

**MANAJEMEN PENGELOLAAN CYBER PUBLIC RELATIONS DALAM
MEWUJUDKAN GOOD GOVERNANCE PEMERINTAH
KOTA PAYAKUMBUH**

**Oleh: Beni Erliansyah
Email: Benispartan@gmail.com
Pembimbing: Nova Yohana , S.Sos , M.I.Kom**

Jurusan Ilmu Komunikasi – Konsentrasi Hubungan Masyarakat
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau
Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293
Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

Payakumbuh city is one of the that is in the province of West Sumatra who also service is realize good governance in his reign. Any one principle in the concept of good governance namely freedom of information. Public relations is bridge in the delivery of information from the government to community. In any activity public relations need is done a the management of whether at a job that is conventional or have used media based the internet. The purpose of this research is to see how the process of planning , the implementation of up to the stage evaluation of programs and activities cyber technologies public relations which was carried out by city payakumbuh public relations .This study using methods the qualitative study .The study is done at the office of public relations agency of communication and informatic payakumbuh city , the province of west sumatera .The selection of informants done with purposive technique .Data collection techniques used during carry out research is by means of observation , interviews and documentation .While examination technique the validity of the data researchers used was a long of the participation, triangulation and sufficiency reference.

The research results show that public relations using three its stages on the process of the management of cyber public relations namely the planning stages , the implementation of the , and evaluation .At the planning public relations do planning related planning activity management cyber public relations , planning people , planning time and planning media .In the implementation stage public relations do some main activities which were management process of information , election process media , the process of monitoring and communication , and the last was the role of related parties activities cyber public relations .At the evaluation public relations doing a variety of things that is evaluation target targets cyber public relations , time evaluation , and also evaluating people.

Keywords: management, cyber public relations, public relations, good governance.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara di dunia yang sedang berjuang dan mendambakan terciptanya *Good Governance*. Namun, keadaan saat ini menunjukkan bahwa hal tersebut masih sangat jauh dari harapan. Kepentingan politik, KKN, peradilan yang tidak adil, bekerja di luar kewenangan, dan kurangnya integritas dan transparansi adalah beberapa masalah yang membuat pemerintahan yang baik masih belum bisa tercapai.

Ada tiga pilar utama yang mendukung kemampuan suatu bangsa dalam melaksanakan *Good Governance*, yakni: Negara/ Pemerintah (*the state*), masyarakat adab, masyarakat madani, masyarakat sipil (*civil society*), dan pasar atau dunia usaha.

Kota Payakumbuh merupakan salah satu Kota yang berada di Provinsi Sumatera Barat yang juga sedang gencar-gencarnya mewujudkan *Good Governance* didalam pemerintahannya. Salah satu prinsip didalam konsep *good governance* yaitu keterbukaan informasi publik.

Humas yang merupakan bagian yang bertanggung jawab atas keterbukaan informasi dari pemerintah kepada publiknya pun melakukan perubahan sehingga informasi yang disampaikan bisa menjadi lebih efektif dan efisien dalam penggunaan waktunya. Kegiatan *public relations* yang menggunakan media internet ini juga bisa disebut sebagai kegiatan *cyber public relations*.

Saat ini Humas Pemerintah Kota Payakumbuh sedang gencar-gencarnya berperan langsung untuk ikut mewujudkan konsep *good*

governance pemerintah Kota Payakumbuh. Humas pemerintah Kota Payakumbuh aktif meng-*update* segala berita atau kegiatan terbaru pemerintah Kota Payakumbuh ke berbagai media *online*. Pada dasarnya prinsip yang dipakai oleh humas pemerintah Kota Payakumbuh ini adalah untuk dapat memberikan informasi kepada masyarakat mengenai aktifitas pemerintah Kota Payakumbuh dan ingin masyarakat mengetahui bahwa pemerintah Kota Payakumbuh juga sudah melakukan transformasi media komunikasinya, dan salah satunya menggunakan media online atau internet.

Didalam konsep *good governance* pemerintah Kota Payakumbuh, humas pemerintah Payakumbuh tetap berada didalam lingkup kerja humas yaitu sebagai penyebarluasan informasi, pembangunan citra pemerintah dalam sistem keterbukaan informasi yang merupakan salah satu prinsip dalam konsep *good governance*.

Pada tahun 2012 Humas pemerintah Kota Payakumbuh mulai menggunakan media internet (*online*) sebagai media penyampai informasi dari pemerintah kepada publiknya. Sejak dimulainya kegiatan *cyber public relations* pada humas pemerintah Kota Payakumbuh, kegiatan kehumasan lebih banyak dilakukan melalui media *cyber* tanpa meninggalkan kegiatan kehumasan yang bersifat konvensional.

Berbagai kegiatan *cyber public relations* yang dilakukan oleh humas pemerintah Kota Payakumbuh adalah pengelolaan *website* pemerintah yaitu payakumbuhkota.go.id, pengelolaan media sosial seperti *facebook* dan

instagram, pengelolaan aplikasi SiWarta yang berisi mengenai *e-release* dari organisasi perangkat daerah kepada humas dan akhirnya dikirimkan oleh humas kepada wartawan yang merupakan perwakilan dari media, dan pengelolaan *e-kliping* yang merupakan kumpulan kliping yang sudah disusun oleh pihak humas yang kemudian disatukan kedalam satu file dan di upload pada *website* pemerintah Kota Payakumbuh dan yang terakhir adalah pengelolaan *e-mail* yang berisikan pengaduan dan saran dari masyarakat kepada humas mengenai pemberitaan ataupun informasi yang disampaikan oleh humas.

Di dalam setiap kegiatan Humas perlulah dilakukan sebuah manajemen pengelolaan baik itu pekerjaan yang bersifat konvensional ataupun telah menggunakan media berbasis internet seperti yang mereka lakukan didalam kegiatan *cyber public relations*. Didalam kegiatan Humas manajemen pengelolannya disebut dengan manajemen *public relations*.

Manajemen *public relations* (PR) adalah proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan komunikasi yang didukung organisasi. Begitu juga dengan manajemen pengelolaan *cyber public relations* dalam mewujudkan *Good Governance* pemerintah Kota Payakumbuh. Didalam pengelolaan kegiatan *cyber public relations* diperlukan manajemen yang baik sehingga tercapai hasil yang diharapkan sesuai dengan visi misi Kota Payakumbuh dalam menerapkan kegiatan *cyber public relations* ini. *Cyber public relations* yang merupakan implementasi dari kegiatan *public relations* dengan

menggunakan media internet sebagai media komunikasi antara pemerintah Kota Payakumbuh dengan masyarakat yang nantinya bisa menjadi ajang komunikasi dua arah sesuai dengan tujuan dibentuknya *public relations* sebagai jembatan komunikasi antara suatu organisasi dengan khalayaknya.

Pengelolaan *cyber public relations* dilakukan dalam beberapa tahap, dimulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan dan tahap monitoring (evaluasi). Untuk perencanaan kegiatan *cyber public relations* dilakukan pada tahap perencanaan anggaran tahunan yang dilakukan pada awal tahun. didalam perencanaan anggaran, disisipkan anggaran untuk kegiatan *cyber public relations* yang sudah dirincikan apa saja kegiatan sebelumnya. Untuk tahap pelaksanaan, setelah direncanakan maka akan dilakukan pelaksanaan sesuai jadwal yang sudah direncanakan sebelumnya. Pada saat pelaksanaan humas pemerintah kota payakumbuh juga tetap aktif dan saling support dalam pelaksanaannya dengan pemerintah, OPD dan wartawan yang berada di lingkup kota Payakumbuh. Tahap evaluasi merupakan tahap akhir pada pelaksanaan kegiatan *cyber public relations*. Pada tahap evaluasi terdapat tahap pra evaluasi yang disebut dengan tahap monitoring yang dilakukan 1 bulan sekali minimal dan ketika dibutuhkan perbaikan atau maintenance dalam kegiatan *cyber public relations*, sebagai contohnya pada media SIWARTA yang merupakan aplikasi baru yang dikelola humas pemerintah kota payakumbuh yang baru *launching* awal tahun 2017 yang membutuhkan perhatian khusus dalam kegiatannya sehingga untuk

kegiatan monitoringnya lebih sering dibandingkan dengan kegiatan *cyber public relations* lainnya. Untuk evaluasi dilakukan 6 bulan sekali, dan dapat dilakukan lebih cepat dari pada 6 bulan sekali jika terdapat evaluasi yang harus segera dilakukan. Pada tahap evaluasi humas juga tidak melakukan kegiatan evaluasinya sendiri tetapi tetap melibatkan wartawan dan OPD selingkup pemerintahan kota payakumbuh.

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui Manajemen Pengelolaan *Cyber Public Relations* Dalam Mewujudkan *Good Governance* Pemerintah Kota Payakumbuh.

TINJAUAN PUSTAKA

New Media

New Media merupakan media yang menggunakan internet, media *online* berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public (Mondry, 2008:13). *New Media* atau media *online* didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer *digital*. *Digital* adalah sebuah metode yang kompleks dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia.

Public Relations

Public Relations merupakan bidang yang berkaitan dengan mengelola citra dan reputasi seseorang atau sebuah lembaga untuk dinilai oleh publiknya. Dengan demikian, bahwa yang dimaksud dengan *Public Relation* adalah segala upaya, usaha yang dilakukan dengan

tujuan untuk menanamkan persepsi, tanggapan penilaian dari orang lain.

Menurut Nova (2011:49), Fungsi utama *public relations* adalah: “Menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antar lembaga (organisasi) dengan publiknya, internal maupun eksternal dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga organisasi.”

Cyber Public Relations

“*Cyber public relations* adalah inisiatif sebagai cara atau strategi kerja akademisi dan praktisi *public relations* dengan menggunakan media internet sebagai sarana publisitasnya atau disebut pula dengan istilah *Public Relations Digital*,” (Hidayat: 2013).

Menurut Onggo, (2004:2-7): E-PR atau *Electronic Public Relations*, *Cyber PR*, *Online PR*, atau *PR On The Net*, kegiatan *public relations* yang menggunakan internet sebagai media komunikasi Media internet dimanfaatkan oleh *public relations* untuk membangun merek atau *brand* dan memelihara kepercayaan publik. Adapun kelebihan online *public relations*, dinilai komunikasinya konstan, karena internet bekerja selama 24 jam selama 7 hari dengan potensi target publik seluruh dunia. Selain itu, respon yang cepat sehingga tidak perlu membutuhkan waktu yang lama untuk mendapatkan jawaban atau balasan dari informasi yang disampaikan.

Manajemen Public Relations

Manajemen *public relations* (PR) adalah proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan

komunikasi yang didukung organisasi. Ketika melaksanakan program kerjanya, praktisi PR menggunakan konsep manajemen. Tujuannya untuk memudahkan pelaksanaan tugas dan mendukung semua tahap kerja PR. Didalam proses kerja dan manajemen PR terdapat berbagai kegiatan, mulai dari penelitian, pelaksanaan dan tentu saja evaluasi. Di dalam badan PR terdapat seorang manajer yang bertugas mengatur pelaksanaan program kerja. Tugas tersebut mencakup *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling* POAC). (Rosady.2008. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*).

Manajemen Pengelolaan

Pengelolaan pada dasarnya adalah pengendalian dan pemanfaatan sumber daya yang menurut suatu perencanaan diperlukan untuk penyelesaian suatu tujuan kerja tertentu. Manajemen pengelolaan merupakan kegiatan yang berasal dari perencanaan pada tahap awal suatu kegiatan yang diimplementasikan pada saat pelaksanaan sehingga sampai pada tahap akhir dari suatu kegiatan yang disebut tahap evaluasi yang berfungsi sebagai tahap mengukur keberhasilan dan pencapaian target yang sudah ditargetkan pada masa perencanaan sebelumnya. Pada proses pengelolaan ini terjadi manajemen yang memanfaatkan segala sumber daya yang dibutuhkan dalam kegiatan yang akan dijalankan nantinya semaksimal mungkin sehingga tercapainya target yang sudah direncanakan.

Good Governance

Menurut Koiman (dalam Soedarmayanti 2009:273), *governance* merupakan serangkaian

proses interaksi sosial politik antara pemerintah dengan masyarakat dalam berbagai bidang yang berkaitan dengan kepentingan masyarakat dan intervensi pemerintah atas kepentingan-kepentingan tersebut. *Governance* merupakan mekanisme- mekanisme, proses-proses dan institusi-institusi melalui warga Negara mengartikulasi kepentingan-kepentingan mereka, memediasi perbedaan- perbedaan mereka serta menggunakan hak dan kewajiban legal mereka. *Governance* merupakan proses lembaga-lembaga pelayanan, mengelola sumber daya publik dan menjamin realita hak azasi manusia. Dalam konteks ini *good governance* memiliki hakikat yang sesuai yaitu bebas dari penyalahgunaan wewenang dan korupsi serta dengan pengakuan hak yang berlandaskan pada pemerintahan hukum.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dengan metode kualitatif. Penulis menggunakan metode penelitian deskriptif adalah upaya untuk mencari pemecahan masalah dengan menggambarkan peristiwa-peristiwa berdasarkan fakta dan bukti yang ada. Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan dan tingkah laku yang dapat dinikmati dari individu, kelompok masyarakat, organisasi tertentu dalam suatu konteks *setting* tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh (Sudjarwo, 2001:45).

Dalam penelitian kualitatif, penelitian ini bermaksud untuk memahami fenomena-fenomena

tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, motivasi, tindakan dan lain-lain. Secara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2005:6).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan Kegiatan *Cyber Public Relations* Dalam Mewujudkan *Good Governance* Pemerintah Kota Payakumbuh

Didalam proses manajemen proses perencanaan dilakukan sebelum suatu kegiatan itu dijalankan. Perencanaan merupakan otak dari sebuah kegiatan yang akan dijalankan, karena didalam proses perencanaan semua pemikiran ditujukan untuk membahas proses pelaksanaan kegiatan sampai dengan akhir suatu kegiatan tersebut yang sering disebut dengan evaluasi kegiatan. Perencanaan program meliputi segala sesuatu yang akan membantu dalam proses tercapainya target sasaran yang ingin dicapai dan juga mengurangi resiko yang akan terjadi yang bisa mengakibatkan terhambatnya proses kegiatan tersebut dalam mencapai target sasarannya.

a. Perencanaan Pengelola *Cyber Public Relations*

Dalam penentuan pengelola kegiatan *cyber public relations* diperlukannya keahlian serta kemampuan yang bisa mendukung kegiatan ini. Berjalannya kegiatan *cyber public relations* ini tergantung dengan kemampuan dari pengelola dalam memanfaatkan media *cyber* dalam kegiatannya. Jika dalam perencanaannya sudah matang tetapi

pengelolanya tidak memiliki keahlian yang dibutuhkan dalam kegiatan *cyber public relations* ini maka kegiatan ini akan menemukan kendala dalam prosesnya.

Seperti yang dikatakan oleh McCroskey dalam Cangara (2013:134) bahwa kredibilitas seorang komunikator dapat diperoleh dari kompetensi, sikap, tujuan, kepribadian, dan dinamika. Kompetensi adalah penguasaan yang dimiliki oleh seorang komunikator pada masalah yang dibahasnya.

b. Perencanaan Khalayak

Dalam kegiatan *cyber public relations* humas menargetkan sasarannya kepada masyarakat Payakumbuh. Humas yang merupakan jembatan antara pemerintah dan masyarakat serta dari masyarakat kepada pemerintah. Dalam hal ini humas melakukan perencanaan khalayak terlebih dahulu. Humas melakukan kajian terhadap khalayak yang menjadi target umum dan target sasarannya. Target sasaran humas secara umum adalah masyarakat Payakumbuh, tetapi dalam memudahkan evaluasinya, humas memfokuskan target sasaran khalayaknya kepada masyarakat kota Payakumbuh yang memiliki usia dewasa, atau umur 20 tahun ke atas.

c. Perencanaan Waktu

Pemilihan waktu yang tepat dalam menjalankan suatu kegiatan merupakan salah satu metode yang diperlukan sebelum menjalankan suatu kegiatan. Humas dalam menjalankan kegiatan *cyber public relations*

ini melakukan perencanaan pada awal tahun 2017, ini semua dilakukan beriringan dengan dibentuknya dinas Komunikasi dan Informatika. Pada tahap perencanaan ini humas Kota Payakumbuh melakukan perencanaan selama tiga tahun pengembangan aplikasi media *cyber public relations* mereka. Pada tahap perencanaan ini humas melakukan perencanaan dengan menggunakan perencanaan jangka menengah seperti yang dikatakan oleh Wilujeng bahwa untuk tahap perencanaan jangka menengah dibutuhkan waktu 3-5 tahun.

d. Perencanaan Media

Dalam kegiatan *cyber public relations* humas menggunakan beberapa media komunikasi mulai dari aplikasi yang dikembangkan oleh humas seperti E-kliping, SIKIKO dan Siwarta. Humas juga menggunakan website sebagai pusat penyebaran informasinya dan media sosial *facebook* dan *instagram*. Humas menggunakan media tersebut karena humas ingin memanfaatkan seluruh media *cyber* yang mudah untuk menjangkau target sasaran mereka. Media tersebut merupakan media yang ditargetkan membantu kerja humas dalam pengelolaan kegiatan *cyber public relations*.

Pelaksanaan Kegiatan Cyber Public Relations Dalam Mewujudkan Good Governance Pemerintah Kota Payakumbuh

Pada tahap pelaksanaan ini humas tidak hanya melaksanakan kegiatan sendiri saja karena humas melibatkan segala unsur yang ada didalam pemerintahan Kota

Payakumbuh, antara lain Walikota dan Wakil Walikota, Setdako, OPD-OPD dan juga wartawan yang berada didalam lingkup kota Payakumbuh sehingga bisa mencapai target sasaran mereka yaitu informasi yang disampaikan bisa sampai kepada khalayak mereka yaitu masyarakat kota Payakumbuh secara umum.

a. Proses Pengelolaan Informasi

Menurut Cassandra, seperti yang dikutip oleh Hafied Cangara dalam bukunya *Pengantar Ilmu Komunikasi*, ada dua model dalam penyusunan pesan yaitu; “penyusunan pesan yang bersifat informatif” dan “penyusunan pesan yang bersifat persuasif”. (Cangara, 2004 : 121-125). Admin pengelola media *cyber public relations* memiliki peran yang sangat penting dalam pelaksanaan kegiatan *cyber public relations* karena admin memiliki akses yang penting dalam memilih berita yang akan dipublikasi setelah masuk pada aplikasi Siwarta. Dalam aplikasi Siwarta admin melihat apakah berita tersebut sudah layak publish atau belum, karena jika berita itu belum layak publish maka akan diperbaiki dan disempurnakan terlebih dahulu. Didalam pemilihan media publishnya admin juga memilih apakah berita itu akan di publish di media apa saja.

b. Pemilihan Media

Humas dalam kegiatan *cyber public relations* nya tidak membatasi diri untuk bekerja sama dengan media online saja tetapi humas melakukan kerja sama dengan semua media yang ada mulai dari media cetak, radio, televisi dan tentunya

media online yang menjadi fokus kegiatan dari *cyber public relations* ini. Tujuan dari dimanfaatkannya banyak media ini adalah untuk mencapai target sasaran yang berbeda-beda sehingga informasi yang diharapkan sampai kepada targetnya bisa tercapai. Pemilihan media yang tepat menjadi kunci keberhasilan humas dalam menjangkau seluruh target sasaran yang sudah direncanakan oleh humas sebelumnya.

Dengan menggunakan banyak jenis media jadi humas bisa menjangkau bermacam-macam jenis masyarakat. Tidak terbatas umur, letak geografis, golongan ekonomi, golongan pekerjaan, kelas sosial atau hal lainnya yang bisa membuat batasan didalam masyarakat.

c. Proses Monitoring dan Komunikasi

Proses komunikasi dan monitoring dapat dilakukan dalam rentangan waktu perhari, perbulan, ataupun pertahun. Dalam hal ini humas melakukan komunikasi setiap saat yang bisa dikatakan setiap hari, untuk monitoring bulanan dilakukan satu kali dalam satu bulan. Dalam monitoring tahunan bisa dilakukan pada saat SKP.

d. Peranan Pihak Terkait Kegiatan Cyber Public Relations

Dalam pelaksanaan kegiatan *cyber public relations* peranan dari pihak yang terkait merupakan salah satu hal yang penting. Pelaksanaan peran dalam kegiatan *cyber public relations* sesuai dengan tugas pokok dan fungsi dari tiap unit

merupakan salah satu hal yang mendukung tercapainya target yang sudah direncanakan di awal. Pembagian tugas antara pimpinan dan bawahan bisa membuat batasan kerja diantara kedua aspek tersebut. Pimpinan yang bertugas dalam hal koordinasi dan penanggung jawab memberikan tugas kepada staff sebagai bawahannya. Bawahan yang memiliki tanggung jawab sebagai admin dalam pengelolaan dalam kegiatan *cyber public relations* memiliki tanggung jawab dalam kelancaran kegiatan tersebut. Bawahan merupakan penjalan program yang sudah direncanakan sebelumnya, jadi dapat dikatakan admin dalam pengelolaan merupakan faktor terpenting dalam pelaksanaan kegiatan ini.

Evaluasi Kegiatan *Cyber Public Relations* Dalam Mewujudkan *Good Governance* Pemerintah Kota Payakumbuh.

Pada proses akhir suatu proses manajemen adalah proses evaluasi. Pada tahap ini merupakan tahap melihat kembali kebelakang atau menelaah ulang dari apa yang sudah dijalankan sebelumnya apakah sudah sesuai dengan perencanaan atau belum dan apakah sudah mencapai target yang diharapkan atau belum. Tahap evaluasi merupakan tahap yang akan menjadi tolok ukur dalam menjalankan kegiatan selanjutnya, sehingga apa saja yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat bisa diketahui pada tahap evaluasi ini. Begtu juga dengan humas kota Payakumbuh juga melakukan tahap evaluasi pada kegiatan *cyber public relations* nya,

untuk melihat sejauh mana proses nya sudah berjalan dan melihat faktor apa saja yang menjadi pendukung dan faktor apa saja yang menjadi penghambat dalam melaksanakan kegiatan *cyber public relations* sebelumnya.

a. Target Sasaran Kegiatan Cyber Public Relations Dalam Mewujudkan Good Governance Pemerintah Kota Payakumbuh

Cangara dalam bukunya (Perencanaan dan Strategi Komunikasi 2014) mengatakan evaluasi merupakan metode pengkajian dan penilaian keberhasilan kegiatan komunikasi yang telah dilakukan, dengan tujuan memperbaiki atau meningkatkan keberhasilan yang telah dicapai sebelumnya. evaluasi dilakukan dalam rangka mengukur sejauh mana keberhasilan suatu program komunikasi. Kegiatan evaluasi dapat dilakukan bertitik tolak dari tujuan atau target sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya, apakah tercapai atau tidak, atau apakah tingkat pencapaiannya cukup tinggi atau rendah.

Target sasaran dari kegiatan *cyber public relations* ini merupakan hal yang menjadi titik fokus dari humas dalam melihat sejauh mana proses ini sudah berjalan, tercapainya target sasaran dari pemberitaan, dan tercapainya target sasaran dari pembuatan aplikasi digital yang akan menunjang kemajuan dari kegiatan *cyber public relations* ini. Pada pengembangan aplikasi digital humas melakukan tiga tahap yang dimulai pada bulan Januari 2017.

Berdasarkan penjelasan terdahulu sampai pada fase pertama ini humas sudah mencapai target melebihi target yang direncanakan

sebelumnya yaitu 33,3%. Untuk tahap selanjutnya yaitu tahap 2 dan tahap 3 akan terus dilakukan pengembangan terhadap aplikasi digital ataupun media komunikasi lainnya seperti website. Untuk kedepannya humas akan merubah website pemerintah yang sekarang masih berbentuk website berita menjadi portal yang didalamnya terdapat domain yang bisa memisahkan dan membagi isi portal itu kedalam 3 komponen yaitu *G to G* , *G to C*, dan *G to P*. Jadi untuk tahun depan atau fase kedua nanti akan berfokus kepada merubah website menjadi portal dan penyempurnaan aplikasi Siwarta da E-kliping yang akan membantu kegiatan humas khususnya dalam bidang *cyber*.

b. Waktu Evaluasi

Cangara didalam bukunya (perencanaan dan strategi komunikasi, 2014) mengatakan dalam studi komunikasi, evaluasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji awal (*pretesting*) dan uji akhir (*post testing*). Uji awal biasanya dilakukan untuk mengetahui apakah pesan-pesan komunikasi yang akan disampaikan sudah sesuai dengan kebutuhan target sasaran (khalayak), apakah pesan-pesan itu tidak melanggar etika sosial, agama dan budaya setempat. Sedangkan uji akhir dilakukan untuk melihat proses komunikasi yang telah dilaksanakan, apakah cukup efektif sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Penentuan waktu dalam evaluasi kegiatan merupakan salah satu hal yang harus dilakukan oleh humas karena untuk melihat perkembangan dalam kegiatan humas harus ditentukan sehingga

target awal yang ingin dicapai bisa dicapai. Seperti yang sudah dilakukan oleh humas yang sudah melakukan kegiatan melebihi target awal, tetapi humas tidak memiliki waktu khusus dalam melakukan evaluasi. Humas hanya melakukan evaluasi bulanan secara umum pada monitoring evaluasi dengan seluruh OPD dan juga Walikota. Pada evaluasi tahunan humas akan melaksanakan evaluasi saat penyusunan LAKIP (Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah).

c. Evaluasi Khalayak

Semua program komunikasi yang dilakukan mempunyai tujuan yakni memengaruhi target khalayak. Pengaruh atau efek ialah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan (Stuart dan Jamias dalam Cangara, 2007). Dari pernyataan diatas maka setelah melaksanakan kegiatan *cyber public relations* melakukan evaluasi khalayak merupakan hal yang sangat penting. Khalayak merupakan siapa saja yang menjadi target sasaran dalam penyampaian informasi yang dilakukan humas pada kegiatan *cyber public relations* nya. Untuk saat sekarang ini humas mengakui belum bisa mencapai target sasaran secara keseluruhan karena humas belum bisa mendapatkan hasil yang maksimal dari *feedback* atau respon masyarakat yang menjadi target dari kegiatan *cyber public relations* ini. Humas mengakui belum memiliki aplikasi atau wadah khusus untuk menampung aspirasi dari masyarakat. Untuk saat ini humas baru melihat *feedback* dari masyarakat melalui kolom komentar yang ada pada

berita yang diupload pada website ataupun komentar pada media sosial *facebook*.

PENUTUP

Simpulan

Dari hasil penelitian yang telah dijabarkan dalam pembahasan, maka penulis menemukan kesimpulan manajemen pengelolaan *cyber public relations* dalam mewujudkan *good governance* pemerintah Kota Payakumbuh terdiri dari:

1. Dalam perencanaan kegiatan *cyber public relations* Dinas Komunikasi dan Informatika melalui bagian humasnya merencanakan mengenai perencanaan pengelola *cyber public relations*, perencanaan khalayak, perencanaan waktu, dan perencanaan media.
2. Dalam pelaksanaan kegiatan *cyber public relations* dinas Komunikasi dan Informatika melalui bagian humasnya melaksanakan kegiatan *cyber public relations* dengan berfokus kepada pengelolaan informasi, pemilihan media, proses monitoring dan komunikasi, dan peranan pihak terkait kegiatan *cyber public relations*.
3. Dalam evaluasi kegiatan *cyber public relations* dinas Komunikasi dan Informatika melalui bagian humasnya melakukan proses evaluasi dengan berpatokan dan berfokus pada target sasaran kegiatan *cyber public relations*, waktu evaluasi, dan evaluasi khalayak.

Saran

Berikut adalah saran dari penulis berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh beserta pembahasannya dalam penelitian ini:

1. Dalam perencanaan kegiatan ini humas harus lebih memfokuskan lagi khalayak yang menjadi target dari kegiatan ini dan lebih memaksimalkan lagi fungsi dari tiap seksi dalam membantu kegiatan *cyber public relations*.
2. Pelaksanaan kegiatan
 - Dalam pelaksanaan kegiatan *cyber public relations* humas harusnya lebih memanfaatkan anggota yang berada pada bidang humas terutama KASI supaya kegiatan *cyber public relations* ini tidak hanya dikelola oleh Kabid dan juga staff media *cyber*.
 - Humas harus meningkatkan penggunaan media *cyber* nya dan terus mengembangkan aplikasi yang dibuat humas sehingga bisa menjadi media pendukung dalam kegiatan *cyber* nya.
 - Humas seharusnya melakukan komunikasi dan sosialisasi terkait pembuatan release kepada OPD sehingga humas lebih mudah dalam penginputan berita. Humas juga seharusnya melakukan evaluasi terhadap wartawan yang sudah tidak terlalu aktif dengan cara menghubungi pihak

wartawan untuk memastikan kelanjutan dari kerjasama.

3. Proses evaluasi
 - Dalam proses evaluasi seharusnya humas memiliki waktu khusus yang memang direncanakan untuk kegiatan evaluasi sehingga humas memiliki target yang jelas sebelum proses evaluasi tersebut dilakukan.
 - Dalam proses evaluasi humas harusnya menyediakan sebuah wadah sebagai tempat masyarakat dalam memberikan *feedback*.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Alwasilah, Ahmad. 2002. *Pengantar Apresiasi Karya Sastra*. Jakarta. Sinar Baru.
- Bungin, Burhan. 2005. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- _____. 2011. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana
- Cangara, Hafied. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- _____. 2014. *Perencanaan dan*

- Strategi Komunikasi*. Jakarta. PT. Grafindo Persada
- Cutlip, Scott M. Allen H, Center. Broom, Glen M. 2005. *Effective Public Relations (Edisi delapan)*. Jakarta. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Firsan Nova (2011). *Crisis Public Relations; strategi PR Menghadapi krisis*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Hidayat, Dasrun. 2013. *Be A Good Communicator; Terapi Komunikasi Efektif Dilengkapi Teknik Praktis Mengolah Vokal*. Jakarta: Alex Media Komputindo.
- _____. 2014. *Media Public Relations : Pendekatan Studi Kasus Cyber Public Relations Sebagai Metode Kerja PR Digital* :Graha Ilmu
- Kriyantono, Rahmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group
- Littlejohn, Stephen W. 2104. *Teori Komunikasi Edisi kesembilan*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mardiasmo. 2005. *Akuntansi Sektor Publik Edisi 2*. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Onggo, Bob J. 2004. *Cyber Public Relations*. Jakarta: PT. Elex Media Kompetindo.
- P. Loina Lalolo Krina. 2003. *Indikator dan Alat Ukur Prinsip Akuntabilitas, Transparansi dan Partisipasi*. Jakarta.
- Ruslan, Rosady. 2008. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Saputra, Wahidin & Rulli Nasrullah. 2011. *Public Relations 2.0 : Teori dan Praktik Public Relations di Era Cyber*. Gramata Publishing, Depok.
- Sedarmayanti. 2009. *Reformasi Administrasi Publik, Reformasi Birokrasi, dan Kepemimpinan Masa Depan (Mewujudkan Pelayanan Prima dan Pemerintahan yang Baik)*. Refika Aditama. Bandung.

Sudjarwo, Basrowi. 2001.
*Manajemen
Penelitian Sosial.*
Bandung. Mandar
Maju

Sukandarrumidi. 2012.
*Metodologi
Penelitian: Petunjuk
Praktis Untuk Peneliti
Pemula.* Gajah Mada
University Press

Wilujeng, Sri. 2007.
*Pengantar
Manajemen.*
Yogyakarta Graha
Ilmu.

Sumber Jurnal:

Yazid, Tantri Puspita.
*Implementasi Cyber
Public Relation
Melalui Pengelolaan
Website Pemerintah
Provinsi Sumatera
Barat, Jurnal Ilmu
Komunikasi, Volume
6, Nomor 2 Tahun
2015, Fakultas Ilmu
Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau.*

Afifah, Adilla. *Respon
Pelanggan Pada Situs
Tripadvisor.Com
Sebagai Bentuk Cyber
Public Relations The
Premiere Hotel
Pekanbaru, Jurnal
Ilmu Komunikasi,
Volume 2 No.2 Tahun
2015, Fakultas Ilmu
Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau.*

Aprinta, Gita *Strategi Cyber
Public Relations
dalam Pembentukan
Citra Institusi*

*Pendidikan Tinggi
Swasta, Jurnal Ilmu
Komunikasi, Volume
VI, Nomor 1, Edisi
Januari 2014.*
Universitas
Semarang.

Sumber Online:

(www.payakumbuhkota.go.id
) (diakses pada 28
januari 2017 pukul
14.27)

(Esdm.go.id) (diakses pada
20 maret 2017 pukul
15.36)

Sumber Lain:

Dokumen Cetak Biru aplikasi
e-kliping dan SIKIKO

Dokumen Cetak Biru Siwarta