kondisi yang ada di masyarakat.

## **1.3. Penelitian Terdahulu**

Penelitian ini terinspirasi oleh beberapa penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu pertama yaitu berjudul “*Cyber Public Relations* Diskominfo Kabupaten Klaten Dalam Optimalisasi Layanan Informasi Publik” yang ditulis oleh Dewi Ayu Sri Hastuti dan Eny Susilowati (IAIN Surakarta,2020). Dalam penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan strategi *cyber PR* diskominfo Kabupaten Klaten melalui *website*. Konsep yang dipakai pada penelitian tersebut adalah *Public Relations, Cyber Public Relations, Website*. Jenis penelitian yang dipakai pada penelitian tersebut adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif. Metode yang digunakan peneliti yaitu *field research*. Hal ini didasarkan pada kedalaman data yang rinci, yang harus diperoleh untuk menafsirkan fenomena ataupun permasalahan yang terjadi pada lokasi penelitian dengan menggunakan latar alamiah. Hasil yang didapat dari penelitian terdahulu ini adalah strategi *cyber PR* pada Diskominfo Kabupaten pada dasarnya sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan dan semua *website* pada dinas-dinas di Kabupaten Klaten telah terintegrasi pada domain pusat [www.klatenkab.go.id](http://www.klatenkab.go.id). Penelitian terdahulu yang kedua yaitu berjudul “Strategi *Online Public Relations* Berbasis Program *Talkshow*” yang ditulis Fatimah Utami Wulandari (Universitas Multimedia Nusantara, 2019). Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *online public relations* Kemenkominfo dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat melalui program Tok Tok Kominfo. Konsep yang digunakan pada penelitian tersebut adalah *public relations, humas pemerintah, online public relations, media sosial*. Metode yang digunakan pada penelitian tersebut adalah jenis penelitian

kualitatif. Penelitian tersebut dalam pengumpulan datanya dilakukan dengan cara studi kasus yang dianggap relevan dalam penelitian tersebut karena penelitian tersebut berupaya untuk menunjukkan secara komprehensif mengenai suatu program. Hasil yang didapatkan dalam penelitian terdahulu kedua ini adalah program Tok Tok Kominfo ini sudah tepat dalam memanfaatkan layanan dari media sosial yaitu *Live Streaming* dalam menyebarkan informasinya. Tetapi strategi online public relations yang dijalankan oleh Kemenkominfo melalui program Tok Tok Kominfo ini masih mendapatkan attention yang rendah. Penelitian terdahulu yang ketiga yaitu berjudul “Strategi *Cyber Public Relations* Basarnas Jakarta” ditulis oleh Mercyana Devi Az-zahra Mulyadi (Universitas Airlangga, 2020). Pada penelitian tersebut bertujuan menjelaskan strategi cyber *Public Relations* yang digunakan Basarnas Jakarta dalam pemberian informasi pada saat banjir Jabodetabek. Konsep yang digunakan pada penelitian tersebut adalah konsep *Public Relations*, *Government Public Relations*, dan *Cyber Public Relations*. Metode yang digunakan pada penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Dalam memperoleh data yang diperlukan penelitian tersebut menggunakan metode studi kasus. Dengan metode studi kasus, peneliti menyelidiki dan melakukan eksplorasi atas suatu peristiwa ataupun kejadian, proses, dan aktivitas dalam suatu individu atau kelompok.

#### **1.4. Pernyataan Kebaruan**

Penulis melakukan penelitian yang berbeda dan belum dilakukan oleh penelitian terdahulu, dimana konteks penelitian yang dilakukan yakni Strategi *Cyber Public Relations* Dalam Meningkatkan Layanan Komunikasi dan Informasi Publik Melalui Media Sosial Di Diskominfo Kota Padang. Teori yang penulis gunakan adalah Strategi *Cyber Public Relations* Cutlip, Center & Broom yang mengemukakan ada 4 dimensi yang mempengaruhi keberhasilan sebuah Strategi *Cyber Public Relations* yaitu Fact Finding, Planning, Communication, dan Evaluation yang mana teori dan metode penelitian yang penulis gunakan berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya.

#### **1.5. Tujuan.**

Tujuan dari penulisan skripsi ini ialah mengetahui strategi *cyber public relations* Dinas Komunikasi dan Informatika dalam upaya meningkatkan layanan komunikasi dan informasi publik melalui media sosial di Kota Padang serta apa saja yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dalam upaya tersebut.

## **II. METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, penulis menganggap cocok dikarenakan penelitian ini lebih banyak mengamati sebuah permasalahan yang abstrak dan perkembangan kejadian sosial yang ada di masyarakat dengan teknik perhitungannya tidak menggunakan statistik.

Sugiyono (2013) juga menyebutkan dalam penelitian kualitatif ada 3 tahapan yang harus dilalui, yaitu; Tahap Deskripsi, pada tahap ini peneliti mulai melihat, mendengar dan menghayati fenomena yang terjadi kemudian mendeskripsikannya. Tahap Reduksi, pada tahap ini peneliti mulai fokus pada data yang ditemukan pada tahap deskripsi kemudian membuat pemetaan terhadap permasalahan yang akan difokuskan. Tahap Seleksi, merupakan fokus peneliti untuk membahas secara mendalam terhadap data dan informasi yang telah didapatkan. Penulis mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.



### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis menganalisis Strategi *Cyber Public Relations* Dalam Meningkatkan Layanan Komunikasi dan Informasi Publik Melalui Media Sosial Di Diskominfo Kota Padang. Teori yang penulis gunakan adalah Strategi *Cyber Public Relations* Cutlip, Center & Broom yang mengemukakan ada 4 dimensi yang mempengaruhi keberhasilan sebuah Strategi *Cyber Public Relations* yaitu Fact Finding, Planning, Communication, dan Evaluation.

#### 3.1 Strategi *Cyber Public Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Dalam Meningkatkan Layanan Komunikasi dan Informasi Publik Melalui Media Sosial

Dalam sebuah organisasi peran *cyber public relations* sangat penting dan dengan perkembangan zaman peran *cyber public relations* tidak kalah pentingnya juga karena *public relations* harus mampu menghubungkan setiap komunikasi, baik komunikasi satu arah ataupun komunikasi dua arah. *Public relations* diharapkan menjadi “penghubung orang” bagi organisasi. Peran *public relations* dalam sebuah organisasi adalah untuk memberikan kredibilitas kepada organisasi tersebut. Secara identik *public relations* adalah megiklankan, mempublikasikan, dan dapat merencanakan strategi. Tujuan dari aktivitas *public relations* adalah untuk mencapai, kepercayaan, pengertian, dan pandangan yang baik dari masyarakat. Kegiatan pencitraan yang dilakukan oleh *cyber public relations* memiliki tujuan untuk menciptakan citra positif di masyarakat. Sesuai dengan objek penelitian ini yang memfokuskan pada kegiatan pencitraan. Dinas Komunikasi dan Informatika oleh *cyber public relations* menggunakan media sosial, maka penulis akan menjabarkan strategi *cyber public relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Dalam Meningkatkan Layanan Komunikasi dan Informasi Publik Melalui Media Sosial. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara serta didukung dengan hasil pengamatan terhadap kondisi lapangan, dapat dijelaskan mengenai strategi *cyber public relations* dalam meningkatkan layanan komunikasi dan informasi publik melalui media sosial di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang Provinsi Sumatera Barat, dalam hal ini juga penulis menggunakan teori Cutlip, Center dan Broom untuk menentukan langkah dalam menyusun strategi *cyber public relations* guna meningkatkan layanan komunikasi dan informasi publik melalui media sosial di Kota Padang.

##### 3.1.1 *Fact Finding*

Dalam menentukan sebuah strategi terhadap suatu persoalan. Hal pertama yang dilakukan ialah melakukan menemukan fakta terhadap permasalahan yang sedang dihadapi. Identifikasi masalah dilakukan guna mengetahui kualitas informasi yang disampaikan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang. Tanpa adanya identifikasi masalah, kita tidak mengetahui bagaimana kondisi dari kualitas informasi yang sudah diberikan, apakah sudah bagus atau masih terdapat kekurangan. Sehingga kegiatan pengidentifikasian masalah ini penting untuk dilakukan. Berkaitan dengan informasi yang dikeluarkan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang dilakukan melalui media seperti *Instagram, twitter, dan youtube*. Permasalahan yang terjadi melalui media penyampai informasi ini ialah sumber daya manusia yang kurang sehingga penyampaian informasi terbilang cukup terbatas karena menyesuaikan dengan kemampuan dari sumber daya manusia yang dimiliki. media sosial Diskominfo Kota Padang memang sudah aktif dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Hanya saja informasi yang diberikan terbilang dikebut penyusunannya karena

keterbatasan dari sumber daya manusianya sendiri. Hal ini tentu bisa berdampak terhadap isi dari informasi yang akan diberikan kepada masyarakat karena disusun dengan sistem kebut. Harapannya tentu penyusunan sebuah informasi melalui media sosial bisa disusun dengan cepat namun tetap memperhatikan isi dari informasi tersebut. Sehingga tidak menimbulkan perbedaan pemahaman bagi para pembacanya. Berdasarkan dari hasil wawancara penulis menyimpulkan bahwa informasi yang didapatkan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika akan diposting sesaat setelah informasi tersebut didapatkan. Hal ini dilakukan agar ketepatan waktu dalam menyampaikan informasi dapat tercapai karena masyarakat akan membutuhkan kecepatan dalam penyampaian sebuah informasi. Selain itu, kualitas informasi yang diberikan juga dikatakan sudah sesuai dengan standar jurnalistik yang berlaku. Artinya kualitas informasi yang diberikan sudah cukup baik, hanya saja perlu ada peningkatan di dalam kebutuhan sumber daya manusianya. Sehingga proses penyusunan sebuah informasi bisa lebih dipercepat kedepan nantinya.

### **3.1.2 Planning**

Untuk menjalankan suatu program dalam jangka waktu panjang, perlu adanya perencanaan yang matang. Perencanaan dilakukan guna melihat apa kekurangan yang dimiliki saat ini sehingga hal tersebut bisa diatasi dan justru akan menjadi nilai unggul di kemudian hari nantinya. Tanpa adanya perencanaan, setiap tindakan yang akan dilakukan besar kemungkinan terjadi kegagalan. Itulah perlu untuk menyusun perencanaan terhadap tindakan yang akan dilakukan kedepan nantinya. Beberapa rencana yang bisa diupayakan untuk meningkatkan kualitas informasi di Kota Padang ialah mengadakan seminar tentang Teknologi Informasi, membuat forum komunikasi dengan turun langsung ke masyarakat untuk memberikan informasi, dan memanfaatkan media sosial sebanyak mungkin. Beberapa hal tersebut merupakan rencana yang mungkin bisa dilakukan untuk meningkatkan kualitas informasi publik melalui media sosial di Kota Padang. Namun meskipun demikian, perencanaan yang ditetapkan harus tetap memperhatikan kondisi dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang itu sendiri. Barulah nanti bisa didapatkan kemungkinan rencana atau strategi yang bisa diupayakan untuk meningkatkan kualitas informasi melalui media online di Kota Padang. Dari hasil wawancara, maka penulis merumuskan beberapa perencanaan tindakan yang mungkin bisa dilakukan kedepannya yaitu menambah jumlah *follower* pada akun media sosial, informasi yang diberikan mencakup seluruh Organisasi Perangkat Daerah yang ada di Kota Padang, memperbaiki *maintenance website* yang agak lambat, penambahan sumber daya manusia di setiap bidang di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang, mengadakan kegiatan pelatihan terhadap wartawan pada tahun 2023 untuk meningkatkan kualitas dari wartawan sendiri. Beberapa langkah tersebut bisa menjadi referensi perencanaan yang akan dilakukan nanti kedepannya guna perbaikan terhadap sistem pelayanan informasi khususnya melalui media sosial oleh *cyber public relations* di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang.

### **3.1.3 Communication**

Dalam menyusun sebuah perencanaan terhadap suatu persoalan, hal yang menjadi tolak ukur keberhasilan ialah bagaimana program yang sudah direncanakan bisa terus berlanjut kedepannya. Tanpa adanya keberlanjutan bisa saja hal yang telah direncanakan akan berhenti ditengah jalan. Hal ini tentu menjadi sia-sia karena program yang sudah direncanakan tidak berlanjut kedepannya. Oleh karenanya penting untuk memastikan bahwa proses perencanaan yang telah dilakukan bisa tetap dijalankan dalam jangka waktu panjang. Melihat dari latar belakang masalah yang terjadi yaitu



berkaitan dengan kualitas informasi yang diberikan oleh Diskominfo Kota Padang melalui media online, keunggulan yang dimiliki, perencanaan yang hendak dilakukan, maka sepatutnya hal tersebut haruslah dilaksanakan dengan sebaik mungkin. Yang paling penting ialah bagaimana perencanaan tersebut bisa terus berlanjut selama Dinas ini masih berdiri. Dari hasil wawancara tersebut, maka bisa disimpulkan bahwa untuk tahun 2022 ini Diskominfo Kota Padang akan berfokus untuk membenahan kualitas konten yang akan disajikan dan kedepannya yang akan menjadi program unggulan dari Diskominfo Kota Padang ini ialah program *podcast* yang nanti akan diupload melalui akun *youtube* Diskominfo Kota Padang. Selain itu, perencanaan-perencanaan yang sudah ditetapkan sebelumnya juga akan dilaksanakan nanti kedepannya dengan mempertimbangkan setiap sumber daya yang ada. Oleh karenanya, keberlanjutan dari perencanaan yang sudah ditetapkan harus mejadi pertimbangan dalam menyusun strategi dalam meningkatkan kualitas informasi kedepannya.

### **3.1.4 Evaluation**

Langkah terakhir dalam menentukan sebuah strategi yang tepat ialah mengevaluasi langkah-langkah yang sudah diidentifikasi sebelumnya. Apa hal yang harus dilakukan setelah menetapkan rencana tindakan yang akan dilakukan kedepan. Hal ini dilakukan agar rencana yang sudah ditetapkan bisa tetap terus terlaksana dengan baik karena digunakan sesuai sumber daya yang dimiliki. Evaluasi ini dilakukan untuk mengukur sejauh mana sumber daya yang dimiliki untuk bisa menetapkan rencana tindakan untuk perbaikan kedepan nantinya. Langkah ini dilakukan untuk memastikan bahwa persiapan-persiapan yang telah direncanakan sebelumnya bisa tetap terlaksana baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Jangan sampai perencanaan yang sudah ditetapkan kemudian tidak sesuai dengan sumber daya yang dimiliki oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang. Beberapa rencana inovasi yang bisa dilakukan untuk meningkatkan layanan komunikasi dan informasi publik melalui media sosial di Kota Padang ialah digitalisasi informasi, memperbanyak narasi informasi melalui media sosial, menyediakan aplikasi pelayanan informasi, dan pelayanan informasi melalui media sosial. Hal tersebut merupakan beberapa rencana yang mungkin bisa diupayakan untuk melakukan pemberdayaan terhadap upaya yang akan dilakukan kedepannya. Dengan menerima masukan-masukan dari masyarakat tentu akan sangat membantu dalam upaya untuk meningkatkan kualitas layanan komunikasi dan informasi publik khususnya melalui media sosial di Kota Padang. Apabila informasi yang diberikan sudah berkualitas maka masyarakatnya akan menjadi *Smart People* dan Kotanya akan menjadi *Smart City*. Hal ini tentu tidak lepas dari peran semua pihak, baik dari instansi pemerintah maupun masyarakat Kota Padang sendiri. Penulis juga melakukan pengamatan pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang bahwa dalam menyusun sebuah *cyber public relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang selalu mengecek kembali apakah informasi yang didapatkan sudah betul-betul valid dan akurat. Kemudian barulah disusun narasi dalam penyampaian informasi guna dipahami dengan baik oleh para pembaca atau *viewers*. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi kesalah pahaman antara informasi yang disampaikan kejadian sebenarnya di lapangan. Artinya *cyber public relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang selalu menyusun perencanaan dalam setiap penyampaian sebuah informasi melalui media sosial.

### 3.2 Diskusi Temuan Utama Penelitian

pelaksanaan program *Cyber Public Relations* dalam meningkatkan layanan komunikasi dan informasi publik melalui media sosial di Diskominfo Kota Padang sangatlah penting dan sangat berdampak sebagai sarana untuk berkomunikasi dan menyampaikan informasi dari pemerintah kepada masyarakat, menciptakan informasi publik yang transparan, dan membuat kemudahan pada masyarakat dalam mengakses layanan publik. Kehadiran media sosial sangat mendukung fungsi *cyber public relations* dalam lingkup organisasi hingga instansi. Kelebihan yang bisa didapatkan adalah jangkauan luas, yang mana akan memungkinkan hubungan yang lebih luas lagi, tanpa batasan waktu dan letak geografis sesuai dengan hasil penelitian Dewi Ayu Sri Hastuti dan Eny Susilowati (Dewi Ayu Sri Hastuti dan Eny Susilowati, 2020). Penyampaian informasi yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika bertujuan untuk memberikan sebuah informasi terbaru, teraktual dan terupdate terhadap suatu persoalan atau peristiwa sesuai dengan temuan Mercy Devi Az\_zahra Mulyadi bahwa Penggunaan *platform* media sosial sangat membantu peran *cyber public relations* dalam memberikan informasi banjir Jabodetabek kepada masyarakat dengan cepat. (Mercy Devi Az\_zahra Mulyadi, 2020). Hasil dari pengamatan penulis, peranan *Cyber Publik Relations* Diskominfo Kota Padang dalam pengelolaan media sosial secara garis besar sudah berjalan dengan cukup baik namun dalam pelaksanaannya masih terdapat masalah. Sama halnya dengan temuan Bayu Agung Nugroho bahwa media sosial pemerintah sudah berjalan dengan cukup baik namun terdapat beberapa masalah teknis maupun non teknis yang membuat kurang maksimalnya seorang humas Diskominfo dalam menjalankan perannya. (Bayu Agung Nugroho, 2017). Layaknya program lainnya, Pelaksanaan program *Cyber Public Relations* ini juga masih memiliki beberapa kekurangan, diantaranya adalah minimnya sarana dan prasarana dalam memfasilitasi program *Cyber Public Relations* dalam meningkatkan layanan komunikasi dan informasi publik melalui media sosial di Diskominfo Kota Padang layaknya temuan Muhammad Ilham Effendy (Muhammad Ilham Effendi, 2020).

#### Diskusi Temuan Menarik Lainnya

Penulis menemukan faktor penghambat strategi *cyber public relations* dalam meningkatkan layanan komunikasi dan informasi publik melalui media sosial Di Diskominfo Kota Padang yakni sarana dan prasarana, sumber daya manusia, banyaknya berita hoaks.

## IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari wawancara, pengamatan dan data yang di dapatkan baik dari Dinas Komunikasi dan Informatika dan Masyarakat Kota Padang terkait strategi dalam meningkatkan layanan komunikasi dan informasi publik melalui media sosial di Kota Padang yang disusun berdasarkan 4 langkah. Adapun 4 langkah tersebut yaitu *fact finding* (pencarian fakta), *planning* (perencanaan), *communication* (komunikasi), *evaluation* (evaluasi). Maka beberapa strategi yang bisa dilakukan kedepannya untuk meningkatkan kualitas informasi melalui media online yaitu Meningkatkan jumlah *follower* di setiap media sosial dengan cara membuat konten semenarik mungkin Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang, memperbaharui setiap media sosial yang ada sebagai media penyampai informasi yang ada di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang, Meningkatkan kualitas isi (konten) informasi untuk meningkatkan jumlah *like*, komentar dan *viewers*, Melakukan pelatihan jurnalistik sesegera mungkin, agar wartawan memiliki kualitas dan berkompeten dalam menyusun kerangka informasi, Penambahan sumber daya manusia di setiap bidang yang ada di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang. Hal tersebut merupakan



beberapa strategi yang bisa penulis simpulkan dengan berdasarkan kepada hasil wawancara, pengamatan dan data yang di dapat dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang. Sehingga nantinya beberapa strategi tersebut bisa dilakukan nantinya oleh *cyber public relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang dalam memperbaiki dan meningkatkan kualitas informasi yang dilakukan melalui media online seperti *instagram, twitter, dan youtube*. Beberapa strategi diatas tentu masih terdapat kekurangan, namun dengan melihat berdasarkan kondisi yang ada semoga strategi tersebut bisa berguna dan dimanfaatkan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Padang.

**Keterbatasan Penelitian.** Penelitian ini memiliki keterbatasan utama yakni waktu karena hanya dilakukan kurang lebih 2 minggu sehingga masih ditemukan kekurangan di dalamnya.

**Arah Masa Depan Penelitian (*future work*).** Penulis menyadari masih awalnya temuan penelitian, oleh karena itu penulis menyarankan agar dapat dilakukan penelitian lanjutan pada lokasi serupa berkaitan dengan strategi *cyber public relations* dalam meningkatkan layanan komunikasi dan informasi publik melalui media sosial.

#### V. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada Kepala Dinas komunikasi dan informatika Kota Padang beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melaksanakan penelitian, serta seluruh pihak yang membantu dan mensukseskan pelaksanaan penelitian ini.



## VI. DAFTAR PUSTAKA

### 1. Buku

- Abdullah, M. S., & Susanto, Habibie Joko. 2014. *Dakwah Humanis*.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian- Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Brian, S. 2015. *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate and Measure Success on the Web*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Hardani, dkk. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu
- Kriyantono, R. 2015. *Public relations writing*. Kencana.
- Kusumastuti, Adhi dan Ahmad Mustamil Khoirin. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif*. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo
- Neuman, W. L. 2015. *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: PT: Indeks.
- Seitel, F. P. 2017. *The Practice of Public Relations Thirteenth Edition* (Vol. 13, Issue 1).
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Ulfatin, N. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. Malang: Bayumedia.
- Wulan, E. R. 2017. Komunikasi dan teknologi informasi pendidikan. In *Buku Teknologi Pendidikan* (Vol. 01, Issue 01).

### 2. JURNAL

- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. 2011. "Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media". *Business Horizons*.
- Dewi Ayu S. H. & Eny Susilowati. 2020. "Cyber Public Relations Diskominfo Kabupaten Klaten Dalam Optimalisasi Layanan Informasi Publik", *Jurnal Academic Journal of Da'wa and communication*, IAIN Surakarta, Vol. 01.
- Fatimah Utami Wulandari. 2019. "Strategi Online Public Relations Berbasis Program Talkshow", *Jurnal ilmiah Ilmu Komunikasi*, Universitas Multimedia Nusantara.
- Mercyana Devi Az-zahra Mulyadi. 2020. "Strategi Cyber Public Relations Basarnas Jakarta", *Universitas Airlangga*

### 3. INTERNET

- <https://kominform.go.id>. *kembangkan inovasi dan kreativitas konten digital*. Rabu, 15 September 2021.
- <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>. Rabu, 15 September 2021.
- Media Sosial Diskominfo Kota Padang, Rabu, 15 September 2021



#### 4. PERUNDANG-UNDANGAN

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah.

Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Reformasi Birokrasi No. 83 Tahun 2012 Tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Innstansi Pemerintah.

Peraturan Gubernur Sumatera Barat Nomor 21 Tahun 2016 Tentang Penyebarluasan Informasi Penyelenggaraan Pemerintahan di Lingkungan Pemerintah Provinsi Sumatera Barat

Peraturan Wali Kota Padang Nomor 81 Tahun 2020

