PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminsitrasi dan Pelayanan Publik
Universitas Bina Taruna Gorontalo
Volume 11 Nomor 3, 2024

OPTIMALISASI TEKNOLOGI DIGITAL DALAM AKTIVITAS *PUBLIC RELATIONS*

Siti Osa Kosassy[1], Putra Chaniago[2], Yenni Jufri[3], F. Yasmeardi[4], Mukti Diapepin[5]
STIA LPPN PADANG
sitiosa@stia-lppn.ac.id1, putra.uinsuka2020@gmail.com2, yennijufri@stia-lppn.ac.id3, f.yasmeardi@stia-lppn.ac.id4, muktidiapepin@stia-lppn.ac.id5

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan Humas pada sebuah lembaga sebagai salah satu strategi membangun citra lembaga dengan mengoptimalkan fungsi teknologi digital. Humas seyogyanya memiliki jaringan dan relasi yang luas untuk dapat menyampaikan informasi, edukasi dan promosi. Namun seiring perkembangan teknologi dan arus informasi di masyarakat, aktivitas komunikasi publik yang dilakukan oleh Humas juga mengalami berbagai tantangan yang harus dihadapi. Tantangan dalam komunikasi publik tersebut diantaranya persaingan dalam menghadapi digitalisasi informasi berupa penggunaan internet dalam aktivitas komunikasi yang dilakukan. Oleh sebab itu, untuk menunaikan peran dan fungsi humas pemerintahan sebagai komunikator publik, maka tantangan tersebut sekaligus menjadi peluang sebagai sarana dalam melaksanakan fungsi pokok Humas dengn optimalisasi teknologi digital. Pada artikel ini, penulis melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana optimalisasi tekonologi digital dalam aktivitas *public relations*. Jenis penelitian pada artikel ini yaitu deskriptif kualitatif. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa Pemerintahan Kota Pariaman mengoptimalkan teknologi digital dalam melaksanakan fungsi pokok humas pemerintah kota Pariaman diantaranya, (1) Dalam menyebarkan informasi mengenai kebijakan dan program pemerintah; (2) Melakukan pelayanan pada publik; dan (3) Menjembatani kepentingan lembaga dan publiknya melalui menampung aspirasi dan memperhatikan keinginan publik.

Kata Kunci**: Teknologi, Digital, Public, Relations**

ABSTRACT

This research aims to determine the role of Public Relations in an institution as a strategy to build the institution's image by optimizing the function of digital technology. Public relations should have a wide network and relationships to be able to convey information, education and promotions. However, along with developments in technology and the flow of information in society, public communication activities carried out by Public Relations also experience various challenges that must be faced. Challenges in public communication include competition in facing the digitalization of information in the form of using the internet in communication activities. Therefore, to fulfill the role and function of government public relations as a public communicator, this challenge also becomes an opportunity as a means of carrying out the main function of public relations by optimizing digital technology. In this article, the author

Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat ISSN: 2008-1894 (Offline)
Universitas Bina Taruna Gorontalo ISSN: 2715-9671 (Online)

conducted research aimed at finding out how to optimize digital technology in public relations activities. The type of research in this article is descriptive qualitative. The results of this research show that the Pariaman City Government optimizes digital technology in carrying out the main public relations functions of the Pariaman City Government including, (1) in disseminating information about government policies and programs; (2) Performing services to the public; and (3) Bridging the interests of the institution and the public by accommodating aspirations and paying attention to public desires.
*Keywords**: Technology, Digital, Public, Relations***

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan, lembaga dan organisasi, baik itu pemerintahan maupun swasta, memiliki salah satu divisi yaitu Humas yang tujuannya adalah untuk membuat perusahaan, lembaga, dan organisasi semakin lebih dikenal di seluruh masyarakat. Peranan Humas pada sebuah lembaga sangat penting terutama sebagai salah satu strategi membangun citra lembaga. Menurut Widjaja (2008), Hubungan Masyarakat disebut juga *public relations* (purel), dengan ruang lingkup (*scope*) kegiatan yang menyangkut baik individu ke dalam, maupun individu keluar dan semua kegiatan diselenggarakan dalam rangka pelaksanaan tugas dan fungsi masing-masing lembaga atau organisasi.

Hubungan masyarakat (Humas) adalah satu bagian terpenting dan tidak dapat terpisahkan dari setiap lembaga baik itu lembaga pemerintahan, lembaga pendidikan maupun perusahaan. Humas pada suatu lembaga merupakan garda terdepan dalam membangun citra, terutama dalam membangun citra positif di masyarakat. Oleh sebab itu, untuk dapat melaksanakan tugas strategis yang dimiliki maka Humas memerlukan keluasan jaringan dan memperbanyak relasi. Adanya bagian kehumasan pada lembaga memiliki peranan yang begitu penting, sebab fungsi utama humas tersebut adalah sebagai penjaga stabilitas lembaga berupa manajemen krisis, memilihara reputasi baik, dan menjaga kondusifitas dalam lingkungan kerja.

Pada lembaga pemerintahan, Humas berperan sebagai penyedia layanan komunikasi dan informasi pemerintahan secara resmi, yang dimulai dengan pusat informasi publik dan meluas ke jalinan hubungan antara staf internal dengan media. Staf Humas memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang utuh dan menyeluruh tentang rencana kebijakan dan rencana kegiatan program kerja, maka kegiatan humas berfungsi sebagai kegiatan untuk menyebarkan informasi baik secara internal maupun eksternal (Ni Luh Putu Ening Permini & I Made Wahyu Kusuma Atmaja, 2022). Artinya, humas itu sendiri memiliki posisi yang strategis yaitu menjembatani antara pemimpin, bawahan dan publik mengenai aktivitas lembaga yang sesuai dengan preverensi publik.

Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat ISSN: 2008-1894 (Offline)
Universitas Bina Taruna Gorontalo ISSN: 2715-9671 (Online)

Perbedaan humas pada lembaga pemerintahan dan lembaga swasta adalah pada orientasi dan tujuannya. Humas pada lembaga perusahaan atau swasta bertujuan untuk memperoleh keuntungan atau provit. Sedangkan humas pemerintahan kegiatannya terbatas pada memberikan pengertian, menyadarkan masyarakat akan hal-hal yang berkaitan dengan kebijaksanaan, peraturan serta keputusan yang dikeluarkan pemerintah. Oleh sebab itu, Humas bertanggung jawab dalam menyebarluaskan, mensosialisasikan segala kebijakan dan peraturan yang dikeluarkan untuk sampai kepada publik. Namun selain itu, Humas pemerintah juga bertugas memberikan dukungan, nasehat dan menjemput aspirasi masyarakat untuk dapat disampaikan kepada atasannya.

Menurut Scoot M. Cutlip, H. Center Allen, and Glen M Broom dalam (Damayanti & Ningsih, 2020), Dalam manajemen dan tata kelola pada suatu lembaga atau organisasi, Humas memiliki fungsi melakukan penilaian terhadap sikap publik, melakukan identifikasi terhadap suatu kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi yang berorientasi pada kepentingan publik, serta melakukan perencanaan dan melaksanakan program kegiatan yang bertujuan untuk meraih pengertian serta mendapatkan dukungan publik. Hal tersebut mengisyaratkan bahwa, komunikasi yang dilakukan oleh Humas umpama ruh yang menjadi motor demi tercapainya tujuan sebuah lembaga atau organisasi.

Sebelumnya terdapat riset yang dilakukan sebagai kajian pustaka pada penelitian ini yang dilakukan oleh akademisi, diantaranya bertujuan untuk melihat bagaimana tanggung jawab Humas, peran Humas, dan fungsi humas pada lembaga baik itu lembaga atau perusahaan milik pemerintahan maupun milik swasta. Pertama riset yang dilakukan oleh Ni Luh Putu Ening Permini & I Made Wahyu Kusuma Atmaja (2022), yang mendeskripsikan peran yang telah berhasil dilakukan oleh Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Kabupaten Badung dalam kegiatan penerbitan melalui media online, penelitian ini menggunakan empat variabel peran Humas menurut Dozier & Broom yaitu expert advisor, fasilitator komunikasi, pemecahan masalah, dan teknisi komunikasi.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Damayanti & Ningsih (2020), Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana digital Humas Pemerintah dalam menyampaikan informasi edukasi pencegahan Covid-19 di Indonesia. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah 7-Cs *public relations communication, terdiri dari; credibilty, contex, content, clarity, continuity and consistency, channels, capability of the audinence*.

Kemudian penelitian yang sama juga pernah dilakukan oleh Herlina (2019). Pada penelitian tersebut ia menemukan bahwa strategi komunikasi *Public Relations* di Bagian Humas Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Malang adalah dengan

Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat ISSN: 2008-1894 (Offline)
Universitas Bina Taruna Gorontalo ISSN: 2715-9671 (Online)

melaksanakan dua komunikasi yaitu komunikasi internal dan komunikasi external. Kemudian ia juga menemukan hambatan-hambatan dalam tugas *Public Relation* di Bagian Humas Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Malang yaitu adanya sumber daya yang masih kurang memadai, besarnya biaya yang diperlukan serta kesulitan dalam kreatifitas. Sehingga upaya yang dilakukan untuk mencapai tujuan Humas Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Malang dalam membentuk citra pemerintahan maka diperlukan kerja keras, disiplin yang tinggi, kemampuan dan keahlian yang profesional dalam bidang *Public Relation*.

LANDASAN TEORI

Pengertian Hubungan Masyarakat

Humas atau hubungan masyarakat merupakan terjemahan bebas dari istilah *Public Relations*/PR atau bisa disebut juga *Human Relations*/PR. Menurut Widjaja (2008), Hubungan Masyarakat disebut juga *public relations* (purel), dengan ruang lingkup (*scope*) kegiatan yang menyangkut baik individu ke dalam, maupun individu keluar dan semua kegiatan diselenggarakan dalam rangka pelaksanaan tugas dan fungsi masing-masing lembaga atau organisasi.

Hubungan masyarakat, atau sering disingkat humas adalah seni menciptakan pengertian publik yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap individu/organisasi. Istilah humas juga memiliki pengertian yang luas dan populer digunakan dalam rangka menyampaikan berbagai informasi yang penting, baik dalam konteks pemerintahan, perusahaan maupun perkantoran.

Hubungan masyarakat (humas) atau *public relations* adalah sebuah profesi yang sangat penting adanya dalam sebuah lembaga, perusahaan, atau organisasi baik pemerintah maupun swasta. Sebagaimana pentingnya komunikasi dalam kehidupan manusia, maka humas adalah agen komunikasi dalam suatu lembaga yang bertugas sebagai komunikator internal maupun komunikator eksternal. Selain itu, Humas memiliki peran yang sangat vital dalam membangun citra positif lembaga dengan kemampuannya membangun opini publik terhadap lembaga. Oleh sebab itu, perlu adanya penjelasan apa saja ruang lingkup humas dan apa saja fungsi humas dalam sebuah lembaga.

Ruang Lingkup dan Fungsi Humas

Untuk mengetahui apa saja ruang lingkup humas dan apa saja fungsi humas dalam sebuah lembaga. Maka penulis merujuk kepada pendapata para ahli, diantaranya terdapat penjelasan Kriyantono (2008 : 23-25), menurutnya secara sederhana ruang lingkup pekerjaan yang biasa dilakukan oleh Humas atau *Public relations*, yaitu:

a. Publication & Publicity

Mengenalkan perusahaan kepada publik. Misalnya membuat tulisan yang disebarkan ke media, newsletter, artikel, dan lainnya.

Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat ISSN: 2008-1894 (Offline)
Universitas Bina Taruna Gorontalo ISSN: 2715-9671 (Online)

b. Events

Mengorganisasi event atau kegiatan sebagai upaya membentuk citra.

c. News

Pekerjaan seorang public reletions adalah menghasilkan produk-produk tulisan yang sifatnya menyebarkan informasi kepada publik, seperti press release, newsletter, berita, dan lain-lain.

d. *Community involvement*.

Public reletions mesti membuat program-program yang ditujukan untuk menciptakan keterlibatan komunitas atau masyarakat.

e. *Identity-Media*

Merupakan pekerjaan public reletions dalam membina hubungan dengan media (pers) untuk memperoleh publisitas media.

f. Lobbying

Public reletions sering melakukan upaya persuasi dan bernegoisasi dengan berbagai pihak.

g. Social investement

Pekerjaan public reletions untuk membuat program-program yang bermanfaat bagi kepentingan dan kesejahteraan sosial.

Fungsi humas dalam sebuah lembaga dapat menjadi sarana untuk mengoptimalkan pelayanan publik khususnya dalam penyebaran informasi. Sehingga jika dilakukan secara optimal, fungsi humas dapat meningkatkan kinerja lembaga juga kepercayaan publik.

Kemudian Rosadi Ruslan (2007) menyebutkan ruang lingkup tugas PR dalam sebuah organisasi lembaga antara lain meliputi aktivitas sebagai berikut: 1. Membina hubungan ke dalam (publik internal) Yang dimaksud dengan publik internal adalah publik yang menjadi bagian dari unit/badan/ perusahaan atau organisasi itu sendiri. 2. Membina hubungan keluar (publik eksternal) Yang dimaksud publik eksternal adalah publik umum (masyarakat luas).

Menurut pakar humas internasional, Cutlip & Centre, and Canfield dalam (Betty Wayu Nila, 2012), fungsi humas dapat dirumuskan sebagai berikut: a. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen lembaga/organisasi); b. Membina hubungan hubungan yang harmonis antara badan/organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran; c. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi, dan tanggapan masyarakat terhadap badan/organisasi yang diwakilinya, atau sebaliknya; d. Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbang saran kepada pimpinan manjemen demi tujuan dan manfaat bersama' e. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, dan

Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat ISSN: 2008-1894 (Offline)
Universitas Bina Taruna Gorontalo ISSN: 2715-9671 (Online)

mengatur arus informasi, publikasi, serta peran dari badan/organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak.

Cutlip dan center dalam (Kriyantono, 2008) juga menyebutkan bahwa fungsi *public relations* adalah sebagai berikut: a. Menunjang kegiatan manajemen dan mencapai tujuan organisasi; b. Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari perusahaan kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada Perusahaan; c. Melayani publik dan memberikan nasehat kepada pimpinan perusahaan untuk kepentingan umum; d. Membina hubungan secara harmonis antara perusahaan dan publik, baik internal maupun eksternal

Dari beberapa penjelasan diatas, maka Humas atau *public relations* dapat dikatakan berfungsi apabila dia mampu melakukan tugas dan kewajibannya dengan baik, berguna untuk menunjang tujuan perusahaan dan menjamin kepentingan publik.

Tujuan Humas

Tujuan humas adalah untuk menciptakan membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi lembaga atau organisasi di satu pihak dan dengan publik di lain pihak dengan komunikasi yang harmonis dan timbal balik. Pada dasarnya, humas adalah kegiatan yang bertujuan memperoleh goodwill, kepercayaan, saling adanya pengertian dan citra yang baik dari publik atau masyarakat pada umumnya.

Menurut Neni Yulianita (2001), tujuan humas atau *public relations* secara umum/universal terbagi kepada empat hal, yakni menciptakan, memelihara dan meningkatkan citra yang baik, serta memperbaiki citra jika citra organisasi menurun/rusak.

Secara garis besar, tujuan humas menyangkut tiga hal, yaitu:

a. Reputasi dan Citra.
   Tugas humas tidak lepas dari reputasi dan citra, dengan asumsi bahwa citra yang positif akan berkaitan dengan semakin tingginya akses publik terhadap output dari perusahaan tersebut.
b. Jembatan komunikasi.
   Humas menjadi komunikator dan mediator organisasi dengan lingkungannya.
c. Mutual benefit relationship
   Yaitu humas harus menjamin kepada publik bahwa perusahaan berada di dalam operasinya memiliki niat baik dalam berbisnis yang diwujudkan dalam tanggungjawab sosial yang diekspresikan melalui hubungan yang saling menguntungkan di antara perusahaan dan publiknya.

Pada dasarnya, humas adalah kegiatan yang bertujuan memperoleh *goodwill*, kepercayaan, saling adanya pengertian dan citra yang baik dari publik atau masyarakat pada umumnya.

Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat ISSN: 2008-1894 (Offline)
Universitas Bina Taruna Gorontalo ISSN: 2715-9671 (Online)

Humas di Pemerintahan

Menurut Betty Wayu Nila (2012), kegiatan kehumasan di instansi pemerintah hampir seluruhnya sama yaitu, peliputan dan pendokomentasian kegiatan pimpinan, penyebarluasan informasi melalui jumpa pers, sosialisasi, penyusunan pidato, penerbitan majalah, menulis press release, periklanan di media massa, membuat kliping berita, dan melayani pers. Di lingkungan pemerintah daerah, humas juga melakukan siaran keliling.

Humas di Pemerintahan memiliki peran yang sangat strategis dalam mendukung tercapainya program pemerintah yang sedang dijalankan. Peran humas sebagai komunikator yang akan memberikan informasi, mendidik, sosialisasi dan promosi berbagai program pemerintah

Namun seiring perkembangan teknologi dan arus informasi di masyarakat, aktivitas komunikasi publik juga mengalami berbagai tantangan yang harus dihadapi. Tantangan dalam komunikasi publik diantaranya persaingan dalam menghadapi digitalisasi informasi berupa penggunaan internet dalam aktivitas komunikasi yang dilakukan. Oleh sebab itu, untuk mengoptimalkan peran dan fungsi sebagai komunikator publik, maka tantangan tersebut sekaligus menjadi peluang sebagai sarana dalam memberikan informasi, edukasi dan persuasi masyarakat.

Komunikasi Publik

Komunikasi adalah hubungan kontak antara manusia baik individu maupun kelompok. Stanley J. Baran (2009 : 4), menyebutkan *communication is the transmission of a massage from a source to a receiver*. Dalam kehidupan sehari-hari komunikasi adalah bagian dari kehidupan manusia. Komunikasi sangat berpengaruh terhadap hubungan manusia, terutama untuk bagian humas dalam menjalankan tugas dan fungsinya yaitu menjalin komunikasi ke dalam maupun keluar.

Deddy Mulyana (2008 : 3) mengatakan, komunikasi adalah proses berbagi makna melalui perilaku verbal dan nonverbal. Segala perilaku dapat disebut komunikasi jika melibatkan dua orang atau lebih. Komunikasi didefinisikan Stephen W. Littlejohn & Karena A Foss, (2011 : 5) sebagai situasi adanya sumber yang mengirimkan sebuah pesan kepada penerima dengan tujuan tertentu untuk memengaruhi perilaku penerima. Selain itu, komunikasi pada umumnya diartikan sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan, atau diartikan pula sebagai saling tukar-menukar pendapat (H.A.W Widjaja, 2000). Berdasarkan pendapat para ahli ilmu komunikasi tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi adalah proses pengiriman pesan dengan menggunakan sebuah sumber yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan sebuah saluran dan mengharapkan adanya sebuah hasil.

Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat ISSN: 2008-1894 (Offline)
Universitas Bina Taruna Gorontalo ISSN: 2715-9671 (Online)

Kemudian ada sebuah aktivitas komunikasi yang dilakukan kepada publik atau khalayak yang jumlahnya banyak yang dikenal dengan komunikasi publik. Komunikasi publik memiliki karakteristik yang unik sehingga membedakannya dengan aktivitas komunikasi pada umumnya. Daintaranya dinamika khalayak, penggunaan bahasa yang mudah dipahami khalayak, dan karakter utamanya adalah komunikasi publik berorientasi pada sumber pesan yang lebih mendominasi terjadinya proses komunikasi, artinya seorang komunikator publik bertindak sebagai poros dalam aktivitas komunikasi dan menjalankan beberapa fungsinya yaitu memberikan informasi, edukasi, dan promosi.

Tujuan dari adanya komunikasi publik sendiri adalah dalam rangka menyampaikan informasi kepada masyarakat terkait dengan kepentingan bersama atau kepentingan publik. Selain itu aktivitas komunikasi publik juga dilakukan sebagai upaya membangun relasi atau hubungan yang baik dengan masyarakat. Secara umum, komunikasi publik memiliki tujuan integrasi dan interkoneksi yaitu saling berkaitan dan saling mendukung dalam terlaksananya program sebuah kelembagaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena yang ada sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data (D. M. A. Mulyana, 2013). Sementara itu, penelitian ini menggunakan metode deskriptif.

Adapun dalam pengumpulan data yaitu dengan studi dokumentasi. Dokumentasi tersebut diambil dari sejumlah media yang dimiliki oleh Pemerintah Kota Pariaman. Mengingat di era revolusi teknologi komunikasi dan informasi ini, tentunya Pemerintah Kota Pariaman tidak terlepas dari penggunaan teknologi komunikasi dalam melaksanakan komunikasi publik terutama dalam melaksanakan peran dan fungsi pokok humas atau *public relations*.

Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data model interaktif miles dan hubermen. Adapun tahapan dalam teknis analisis data ini yaitu pengumpulan data, penulis terfokus kepada data-data berupa *capture* dan *screenshot* dari media teknologi digital dalam komunikasi publik. Jika terdapat informasi yang sesuai dengan kebutuhan penelitian, maka penulis akan langsung mereduksi data tersebut. Setelah data direduksi, kemudian data-data diolah dan disusun menjadi sebuah gambar bagan fungsi pokok humas yang dilakukan oleh pemerintahan kota Pariaman di era teknologi digital.

Kemudian dalam viliditas data menggunakan teknik triangulasi. Teknik triangulasi ini adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu, untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data yang telah ada sebelumnya. Adapun teknik triangulasi yang penulis lakukan adalah dengan triangulasi sumber.

Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat ISSN: 2008-1894 (Offline)
Universitas Bina Taruna Gorontalo ISSN: 2715-9671 (Online)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada masa ini telah terjadi berbagai perubahan yang dilakukan disegala sektor kehidupan dalam rangka beradaptasi dengan revolusi teknologi komunikasi dan digitalisasi informasi. Tidak bisa dipungkiri, bahwa dalam aktivitas komunikasi publik juga mengalami perubahan. Sebagaimana yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Pariaman melalui dinas komunikasi dan informasi. Dalam rangka memberikan informasi, edukasi dan promosi kepada masyarakat, maka mereka memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Hal ini bisa dilihat dari penggunaan website resmi pemerintah seperti berikut ini.

Untuk menjawab pertanyaan penelitian yang penulis lakukan, bagaimana optimalisasi teknologi digital dalam aktivitas public relation pada pemerintah Kota Pariaman berdasarkan ruang lingkup dan fungsi humas dalam sebuah lembaga. Pentingnya mengoptimalkan pelaksanaan fungsi pokok humas pemerintah tidak hanya mencegah penurunan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga, namun juga untuk melaksanakan tanggung jawab lembaga pemerintah untuk menginformasikan kebijakan dan program pemerintah.

Optimalisasi teknologi digital dalam sebaran informasi mengenai kebijakan dan program pemerintah Kota Pariaman

Perkembangan teknologi dan sitem informasi begitu pesat sehingga membawa dunia berubah begitu cepat dengan ditandai banyaknya data dan informasi yang berseliweran. Data tersebut dapat membantu organisasi dalam mencapai tujuan yang diharapkan, sehingga dengan memanfaatkan bidang teknologi informasi di berbagai bidang menjadi hal yang sangat dibutuhkan (Saputri & Mellita, 2024). Optimalisasi teknologi digital ternyata tidak hanya dilakukan di organisasi swasta saja, akan tetapi pemerintahan juga terus menggiatkan dan mengkampanyekan transformasi digital untuk upaya peningkatan kinerja kepada masyarakat sehingga optimalisasi teknologi digital menjadi suatu keharusan untuk dilakukan di era ini.

Di era revolusi teknologi informasi ini turut memberikan dampak yang begitu mencolok terhadap aktivitas *public relations* di pemerintahan. Pemerintah Kota Pariaman berusaha mengoptimalkan penggunaan teknologi digital dalam aktivitas kehumasan pada Pemerintahan Kota Pariaman. Salah satu diantaranya yaitu dengan melakukan sebaran informasi mengenai kebijakan dan program pemerintah Kota Pariaman. Informasi disampaikan kepada masyarakat melalui penggunaan media elektronik, media sosial dan website.

Optimalisasi teknolodi digital yaitu dengan penggunaan teknologi dan sistem informasi dalam pelaksanaan tugas kepegawaian. Menurut Deni (dalam Made et al., 2024), penggunaan sistem informasi yang dapat meningkatkan kinerja pegawai yaitu dengan meningkatkan efisiensi operasional, meminimalkan kesalahan administratif, dan

Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat ISSN: 2008-1894 (Offline)
Universitas Bina Taruna Gorontalo ISSN: 2715-9671 (Online)

mengelola informasi secara efektif. Contoh bagaimana sistem informasi mempengaruhi kinerja karyawan adalah bagaimana sistem informasi mempengaruhi layanan dan operasi organisasi secara positif.

Fungsi kehumasan pemerintah Kota Pariaman dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan informasi (Diskominfo) Kota Pariaman mengacu pada Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 8 Tahun 2019. Pada peraturan menteri tersebut, bahwa yang disebut dengan informasi publik adalah segala informasi yang terkait dengan kepentingan warga negara yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim dan/atau diterima oleh perangkat daerah yang berkaitan dengan penyelenggaraan urusan yang menjadi kewenangan pemerintah daerah, karena memang sudah menjadi keharusan bagi pemerintah untuk menyampaikan informasi yang kredibel untuk memenuhhi kebutuhan informasi bagi masyarakat.

Dalam menjalankan tugas dan fungsi pokok kehumasan, terutama dalam sebaran informasi mengenai kebijakan dan program pemerintah, maka dinas Kominfo Kota Pariaman menggunakan beberapa media, diantaranya ada situs pemerintah Kota Pariaman yang diberi nama Pariamankota.go.id, dimana pada situs tersebut terdapat sajian informasi mengenai berita-berita seputar pemerintah Kota Pariaman.

Pada halaman situs Pariamankota.go.id, terdapat beberapa menu, diantaranya menu Beranda, menu Profil Kota, menu Pemerintahan, menu Berita Kota, menu Transparansi dan menu Informasi.

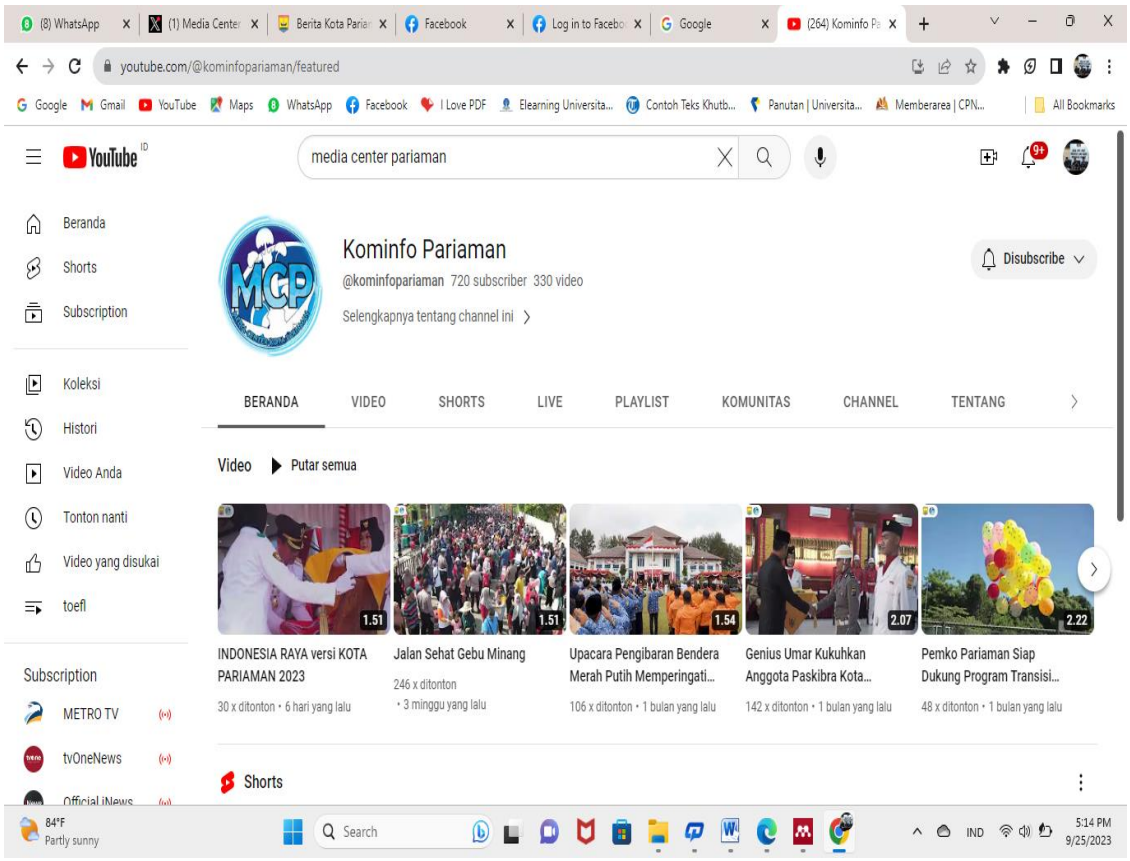
Gambar 1. Tampilan Situs Website Pariamankota.go.id

Selain menggunakan situs website Pariamankota.go.id, Diskominfo Kota Pariaman juga memanfaatkan media sosial yang juga saat ini menjadi media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat, seperti instagram, facebook, twitter, dan Youtube.

Berikut tampilan dari masing-masing media yang digunakan oleh diskominfo Kota Pariaman, diantaranya ada yang pertama menggunakan Channel Youtube. Channel

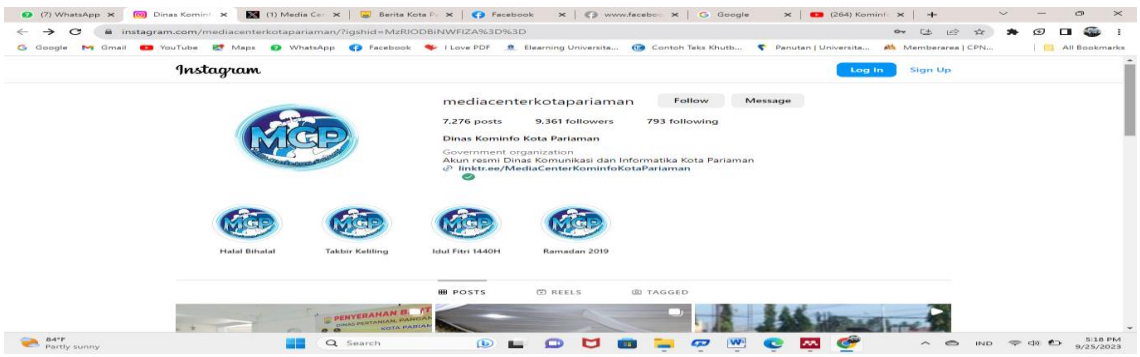
Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat ISSN: 2008-1894 (Offline)
Universitas Bina Taruna Gorontalo ISSN: 2715-9671 (Online)

tersebut memiliki nama Kominfo Kota Pariaman dengan Subsriber sebanyak 720 dan telah mengungngahh sebanyak 330 video.



Gambar 2. Tampilan Youtube Diskominfo Kota Pariaman

Selanjutnya memiliki akun media sosial lainnya, ada Instagram dengan jumlah followers 9.361 dan telah memposting sebanyak 7.276 kali.



Gambar 3. Tampilan Instagram Diskominfo Kota Pariaman @mediacenterkotapariaman

Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat
Universitas Bina Taruna Gorontalo
ISSN: 2008-1894 (Offline)
ISSN: 2715-9671 (Online)

Gambar 4. Tampilan Facebook Diskominfo Kota Pariaman Media Center Kominfo Kota Pariaman

Penulis merujuk kepada pendapat para ahli, diantaranya Kriyantono (2008 : 23-25), menurutnya secara sederhana ruang lingkup pekerjaan yang biasa dilakukan oleh Humas atau *Public relations*, yaitu *Publication & Publicity*. Publikasi berkaitan erat dengan publisitas. Mengutip Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0 oleh Achmad Rizal (2020 : 75), publikasi dan publisitas memiliki arti yang hampir sama, yaitu pengumuman atau membuat menjadi umum. Dalam aktivitas yang dilakukan oleh pihak humas pemerintah, publikasi berarti suatu kegiatan dalam rangka mengumumkan sebuah agenda event, program kegiatan, dan promosi pada masyarakat luas atau publik.

Humas Pemerintah Kota Pariaman mengoptimalkan penggunaan Teknologi Digital dalam aktivitas kehumasan dengan melakukan publikasi berupa konten berupa mengenalkan program Pemerintah Kota Pariaman kepada publik. Konten tersebut dibuat dalam bentuk semenarik mungkin, dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh publik. Seperti yang dilakukan oleh beberapa akun media sosial yang dimiliki oleh Kominfo Kota Pariaman. Aktivitas publikasi ini secara intens dilakukan, mengingat media bisa digunakan kapan saja dan dimana saja.

Oleh sebab itu, fungsi publikasi yang dilakukan oleh pihak Humas Pemerintah Kota Pariaman dapat dilakukan secara optimal karena telah menghasilkan produk-produk tulisan yang sifatnya menyebarkan informasi kepada publik, seperti press release di situs Pariamankota.co.id, instagram, facebook, youtube dan juga termasuk berita yang terdapat pada portal berita e-paper, dan lain-lain sebagainya yang kemudian disebar dalam bentuk teknologi digital.

Selain melakukan publikasi informasi kepada masyarakat, pihak humas pemerintah Kota Pariaman juga melakukan *Identity-Media*. Hal tersebut merupakan pekerjaan yang dilakukan seorang *public reletions* dalam membina hubungan dengan media (pers) untuk memperoleh publisitas media. Artinya pihak humas juga membangun jaringan dengan sesama insan pers lokal maupun media online.Hal tersebut

Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat
Universitas Bina Taruna Gorontalo
ISSN: 2008-1894 (Offline)
ISSN: 2715-9671 (Online)

dilakukan dalam rangka *lobbying*, maksudnya seorang *public reletions* melakukan upaya persuasi dan bernegoisasi dengan berbagai pihak untuk dapat melaksanakan tugas fungsiny dalam menyampaikan informasi, edukasi dan promosi terhadap segala program yang direncanakan maupun yang telah dilaksanakan melalui optimalisasi teknologi digital.

1. **Optimalisasi teknologi digital dalam pelayanan publik**

Bidang komunikasi dan *public relations* kini menjadi salah satu kunci terpenting yang berperan dalam suatu industri dan jasa untuk bersaing pada era saat ini. Hal ini, karena setiap sektor industri maupun jasa akan saling bersaing menciptakan image positif sehingga dapat memberikan inovasi yang terbaru dan terpercaya.

Humas Pemerintahan Kota Pariaman, melaksanakan fungsi pelayanan publik yang diterapkan dalam bentuk *Community involvement*. Public reletions yang dijalankan oleh pihak Humas Pemerintah Kota Pariaman telah melakukan *community involvement* yaitu dengan membuat program-program yang ditujukan untuk menciptakan keterlibatan komunitas atau masyarakat dengan memanfaatkan penggunaan teknologi digital.

Selain itu, Pekerjaan *public reletions* menurut Kriyantono (2008) yaitu selaku *social investement* yang bertujuan untuk membuat program-program yang bermanfaat bagi kepentingan dan kesejahteraan social masyarakatnya. Oleh sebab itu, dalam melayani publik di Kota Pariaman, Humas mengoptimalkan teknologi digital dalam menampung segala aspirasi dari masyarakat, diantaranya dengan membuat pusat layanan informasi masyarakat pada situs pariamankota.go.id, serta kolom komentar pada akun media sosial yang dimiliki, seperti intagram, facebook, twitter dan Youtube.

Dalam era globalisasi public relation akan sangat berperan, apabila organisasi tidak memanfaatkan bidang public relation tersebut bakal tertinggal karena tidak menguasai perolehan dan penyebaran informasi. Salah satu peranan dari public relation adalah memperoleh opini publik yang *favourable*. Apabila opini publik terhadap pemerintahan terkesan menyudutkan, maka tugas *public relation*s adalah mempengaruhi opini publik tersebut agar dapat menjadi opini publik yang menguntungkan.

Pada dasarnya opini publik terbentuk dari hasil interaksi antara sikap-sikap individu dengan keyakinannya masing-masing mengenai suatu persoalan. Selain itu opini publik tidak berasal dari satu pendapat perseorangan saja, melainkan dari hasil diskusi suatu kelompok individu. Opini publik yang positif pada dasarnya merupakan opini publik yang mampu membentuk hubungan yang harmonis dan *goodwill* suatu organisasi/ perusahaan.

Pada dasarnya opini publik dapat berubah setiap saat. Dengan kata lain opini publik itu dapat dibentuk atau dipengaruhi untuk mencapai salah satu tujuan utama

Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat ISSN: 2008-1894 (Offline)
Universitas Bina Taruna Gorontalo ISSN: 2715-9671 (Online)

kegiatan public relation, yaitu mendapat *goodwiil* dari mayarakat, untuk itu diperlukan suatu usaha tersendiri untuk mempengaruhi opini publik tersebut.

Optimalisasi teknologi digital dalam menjembatani kepentingan lembaga dan publiknya melalui menampung aspirasi dan memperhatikan keinginan publik.

Sejalan dengan perkembangan sistem pemerintahan saat ini, adanya tuntutan untuk menyesuaikan dengan paradigma baru dalam penyelenggaraan administasi dan pelayanan di pemerintahan. Paradigma tersebut yaitu sistem pemerintah yang sesuai dengan "*good governance*".

Menurut Marlia & Alijoyo (2024), bahwa dalam trnasformasi manajemen yang dilakukan merupakan upaya dalam peningkatan yang signifikan dalam hal efisiensi waktu kerja, kemudahan dalam penginputan dan pengolahan data, serta penyajian informasi yang relevan untuk pengambilan keputusan berdasarkan hasil analisis data yang objektif. Sehingga Penyelenggaraan dan pelayaanan pemerintahan yang baik menjadi sebuah tuntutan, dan mengembangkan dimensi keterbukaan, mudah di akses, accountable, dan transparan. Adapun Pemerintahan Kota Pariaman sangat menyadari betul bahwa untuk membangun pemerintahan yang sehat dan bersih maka sangat diperlukan sekali adanya kritikan, saran dan pendapat dari pihak lain atau pendapat publik.

Untuk saat ini, pelayanan pemerintahan yang transparan telah dilakukan oleh Pemerintah Kota Pariaman melalui adanya situs pariamankota.go.id. siapa saja dapat mengakses semua informasi yang dibutuhkan berkaitan dengan penyelenggaraan pemerintahan. Masyarakat memiliki hak dalam memperoleh informasi dari pemerintahan atau badan penyelenggara publik, hal tersebut karena dilindungi oleh Undang-Undang Nomor 14 tahun 2008 tentang kebebasan memperoleh informasi publik. Dengan adanya kebebesan tersebut, masyarakat dengan mudah bertindak dan berkomunikasi dengan pemerintah, sehingga terjalin komunikasi yang baik.

SIMPULAN

Fungsi humas dalam sebuah lembaga dapat menjadi sarana untuk mengoptimalkan pelayanan publik khususnya dalam penyebaran informasi. Sehingga jika dilakukan secara optimal, fungsi humas dapat meningkatkan kinerja lembaga juga kepercayaan publik. Peranan *Public relation*s dahulu dan saat ini selalu mengalami perubahan, dahulu PR berperan sebagai even organizer, sedangkan pada saat ini, seorang *public relations* harus bisa membuka peluang dalam membangun investasi dan membaca peluang pasar serta pelayanan yang dibutuhkan oleh masyarakat. Optimalisasi teknologi digital dalam aktivitas public relations dapat dilihat dilihat dari konsistensi yang dilakukan oleh Dinas Kominfo Kota Pariaman dalam menyampaikan informasi, edukasi dan komunikasi publik yang dimanifestasikan dalam penggunaan teknologi digital seperti situs pariamankota.go.id, media sosial diantaranya Instagram, facebook,

Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat ISSN: 2008-1894 (Offline)
Universitas Bina Taruna Gorontalo ISSN: 2715-9671 (Online)

twitter dan Youtube. Adapun optimalisasi yang dilakukan yaitu optimalisasi teknologi digital dalam sebaran informasi mengenai kebijakan dan program pemerintah, optimalisasi teknologi digital dalam pelayanan publik, optimalisasi teknologi digital dalam menjembatani kepentingan lembaga dan publiknya melalui menampung aspirasi dan memperhatikan keinginan publik.

DAFTAR PUSTAKA

Baran, S. J. (2009). *Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture*. Mc Graw-Hill Higher Education.

Betty Wayu Nila. (2012). *Humas Pemerintah*. Graha Ilmu.

Damayanti, N., & Ningsih, C. (2020). Digital Humas Pemerintah Dalam Menyampaikan Informasi Edukasi Pencegahan Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, *3*(2), 191–200. http://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom

H.A.W Widjaja. (2000). *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. PT Rineka Cipta.

Herlina, S. (2019). Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan Di Kota Baubau. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *1*(2), 1–9. https://doi.org/10.35326/medialog.v1i2.271

Kriyantono, R. (2008). *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*. Kencana.

Made, S., Jayadiputra, A., Heryanda, K. K., & Ganesha, U. P. (2024). *Pengaruh Kompetensi , Lingkungan Kerja Non Fisik , Sistem Informasi Terhadap Kinerja*. *11*(1), 213–222.

Marlia, S., & Alijoyo, F. A. (2024). Transformasi Manajemen Sdm Melalui Sistem Database Terintegrasi (Studi Kasus Yayasan Pendidikan X Bandung). *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, *11*(1), 163–178. https://doi.org/10.37606/publik.v11i1.1024

Mulyana, D. (2008). *Komunikasi Efektif: Suatu Pendekatan Lintas Budaya*. PT Remaja Rosdakarya.

Mulyana, D. M. A. (2013). *Metode penelitian komunikasi: Contoh-contoh penelitian kualitatif dengan pendekatan praktis*. PT Remaja Rosdakarya.

Neni Yulianita. (2001). *Dasar-dasar Public Relations*. Lab Multimedia Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung.

Ni Luh Putu Ening Permini, & I Made Wahyu Kusuma Atmaja. (2022). Peran Humas Dalam Kegiatan Publikasi Online Pemerintah Di Kabupaten Badung. *Moderat : Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, *8*(3), 620–632. https://doi.org/10.25157/moderat.v8i3.2773

Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Depublish.

Ruslan, R. (2007). *Manajemen Public Relations dan media komunikasi: Konsepsi dan*

Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat ISSN: 2008-1894 (Offline)
Universitas Bina Taruna Gorontalo ISSN: 2715-9671 (Online)

Aplikasi. PT Raja Grafindo Persada.

Saputri, D. E., & Mellita, D. (2024). Kesiapan Sumber Daya Manusia Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Kota Palembang Dalam Menghadapi Transformasi Digital. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, *11*(1), 235–245. https://doi.org/10.37606/publik.v11i1.994

Stephen W. Littlejohn, & Karena A Foss. (2011). *Theories of Human Communication*. Salemba Humanika.

Widjaja, H. A. . (2008). *Komunikasi : Komunikasi dan Hubungan Masyarakat* (Cetakan ke). PT. Bumi Aksara.

Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat ISSN: 2008-1894 (Offline)
Universitas Bina Taruna Gorontalo ISSN: 2715-9671 (Online)