

# **PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI PLATFORM KOMUNIKASI PUBLIK PEMKAB PEMALANG**



## **TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat  
untuk Menyelesaikan Program D3 Hubungan Masyarakat K. Batang  
pada Program Studi Di luar Kampus Utama (PSDKU)  
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

**Sriatun**

**40011218060012**

**D3 HUBUNGAN MASYARAKAT K. BATANG  
PROGRAM STUDI DI LUAR KAMPUS UTAMA  
SEKOLAH VOKASI UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2021**

**HALAMAN PERNYATAAN**  
**KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Sriatun  
NIM : 40011218060012  
Tempat/Tanggal Lahir : Pemalang, 23 Juni 2000  
Program Studi : D3 Hubungan Masyarakat  
Alamat : Jl. Desa Gondang, Taman, Pemalang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi / TA) yang saya tulis berjudul :

**Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Platform Komunikasi Publik Pemkab Pemalang.**

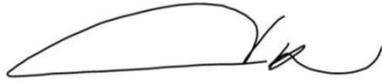
Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20 %.

Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 20 Mei 2021

Dosen Pembimbing



Agus Naryoso, S. Sos., M. Si.  
NIP. 19750831.200212.1.002

Pembuat Pernyataan



Sriatun  
NIM 40011218060012

Ketua Program Studi



Dr. Adi Nugroho, M.Si.  
NIP. 196510171993111001

## HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Sriatun  
NIM : 40011218060012  
Program Studi : D3 Hubungan Masyarakat  
Judul Tugas Akhir : **PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI PLATFORM KOMUNIKASI PUBLIK PEMKAB PEMALANG**

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat menyelesaikan program D3 Hubungan Masyarakat Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.

### Dosen Pembimbing

1. Agus Naryoso, S. Sos., M. Si.  
NIP. 19750831.200212.1.002
2. Arifa Rachma F, S.I.Kom, M.I.Kom  
NIP. 199202122020122022



(.....)



(.....)

### Dosen Penguji

1. Agus Naryoso, S. Sos., M. Si.  
NIP. 19750831.200212.1.002
2. Arifa Rachma F, S.I.Kom, M.I.Kom.  
NIP. 199202122020122022



(.....)



(.....)

Semarang, 20 Mei 2021

Ketua Program Studi D3 Hubungan Masyarakat



**Dr. Adi Nugroho M.Si**

NIP. 196510171993111001

## HALAMAN PERNYATAAN PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Sriatun

NIM : 40011218060012

Program Studi : D3 Hubungan Masyarakat

Judul Tugas Akhir : **PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI PLATFORM KOMUNIKASI PUBLIK PEMKAB PEMALANG**

Telah melakukan penelitian dengan metode *kualitatif*.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 20 Mei 2021

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

Pembuat Pernyataan



Agus Naryoso, S. Sos., M. Si.

NIP. 19750831.200212.1.002

A.n Dekan

Wakil Dekan Akademik dan Kemahasiswaan



Sriatun

NIM 40011218060012

Ketua Program Studi

Hubungan Masyarakat K. Batang



Dr. Adi Nugroho, M.Si.

Dr. Ida Hayu Dwimawanti, M.M.

NIP 196708191994032003

NIP. 196510171993111001

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

“Lelah tapi tetap harus melangkah adalah sikap profesional menjalani hidup”

### **PERSEMBAHAN**

Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk keluarga dan orang-orang yang telah mengulurkan tangan untuk membantu saya.

## ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada pemanfaatan media sosial oleh Bagian Prokompim Kabupaten Pematang Jaya dalam aktivitas komunikasi publik di era digital. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi menuntut praktisi PR di era digital seperti sekarang untuk beradaptasi termasuk memilih saluran media baru yang efektif untuk komunikasi publik. Dengan tingkat kepopuleran dan jumlah pengguna yang besar, Facebook menjadi salah satu platform yang dimanfaatkan Bagian Prokompim Kabupaten Pematang Jaya guna berkomunikasi dengan masyarakat. Namun, tidak jarang media sosial milik pemerintah belum dikelola dengan maksimal dan sering dianggap hanya sebagai pelengkap saja. Sehingga penelitian ini menelaah tentang pelaksanaan aktivitas komunikasi publik Bagian Prokompim dan apa saja yang menjadi tantangan dalam pelaksanaannya. Landasan teori menggunakan teori excellence PR oleh James Grunig & Hunt mengenai model komunikasi publik.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dimana peneliti berusaha memaparkan dan mendeskripsikan informasi tentang aktivitas komunikasi publik melalui media sosial Facebook kepada masyarakat yang dilakukan oleh Bagian Prokompim Kabupaten Pematang Jaya yang kemudian akan dipaparkan dalam bentuk kata-kata. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi.

Berdasarkan hasil penelitian, Bagian Prokompim telah memanfaatkan media sosial Facebook dalam aktivitas komunikasi publik sebagai platform untuk mempromosikan dan menyebarkan program serta kebijakan pemerintah agar senantiasa mendapat dukungan publik. Berdasarkan teori excellence PR, aktivitas komunikasi yang terjalin sudah berjalan dua arah, tetapi masih menggunakan model two-way asymmetric dimana instansi berharap publik tetap bertindak, berpikir dan bersikap sesuai kehendak pemerintah melalui publikasi aktif yang cenderung bersifat *'telling'* mengenai berbagai aktivitas pimpinan tanpa mendengarkan keinginan masyarakat. Strategi yang dilakukan agar pesan yang disampaikan tidak monoton yakni melalui rencana pembuatan Podcast Bupati Pematang Jaya sebagai taktik yang dipilih. Sementara tantangan yang dihadapi ialah mengembangkan model komunikasi yang berkualitas, berinovasi agar pesan tidak monoton dan lebih diterima masyarakat sehingga dapat mengubah perspektif yang cenderung negatif tentang pemerintah.

Kata kunci: komunikasi publik; digital public relations; media sosial; teori excellence PR.

## ABSTRACT

This research focuses on the use of social media by Bagian Prokompim Kabupaten Pemalang in public communication activities in the digital era. The development of communication and information technology is biting PR in the digital era as it is today to suit including new effective media channels for public communication. With the level of popularity and the large number of users, Facebook has become one of the platforms used by the Bagian Prokompim Kabupaten Pemalang to communicate with the public. However, it is not uncommon for government-owned social media not to be managed optimally and syringes are only complementary. So this research examines the implementation of community activities in the Prokompim Section and what are the challenges in its implementation. Foundation theory uses the PR excellence theory by James Grunig & Hunt regarding the public communication model.

This study uses a qualitative method with a descriptive approach in which the researcher tries to explain, describe information about public communication activities through social media Facebook to the community carried out by the Bagian Prokompim Kabupaten Pemalang which will then be presented in words. The data technique was carried out by interview and observation.

Based on the research results, the Bagian Prokompim has utilized Facebook social media in public communication activities as a platform to disseminate and disseminate programs and the government so that it will always receive public support. Based on PR excellence theory, communication activities run in two directions, but still use a two-way asymmetrical model where agencies expect the public to continue to act, think and state according to the government's will through publications that tend to 'telling' about various activities that are managed without listening to the wishes. Public. The strategy taken so that the message conveyed is not monotonous through the plan to make Pemalang Regent Podcasts as the chosen tactic. While the prevailing challenges are developing a quality communication model, innovating so that messages are not monotonous and more accepted by the community so that they can change the perspective that tends to be negative about government.

Keywords: public communication; digital public relations; social media; PR excellence theory.

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir (TA) dengan lancar. Shalawat serta salam semoga terlimpah curah kepada baginda Rasulullah SAW, beserta keluarga, sahabat dan umatnya yang masih turut dalam ajarannya. Berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir (TA) yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Platform Komunikasi Publik Pemkab Pematang Jaya”.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis banyak mendapat bimbingan dan arahan dari berbagai pihak sehingga pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof Dr. Ir. Budiyo, M. Si. selaku Dekan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro
2. Bapak Dr. Redyanto Noor, M. Hum. selaku Ketua Lembaga PSDKU
3. Bapak Dr.Eng. Munadi, S.Y., M.T. selaku Sekretaris Lembaga PSDKU
4. Bapak Dr. Adi Nugroho, M. Si. selaku Ketua Program Studi D3 Hubungan Masyarakat K. Batang
5. Bapak Agus Naryoso, S. Sos., M. Si. dan Ibu Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan saran-saran serta petunjuk dan bimbingan kepada penulis
6. Seluruh Dosen dan Pegawai di PSDKU Universitas Diponegoro
7. Seluruh Staf Bagian Prokompim Kabupaten Pematang Jaya
8. Teristimewa kepada kedua orang tua penulis yang telah memberikan segalanya kepada penulis, dari kasih sayang, perhatian, pengorbanan serta dorongan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan pada PSDKU Universitas Diponegoro dan doa yang tiada hentinya dari penulis dengan tulus dan ikhlas

Atas bantuan dan dorongan tersebut, penulis hanya bisa berdoa semoga amal baik yang telah diberikan kiranya dibalas oleh Allah SWT dan penulis berharap semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi semua pihak.

Pemalang, 2 Mei 2021

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Sriatun', with a stylized flourish extending to the right.

Sriatun

NIM. 40011218060012

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PENELITIAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Kerangka Teori.....	5
1.6 Definisi Konseptual.....	7
1.7 Definisi Operasional.....	9
1.8 Metode Penelitian.....	10
<b>BAB II PROFIL INSTANSI.....</b>	<b>13</b>
2.1 Profil Singkat.....	13
2.2 Tugas Pokok dan Fungsi Bagian Prokompim.....	14
2.3 Visi dan Misi.....	15

2.4 Struktur Organisasi.....	16
2.5 Divisi Bagian Prokompim.....	17
2.6 Budaya Organisasi.....	21
<b>BAB III TEMUAN PENELITIAN.....</b>	<b>22</b>
3.1 Aktivitas Komunikasi Publik Bagian Prokompim Kabupaten Pemalang.....	22
3.1.1 Media Komunikasi Publik.....	23
3.1.2 Pembuatan Konten.....	25
3.1.3 Tujuan Komunikasi Publik.....	27
3.2 Strategi Komunikasi Publik Bagian Prokompim Kabupaten Pemalang.....	28
3.3 Tantangan Komunikasi Publik Bagian Prokompim Kabupaten Pemalang.....	30
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>32</b>
4.1 Aktivitas Komunikasi Publik Bagian Prokompim Kabupaten Pemalang.....	32
4.1.1 Media Komunikasi Publik.....	33
4.1.2 Pembuatan Konten.....	34
4.1.3 Tujuan Komunikasi Publik.....	37
4.2 Strategi Komunikasi Publik Bagian Prokompim Kabupaten Pemalang.....	39
4.3 Tantangan Komunikasi Publik Bagian Prokompim Kabupaten Pemalang.....	40
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>	<b>43</b>
5.1 Kesimpulan.....	43
5.2 Saran.....	44

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kabupaten Pemalang.....	17
Gambar 3.1 Profil Akun Facebook Bagian Prokompim Kabupaten Pemalang.....	24
Gambar 3.2 Postingan di Akun Facebook Bagian Prokompim Kabupaten Pemalang.....	26
Gambar 4.1: Batasan masing-masing media yang dapat diunggah di setiap media sosial (per November 2018).....	36

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran A</b> Interview Guide.....	47
<b>Lampiran B</b> Transkrip Wawancara.....	49
<b>Lampiran C</b> Surat Izin Penelitian.....	54

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kehidupan manusia tidak dapat terlepas dari aktivitas komunikasi karena menjadi bagian dari tatanan manusia sebagai makhluk sosial. Pengertian komunikasi menurut Laswell (1960) ialah proses yang menggambarkan siapa mengatakan apa, dengan menggunakan cara apa, disampaikan kepada siapa dan efek apa yang ditimbulkan dari kegiatan komunikasi tersebut. Sama halnya dengan aktivitas Public Relations (Hubungan Masyarakat) yang pada hakikatnya adalah melakukan kegiatan komunikasi baik kepada publik internal maupun publik eksternal guna memperoleh kepercayaan publik. Public Relations adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap seseorang atau sesuatu organisasi/badan (Howard Bonham, 2017).

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, muncul istilah *new media* atau biasa disebut juga media digital yang turut mempengaruhi aktivitas praktisi public relations dari menggunakan media konvensional beranjak ke media digital. Aktivitas semacam ini disebut *Cyber Public Relations* atau *Digital Public Relations*. Digital Public Relations adalah sebuah metode atau cara yang saat ini terus berkembang sejalan dengan era revolusi industri 4.0 (Dana Prihadi, 2020). Salah satu kegiatan digital public relations di internet adalah publikasi. Publikasi menurut Astika (2008) adalah sebuah upaya untuk menyebarluaskan informasi yang bermanfaat dalam bidang apapun yang berupa tulisan, video, foto dan lain-lain. Publikasi informasi merupakan cara berkomunikasi antara humas kepada publik eksternal, contohnya masyarakat mengenai aktivitas pimpinan dalam menjalankan program

kerja hingga hasil pembangunan yang telah dilaksanakan. Pembangunan merupakan suatu usaha atau rangkaian usaha pertumbuhan dan perubahan yang berencana dan dilakukan secara sadar oleh suatu bangsa, negara dan pemerintah menuju modernitas dalam rangka pembinaan bangsa nation building (Siagian, 1994). Pembangunan dalam hal ini mengacu pada pembangunan fisik seperti fasilitas umum yang keberadaannya dapat dirasakan langsung oleh masyarakat baik pembangunan untuk meningkatkan kebutuhan masyarakat maupun pembangunan kembali fasilitas yang rusak akibat bencana alam. Publikasi hasil pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah ini menjadi sorotan penting bagi masyarakat untuk mengetahui bagaimana kinerja pimpinan mereka selama menduduki jabatan. Sementara bagi pemerintah, publikasi hasil pembangunan dapat menjadi taktik dalam meningkatkan citra positif pimpinan maupun instansi. Selain itu, aktivitas publikasi juga menjadi *reminder* akan keberadaan suatu instansi.

Media publikasi dalam aktivitas digital public relations tentu sangat beragam sehingga praktisi humas perlu mengetahui jenis media apa yang efektif untuk mendukung publikasi tersebut. Data We Are Social mengungkapkan bahwa pengguna internet di Indonesia pada Januari 2020 sebesar 175,4 juta. Sebesar 160 juta pengguna tersebut menggunakan internet untuk mengakses media sosial. Facebook menempati urutan ketiga dalam media sosial yang paling banyak digunakan dengan angka mencapai 82% dari jumlah populasi. Berdasarkan data tersebut maka media sosial Facebook dapat menjadi pilihan praktisi humas dalam melakukan publikasi mengenai aktivitas pimpinan dalam menjalankan program kerja hingga hasil pembangunan yang telah dilaksanakan. Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokompim) merupakan bagian yang dibentuk untuk menjalankan fungsi kehumasan di Setda Pematang Jaya. Bagian Prokompim memiliki tiga subbagian yaitu Protokol, Komunikasi Pimpinan dan Dokumentasi Pimpinan. Bagian Prokompim memiliki media sosial

berupa Facebook yang digunakan untuk melakukan publikasi mengenai berbagai program maupun kebijakan pimpinan.

Namun, saat ini media sosial masih dianggap hanya sebagai media pelengkap saja karena kerap ditemukan akun media sosial yang dimiliki pemerintah kurang dikelola maksimal seperti terlambat dalam menyebarkan suatu informasi, belum tercipta komunikasi dua arah serta konten yang kurang menarik dan terkesan dibuat seadanya. Selain itu, didapati juga postingan hanya menampilkan gambar tanpa disertai dengan keterangan (*caption*) yang berguna untuk menghindari kesalahan makna, menegaskan posisi serta memberikan kesan lebih komunikatif.

Ketiadaan informasi dapat menyebabkan ketidaktepatan pengambilan keputusan yang pada akhirnya membawa opini publik yang didasarkan pada asumsi. Sementara pada level yang tinggi, masyarakat bisa saja melakukan tindakan unjuk rasa apabila terdapat kebijakan yang diterapkan tetapi tidak diketahui oleh masyarakat karena tidak adanya komunikasi antara pemerintah dengan publik sebelumnya. Di samping sebagai media komunikasi, media sosial jika dimaksimalkan dapat bermanfaat dan berkembang menjadi media edukasi publik (*public education*), sarana pengaduan—baik dalam menyampaikan keluhan dan memberikan saran (*public reporting*), bahkan menjadi taktik dalam menjalankan suatu kampanye kebijakan pemerintah (*public campaign*). Jika hal-hal tersebut telah diterapkan, itu menandakan bahwa praktisi humas telah mampu memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi yang efektif dalam aktivitas digital public relations.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan tersebut, maka dalam penelitian ini perlu ditelaah kembali mengenai pelaksanaan aktivitas kehumasan pada Bagian Prokompim dan apa saja yang menjadi tantangan dalam pelaksanaannya, sehingga penelitian ini berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Platform Komunikasi Publik Pemkab Pematang”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Setiap program dan kebijakan mulai dari perumusan, pelaksanaan hingga evaluasi perlu dilakukan publikasi sebagai bentuk komunikasi antara instansi pembuat kebijakan dengan rakyatnya. Pemerintah harus dapat membuka diri dan mengidentifikasi saluran-saluran yang efektif sesuai perkembangan zaman seperti menggunakan media sosial untuk mengkomunikasikan program dan kebijakan publik sehingga dapat memberikan pemahaman menyeluruh dan mudah dipahami oleh pihak yang berkaitan.

Namun, pada praktiknya, akun media sosial yang sering dimiliki pemerintah kurang dikelola dengan maksimal seperti terlambat dalam menyebarluaskan suatu informasi, belum tercipta komunikasi dua arah serta konten yang kurang menarik dan terkesan dibuat seadanya. Padahal, jika komunikasi dengan publik dapat dilaksanakan dengan baik, hal ini dapat membangun komunikasi dua arah antara pemerintah sebagai pembuat kebijakan dengan masyarakat serta menghindari kecurigaan dan kesalahan tafsir terhadap sebuah kebijakan yang dapat berpotensi menimbulkan konflik.

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah yang disusun adalah bagaimana pemanfaatan media sosial Facebook sebagai platform komunikasi publik di Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Pemkab Pematang Jaya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan media sosial Facebook sebagai platform komunikasi publik di Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Pemkab Pematang Jaya.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan dan wawasan bidang kehumasan khususnya teori excellence PR dengan memanfaatkan media sosial Facebook sebagai bentuk komunikasi publik dalam aktivitas digital public relations.

b. Manfaat Praktis

➤ Bagi Peneliti

Berguna untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman selama melakukan studi di Universitas Diponegoro, sekaligus sebagai syarat untuk memperoleh gelar ahli madya.

➤ Bagi Instansi

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan Sekretariat Daerah Kabupaten Pemasang, khususnya pada Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan.

## **1.5 Kerangka Teori**

Menurut Prof. Dr. J. S. Badudu (1994) dalam kamus Umum Bahasa Indonesia, mengatakan bahwa pemanfaatan adalah hal, cara, hasil kerja dalam memanfaatkan sesuatu yang berguna. Pemanfaatan pada umumnya mengarah pada perolehan atau pemakaian hal-hal yang berguna baik dipergunakan secara langsung maupun tidak langsung agar dapat bermanfaat. Jika dikaitkan dengan penelitian ini, maka pemanfaatan di sini berarti menggunakan media sosial berupa Facebook sebagai media komunikasi publik yang dilakukan praktisi humas dalam aktivitas digital public relations.

Menurut Rizanna Rosemary dkk (2020) pemakaian media sosial untuk berkomunikasi dan berinteraksi antara pemilik kepentingan dengan publik didasari oleh data bahwa masyarakat Indonesia yang merupakan target audiens sangat aktif mengakses media sosial. Media konvensional

seperti koran dan radio cenderung membutuhkan modal yang besar, sementara media sosial dapat diakses dengan biaya yang terjangkau dengan kecepatan informasi yang dapat disebar dalam hitungan detik. Dengan segala keunggulan yang dimiliki media sosial, maka bukan hal yang asing jika keberadaannya kini dimanfaatkan untuk memudahkan dalam berbagai macam pekerjaan baik untuk kebutuhan promosi, branding maupun kegiatan kampanye. Komunikasi pemerintah kepada publik pada intinya adalah penyampaian ide, gagasan, program dan kebijakan dari pemerintah kepada publik dalam rangka mencapai tujuan nasional (Eri Hariyanto dkk, 2019).

Hennessy (1975) mendefinisikan komunikasi publik sebagai suatu kompleksitas pilihan-pilihan yang dinyatakan oleh banyak orang berkaitan dengan sesuatu isu yang dipandang penting oleh umum. Adapun tujuan komunikasi publik yakni untuk menyediakan informasi kepada khalayak sasaran, meningkatkan kepedulian serta mempengaruhi sikap atau perilaku khalayak sasaran. Praktik digital public relations merupakan salah satu bagian dari kegiatan hubungan masyarakat yang diadaptasi dari penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (Salmiah, 2020). Terlebih, dengan hadirnya UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP) yang dinilai menjadi faktor utama dalam penyelenggaraan pelayanan publik sehingga pemerintah diamanatkan untuk membuka informasi terkait penyelenggaraan pemerintahan kepada masyarakat. Dimana informasi publik yang dimaksud di dalamnya yakni informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan/atau diterima oleh suatu badan publik yang berkaitan dengan penyelenggara dan penyelenggaraan negara dan/atau penyelenggara dan penyelenggaraan badan publik lainnya yang sesuai dengan Undang-Undang ini serta informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan publik. Dalam era keterbukaan informasi dan kemajuan teknologi, peran humas dalam memberikan pelayanan kepada publik saat ini diperlukan untuk

mengimplementasikan UU tersebut. Dimana tugas humas tidak hanya melaksanakan fungsi untuk mengkomunikasikan penyelenggaraan tugas pemerintah dan pelayanan publik, tetapi yang lebih penting adalah fungsi komunikasi tersebut bisa berjalan secara komprehensif dan bermutu. Hal ini bisa diciptakan melalui hubungan yang interaktif dari kedua sisi, yakni antara khalayak masyarakat dan instansi.

Pada era ini, hampir semua lembaga memiliki media sosial dalam melakukan komunikasi dengan publiknya (Juhji dkk, 2020). Manajemen media sosial perlu dilakukan agar pemanfaatannya dapat maksimal. Melalui media sosial ini, publik dapat menjangkau segala hal mengenai lembaga baik tentang profil, program serta kebijakan instansi. Selain sebagai sarana memberikan informasi kepada publik, media sosial juga dapat digunakan untuk melawan berbagai isu negatif yang beredar dengan mempublikasikan hak jawab untuk menanggapi isu tersebut.

Di samping menyelenggarakan komunikasi publik, menurut Dozier dan Broom, sebagaimana dikutip oleh Rosady Ruslan (2006) humas juga mempunyai peran strategis yang meliputi:

1. Penasihat ahli (*expert prescriber*)

Humas yang berkualitas tinggi mampu membantu manajemen dalam mencari jalan keluar atas masalah dengan publiknya. Di sini, manajemen bertindak pasif dan mempercayai serta menjalankan apa yang disarankan humas.

2. Fasilitator komunikasi (*communication fasilitator*)

Humas bertindak sebagai komunikator dan mediator apabila organisasi akan berhubungan dengan publik untuk mendengarkan aspirasi mereka. Sebaliknya humas juga diharapkan mampu menjelaskan kepada publik apa yang telah menjadi kebijakan organisasi.

3. Fasilitator proses pemecahan masalah (*problem solving*)

Setiap ada persoalan krisis, humas harus mampu menjadi penasihat sampai dengan pengambilan keputusannya.

4. Teknisi komunikasi (*communication technision*)

Humas berperan sebagai jurnalis untuk lembaganya. Humas harus menjadi simpul dari sistem komunikasi di dalam organisasinya.

### **1.6 Definisi Konseptual**

Definisi konseptual variabel merupakan definisi tentang variabel yang mengacu pada konsep atau teori yang sudah pernah dikemukakan oleh peneliti terdahulu (Iman Supriadi, 2020). Definisi ini terbentuk dan tersimpul dari kajian teori terhadap variabel yang akan diteliti. Pada penelitian ini definisi konseptual terdiri dari :

a. Pemanfaatan Media Sosial

Pemanfaatan merupakan suatu turunan kata dari ‘Manfaat’. Menurut Mc Quail dan Sven Windahl (1984) pengertian manfaat merupakan keadaan dimana menunjukkan kegiatan menerima terhadap suatu hal. Sementara dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, Prof. J.S. Badudu (1994) menguraikan pendapat bahwa pemanfaatan adalah hal, cara, hasil kerja dalam memanfaatkan sesuatu yang berguna. Maka dapat disimpulkan pengertian pemanfaatan merupakan kegiatan menggunakan dan memaksimalkan suatu hal agar memiliki nilai kegunaan.

Kemudian, media sosial menurut Philip Kotler dan Kevin Keller (2012) adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video dan audio dengan satu sama lain. Sementara Chris Brogan (2010) berpendapat bahwa media sosial adalah seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi baru yang memungkinkan terjadinya berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia bagi orang awam. Maka dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan seperangkat alat komunikasi untuk orang-orang berinteraksi dan

berbagi informasi baik berupa teks maupun video yang tentunya melibatkan jaringan internet.

Merujuk pada beberapa definisi pemanfaatan dan media sosial dari para ahli, maka dalam penelitian ini pemanfaatan media sosial dimaknai sebagai usaha dalam memaksimalkan penggunaan media sosial Facebook untuk kepentingan publikasi berbagai hal baik mengenai kebijakan maupun program pemerintah kepada khalayak luas.

#### b. Komunikasi Publik

Menurut Cangara dalam Winardono (2007) komunikasi publik yakni suatu kegiatan individu dan kelompok mengenai pertukaran fakta, ide, dan data. Sementara ahli lain yakni Dennis Dijkzeul dan Markus Moke (2005) berpendapat bahwa komunikasi publik didefinisikan sebagai kegiatan dan strategi komunikasi yang ditujukan kepada khalayak sasaran. Dengan adanya pendapat tersebut, maka disimpulkan bahwa komunikasi publik merupakan kegiatan yang ditujukan kepada target sasaran mengenai suatu ide atau gagasan yang dapat meningkatkan kepedulian khalayak tersebut terhadap instansi.

Merujuk pada beberapa definisi komunikasi publik menurut ahli, maka dalam penelitian ini dimaknai sebagai kegiatan menyampaikan pesan penting kepada masyarakat agar mereka mengetahui informasi dari pemerintah demi mencapai tujuan tertentu.

### **1.7 Definisi Operasional**

Definisi operasional variabel merupakan definisi yang berguna untuk menjelaskan bagaimana variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian akan diukur atau dihitung. Penelitian ini memiliki definisi oprasional, meliputi :

1. Jenis media sosial yang dipilih sebagai media publikasi.
2. Akun media sosial memiliki banyak pengikut.

3. Jenis informasi yang dibagikan melalui media sosial kepada masyarakat.
4. Postingan mendapatkan like dari masyarakat.
5. Penggunaan caption pada postingan agar terkesan lebih komunikatif.
6. Penggunaan bahasa yang mudah dipahami masyarakat.
7. Postingan mendapatkan balasan komentar dari masyarakat
8. Instansi melakukan respon terhadap komentar masyarakat.
9. Mengunggah informasi terbaru tentang instansi.
10. Pemilihan waktu yang ideal untuk melakukan update informasi.

### **1.8 Metode Penelitian**

Abdurrahmat Fathoni (2006) memberikan penekanan bahwa metodologi penelitian ialah ilmu tentang metode-metode yang akan digunakan dalam melakukan suatu penelitian. Ruang lingkup pembahasannya meliputi: Metode penelitian, metode pengambilan sampel, metode pengumpul dan inventarisasi data, metode penyajian data serta metode analisis data.

Penelitian ini menggunakan jenis metode kualitatif dimana peneliti berusaha memaparkan, mendeskripsikan informasi tentang aktivitas komunikasi publik melalui media sosial Facebook yang dilakukan oleh Bagian Prokompim Kabupaten Pematang Jaya. Pendapat Moloeng (2017) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian (contohnya perilaku, persepsi, dan lain sebagainya) lalu mendeskripsikannya dalam bentuk kata-kata dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Dengan pendekatan deskriptif kualitatif, peneliti secermat mungkin memahami kata-kata informan dengan tujuan menangkap, mengklarifikasi dan menyajikan kualitas pengalaman tersebut senyata mungkin, data dipandang sebagai sejenis pernyataan kesaksian yaitu sebagai deskripsi tentang peristiwa kejadian yang benar-benar terjadi di lapangan. Pendekatan ini memiliki tujuan untuk memberikan gambaran

mendalam tentang permasalahan dimana hal ini mengacu pada pemanfaatan media sosial Facebook sebagai platform komunikasi publik yang dilakukan Bagian Prokompim.

Sumber data diperoleh dari staf Bagian Prokompim. Kemudian, jenis data diperoleh melalui data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan oleh peneliti sendiri untuk tujuan tertentu, biasanya setelah objek penelitian ditentukan dan instrumen pengumpulannya telah disiapkan (Nazamuddin, 2020). Sumber primer ini maksudnya adalah orang-orang yang mengalami langsung peristiwa yang terjadi. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan dengan Kasubag Dokumentasi Pimpinan dan Staf Dokumentasi Pimpinan. Selain wawancara, data diperoleh melalui observasi dari kegiatan Kuliah Kerja Praktik (KKP) pada 16 September 2020 s.d 8 Desember 2020. Karena observasi dilakukan oleh peneliti secara langsung, maka data yang dihasilkan dianggap sebagai data primer. Dalam hal ini peneliti mengamati secara langsung aktivitas kehumasan yang dilakukan oleh staf di masing-masing subbagian dan mencatat hal-hal penting yang ditemukan. Data kedua yakni data sekunder. Data sekunder dapat diperoleh melalui keterangan dari pihak kedua, baik berupa orang maupun catatan seperti buku, laporan, buletin, dan majalah yang sifatnya dokumentasi (Bagja Waluya, 2009). Data sekunder berguna untuk mendukung kredibilitas data primer. Data sekunder dalam penelitian ini menggunakan dokumen yaitu dokumen mengenai peraturan bupati tentang pembentukan, tugas dan fungsi Bagian Prokompim untuk membantu peneliti menyusun laporan.

Teknik pengumpulan data menurut Sugiyono (2012) dapat dilakukan dengan cara observasi (pengamatan), interview (wawancara), kuesioner (angket), dokumentasi atau dapat juga dilakukan dengan menggabungkan ke empatnya. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dengan observasi dan wawancara. Pengamatan dalam hal

publikasi dilakukan dengan pengecekan terhadap media sosial Facebook serta melakukan pengamatan lain ketika staf sedang melakukan tugasnya. Untuk wawancara dilakukan dengan bertanya kepada Kasubag Dokumentasi Pimpinan dan Staf Dokumentasi Pimpinan di Bagian Prokompim guna mendapatkan informasi yang diperlukan.

Setelah data berhasil dikumpulkan, kemudian data akan diolah melalui proses analisis. Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikan ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar (Moleong, 2004). Analisis data juga dapat diartikan sebagai kegiatan mengolah data, dengan tujuan menjadikan data tersebut sebagai suatu informasi, sehingga karakteristik atau sifat-sifat datanya dapat dengan mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian. Pada metodologi kualitatif, Miles dan Huberman (1992) menguraikan pendapatnya tentang model analisis data dimana dijelaskan bahwa analisis data meliputi tiga alur kegiatan, yaitu: (1) *Reduksi data*, merupakan proses pemilihan data, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data dengan sedemikian rupa. Hal ini dilakukan karena banyaknya data yang tentu ditemukan di lapangan. (2) *Penyajian data*, seluruh data-data di lapangan yang berupa hasil observasi, wawancara dan dokumentasi akan dianalisis sesuai dengan teori-teori yang telah dipaparkan sebelumnya sehingga dapat memunculkan deskripsi tentang pemanfaatan media sosial khususnya Facebook sebagai platform komunikasi publik Pemkab Pematang Siantar. (3) *Penarikan kesimpulan*, yakni kegiatan penggambaran secara utuh dari obyek yang diteliti. Setelah data yang diperoleh di lapangan terkumpul langkah selanjutnya peneliti menganalisis setiap data dari berbagai sumber untuk ditarik pembahasan mengenai pemanfaatan media sosial khususnya Facebook sebagai platform komunikasi publik Pemkab Pematang Siantar sehingga akhirnya dapat ditarik kesimpulan dan saran.

## **BAB II**

### **PROFIL INSTANSI BAGIAN PROKOMPIM KABUPATEN PEMALANG**

#### **2.1 Profil Singkat**

Secara administratif pemerintahan Kabupaten Pemalang dipimpin oleh seorang Bupati dan Wakil Bupati yang membawahi koordinasi atas wilayah administrasi kecamatan yang dikepalai oleh seorang camat. Bupati dan Wakil Bupati Pemalang dipilih langsung oleh penduduk daerah administrasi setempat yang memenuhi syarat.

Sekretariat Daerah Kabupaten Pemalang merupakan unsur pembantu pimpinan Pemerintah Kabupaten, yang dipimpin oleh sekretaris daerah. Sekretaris daerah bertugas membantu Bupati dalam melaksanakan tugas penyelenggaraan pemerintah, administrasi, organisasi dan tata laksana serta memberikan pelayanan administrasi kepada seluruh Perangkat Daerah Kabupaten. Kedudukan, susunan organisasi, tugas, fungsi dan tata kerja Sekretariat Daerah Kabupaten Pemalang ditetapkan dalam peraturan Nomor 69 Tahun 2019.

Sekretariat Daerah Kabupaten Pemalang memiliki 3 Asisten yang masing-masing Asisten tersebut memiliki 3 bagian diantaranya, Asisten Pemerintahan dan Kesejahteraan Rakyat meliputi Kepala Bagian Tata Pemerintahan, Kepala Bagian Kesejahteraan Rakyat, dan Kepala Bagian Hukum. Asisten Perekonomian dan Pembangunan meliputi Kepala Bagian Perekonomian dan SDA, Kepala Bagian Administrasi Pembangunan dan Kepala Bagian Pengadaan Barang dan Jasa. Sedangkan Asisten Administrasi Umum meliputi Kepala Bagian Umum, Kepala Bagian Organisasi serta Kepala Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan.

Pembentukan Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan juga tertuang dalam Pasal 18 Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 56 Tahun 2019 tentang Pedoman Nomenklatur dan Unit Kerja Sekretariat Daerah Provinsi dan Kabupaten/Kota. Tertulis bahwa Bagian Asisten Administrasi Umum Sekretariat daerah kabupaten/kota tipe A, terdiri atas : a. Bagian Umum; b. Bagian Organisasi; c. Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan; dan d. Bagian Perencanaan dan Keuangan.

## **2.2 Tugas Pokok dan Fungsi Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan**

Tugas Pokok dan Fungsi Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kabupaten Pemalang tertuang dalam Peraturan Bupati Pemalang Nomor 72 Tahun 2019 Tentang Uraian Tugas Jabatan Struktural Sekretariat Daerah Kabupaten Pemalang, dimana Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan yang terdiri atas: a.Subbagian Protokol; b.Subbagian Komunikasi Pimpinan; c.Subbagian Dokumentasi Pimpinan, mempunyai uraian tugas :

1. Mengoordinasikan penyusunan rencana program dan kegiatan Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan berdasarkan dokumen rencana kerja organisasi perangkat daerah sebagai bahan penyusunan dokumen rencana kerja dan anggaran;
2. Menyusun rancangan kebijakan Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan sesuai dengan program dan kegiatan Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan sebagai pedoman pelaksanaan tugas;
3. Mengoordinasikan penyelenggaraan program dan kegiatan Bagian Protokol dan komunikasi Pimpinan sesuai dengan Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) Bagian Protokol dan Komunikasi pimpinan agar penyelenggaraannya sesuai dengan sasaran dan tujuan yang telah ditentukan;

4. Menyusun rencana inovasi daerah pada Bagian Protokol dan komunikasi Pimpinan;
5. Mengevaluasi pelaksanaan program dan kegiatan Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan sesuai dengan rencana program dan kegiatan yang telah ditetapkan dalam rangka perbaikan kinerja;
6. Menyusun rancangan laporan di Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan berdasarkan data dan analisa sebagai informasi dan pertanggungjawaban Bupati; dan
7. Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai dengan tugas dan fungsi dalam rangka mendukung kinerja organisasi.

### **2.3 Visi dan Misi Kabupaten Pematang**

Visi dan misi merupakan gambaran masa depan yang ingin diciptakan serta langkah maupun tahapan-tahapan yang harus dilalui untuk mencapai cita-cita tersebut oleh suatu organisasi. Organisasi yang unggul di masa depan merupakan organisasi yang mampu membangun komitmen serta kemampuan masyarakatnya yang baik dalam belajar digerakkan oleh visi organisasi yang kuat. Ketika visi misi organisasi sudah jelas dan tertata maka organisasi yang bersangkutan akan lebih mudah dalam menyusun budaya kerja, nilai dasar serta strategi dan taktik yang hendak diterapkan. Dalam hal ini Kabupaten Pematang memiliki visi dan misi, meliputi :

#### **VISI**

Terwujudnya Pematang hebat yang berdaulat, berjati diri, mandiri dan sejahtera.

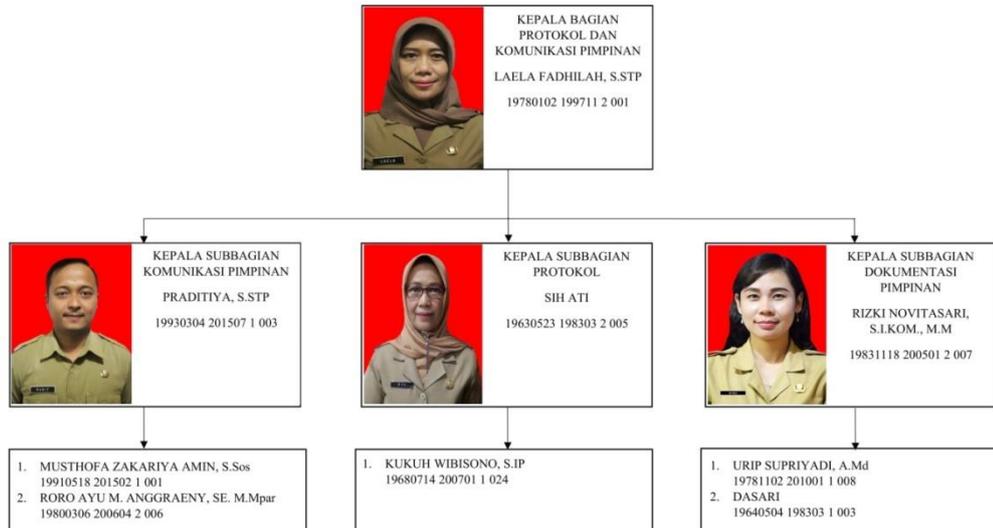
#### **MISI**

1. Meningkatkan akses masyarakat untuk berpartisipasi dalam pembangunan daerah berdasarkan azas musyawarah mufakat, dan gotong royong
2. Meningkatkan kualitas penyelenggaraan pendidikan, derajat kesehatan masyarakat, keluarga berencana, serta peningkatan keberdayaan perempuan, perlindungan sosial dan anak
3. Mengembangkan ekonomi kerakyatan dan kedaulatan pangan berbasis sumberdaya lokal untuk menanggulangi kemiskinan dan pengangguran
4. Mengembangkan sarana dan prasarana dasar serta memperkuat sentra-sentra produksi berbasis kewilayahan sesuai dengan karakteristik dan potensi wilayah
5. Mewujudkan kehidupan masyarakat yang agamis, toleran, harmonis, dan saling menghormati
6. Meningkatkan tata kelola pemerintahan yang baik, penegakan supremasi hukum serta kemudahan investasi dan daya saing daerah
7. Menumbuhkan kembali budaya asli daerah sebagai landasan pembentukan jati diri dan kepribadian masyarakat.

## **2.4 Struktur Organisasi**

Struktur organisasi bertujuan menjadikan pekerjaan lebih efektif dan tidak terpusat dalam satu komando. Selain itu, pengorganisasian akan memperjelas setiap fungsi, kedudukan serta mengetahui hubungan antar bagian dalam sebuah organisasi. Dengan adanya struktur ini, setiap komponen organisasi dapat berjalan optimal sehingga aktivitas organisasi akan berjalan dengan efektif dan efisien karena setiap individu akan diberikan tanggung jawab sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kabupaten Pematang Jaya mempunyai struktur organisasi:

**STRUKTUR ORGANISASI BAGIAN PROTOKOL DAN KOMUNIKASI PIMPINAN  
KABUPATEN PEMALANG**



Sumber : Bagian Prokompim Kabupaten Pemalang (2020)

**Gambar 2.1 : Struktur Organisasi Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kabupaten Pemalang.**

**2.5 Divisi Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kabupaten Pemalang**

Bagian Prokompim Kabupaten Pemalang merupakan salah satu bagian yang berada di Kantor Pemerintahan Sekretariat Daerah Kabupaten Pemalang. Dalam uraian tugasnya, Kepala Bagian Prokompim salah satunya mengoordinasikan penyusunan rencana program dan kegiatan Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan berdasarkan dokumen rencana kerja organisasi perangkat daerah sebagai bahan penyusunan dokumen rencana kerja dan anggaran. Dalam melaksanakan tugasnya, terdapat 3 subbagian dalam Bagian Prokompim Kabupaten Pemalang yang bertanggungjawab dalam tiap uraian tugas yakni Subbagian Protokol, Subbagian Komunikasi Pimpinan dan Subbagian Dokumentasi Pimpinan.

Ketiga subbagian tersebut berada di bawah naungan Kepala Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kabupaten Pemalang, Laela Fadhillah, S.STP sehingga dalam menjalankan tugasnya langsung bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Prokompim. Adapun kegiatan Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kabupaten Pemalang, yaitu:

#### 2.5.1 Subbagian Protokol

Subbagian Protokol Kabupaten Pemalang dipimpin oleh Sih Ati. Kegiatan yang dilakukan pada Subbagian Protokol Kabupaten Pemalang meliputi, Tata tempat, Tata penghormatan, MC atau Master of Ceremony, dan dirigen. Dalam Perbup Pemalang Nomor 72 Tahun 2019, Kepala Subbagian Protokol mempunyai uraian tugas sebagai berikut:

1. Melaksanakan penyusunan rencana program dan kegiatan Subbagian Protokol berdasarkan dokumen rencana kerja organisasi perangkat daerah sebagai bahan penyusunan dokumen rencana kerja dan anggaran
2. Menyusun bahan rancangan kebijakan Subbagian Protokol sesuai dengan hasil analisa sebagai pedoman
3. Melaksanakan tata protokoler dalam rangka penyambutan tamu pemerintah daerah, upacara dan rapat kedinasan sesuai dengan prosedur guna kelancaran kegiatan
4. Melaksanakan pembinaan keprotokolan sesuai dengan ketentuan guna kelancaran kegiatan
5. Menyiapkan dan menginformasikan jadwal dan kegiatan Bupati dan Wakil Bupati sesuai prosedur guna kelancaran kegiatan
6. Melaksanakan koordinasi dan fasilitasi kegiatan Bupati dan Wakil Bupati sesuai prosedur guna kelancaran kegiatan
7. Menyusun bahan rancangan inovasi daerah pada Subbagian Protokol
8. Mengevaluasi pelaksanaan program dan kegiatan Subbagian Protokol sesuai dengan rencana program dan kegiatan yang telah ditetapkan dalam rangka perbaikan kinerja

9. Menyusun laporan pelaksanaan tugas di lingkungan Subbagian Protokol secara efektif dalam rangka pertanggungjawaban pelaksanaan tugas
10. Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai dengan tugas dan fungsi dalam rangka mendukung kinerja organisasi.

#### 2.5.2 Subbagian Komunikasi Pimpinan

Subbagian Komunikasi Pimpinan yang dipimpin oleh Praditiya, S. STP. memiliki kegiatan meliputi, penyusunan naskah sambutan bagi Bupati serta menyiapkan dan menggandakan bahan materi rapat yang dibutuhkan Bupati. Dalam Perbup Pematang Nomor 72 Tahun 2019, Kepala Subbagian Komunikasi Pimpinan mempunyai uraian tugas sebagai berikut:

1. Melaksanakan penyusunan rencana program dan kegiatan Subbagian komunikasi Pimpinan berdasarkan dokumen rencana kerja organisasi perangkat daerah sebagai bahan penyusunan dokumen rencana kerja dan anggaran
2. Menyusun bahan rancangan kebijakan Subbagian Komunikasi Pimpinan sesuai dengan hasil analisa sebagai pedoman
3. Memberi masukan kepada Bupati dan Wakil Bupati tentang penyampaian informasi tertentu sesuai dengan ketentuan guna kelancaran kegiatan
4. Menyiapkan dan menggandakan bahan materi rapat yang dipimpin oleh Bupati dan/atau Wakil Bupati sesuai prosedur guna kelancaran kegiatan
5. Menyusun naskah sambutan dan pidato Bupati dan Wakil Bupati sesuai prosedur guna kelancaran kegiatan
6. Menyusun bahan rancangan inovasi daerah pada Subbagian Komunikasi Pimpinan

7. Mengevaluasi pelaksanaan program dan kegiatan Subbagian Komunikasi Pimpinan sesuai dengan rencana program dan kegiatan yang telah ditetapkan dalam rangka perbaikan kinerja
8. Menyusun laporan pelaksanaan tugas di lingkungan Subbagian Komunikasi Pimpinan secara efektif dalam rangka pertanggungjawaban pelaksanaan tugas
9. Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai dengan tugas dan fungsi dalam rangka mendukung kinerja organisasi.

### 2.5.3 Subbagian Dokumentasi Pimpinan

Subbagian Dokumentasi dipimpin oleh Rizki Novitasari, S.I.Kom., M.M. Adapun kegiatan yang dihasilkan dalam subbagian dokumentasi yaitu berupa foto dan video setiap kegiatan yang dilakukan pimpinan, baik kegiatan internal maupun eksternal. Selain itu, subbagian dokumentasi juga mengelola akun media sosial Bagian Prokompim seperti Facebook dan Instagram serta website resmi yang memuat setiap kegiatan pimpinan. Dalam Perbup Pematang Nomor 72 Tahun 2019, Kepala Subbagian Dokumentasi Pimpinan mempunyai uraian tugas sebagai berikut:

1. Melaksanakan penyusunan rencana program dan kegiatan Subbagian Dokumentasi Pimpinan berdasarkan dokumen rencana kerja organisasi perangkat daerah sebagai bahan penyusunan dokumen rencana kerja dan anggaran
2. Menyusun bahan rancangan kebijakan Subbagian Dokumentasi Pimpinan sesuai dengan hasil analisa sebagai pedoman
3. Mendokumentasikan kegiatan Bupati dan Wakil Bupati
4. Menyusun notulensi rapat Bupati dan Wakil Bupati secara seksama sebagai dokumentasi hasil rapat
5. Menyusun bahan rancangan inovasi daerah pada Subbagian Dokumentasi Pimpinan

6. Mengevaluasi pelaksanaan program dan kegiatan Subbagian Dokumentasi Pimpinan sesuai dengan rencana program dan kegiatan yang telah ditetapkan dalam rangka perbaikan kinerja
7. Menyusun laporan pelaksanaan tugas di lingkungan Subbagian Dokumentasi Pimpinan secara efektif dalam rangka pertanggungjawaban pelaksanaan tugas
8. Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai dengan tugas dan fungsi dalam rangka mendukung kinerja organisasi.

## **2.6 Budaya Organisasi**

Budaya organisasi dapat diartikan sebagai perangkat sistem nilai-nilai (values), keyakinan (beliefs), asumsi-asumsi (assumptions), atau norma-norma yang telah berlaku, disepakati dan diikuti oleh para anggota organisasi sebagai pedoman perilaku dan pemecahan masalah-masalah organisasinya (Kilmann dkk, 1988). Di dalamnya, terjadi sosialisasi nilai-nilai yang ditanamkan dalam diri para anggota Bagian Prokompim dalam bertindak ketika menjalankan tugasnya.

Untuk memberikan daya dorong (motivasi) bagi masyarakat Kabupaten Pemalang dalam melaksanakan pembangunan maka ditetapkan Motto Pembangunan dalam Perda Kabupaten Dati II Pemalang Nomor 11 Tahun 1990 dinyatakan “Motto Pembangunan Kabupaten Pemalang adalah IKHLAS” yang telah diundangkan dalam Lembaran Daerah Kabupaten Dati II Pemalang Nomor 6 tanggal 5 Maret 1991. Motto Pemalang IKHLAS merupakan singkatan dari Indah, Komunikatif, Hijau, Lancar, Aman dan Sehat.

**BAB III**

**TEMUAN PENELITIAN**

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI PLATFORM  
KOMUNIKASI PUBLIK PEMKAB PEMALANG**

Pada bab ini diuraikan secara deskriptif hasil penelitian melalui wawancara mendalam (*in depth interview*) dengan menggunakan panduan wawancara (*interview guide*) mengenai Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Platform Komunikasi Publik Pemkab Pemalang dengan informan Kepala Subbagian Dokumentasi Pimpinan yakni Rizki Novitasari S.I.Kom.,M.M dan Staf Dokumentasi Pimpinan dimana beliau juga merupakan admin pelaksana media sosial Facebook milik Prokompim yaitu Urip Supriyadi, A.Md.

**3.1 Aktivitas Komunikasi Publik Bagian Prokompim Kabupaten Pemalang**

Komunikasi publik merupakan aktivitas yang pada dasarnya berkaitan dengan tindakan sosialisasi sebuah pesan terhadap publik. Maka, seorang humas di sini harus bisa membentuk nilai-nilai, pemahaman, sikap, hingga perilaku publik agar sejalan dengan tujuan organisasi. Melalui pengemasan pesan-pesan komunikasi yang lebih banyak memuat mengenai apa, siapa serta manfaat keberadaan instansi yang berkaitan.

Dalam konteks ini, Bagian Prokompim yang dibentuk untuk menjalankan fungsi kehumasan di Sekretariat Daerah Kabupaten Pemalang turut menyelenggarakan komunikasi publik guna memberi pengetahuan mengenai instansi, menyediakan informasi kepada khalayak sasaran, meningkatkan kepedulian serta mempengaruhi sikap atau perilaku khalayak sasaran. Komunikasi semacam ini penting dilakukan agar masyarakat mengetahui bahwa kebijakan yang dibuat oleh pemerintah hanya akan berhasil apabila meraih dukungan dan partisipasi dari rakyatnya.

### 3.1.1 Media komunikasi publik

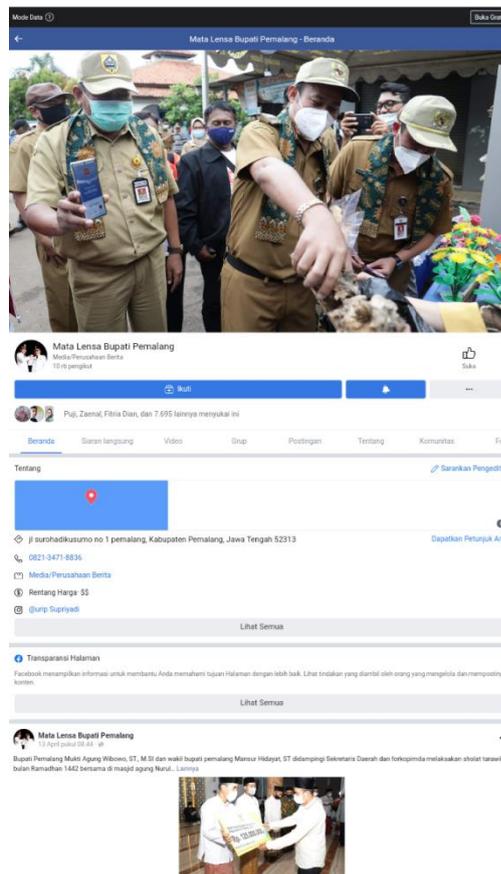
Memasuki era revolusi industri 4.0 dimana pada revolusi ini menggabungkan teknologi digital dan teknologi otomatisasi, maka era media digital juga turut berkembang terlihat dari penggunaan digitalisasi dan komputerisasi mendominasi pada setiap kegiatan manusia. Hal ini juga turut mempengaruhi aktivitas praktisi public relations dari menggunakan media konvensional beranjak ke media digital dalam melakukan pekerjaannya. Dimana fenomena ini sering disebut sebagai Cyber Public Relations atau Digital Public Relations. Sejalan dengan hal ini, Rizki Novitasari selaku Kasubag Dokumentasi Pimpinan dimana beliau membawahi staf penanggung jawab media sosial Facebook di Bagian Prokompim menguraikan pendapat mengenai praktik cyber PR.

“Kita saat ini sudah memasuki revolusi industri 4.0 yang semua serba digital, jadi tentunya kita juga harus cepat menyesuaikan. Cyber PR menurut saya sangat efektif dalam melakukan komunikasi dan kegiatan sarana promosi dan juga korporat. Kelebihannya biaya lebih murah, jangkauan lebih luas dan pesan cepat tersampaikan kepada masyarakat. Kami di birokrasi juga harus beradaptasi dengan pengelolaan hubungan dan penyebaran informasi melalui dunia maya sehingga masyarakat dapat melihat aktivitas pemerintahan kapanpun tanpa dibatasi ruang dan waktu” (Rizki Novitasari, 2021)

Maka, dalam hal ini instansi terkait bersama dengan humas harus dapat membuka diri dan mengidentifikasi saluran-saluran yang efektif sesuai perkembangan zaman seperti menggunakan media sosial untuk mengkomunikasikan program dan kebijakan publik sehingga dapat memberikan pemahaman menyeluruh dan mudah dipahami oleh pihak yang berkaitan. Melalui komunikasi

yang efektif, hal ini dapat mendukung instansi dalam mencapai tujuannya. Salah satu media sosial yang intens digunakan Bagian Prokompim dalam kegiatan komunikasi publik ialah Facebook.

“Mengapa Facebook lebih intens dipilih karena menurut saya Facebook merupakan situs jaringan medsos terbesar, punya pengikut paling banyak dan punya penggemar fanatik. Jadi Facebook dapat lebih banyak menjaring masyarakat sehingga informasi tersebar lebih luas” (Rizki Novitasari, 2021)



Sumber: Akun Facebook Bagian Prokompim Kabupaten Pemalang (2021)

### **Gambar 3.1: Profil Akun Facebook Bagian Prokompim Kabupaten Pemalang.**

Akun Facebook Prokompim dengan nama Mata Lensa Bupati Pemalang yang dibuat pada 13 Februari 2016 lalu tersebut

menjadi sebuah platform yang dimanfaatkan untuk membagikan aktivitas pimpinan yang dalam hal ini adalah Bupati dan Wakil Bupati seperti ketika membuka dan meresmikan suatu acara, menghadiri acara peringatan hari besar, melakukan peninjauan pembangunan fasilitas umum, hingga peresmian fasilitas umum tersebut.

### 3.1.2 Pembuatan konten

Konten menjadi salah satu hal yang perlu dipikirkan dan dirumuskan dengan baik dan benar agar pesan bisa tersampaikan dengan tepat. Konten biasanya menjadi kunci keberhasilan program digital. Dalam hal ini, konten media sosial dapat diartikan sebagai segala macam informasi yang dapat ditemukan pada media sosial baik berupa tulisan, gambar, infografis, foto, video, podcast, tautan dan lain sebagainya. Proses pembuatan konten yang baik adalah konten yang dimulai dari perencanaan yang matang hingga sampai pada eksekusi yang tepat. Pada Bagian Prokompim, Urip Supriyadi menjelaskan bagaimana proses pembuatan konten untuk media sosial Facebook.

“Di setiap kegiatan Bupati dan Wakil Bupati selalu ada petugas dari dokumentasi pimpinan yang mengikuti dan mendokumentasikan baik foto maupun video, setelah selesai file melalui proses editing dan disimpan. Masing-masing pengelola sudah diberikan arahan mengenai materi postingan sehingga bisa langsung mengolah pesan dan memposting untuk penyebarluasan informasi” (Urip Supriyadi, 2021).

Dengan sifatnya yang masif sehingga dapat menyebarkan informasi dengan cepat dalam hitungan detik, maka terdapat hal-hal yang perlu diperhatikan dalam membuat konten untuk menghindari kekeliruan. Hal ini dapat berupa menyiapkan berbagai

elemen yang akan dijadikan konten seperti merumuskan caption dan foto maupun video. Foto yang diambil merupakan foto jurnalistik, foto yang mampu bercerita dengan memperhatikan unsur EDFAT yaitu Entire, Detail, Frame, Angle dan Time (Urip Supriyadi, 2021).



Sumber: Akun Facebook Bagian Prokompim Kabupaten Pemalang (2021).

### **Gambar 3.2: Postingan di Akun Facebook Bagian Prokompim Kabupaten Pemalang.**

Foto yang disajikan yakni foto yang jernih serta jelas menggambarkan apa yang dilakukan pimpinan maupun pejabat-pejabat yang hadir di sana. Kemudian untuk menghindari

kesalahan makna, menegaskan posisi serta memberikan kesan lebih komunikatif, maka dibutuhkan adanya caption/keterangan. Pada media sosial Facebook Prokompim, hal-hal yang perlu ada di penulisan caption yakni tempat dan waktu, penjelasan singkat mengenai kegiatan serta pejabat yang hadir dalam acara tersebut. Penggunaan bahasa yang digunakan dalam setiap postingan selalu menggunakan bahasa Indonesia yang formal.

### 3.1.3 Tujuan Komunikasi publik

Secara umum, tujuan dari public relations adalah untuk menciptakan, memelihara dan meningkatkan citra yang baik dari organisasi kepada publik yang bersangkutan dan memperbaiki citra yang menurun maupun rusak. Hal ini turut dipaparkan Rizki Novitasari (2021) yang mengatakan bahwa media sosial itu merupakan sarana untuk mempromosikan dan menyebarkan program dan kebijakan pemerintah, dengan mempromosikan aktivitas yang positif harapannya masyarakat mendukung sehingga hal ini juga meningkatkan citra pemerintah.

Bagian Prokompim dalam aktivitas komunikasi publik memiliki tujuan, antara lain:

1. Memberikan informasi kepada sejumlah besar orang mengenai organisasi.

Dalam hal ini informasi yang dibagikan Bagian Prokompim melalui media sosial Facebook kepada masyarakat yakni mengenai berbagai aktivitas pimpinan dan program pemerintah—Bupati dan Wakil Bupati ketika menjalankan agenda kegiatan baik di dalam maupun di luar wilayah kantor kabupaten.

2. Menjalani hubungan antara organisasi dengan masyarakat.

Publikasi yang dilakukan Bagian Prokompim melalui media sosial Facebook merupakan bentuk jalinan komunikasi yang dibangun untuk senantiasa terhubung dengan masyarakatnya.

3. Memberikan hiburan.

Komunikasi sebagai hiburan diartikan bahwa komunikasi mampu memberikan kesenangan dalam proses interaksi masyarakat. Misalnya ketika Bupati dan Wakil Bupati hadir dalam suatu peresmian pembangunan tugu oleh masyarakat, hal tersebut mampu memberikan sebuah hiburan bagi hati masyarakat karena apa yang mereka lakukan turut mendapatkan perhatian dari pimpinan daerahnya. Dan ketika kegiatan itu dibagikan melalui media sosial, maka akan memberikan hiburan bagi masyarakat lebih luas lagi.

### **3.2 Strategi Komunikasi Publik Bagian Prokompim Kabupaten Pemalang**

Sebuah strategi akan menjadi penentuan rencana yang disusun oleh organisasi untuk tujuan jangka panjang atau bisa dikatakan sebagai upaya tentang bagaimana suatu tujuan dapat dicapai. Di dalam strategi yang baik, terdapat kerja sama antara tim, tema yang jelas, mampu mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai, dana yang efisien serta memiliki taktik untuk mencapai tujuan tersebut.

Strategi yang dilakukan Bagian Prokompim untuk meningkatkan *engagement* dengan masyarakat dalam aktivitas komunikasi publik melalui media sosial yakni:

1. Mendesain media sosial untuk menjaga dan meningkatkan reputasi lembaga.

Dalam hal ini Bagian Prokompim konsisten mempublikasikan aktivitas maupun program positif pemerintah, terutama yang berorientasi bagi kepentingan dan memberikan nilai manfaat untuk masyarakat seperti misalnya keberhasilan pembangunan yang telah

dirancang pemerintah maupun program TNI Manunggal Membangun Desa (TMMD) yang merupakan program bakti TNI dengan sasaran untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama melalui pembangunan fisik.

2. Media sosial sebagai dokumentasi online.

Karena sifatnya yang terbuka, hal ini membuat Bagian Prokompim telah memahami jenis informasi apa yang patut dan tidak pantas untuk dipublikasikan. Pada akun Facebook-nya, Prokompim banyak mengangkat aktivitas positif pimpinan yang berkaitan dengan kepentingan masyarakat.

3. Menjadikan media sosial lebih interaktif.

Dalam usaha menciptakan media sosial Facebook sebagai platform komunikasi publik agar menjadi lebih interaktif, Bagian Prokompim sedang berencana membuat podcast sebagai pilihan taktik, seperti yang diutarakan Urip Supriyadi.

“Saat ini kami sedang berencana untuk membuat podcast Bupati Pemalang yang nantinya akan ditayangkan pada media sosial Prokompim. Karena kami lihat sekarang podcast banyak dinikmati kaum muda, jadi harapannya mereka bisa turut mengikuti perkembangan apa yang ada di pemerintahan melalui podcast itu” (Urip Supriyadi, 2021).

4. Menjangkau publik lebih luas.

Jika disandingkan dengan media lama (konvensional) seperti koran, pamflet, maupun papan pengumuman, media sosial yang menjadi bagian dari media baru memiliki banyak keunggulan. Keunggulan tersebut di antaranya biaya akses yang terjangkau, penyebaran informasi yang masif dan serentak serta kemudahan akses. Terlebih media sosial Facebook yang tidak dapat diragukan lagi kepopulerannya dan banyak digunakan oleh berbagai kalangan sehingga pesan dapat tersampaikan dan diterima seluruh lapisan masyarakat.

### 3.3 Tantangan Komunikasi Publik Bagian Prokompim Kabupaten Pematang

Di dalam komunikasi publik saat ini yang sedang dalam era digital, transparansi dan kepercayaan terhadap informasi menjadi penting. Ini menjadi tantangan tersendiri untuk praktisi humas. Tujuan utama komunikasi publik adalah perubahan perilaku akibat informasi yang diberikan mengenai kebijakan terkait. Pekerjaan humas belum selesai dalam komunikasi publik jika hanya sekedar menyampaikan pesan melalui berbagai media tetapi belum terjadi perubahan perilaku publik. Hal tersebut turut disetujui oleh Rizki Novitasari.

“Untuk hambatan, sampai saat ini belum ada hambatan yang berarti, tapi yang menjadi tantangannya itu terus berpikir bagaimana cara berinovasi lagi agar tidak monoton dan pesan-pesannya dapat lebih diterima, misalnya dengan rencana kami tadi mengenai pembuatan podcast Bupati Pematang. Selain itu juga untuk mengubah perspektif karena keingintahuan masyarakat mengenai pemerintah cenderung kurang” (Rizki Novitasari, 2021).

Hal lain yang menjadi tantangan Bagian Prokompim yakni mengembangkan strategi komunikasi yang mampu menjadikan lembaga sebagai media terdepan dalam melayani kebutuhan informasi publik agar membentuk citra positif instansi dengan memberikan update mengenai hal-hal yang telah, sedang maupun rencana yang akan dilakukan pemerintah secara *real time* melalui media sosial Facebook-nya. Selain itu, model komunikasi yang terdapat pada Bagian Prokompim ialah model two-way asymmetric, dimana segala publikasi yang dilakukan di media sosial mengarahkan publik agar beradaptasi dengan instansi. Hal ini terlihat ketika terdapat komentar dari masyarakat, Bagian Prokompim tidak memberikan respon balik untuk menjawab komentar-komentar tersebut. Ini menunjukkan bahwa publikasi hanya bersifat *telling* (menceritakan) tentang instansi tanpa ingin mendengarkan apa yang

diharapkan masyarakat. Namun, hal ini dijelaskan Rizki Novitasari (2021) bahwa segala jenis komentar yang berupa pengaduan, kritik dan saran merupakan ranah suatu perangkat daerah yang mengelola bidang komunikasi daerah Kabupaten Pematang, bukan Prokompim. Maka dari itu Bagian Prokompim perlu diberikan wewenang untuk mengelola dan mengatasi hal tersebut karena sebagai fungsi humas, Prokompim berperan sebagai penghubung antara apa yang diharapkan masyarakat dengan apa yang menjadi kepentingan pimpinan.

**BAB IV**

**PEMBAHASAN**

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI PLATFORM**

**KOMUNIKASI PUBLIK PEMKAB PEMALANG**

Pada bab ini akan membahas hasil penelitian mengenai pemanfaatan media sosial sebagai platform komunikasi Pemkab Pematang Jaya dan dikaitkan dengan teori-teori yang relevan.

**4.1 Aktivitas Komunikasi Publik Bagian Prokompim Kabupaten Pematang Jaya**

Komunikasi publik merupakan hal mendasar yang dilakukan oleh praktisi humas dengan tujuan untuk menyampaikan informasi dari organisasi kepada khalayak. Hak atas informasi tidak hanya merupakan hak asasi melainkan juga hak konstitusional. Esensi dari pengakuan ini yakni menunjukkan bahwa hak atas informasi sebenarnya merupakan hak yang melekat pada diri setiap manusia baik sebagai warga negara maupun sebagai pribadi (Nunuk Febriananingsih, 2012). Maka dari itu humas harus mampu mengelola komunikasi publik agar dapat mewakili kepentingan serta memberikan manfaat bagi kedua belah pihak. Pengelolaan komunikasi publik yang dilakukan pemerintah diatur dalam Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik. Salah satu instruksi tersebut mengamanatkan agar pemerintah dapat menyampaikan informasi melalui berbagai saluran komunikasi kepada masyarakat secara tepat, cepat, objektif, berkualitas baik, berwawasan nasional, serta mudah dimengerti terkait program dan kebijakan pemerintah.

Sekretariat Daerah Kabupaten Pematang Jaya sebagai lembaga pemerintah, melalui Bagian Prokompim sebagai bagian yang dibentuk untuk menjalankan fungsi kehumasan telah menyelenggarakan aktivitas komunikasi publik. Dalam aktivitasnya, Bagian Prokompim beradaptasi dengan perkembangan

teknologi dalam komunikasi publik dengan memilih media yang tepat guna mendukung kelancaran aktivitas tersebut.

#### 4.1.1 Media Komunikasi Publik

Perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi membawa dunia baru yang biasa disebut *cyber era* dimana menjadi awal kemunculan media baru berbasis internet. Online public relations atau E-PR atau dapat disebut juga sebagai cyber public relations merupakan salah satu bagian dari kegiatan hubungan masyarakat yang diadaptasi dari penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (Salmiah, 2020). Menurut Bob J. Onggo (2004) pengertian inisiatif PR atau public relations yang menggunakan media internet sebagai sarana publikasinya atau E-PR jika diuraikan secara lebih spesifik memiliki arti:

- a. E adalah electronic. Elektronik di dalam E-PR sama seperti halnya huruf “e” sebelum kata mail atau commerce yang mengacu pada media elektronik internet. Berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, elektronik di sini diibaratkan sebagai digital.
- b. P adalah public. Publik di sini mengacu bukan sekedar publik secara umum, tapi pasar konsumen. Publik juga tidak hanya mengacu pada satu jenis pasar konsumen, tapi pada berbagai pasar atau public audience.
- c. R adalah relations. Relasi merupakan hubungan yang harus dipupuk antara pasar dan bisnis. Itu merupakan kunci pasar agar suatu bisnis berhasil. Menariknya, melalui media internet hubungan yang sifatnya one-to-one dapat dibangun dalam waktu yang cepat.

Merujuk pada pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa aktivitas digital public relations dalam menjalin relasi dengan publiknya yakni menggunakan media yang berbasis internet. Dalam

hal ini media sosial dapat menjadi media yang efektif agar informasi organisasi dapat tersampaikan dengan cepat dan tepat. Terlebih fenomena media jejaring sosial sebagai bentuk kemajuan teknologi komunikasi dan informasi sudah sangat populer bukan hanya di kalangan kaum muda saja (Munadar & Suherman, 2016).

Dalam hal ini, Bagian Prokompim telah mampu beradaptasi sehingga menyadari pentingnya keberadaan media sosial untuk membantu menyebarkan informasi terkait program dan kebijakan pemerintah melalui akun Facebook resmi yang dimilikinya. Melalui Facebook-nya, Prokompim aktif membagikan kegiatan Bupati dan Wakil Bupati ketika bertugas. Prokompim selalu menyebarkan informasi mengenai kegiatan Bupati dan Wakil Bupati sehingga indikator Prokompim yaitu semua kegiatan pimpinan dapat diketahui oleh masyarakat dan mereka merespon positif kegiatan-kegiatan pimpinan (Rizki Novitasari, 2021). Usaha tersebut merupakan bentuk komunikasi publik yang dilakukan Prokompim guna memberi pengetahuan kepada masyarakat. Sementara di sisi lain berfungsi sebagai upaya untuk membentuk citra positif instansi.

#### 4.1.2 Pembuatan Konten

Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial yang diluncurkan pada bulan Februari 2004 yang didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama temannya sesama mahasiswa Universitas Harvard. Di Indonesia pengguna Facebook masih begitu populer hingga sekarang media ini digunakan sebagai media informasi karena sangat cepat dalam menyebarkan suatu hal. Setelah memilih media, maka setelahnya perlu membuat konten yang berkualitas agar pesan bisa dipahami dengan baik dan benar oleh khalayak. Bill Gates merupakan tokoh yang pernah mempopulerkan kutipan bahwa

*content is king* (konten adalah raja). Beliau mengibaratkan konten sebagai makanan yang disajikan oleh restoran. Jika makanan (konten) disajikan dengan baik, rasanya enak, kemungkinan besar orang-orang akan menyukai restoran tersebut.

Konten berarti isi, muatan, atau kandungan. Istilah ini digunakan dan populer di era internet untuk merujuk pada isi situs web atau halaman di internet. Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kemenkominfo RI melalui bukunya yang berjudul *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah (2018)* menjabarkan langkah-langkah pembuatan konten media sosial, meliputi:

1. Membuat perencanaan editorial

Sebelum membuat konten, ada baiknya tim media sosial lembaga pemerintahan membuat perencanaan editorial terlebih dahulu. Membuat perencanaan editorial tidak hanya bertujuan untuk mempermudah proses pembuatan konten, tapi juga untuk memperjelas kapan konten tersebut akan didistribusikan. Jangka waktu yang paling umum digunakan dalam perencanaan editorial adalah perencanaan bulanan.

2. Pengumpulan data

Setelah perencanaan editorial disepakati, tim pembuat konten segera menyusun topik atau judul konten yang tercantum di perencanaan editorial menjadi konten yang siap disebar di kanal-kanal media sosial. Pembuat konten harus mampu melihat data-data apa saja yang bisa diolah menjadi suatu konten.

3. Batasan konten masing-masing kanal media sosial

Pertimbangan pertama yang dibutuhkan dalam pembuatan konten media sosial adalah batasan yang diberikan oleh masing-masing kanal media sosial terhadap masing-masing jenis konten. Perlu diingat bahwa masing-masing kanal akan terus melakukan

pengembangan fitur dan layanan, oleh karena itu tim media sosial harus cepat beradaptasi terhadap pembaharuan yang terjadi di masing-masing kanal media sosial.

Berikut adalah batasan masing-masing media yang dapat diunggah di setiap media sosial (per November 2018).

	Facebook	Instagram	Twitter	YouTube
<b>TULISAN</b>	Maksimal 63.000 karakter	Bio profil: maksimal 150 karakter Caption: maksimal 2200 Karakter Tagar: maksimal 30 karakter	Tweet: maksimal 280 karakter	Judul: max 100 karakter Deskripsi video: maksimal 5000 karakter
<b>GAMBAR</b>	.JPG .PNG .GIF	.JPEG .PNG	.JPG .PNG	(Mostly for thumbnail) .JPG .GIF .BMP
<b>VIDEO</b>	.MOV .MPEG4 .Mp4 .MPEGPS .FLV .3GP .WebM Durasi max 4 jam Ukuran file maksimal 4 GB	.Mp4 Durasi max 60 detik Ukuran file max 4 GB	.Mp4 .MOV Ukuran file maksimal: 512 MB	.MOV .MPEG4 .Mp4 .AVI .WMV .MPEGPS .FLV .3GP .WebM Durasi max 12 jam Ukuran file max 128 GB
<b>TAUTAN</b>	Setiap postingan berbentuk tulisan dapat memuat tautan, termasuk bagian komentar.	Pada bio profil instagram stories untuk akun dengan followers di atas 10000	Pada bio profil Pada tweet post	Pada deskripsi video Pada fitur annotation, namun hanya dapat memuat tautan dari YouTube

Sumber: Kemenkominfo (2018).

**Gambar 4.1: Batasan masing-masing media yang dapat diunggah di setiap media sosial (per November 2018)**

Pada Bagian Prokompim, distribusi informasi melalui media sosial Facebook dilakukan setelah pimpinan melakukan aktivitas tugasnya. Seperti yang dijelaskan oleh Urip Supriyadi, (2021) bahwa semua kanal media sosial Prokompim Kabupaten Pemalang sama-sama update termasuk Facebook karena instansi berusaha memberikan informasi secara *real time* meskipun kadang terbentur dengan banyaknya kegiatan sehingga tidak sempat memberikan update dengan segera. Untuk pengumpulan data, di setiap kegiatan pimpinan selalu terdapat dua staf dokumentasi pimpinan untuk mendokumentasikan kegiatan berupa foto dan

video. Melalui staf dokumentasi pimpinan ini, berbagai informasi dapat dikumpulkan dan diolah sebagai bahan publikasi setelah sebelumnya diberikan pengarahan oleh Kasubag Dokumentasi Pimpinan mengenai materi publikasi.

Konten yang disajikan oleh Prokompim dalam unggahannya di media sosial Facebook memuat tulisan dan foto dengan format JPG maupun video dengan format MP4 yang berdurasi kurang lebih lima menit. Tulisan di sini berupa caption atau keterangan untuk menjelaskan foto atau video yang bersangkutan dimana biasanya berupa penjelasan tempat dan waktu, uraian singkat mengenai kegiatan serta para pejabat yang hadir dalam kegiatan tersebut. Bahasa yang digunakan pada caption lebih sering menggunakan Bahasa Indonesia yang formal. Menggunakan bahasa formal berguna untuk tetap menjaga wibawa pemerintah, tapi terkadang juga perlu memperhatikan situasi supaya tidak kaku sehingga informasi tetap mendapatkan perhatian masyarakat (Urip Supriyadi, 2021). Foto dan video yang disajikan Prokompim memiliki kualitas yang baik sebab dokumentasi dilakukan oleh staf yang profesional dengan menggunakan sarana dan prasarana yang bagus untuk menunjang kebutuhan memotret, merekam dan mengedit video.

#### 4.1.3 Tujuan Komunikasi Publik

Secara universal, tujuan dari public relations adalah untuk menciptakan, memelihara dan meningkatkan citra yang baik dari organisasi kepada publik yang bersangkutan dan memperbaiki citra yang menurun maupun rusak. Kegiatan yang dilakukan praktisi public relations pada hakikatnya bertujuan untuk mempengaruhi pendapat, sikap, sifat serta tingkah laku publik dengan jalan menumbuhkan penerimaan dan pengertian publik terhadap

organisasi. Sebagai abdi masyarakat, memang bukan hal baru jika public relations harus selalu mengutamakan kepentingan publik atau masyarakat umum, senantiasa menggunakan moral atau kebiasaan yang baik serta memelihara komunikasi yang menyenangkan di dalam masyarakat. Dalam mencapai tujuannya, komunikasi pemerintah menurut Joel Netshitenzhe dalam *Government Communicators' Handbook* sebagaimana dikutip Eri Hariyanto (2019) memiliki beberapa prinsip, yaitu:

- a. Kerja pemerintah adalah sebuah kegiatan publik.
- b. Sebuah pusat layanan komunikasi harus memiliki kewenangan untuk melaksanakan kegiatan publik tersebut.
- c. Para pejabat politik adalah komunikator utama.
- d. Setiap orang dalam pemerintahan adalah seorang komunikator.
- e. Komunikasi pemerintahan harus didasarkan pada program dan strategi komunikasi yang terpadu.
- f. Struktur komunikasi tidaklah mencerminkan kebijakan.
- g. Komunikasi lebih dari sekedar media perantara.
- h. Dalam mengerjakan kampanye dan program, diperlukan usaha untuk memahami lingkungan komunikasi.
- i. Kampanye komunikasi dapat berjalan dengan baik ketika bekerja sama dengan pihak lain di luar pemerintah.

Dalam aktivitas komunikasi publik, tujuan yang ingin dicapai Prokompim yakni memastikan masyarakat mengetahui informasi mengenai berbagai aktivitas pimpinan dan program pemerintah—Bupati dan Wakil Bupati melalui publikasi. Harapannya banyak masyarakat yang merespon positif dengan memberi dukungan dan masukan-masukan yang membangun terhadap kebijakan yang diambil sehingga selanjutnya dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah sehingga meningkatkan reputasi pemerintah (Rizki Novitasari,

2021). Publikasi yang dilakukan Bagian Prokompim melalui media sosial Facebook juga merupakan bentuk jalinan komunikasi yang dibangun untuk senantiasa terhubung dengan masyarakatnya.

#### **4.2 Strategi Komunikasi Publik Bagian Prokompim Kabupaten Pemalang**

Public relations merupakan fungsi manajemen yang membentuk reputasi organisasi. Praktisi public relations melakukan identifikasi persepsi yang dipegang oleh organisasi untuk kemudian memberikan informasi baik mengenai program maupun kebijakan organisasi kepada semua khalayak luas. Public relations berkaitan dengan pengembangan citra yang pantas untuk sebuah organisasi—yang didasarkan pada kinerja. Untuk itu, maka diperlukan strategi untuk mendukung kinerja tersebut. J L Thompson (1995) mendefinisikan strategi sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil akhir dimana hasil akhir tersebut menyangkut tujuan dan sasaran organisasi. Terdapat strategi yang luas untuk keseluruhan organisasi dan strategi kompetitif untuk masing-masing aktivitas.

Staf Khusus/Juru Bicara Presiden, Johan Budi SP dalam Strategi Komunikasi Publik Kementerian Kelautan dan Perikanan menjelaskan bahwa strategi komunikasi publik yang patut dilakukan oleh pemerintah, meliputi:

1. Menempatkan Kehumasan pada posisi yang strategis
2. Memiliki rencana komunikasi, tidak hanya menunggu sesuatu terjadi
3. Memiliki fungsi dan person Juru Bicara
4. Sangat memahami stakeholder dan audience-nya
5. Mengolah pesan secara kreatif
6. Selalu melakukan proses evaluasi komunikasi sebelumnya

Rencana pembuatan Podcast Bupati Pemalang yang sedang dikonseptkan oleh Bagian Prokompim merupakan taktik yang bagus karena Prokompim mampu mengamati dan menerapkan suatu tren yang diminati masyarakat saat ini sebagai media informasi pemerintah. Podcast adalah sebuah

aplikasi konvergensi yang mampu menghimpun, membuat dan mendistribusikan program audio video radio pribadi secara bebas melalui *new media* serta mampu menghimpun format MP3, pdf, ePub, dan download melalui sindikasi sehingga dapat disatukan dalam satu wadah dan diakses banyak orang di seluruh belahan dunia (Berry, 2006). Semakin simultan dan dekat batasan antara pemerintah dengan masyarakat di era media baru, maka akan menyebabkan terciptanya kultur baru yang disebut prosumer. Konsep prosumer ini dikenalkan oleh George Ritzer untuk menyebut suatu penyatuan aktivitas produksi dan konsumsi masyarakat di era digital yang mengarah pada sharing informasi secara horizontal dan saling simultan (Gane & Beer, 2008). Oleh sebab itu, podcast dapat dikatakan sebagai implementasi yang mutakhir dari konsep tersebut.

#### **4.3 Tantangan Komunikasi Publik Bagian Prokompim Kabupaten Pemalang**

Cakupan komunikasi publik yang begitu luas menuntut praktisi humas untuk memahami dan menerapkan cara-cara baru yang lebih imajinatif terhadap pembentukan opini publik. Jika model komunikasi satu arah yang masih kerap dilakukan pemerintah dimana lebih banyak mengunggulkan dan bersifat menceritakan informasi yang menguntungkan pemerintah kepada masyarakat daripada mengedepankan transparansi pesan yang dituntut khalayak, maka peran humas pemerintah akan dianggap tidak lebih sebagai pelengkap dari manajemen pemerintah saja. Tantangan besar dalam mengembangkan berbagai model komunikasi yang berkualitas yakni bagaimana cara mengemas sebuah sistem pengelolaan dan pengemasan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat bisa akurat dan menarik (Ade Suhendar, 2020).

Dalam pembahasan komunikasi publik, James Grunig dan Hunt dalam bukunya *Managing Public Relations* (1984) memperkenalkan Teori Excellence Public Relations. Dalam menjalin hubungan dengan publik,

keduanya mengidentifikasi empat model yang diterapkan praktisi public relations, yakni:

1. Press Agency/Publisitas

Apabila praktik ini diterapkan, itu berarti proses penyampaian informasi bergerak satu arah (*one-way communication*) dari organisasi kepada publik. Pada model ini lebih banyak melakukan kampanye untuk tujuan publisitas media yang menguntungkan organisasi sebab pada dasarnya praktik ini merupakan kegiatan publisitas yakni upaya meraih perhatian dan liputan media.

2. Public Information

Tak berbeda jauh dengan model *press-agentry*, model ini juga menggunakan komunikasi satu arah. Tujuannya yaitu membangun kepercayaan publik melalui komunikasi satu arah dengan memberikan informasi kepada publik tetapi tidak mementingkan perubahan sikap mereka. Biasanya, organisasi cenderung untuk memberikan informasi mengenai organisasinya tanpa mepedulikan *feedback* dari publik.

3. Two-Way Asymmetric

Berbeda dengan dua model sebelumnya, model ini sesuai dengan namanya yang menggunakan komunikasi dua arah antara organisasi dengan publiknya. Meskipun begitu, model *two-way asymmetric* ini lebih mengarahkan strategi komunikasi organisasi agar publik beradaptasi dengan organisasi, bukan sebaliknya. Di sini praktisi public relations beranggapan dapat membantu organisasi memersuasi publik supaya berpikir dan bertindak seperti yang dikehendaki organisasi. Karena sifatnya, organisasi tidak berupaya untuk mengubah sikapnya tetapi berupaya mengubah sikap dan perilaku publiknya.

#### 4. Two-Way Symmetric

Model ini dianggap paling ideal sebab mengutamakan komunikasi secara penuh dengan publiknya serta fokus pada upaya membangun hubungan dan pemahaman bersama, bukan upaya untuk mempersuasi publik dengan berbagai cara. Dengan kata lain, model ini sangat memerhatikan *feedback* dari publiknya dan menganggap publiknya lebih dari sekadar publik.

Pada Bagian Prokompim, model komunikasi publik masih menggunakan model two-way asymmetric. Komunikasi yang terjalin melalui media sosial Facebook antara pemerintah dengan masyarakat sudah berjalan dua arah. Namun, penerapan komunikasi masih cenderung untuk mempengaruhi publik agar beradaptasi dengan instansi. Hal ini terlihat ketika masyarakat memberikan *feedback* berupa saran atau kritik, Prokompim tidak memberikan respon kembali berupa komentar balasan. Ini menunjukkan bahwa terlepas dari adanya respon masyarakat ataupun tidak, instansi berharap publik tetap bertindak, berpikir dan bersikap sesuai kehendak kebijakan pemerintah.

Model teori excellence merupakan gambaran praktisi humas dalam berkomunikasi dengan publiknya. Terlepas dari penggunaan model komunikasi dalam suatu organisasi, hal tersebut bergantung dengan faktor-faktor dan keadaan organisasi sendiri (Aulia Rachma, 2017). Dalam menghadapi tantangan, Bagian Prokompim mempunyai tekad untuk terus berinovasi sehingga tercapai “Bangga Pernalang” seperti jargon Bupati Pernalang saat ini.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan telah dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat diambil simpulan mengenai pemanfaatan media sosial sebagai platform komunikasi publik Pemkab Pemalang adalah sebagai berikut:

1. Bagian Prokompim telah menyelenggarakan aktivitas komunikasi publik pada era digital dengan memanfaatkan *new media* berupa media sosial. Media sosial yang intens digunakan yakni Facebook karena media sosial ini begitu populer sehingga memiliki banyak pengguna dari berbagai kalangan. Tidak hanya sebagai media hiburan, Facebook juga mulai dimanfaatkan lembaga pemerintah guna menyebarluaskan informasi pimpinan ketika membuka dan meresmikan suatu acara, menghadiri acara peringatan hari besar, melakukan peninjauan pembangunan fasilitas umum, hingga peresmian fasilitas umum tersebut maupun kebijakan-kebijakan terkait instansi.
2. Strategi yang dilakukan Bagian Prokompim dalam rangka meningkatkan *engagement* dengan masyarakat melalui media sosial Facebook diantaranya mendesainnya untuk menjaga dan meningkatkan reputasi lembaga melalui publikasi positif kegiatan pimpinan serta mengimplementasikan tren masyarakat saat ini yaitu melalui perencanaan pembuatan Podcast Bupati Pemalang.
3. Tantangan yang dihadapi instansi yakni Berinovasi agar pesan tidak monoton, mengembangkan strategi komunikasi agar lembaga menjadi media terdepan dalam melayani kebutuhan informasi publik dengan memberikan update hal-hal yang telah, sedang maupun rencana pemerintah secara *real time* melalui Facebook-nya, serta

mengembangkan model komunikasi two way asymmetric menjadi model komunikasi yang mampu membangun pemahaman bersama dengan memperhatikan *feedback* publik.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan telah dibahas pada bab sebelumnya, maka saran yang dapat diberikan mengenai pemanfaatan media sosial sebagai platform komunikasi publik Pemkab Pemalang adalah sebagai berikut:

1. Pengelolaan media sosial Facebook milik Prokompim perlu dimaksimalkan seperti memberikan update informasi secara *real time* terkait aktivitas pimpinan agar Prokompim sebagai sumber yang kredibel dapat menjadi lembaga terdepan dalam menyebarkan informasi kepada publik.
2. Terkait model komunikasi teori excellence PR, Prokompim masih perlu mengembangkan model komunikasi publik dengan mengutamakan komunikasi secara penuh terhadap publiknya serta fokus pada upaya membangun hubungan dan pemahaman bersama, seperti memberikan respon balik terhadap komentar dari masyarakat di media sosial Facebook sehingga memungkinkan media sosial tersebut menjadi platform untuk berdiskusi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bagja Waluya. (2007). *Sosiologi: Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat*. Bandung: PT Setia Purna Inves.
- Suprpto, Tommy. (2009). *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta: PT Buku Kita.
- Allifiansyah. (2015). *Podcast dan Teori Uses Gratifications*. Yogyakarta: UGM.
- Fitrah, Muh & Luthfiah. (2017). *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak.
- Rachmat, Kriyantono. (2017). *Teori-Teori PR Perspektif Barat & Lokal*. Jakarta: Kencana.
- Kominfo. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*. Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kominfo.
- Suprawoto. (2018). *Government PR: Perkembangan & Praktik di Indonesia*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Aditiawarman, Mac. (2019). *Hoax dan Hate Speech di Dunia Maya*. Tonggak Tuo: Lembaga Kajian Aset Budaya Indonesia.
- Gora, Radita. (2019). *Riset Kualitatif PR*. Surabaya: Jakad Publishing.
- Hariyanto, Eri & Desak Ketut J. (2019). *Komunikasi Publik Di Era Industri 4.0*. Jakarta: Jualin bukumu.
- Rosidah, Ilmiyatur & Badriyah Wulandari. (2019). *Belajar Penyiaran Daring*. Tuban: CV Mitra Karya.
- Uswatun, Khasanah. (2019). *Kepemimpinan Transformasional Dalam Manajemen Pendidikan Islam*. Surabaya: CV Jakad Publishing.
- Zakariah, M. Askari. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, Research and Development*. Kolaka: Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah.
- Juhji dkk. (2020). *Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Nazamuddin. (2020). *Memahami Makroekonomi Melalui Data dan Fakta*. Aceh: Syiah Kuala University Press.

- Prihadi, Dana. (2020). *Pengenalan Dasar Manajemen Publik Relasi*. Jogjakarta: KBM Indonesia.
- Rosemary, Rizanna. (2020). *PR Di Era Digital*. Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Salmiah dkk. (2020). *Online Marketing*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Supriadi, Dana. (2020). *Metode Riset Akuntansi*. Jogjakarta: Deepublish.
- Suryaningsum, Sri. (2020). *Strategi Pendanaan Penelitian Pada Perguruan Tinggi Untuk Meningkatkan Kinerja Penelitian*. Klaten: Nugra Media.
- Irawan, Ade. (2021). *Strategi Kebijakan Perizinan Terpadu*. Jogjakarta: Bintang Pustaka Madani.

Sumber Jurnal:

- Febriananingsih. (2012). 'Keterbukaan Informasi Publik Dalam Pemerintahan Terbuka Menuju Tata Pemerintahan yang Baik'. *Rechtsvinding*. Vol 1. No 1. 10 April 2021.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni. (2017). 'Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi'. *Tirtayasa Ekonomika*. Vol 12. No 2. 25 Maret 2021.
- Sajidan. (2017). 'Forum Komunikasi Pengembangan Profesi Pendidik Kota Surakarta'. *Dwija Utama*. Vol 9. Edisi 35. 7 April 2021.
- Suhendar. (2020). 'Keterbukaan Informasi Publik Bentuk Keseriusan Pemerintah Menuju Good Governance'. *Wacana Kinerja*. Vol 13. No 2. 2 Mei 2021.

Sumber Internet:

- Om Makplus. 2015. "Definisi Pemanfaatan". 23 Maret 2021.
- Aulia rachma. 2017. "Teori-teori Dalam PR". 18 April 2021.
- Hildha Withia. 2017. "Komunikasi Publik". 25 Maret 2021.
- Andi Link. 2020. "Hootsuite: Indonesia Digital Report 2020". 24 Mei 2021.
- Pakar Komunikasi. 2020. "15 Teori Komunikasi Publik Menurut Para Ahli". 21 Maret 2021.
- Dosen Pendidikan 2. 2021. "Pengertian Pembangunan Menurut Para Ahli". 4 Juni 2021.

## LAMPIRAN

### Lampiran A

#### INTERVIEW GUIDE

Informan 1: Rizki Novitasari S.I.Kom.,M.M selaku Kepala Subbagian Dokumentasi Pimpinan

1. Bagaimana tanggapan Bapak/Ibu tentang keberadaan praktik cyber public relations pada era digital seperti saat ini?
2. Terkait dengan aktivitas cyber public relations, saluran media sosial apa saja yang dimiliki oleh Bagian Prokompim dalam kegiatan komunikasi publik?
3. Untuk keberadaan akun media sosial di instansi pemerintah itu merupakan bagian dari inisiatif instansi atau perintah pimpinan?
4. Apakah setiap media sosial yang terdapat di Bagian Prokompim memiliki pelaksana/staf admin masing-masing?
5. Dari beberapa platform media sosial tersebut, jenis media sosial mana yang lebih sering melakukan update informasi?
6. Mengapa lebih intens menggunakan media sosial tersebut dalam kegiatan komunikasi publik?
7. Jenis informasi apa saja yang dibagikan oleh Bagian Prokompim kepada publik melalui media sosial Facebook?
8. Lalu adakah hambatan yang dialami Bagian Prokompim dalam kegiatan komunikasi publik melalui media sosial Facebook?
9. Jadi tantangan apa yang dihadapi Bagian Prokompim dalam menyelenggarakan komunikasi publik?
10. Adakah target/harapan yang ingin diraih dari aktivitas komunikasi publik melalui media sosial Facebook (misal: meningkatkan *awareness* maupun mendapatkan dukungan publik)?

Informan 2: Urip Supriyadi, A.Md selaku admin pelaksana media sosial Facebook milik Bagian Prokompim Kabupaten Pematang.

1. Sejak kapan akun Facebook milik Prokompim yang dimanfaatkan sebagai media komunikasi publik tersebut dibuat?
2. Bagaimana mekanisme pengelolaan media sosial Facebook mulai dari merancang pesan hingga informasi tersebut disebarluaskan?
3. Apakah Bagian Prokompim selalu melakukan penyebaran informasi pada hari yang sama misalnya ketika pimpinan melaksanakan agenda kegiatan?
4. Hal-hal apa saja yang perlu disertakan dalam penulisan *caption*/keterangan untuk memberikan kejelasan terhadap informasi tersebut?
5. Lalu gaya bahasa (formal/informal) seperti apa yang selama ini digunakan Bagian Prokompim dalam berkomunikasi dengan publik di media sosial Facebook?
6. Selain itu, apa saja syarat foto yang baik dan pantas untuk dibagikan kepada publik di media sosial Facebook untuk melengkapi pesan?
7. Apakah terdapat respon dari publik berupa komentar di media sosial Facebook pada setiap unggahan yang dilakukan?
8. Jika respon itu berupa keluhan, bagaimana prosedur penanganannya?
9. Bagaimana strategi yang dilakukan Bagian Prokompim untuk menciptakan komunikasi dua arah serta meningkatkan *engagement* melalui media sosial? Misalnya seperti mengakhiri unggahan dengan pertanyaan ringan terkait isi informasi supaya publik merasa dilibatkan di dalamnya?
10. Atau apakah Bagian Prokompim pernah berkolaborasi dengan *influencer* lokal sebagai salah satu strategi yang dilakukan?

## Lampiran B

### TRANSKRIP WAWANCARA

Informan 1: Rizki Novitasari S.I.Kom.,M.M selaku Kepala Subbagian Dokumentasi Pimpinan

1. Bagaimana tanggapan Bapak/Ibu tentang keberadaan praktik cyber public relations pada era digital seperti saat ini?

*Jawab: Kita saat ini sudah memasuki revolusi industri 4.0 yang semua serba digital jadi tentunya kita juga harus cepat menyesuaikan. Cyber PR menurut saya sangat efektif dalam melakukan komunikasi dan kegiatan sarana promosi dan juga korporat. Kelebihannya biaya lebih murah, jangkauan lebih luas dan pesan cepat tersampaikan kepada masyarakat. Kami di birokrasi juga harus beradaptasi dengan pengelolaan hubungan dan penyebaran informasi melalui dunia maya sehingga masyarakat dapat melihat aktivitas pemerintahan kapanpun tanpa dibatasi ruang dan waktu.*

2. Terkait dengan aktivitas cyber public relations, saluran media sosial apa saja yang dimiliki oleh Bagian Prokompim dalam kegiatan komunikasi publik?

*Jawab: Prokompim mempunyai media sosial Instagram dan Facebook.*

3. Untuk keberadaan akun media sosial di instansi pemerintah itu merupakan bagian dari inisiatif instansi atau perintah pimpinan?

*Jawab: Alur di birokrasi merupakan sinergi antara pimpinan dan staf. Untuk media sosial sendiri, pimpinan memberikan perintah dan petunjuk agar semua organisasi perangkat daerah menyebarluaskan informasi seluas-luasnya kepada masyarakat. Dari perintah itu dijabarkan oleh bawahan membuat akun media sosial dengan memilih platform mana yang akan digunakan.*

4. Apakah setiap media sosial yang terdapat di Bagian Prokompim memiliki pelaksana/staf admin masing-masing?

Jawab: *Iya benar. Masing-masing media sosial tersebut punya admin tersendiri. Untuk Facebook dipegang oleh Pak Urip, sementara Instagram dipegang oleh Mas Surya.*

5. Dari beberapa platform media sosial tersebut, jenis media sosial mana yang lebih sering melakukan update informasi?

Jawab: *Facebook yang lebih aktif untuk mengupdate informasi.*

6. Mengapa lebih intens menggunakan media sosial tersebut dalam kegiatan komunikasi publik?

Jawab: *Mengapa Facebook dipilih karena menurut saya Facebook merupakan situs media sosial terbesar, punya pengikut paling banyak dan punya penggemar fanatik. Jadi Facebook dapat lebih banyak menjangkau masyarakat sehingga informasi tersebar lebih luas.*

7. Jenis informasi apa saja yang dibagikan oleh Bagian Prokompim kepada publik melalui media sosial Facebook?

Jawab: *Karena Prokompim itu Bagian ya, jadi untuk Prokompim sendiri khusus menyebarkan informasi mengenai kegiatan Bupati dan Wakil Bupati sehingga indikator kami yaitu semua kegiatan pimpinan dapat diketahui oleh masyarakat....*

8. Lalu adakah hambatan yang dialami Bagian Prokompim dalam kegiatan komunikasi publik melalui media sosial Facebook?

Jawab: *Sampai saat ini belum ada hambatan yang berarti.*

9. Jadi tantangan apa yang dihadapi Bagian Prokompim dalam menyelenggarakan komunikasi publik?

Jawab: *Untuk tantangannya sendiri itu terus berpikir bagaimana cara berinovasi lagi agar tidak monoton dan pesan-pesannya dapat lebih diterima. Selain itu juga untuk mengubah perspektif karena keingintahuan masyarakat mengenai pemerintah yang cenderung kurang.*

10. Adakah target/harapan yang ingin diraih dari aktivitas komunikasi publik melalui media sosial Facebook (misal: meningkatkan *awareness* maupun mendapatkan dukungan publik)?

Jawab: *Iya betul sekali mbak, medsos itu merupakan sarana untuk mempromosikan dan menyebarkan program dan kebijakan pemerintah. Harapannya banyak masyarakat yang merespon positif dengan memberikan dukungan terhadap kebijakan-kebijakan yang diambil. Selanjutnya, bisa meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah sehingga meningkatkan citra pemerintah.*

Informan 2: Urip Supriyadi, A.Md selaku admin pelaksana media sosial Facebook milik Bagian Prokompim Kabupaten Pematang Jaya.

1. Sejak kapan akun Facebook milik Prokompim yang dimanfaatkan sebagai media komunikasi publik tersebut dibuat?

Jawab: *Itu dibuat tanggal 13 Februari 2016, berarti pas pemerintahannya Pak Bupati Junaedi.*

2. Bagaimana mekanisme pengelolaan media sosial Facebook mulai dari merancang pesan hingga informasi tersebut disebarluaskan?

Jawab: *Di setiap kegiatan Bupati dan Wakil Bupati selalu ada petugas dari dokumentasi pimpinan yang mengikuti dan mendokumentasikan baik foto maupun video, setelah selesai file melalui proses editing dan disimpan. Masing-masing pengelola sudah diberikan arahan mengenai materi postingan sehingga bisa langsung mengolah pesan dan memposting untuk penyebarluasan informasi.*

3. Apakah Bagian Prokompim selalu melakukan penyebarluasan informasi pada hari yang sama misalnya ketika pimpinan melaksanakan agenda kegiatan?

Jawab: *Facebook-nya Prokompim selalu berusaha memberikan informasi secara real time, tetapi kadang terbentur dengan banyaknya kegiatan sehingga tidak sempat memberikan update dengan segera.*

4. Hal-hal apa saja yang perlu disertakan dalam penulisan *caption*/keterangan untuk memberikan kejelasan terhadap informasi tersebut?

Jawab: *Pada caption yang perlu ditulis itu tanggal dan waktu, tempat kegiatannya dimana, pejabat yang hadir siapa saja. Kemudian, diberi sedikit penjelasan mengenai kegiatannya itu tentang apa.*

5. Lalu gaya bahasa (formal/informal) seperti apa yang selama ini digunakan Bagian Prokompim dalam berkomunikasi dengan publik di media sosial Facebook?

Jawab: *Kalau bahasa yang sering digunakan itu lebih ke formal karena istilahnya untuk tetap menjaga wibawa pimpinan, tapi kadang juga perlu memperhatikan situasi supaya tidak kaku jadi informasi tetap menarik bagi masyarakat.*

6. Selain itu, apa saja syarat foto yang baik dan pantas untuk dibagikan kepada publik di media sosial Facebook untuk melengkapi pesan?

Jawab: *Foto yang diambil merupakan foto jurnalistik, foto yang mampu bercerita dengan memperhatikan unsur EDFAT yaitu Entire, Detail, Frame, Angle, dan Time.*

7. Apakah terdapat respon dari publik berupa komentar di media sosial Facebook pada setiap unggahan yang dilakukan?

Jawab: *Iya postingan cukup sering mendapatkan respon dari masyarakat.*

8. Jika respon itu berupa keluhan, bagaimana prosedur penanganannya?

Jawab: *Untuk aduan masyarakat ada kanalnya sendiri dan itu ranahnya Diskominfo, bukan ranah kami. Selama ini respon dari masyarakat di medsos sebatas komentar ringan bukan berupa aduan. Kalaupun nanti ada aduan yang istilahnya salah kamar yang masuk di medsos kita, prosedurnya kami tag atau diteruskan di kanal resmi untuk ditindak lanjuti.*

9. Bagaimana strategi yang dilakukan Bagian Prokompim untuk menciptakan komunikasi dua arah serta meningkatkan *engagement* melalui media sosial? Misalnya seperti mengakhiri unggahan dengan pertanyaan ringan terkait isi informasi supaya publik merasa dilibatkan di dalamnya?

Jawab: *Soal itu kami saat ini kami sedang berencana untuk membuat podcast Bupati Pematang yang nantinya akan ditayangkan pada media*

*sosial Prokompim. Karena kami lihat sekarang podcast banyak dinikmati kaum muda, jadi harapannya mereka bisa turut mengikuti perkembangan apa yang ada di pemerintahan melalui podcast itu*

10. Atau apakah Bagian Prokompim pernah berkolaborasi dengan *influencer* lokal sebagai salah satu strategi yang dilakukan?

*Jawab: Belum, belum pernah berkolaborasi. Mungkin itu nanti bisa jadi masukan di Podcast Bupati Pemalang sedang kami konsep untuk berkolaborasi dengan influencer lokal.*

## Lampiran C

### SURAT IZIN PENELITIAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
**UNIVERSITAS DIPONEGORO**  
LEMBAGA PROGRAM STUDI DI LUAR KAMPUS UTAMA  
(LPSDKU)

Jl. Prof. Soedarto, SH.  
Tembalang Semarang Kode Pos 50275  
[www.psdku.undip.ac.id](http://www.psdku.undip.ac.id) |  
[email.psdku@ive.undip.ac.id](mailto:email.psdku@ive.undip.ac.id)

Nomor : 332/UN7.6.3/AK/2020  
Lampiran :  
Hal : Ijin Penelitian

Yth Sekretaris Daerah Kabupaten Pemalang  
c.q. Kepala Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokompim) Sekretaris Daerah  
Kabupaten Pemalang

Dalam rangka mempersiapkan mahasiswa PSDKU Universitas Diponegoro mengenal praktik  
bisnis/organisasi dan membandingkannya dengan teori yang diperoleh selama kuliah, maka  
kami mendorong mahasiswa untuk melakukan kegiatan penelitian pada perusahaan atau  
instansi pemerintah.

Kami selaku pihak lembaga memohon dapat diizinkan melaksanakan Penelitian pada  
perusahaan/instansi yang Saudara pimpin, bagi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Sriatun  
NIM : 40011218060012  
Program Studi : D3 Hubungan Masyarakat  
Alamat Rumah : Jl. Desa Gondang Rt 18/Rw 04, Kecamatan Taman,  
Kabupaten Pemalang  
No. Telepon/HP : 083822386829  
Alamat Email : [sriatun2360@gmail.com](mailto:sriatun2360@gmail.com)

Demikian permohonan kami dan atas segala bantuan serta kerja sama yang baik kami  
ucapkan terima kasih.

Semarang, 12 April 2021

Ketua Lembaga Pengelola PSDKU UNDIP



Dr. Redyanto Noor, M. Hum.  
NIP. 195903071986031002

Catatan: Form surat izin dibuat dalam satu halaman dan berformat PDF, berkas asli dikirim ke  
PSDKU