

Pemanfaatan *Website* Kota Kupang Sebagai *Online Public Relations*

Veki Edizon Tuhana¹, Lukas Lebi Daga², I G A Rina Pietriani³
Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Nusa Cendana

Abstrak

Tujuan penelitian untuk mengetahui pemanfaatan *Website* Pemerintah Kota Kupang sebagai Sarana *Public Relations Online*. Konsep yang digunakan adalah media baru (*new media*), *Public Relations*, *online public relations*, media sosial, dan *website*. Teori yang digunakan adalah media baru (*new media*). Paradigma penelitian ini adalah konstruktivisme. Jenis penelitian kualitatif dengan metode studi kasus. Subyek penelitian terdiri dari 4 informan yaitu 1 informan di Dinas Protokol Komunikasi Pimpinan (Prokompim) dan 3 orang di Dinas Kominfo. Semuanya di Kota Kupang yang ditentukan dengan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisa data Cresswell dalam penelitian fenomenologi. Hasil penelitian menunjukkan pemanfaatan *website* Kota Kupang sudah mendukung sarana *online public relations* (PR). Hal ini dilihat dari fungsi komunikasi dan PR sebagai komunikator, menginformasikan dan menyampaikan data, berita dan atau kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan tata kelolah pemerintahan dan kegiatan pimpinan. Walaupun demikian partisipasi masyarakat, kebebasan menyampaikan informasi, kritik dan saran masih terbatas karena minimnya fitur dan *tools* yang ada di *website*. Satu-satunya cara hanya melalui komentar via email yang ada di *website* tersebut. Sedangkan dari sisi pemanfaatan *website* Kota Kupang sebagai sarana *online PR*, dinas kominfo dan juga Prokompim hanya menyediakan komunikasi satu arah dalam menanggapi komen atau tanggapan dari masyarakat.

Kata-kata Kunci: *Website; Public Relations; New Media; Online Public Relations*

Utilization of Kupang City Website as Online Public Relations

Abstract

The purpose of the study was to determine the use of the Kupang City Government Website as an Online Public Relations Facility. The concepts used are new media, Public Relations, online public relations, social media, and websites. The theory used is new media (new media). The paradigm of this research is constructivism. This type of qualitative research with a case study. The research subjects consisted of 4 informants, namely 1 informant at the leadership communication protocol Service (Prokompim) and 3 people at the Communications and Informatics Service. All of them in Kupang City were determined by purposive sampling technique. Data were collected through in-depth interviews and documentation. The data analysis technique used Cresswell data analysis in phenomenological research. The results showed that the use of the Kupang city website already supports online public relations (PR) facilities. This can be seen from the function of communication and PR as a communicator, informing and conveying data, news and or activities related to governance and leadership activities. However, public participation, freedom to convey information, criticism and suggestions are still limited due to the lack of features and tools on the website. The only way is through comments via email on the website. Meanwhile, in terms of using the Kupang city website as an online PR tool, the Ministry of Communication and Information Technology and Prokompim only provide one-way communication in response to comments or responses from the public.

Keywords: *Website; Public Relations; New Media; Online Public Relations*

Korespondensi: Veki Edizon Tuhana, S.I.Kom., M.I.Kom. Prodi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Nusa Cendana. Kupang-Jl. Adisucipto Penfui, Kupang, Nusa Tenggara Timur. Kode Pos: 85141, Email: vekituhana@staf.undana.ac.id.

PENDAHULUAN

Teknologi informasi dan komunikasi telah merubah sejumlah pekerjaan dari pemerintah. Baik pemerintah pusat, provinsi maupun kota / kabupaten. Hal ini didorong dengan penggunaan internet secara masif bagi semua kalangan. Bahkan pada masa pandemi Covid-19 ini, pemanfaatan internet telah menjadi kebutuhan utama (Hazlett, 2010).

We are social melalui data portal merilis data pengguna internet pada rentang waktu 2019-2020 ada penambahan pengguna internet sebanyak +298 (+7.0%) juta orang di seluruh dunia dari total pengguna 4.58 miliar (datareportal.com, 2020). Sedangkan data dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pengguna internet di Indonesia mencapai 196,71 (73,7%) juta jiwa dari total populasi sebesar 266,91 juta jiwa (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020).

Di Nusa Tenggara-Bali sendiri merujuk data APJII pengguna internet pada tahun 2018 sebanyak 5,2%. Ada peningkatan pengguna internet di Nusa Tenggara Timur (NTT) sebesar 2% pada tahun 2019 dan cenderung tetap pada tahun 2020 sebesar 7% (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020).

Akses terhadap informasi menjadi penting bagi semua orang. Hal ini didukung

dengan sistem keterbukaan terhadap informasi publik melalui Inpres nomor 3 tahun 2003 tentang Kebijakan dan Strategis Nasional Pengembangan *E-government* dengan tujuan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi secara luas guna mendukung penyelenggara pemerintah yang efisien, efektif, transparan dan akuntabilitas (Wiratmo at al, 2017, p. 326)

Undang-undang nomor 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP) dan hak ingin tahu yang semakin meningkat menjadikan informasi sebagai kebutuhan pokok. Hak memperoleh informasi menjadi hak asasi manusia dan informasi publik sebagai sarana pengawasan publik terhadap penyelenggara Negara dan menjadi ciri penting dalam Negara demokrasi (DPRI, 2008). Rogers (Kurmia, 2005) menjelaskan bahwa teknologi komunikasi adalah perangkat keras dalam struktur organisasi yang mengandung nilai-nilai sosial, memungkinkan setiap individu mengumpulkan, memproses, dan saling tukar informasi dengan individu lainnya.

Merujuk apa yang disampaikan oleh Rogers (Kurmia, 2005) jika dikaitkan dengan pelayanan dan keterbukaan informasi publik oleh pemerintah daerah, maka melalui *website* pemerintah daerah, semua kegiatan dan program kerja pemerintah suatu daerah dapat diketahui oleh masyarakat. Bahkan masyarakat

berpartisipasi melalui kolom *chatting* media sosial dalam *website* tersebut.

Dalam praktik PR, keterbukaan informasi kepada publik merupakan sebuah keharusan. Menurut Effendi, PR sebagai *method of communication* yaitu di mana PR sebagai metode untuk berkomunikasi dengan publik atau PR sebagai sistem komunikasi secara khusus.

Perkembangan dan perubahan pada teknologi informasi dan komunikasi ikut memperbaharui kerja seorang professional *Public Relations* (PR). Wujud dari fungsi *online public relations* inilah adalah tercapainya *e-government* di Pemerintah daerah sebagai pelayanan yang cepat, tepat, dan efisien. Istilah *e-government* (*e-gov*) merujuk pada Mustopadijaya (Habibullah, 2010) wujud dari *electronic-administrations* (*e-adm*) yang memungkinkan pemerintah mengadopsi penggunaan teknologi berbasis internet, intranet untuk peningkatan pelayanan dan program yang lebih baik.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pemanfaatan *website* pemerintah Kota Kupang sebagai sarana *online PR*. Penggunaan istilah baru dalam praktisi PR adalah *online PR*, *cyber PR*, Digital PR, dan atau e-PR (*electronic PR*) yang seringkali telah mengganti istilah tradisional dari praktisi PR itu sendiri dalam hal penggunaan media baru (Wiratmo et al., 2017), (Wolburg, 2010).

Penelitian ini penting dilaksanakan untuk memberikan gambaran kepada pemerintah untuk sejauhmana pemanfaatan *website* sebagai media informasi bagi masyarakat serta bagaimana meningkatkan pemanfaatan *website* sebagai media informasi bagi masyarakat.



Sumber: Penulis, 2021

Gambar 1. Tampilan depan *website* Kota Kupang

Menurut PRSA (*Public Relations Society of America*) definisi PR berdasarkan sifat dan tujuannya sebagai seni dan ilmu sosial dalam menganalisis tren, memprediksi konsekuensinya, menasihati pemimpin organisasi, dan menerapkan program tindakan yang direncanakan, melayani kepentingan organisasi dan publik (Nash & Williams, 2010).

Definisi secara menyeluruh tentang PR dirumuskan oleh Rex Harlow sebagai berikut:

“PR adalah fungsi manajemen khusus yang membantu membangun dan memelihara jalur komunikasi, pemahaman, penerimaan, dan kerja sama timbal-balik antara organisasi dan publiknya; melibatkan pengelolaan masalah atau isu; membantu manajemen untuk selalu mendapat

informasi dan responsif terhadap opini publik; mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab manajemen dan melayani kepentingan umum; membantu manajemen mengikuti dan secara efektif memanfaatkan perubahan, berfungsi sebagai sistem peringatan dini untuk membantu mengantisipasi tren; dan menggunakan penelitian dan teknik komunikasi etis sebagai alat utamanya (Theaker, 2020).

Sikap responsif terhadap opini publik, pelayanan yang efektif dan tepat sasaran serta membangun komunikasi interaktif merupakan tugas pokok PR dalam manajemen pemerintah yang optimal. Broom menjelaskan bahwa *online PR* (Bhargava, 2010) sebagai fungsi manajemen yang membangun dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan *public* melalui penggunaan internet sebagai media komunikasi efektif yang menjadi dasar keberhasilan atau kegagalannya. *Online PR* akan terus berubah karena meningkatnya penggunaan media sosial. Pendekatan ini membutuhkan pergeseran pemikiran, dari strategi dan perencanaan hingga implementasi dan pengukuran melalui berbagai saluran media sosial, dan belajar menghubungkan serta membangun hubungan dengan pemangku kepentingan melalui media baru (Breakenridge, 2012).

Salah satu media baru yang dikembangkan oleh setiap instansi pemerintah adalah *website* atau situs web. Situs web adalah kumpulan halaman yang berada di internet berisi informasi

mengenai tema tertentu, memiliki beranda dan URL (*Uniform Resource Locator*), tersusun secara bertingkat. Situs web terdiri dari satu atau banyak halaman web, gambar, video, dan aset digital lainnya. Sebagian besar situs disimpan sebagai file di komputer (disebut *server web*). Beberapa situs dipelihara di beberapa server untuk keamanan dan memastikan tidak ada gangguan layanan. Halaman web adalah dokumen, biasanya ditulis dalam HTML (*Hypertext Markup Language*), dapat diakses melalui protokol internet yang dikenal sebagai HTTP (*Hypertext Transfer Protocol*). Situs web paling sering diakses oleh orang yang menggunakan komputer, telepon seluler dan jaringan area lokal melalui *browser web* seperti *internet explorer*, atau *google chrome* (Wolburg, 2010). Media baru merujuk pada berbagai perubahan dalam produksi, distribusi dan penggunaan media yang kental dengan istilah digital, interaktif, hipertekstual, virtual dan jaringan (Lister et al., 2006).

Dalam penelitian ini teori media baru yang peneliti gunakan adalah teori media baru dari Flew, Power dan Littlejohn. Flew mendefinisikan media baru sebagai gabungan dari tiga bentuk meliputi; komputasi (*computing*) dan teknologi informasi, jaringan komunikasi, konten media dan informasi digital. Sedangkan dalam pandangan Power dan Littlejohn media baru merupakan “*a new periode in*

which interactive technologies and network communications, particularly the internet, would transform society (Indrawan et al., 2020)”.

Teknologi komunikasi baru sangat erat kaitannya dengan tiga hal berikut yaitu *interactivity*, *demassification*, dan *asynchronous*. *Interativity* diartikan sebagai upaya dalam proses komunikasi interaktif melalui sistem teknologi komunikasi baru yang lebih efektif, cepat, efisien dan optimal (Indrawan et al., 2020).

Sedangkan *demassification* dipahami sebagai sebuah pesan yang disampaikan secara masing-masing di antara partisipan (pengguna) dalam jumlah yang banyak. Sedangkan konsep terakhir adalah *asynchronous* diartikan sebagai teknologi baru dalam mengirim dan menerima pesan, (teks, gambar, video, audio visual atau gabungan dari semuanya) kapan pun, di mana pun, oleh siapa pun.

METODE PENELITIAN

Paradigma penelitian ini adalah konstruktivisme sosial. Dalam pandangan Creswell konstruktivisme sosial (interpretivisme) adalah cara pandang individu yang berusaha melihat kehidupan mereka dari beragam makna dan pengalaman hidup secara luas. Penelitian ini berusaha melihat berbagai pandangan dari partisipan dan pemanfaatan *website* pemerintah Kota Kupang sebagai sarana *online PR* (Creswell, 2015).

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif melibatkan peneliti dan partisipan penelitian guna mendapatkan hasil yang bersifat pluralis dan eksploratori untuk lebih memahami hubungan komunikasi dan dunia sosialnya (Creswell, 2015), (Daymon & Holloway, 2005).

Pendekatan penelitian ini merujuk pada metode studi kasus. Metode studi kasus sangat cocok untuk digunakan pada pertanyaan penelitian yang berkenaan dengan bagaimana (*how*) dan mengapa (*why*) (Yin, 2014) sehingga tepat untuk digunakan pada penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan *website* kota kupang sebagai alat dalam *online Public Relations* pemerintah kota Kupang.

Informan penelitian terdiri dari informan kunci, informan utama, dan informan pendukung. Informan kunci adalah orang yang mengetahui keseluruhan secara umum tentang permasalahan atau topik yang dibahas peneliti. Informan kunci juga memahami informasi tentang informan utama. Sedangkan informan utama merujuk pada aktor atau pelaku yang mengetahui sekaligus mempunyai pengalaman dengan realitas yang diteliti. Dengan kata lain informan utama adalah mereka yang terlibat dan mengetahui secara teknis serta detail dari persoalan penelitian yang sedang dibahas oleh peneliti (Heryana, 2018).

Informan kunci dan utama dalam penelitian ini adalah Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Kupang yang bertanggungjawab sebagai pembuat dan pengelola situs web, dan Setda Kota Kupang Bagian Protokol & Komunikasi Pimpinan sebagai salah satu mitra Kominfo Kota Kupang dalam memuat berita aktivitas Pimpinan. Sedangkan informan pendukung merupakan orang yang dapat memberikan informasi dan pengalaman terkait dengan masalah penelitian yang sedang dibahas. Berdasarkan pada permasalahan penelitian bisa saja informan pendukung tidak dilibatkan jika informasi atau data yang diperoleh sudah cukup (Heryana, 2018).

Sedangkan objek penelitian dapat diartikan sebagai struktur atau program yang menjadi bagian dalam inti penelitian (Heryana, 2018). Objek Penelitian adalah *website* Kota Kupang dengan alamat URL <https://kupangkota.go.id>.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam (*indepth interview*). Wawancara mendalam dilakukan pada individu-individu yang mempunyai pengalaman langsung berkaitan dengan topik penelitian ini. Tujuannya untuk mendeskripsikan makna dari fenomena bagi mereka yang telah mengalaminya (Creswell, 2015).

Analisis data adalah proses berkesinambungan yang membutuhkan

refleksi terus-menerus terhadap data, sambil mengajukan pertanyaan-pertanyaan analitis dan menulis catatan singkat sepanjang penelitian. Artinya analisis data melibatkan proses pengumpulan data, interpretasi dan pelaporan hasil secara serentak dan bersama-sama. Setiap data yang diperoleh kemudian dipelajari (dibaca) secara keseluruhan. Proses selanjutnya adalah men-*coding* data (tangan atau komputer). Dalam proses koding ini peneliti membaca transkrip dengan hati-hati, mencatat gagasan penting dalam catatan-catatan, membuat topik-topik penting yang relevan. Pada tahap terakhir adalah menginterpretasi tema-tema atau deskripsi-deskripsi yang telah diperoleh (Creswell, 2012).

Penelitian ini dilakukan di Kota Kupang pada Dinas Kominfo Kota Kupang dan pemerintah Setda Kota Kupang bagian Protokol komunikasi Pimpinan (Prokompim). Waktu penelitian dilakukan pada Juli 2021 hingga Oktober 2021.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Temuan data hasil penelitian merujuk pada metode penelitian yang digunakan yaitu data kualitatif. Artinya data kualitatif merujuk pada penafsiran dan deskripsi mengenai data penelitian yang dikumpulkan menggunakan metode

wawancara mendalam dengan pendekatan fenomenologi.

Website pemerintah Kota Kupang didirikan sejak tahun 2011 awal. Hal ini dimulai dari pengolahan data elektronik (PDE). Tujuannya adalah menginformasikan kepada masyarakat semua kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah Kota Kupang. Mulai dari dinas-dinas terkait hingga informasi umum tentang tata kelola pemerintah dan layanan umum. Hal ini seperti yang disampaikan oleh informan 1, 2, 3, dalam berbagai bidang terkait di dinas Kominfo dan informan 4 Prokompim Setda Kota Kupang:

Maksud dan tujuan dari pembentukan *website* ini adalah bisa memberikan data sekaligus memberikan informasi kepada publik. Data dan kegiatan-kegiatan pemerintahan daerah kita ambil dan muat dalam *website*. Kami juga diberikan user name dan password untuk bisa melakukan pengunggahan rilis terkait aktivitas pimpinan secara mandiri ke *website*. *Website* yang ada memang secara umum, namun terdapat subdomain-subdomain yang membedakan masing-masing instansi, seperti dukcapil, dan sebagainya, sehingga pada pengelolaan teknis *website* itu dilakukan oleh KOMINFO.

Kominfo sendiri memiliki empat bidang dalam mengelola informasi publik yaitu bidang pengelolaan layanan informasi publik (*public information*), bidang layanan informasi publik (hubungan media), bidang teknologi informasi dan komunikasi, dan bidang layanan *e-government*. Hal ini

seperti disampaikan oleh informan 1, 2, dan 3 sebagai berikut:

Kita ada tim, jadi setiap tahunnya kita membentuk tim untuk pengelola *website* itu. Jadi kami kerja sama dari lintas bidang. Baik bidang satu, bidang dua, bidang tiga dan bidang empat itu punya keterlibatan.

Website Kota Kupang menjadi sarana informasi publik bagi masyarakat Kota Kupang. Selain informasi rilis dan data yang berkaitan dengan tata kelola pemerintah hal ini juga menjadi sarana *online public relations*. Hal ini seperti yang disampaikan oleh informan 1, 2, 3, dan 4 sebagai berikut:

Website dimanfaatkan untuk dokumentasi dan publikasi hasil peliputan kerja / aktivitas pimpinan. Karena pimpinan selesai kegiatan kita yang bertanggung jawab untuk melakukan publikasinya, serta visi misi yang dijalankan oleh pimpinan, sedangkan untuk berita-berita lebih ke Kominfo. Aktivitas ini sudah dilaksanakan jauh sebelum Humas dan protokol digabung menjadi satu. Selain publikasi melalui *website*, publikasi juga dilakukan dengan menggunakan media sosial. Sebenarnya kita punya bersifat dua arah. Jadi kita paparkan informasi kemudian di bawahnya kita ada fitur untuk berkomentar. Pernah pada tahun 2015/2016 ada salah satu mahasiswa yang ambil S3 di Belanda. Dia membaca berita itu kemudian dia komen dan meminta data-data. Kemudian data-data tersebut kita cari ke perangkat daerah yang terkait lalu dikirimkan melalui *email*.

Pada perkembangan selanjutnya informasi yang ada di *website* dimuat secara *real time* namun hal bergantung pada setiap informasi dan data yang masuk dari setiap dinas kota itu sendiri. Hal ini

seperti disampaikan oleh informan 1, 2, 3 dan 4 sebagai berikut:

Kami rata-rata setiap hari harus ada berita yang naik, karena setiap hari pimpinan beraktivitas, jadi ini tergantung dari kegiatan pimpinan. “*Realtime*, bu. Jadi data yang kita dapat kita olah dan langsung di-*publish*.”

Website Kota Kupang sebagai informasi publik sekaligus *online public relations* yang sebenarnya lebih dari itu mereka juga menjadi pusat data dan informasi. Semua dinas terkait di Kota Kupang selalu berbagi informasi untuk di-*publish* di *website* tersebut. Termasuk di dalamnya adalah Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokompim). Hal ini menjadi penting karena dalam setiap aktivitas yang dilakukan selalu berkoordinasi dengan dinas terkait yang ada di bawah pemerintah Kota Kupang.

PEMBAHASAN

Website Kota Kupang dengan halaman web-nya kupangkota.go.id secara keseluruhan memuat tujuh jendela yaitu beranda, berita, profil, pariwisata, perizinan, kependudukan, dan informasi Covid-19. Jendela beranda merujuk pada tampilan keseluruhan dari *website* tersebut. Jendela berita merujuk pada semua informasi yang berkaitan dengan kegiatan pimpinan dalam hal ini kegiatan walikota dan wakil walikota. Sedangkan jendela profil merupakan jendela khusus yang membahas tentang sejarah Kota Kupang. Jendela pariwisata berhubungan dengan

semua informasi pariwisata yang ada di Kota Kupang. Sedangkan perizinan merujuk pada tata kelola administrasi dan prosedur perizinan. Yang terakhir adalah kependudukan yang di dalamnya ada beberapa jendela lagi yang membahas secara khusus tentang semua tata cara dan administrasi kependudukan.

Maksud tujuan dari pembuatan *website* Kota Kupang ini untuk memberikan data dan informasi kepada publik tentang semua kegiatan dan tata kelola pemerintah Kota Kupang. Hal ini seperti yang disampaikan oleh informan 1, 2, 3, dan 4. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wiratmo et al, bahwa *website* pemerintah daerah sebaiknya berfokus pada keperluan penggunaannya yaitu menyediakan informasi dan data yang diperlukan oleh masyarakat atau pengguna (Wiratmo et al., 2017).

Hal ini juga menjadi bagian penting dari peran *online public relations* yang disampaikan oleh Rosady Ruslan (Erlistyarini, 2018) bahwa salah satu peran dari *online PR* adalah sebagai komunikator atau penghubung antara Lembaga atau organisasi (pemangku kepentingan) dengan publiknya (Masyarakat). Artinya bahwa *website* Kota Kupang menjadi bagian dari penghubung dan komunikator pemerintah.

Dalam melaksanakan tugas dan fungsinya pada dinas Kominfo selalu melakukan kerja sama dalam tim dengan

bidang-bidang atau sub bidang terkait demi kelancaran data dan informasi yang tepat. Seperti yang disampaikan oleh informan 1, 2, dan 3. Kerja tim adalah kunci dari keberhasilan mereka. Baik itu bidang satu, dua, tiga, dan empat selalu koordinasi dalam bekerjasama untuk informasi yang terus diperbaharui setiap hari untuk masyarakat. Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Wiratmo et al., kerja sama merupakan tujuan dari pemerintah daerah untuk menyatukan visi misi pemerintah (Wiratmo et al., 2017). Artinya bahwa pengguna (masyarakat) menginginkan terhadap akses yang mudah dan pelayanan informasi yang cepat sehingga kebutuhan informasi dapat dilayani dengan baik. Sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh Holtz dalam salah satu pendekatan strategi *online PR* adalah perusahaan atau pemerintah membuat *website* dengan tujuan agar dapat membentuk citra positif tentang organisasi (pemerintah daerah) melalui informasi dan data yang disampaikan (Ardianto, 2001).

Proses pengelolaan *website* dilakukan sendiri oleh dinas Kominfo khusus di bidang *e-government*. Mereka juga mengelola berbagai konten dan data untuk dimuat di *website* tersebut. Mulai dari pengumpulan data mentah, dianalisis, dibuat, editing, hingga informasi, dan data siap dimuat di *website*. Sedangkan pada dinas Prokompim, mereka lebih kepada

menyediakan konten informasi bagi *website* khususnya informasi mengenai aktivitas pimpinan dalam merealisasikan visi misi yang dijanjikan pada masa kampanye. Fokus utama mereka adalah media sosial yang dikelola sendiri dalam hal ini adalah akun Instagram @prokompimkotakupang. Tujuannya adalah untuk melayani publik lebih baik dan sesuai dengan era keterbukaan informasi publik dan pelayanan yang prima.

Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan oleh informan 1, 2, 3, dan juga 4. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Irawan bahwa *website* sebagai media komunikasi dan informasi *online PR* dalam menerapkan *e-government* (Irawan, 2018). *Website* didesain secara informatif, komunikatif, dan interaktif bagi publik dengan penambahan fitur-fitur di dalamnya. Keberadaan *e-government* merupakan bagian dari upaya pemerintah daerah dalam mengoptimalkan pelayanan publik, serta mendorong partisipasi publik pada proses pembangunan yang partisipatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan *website* Kota Kupang sebagai sarana *online PR* kurang mendukung teori media baru yang disampaikan oleh Flew, Power dan Littlejohn. *Website* Kota Kupang hanya sebatas komunikasi satu arah dan kurang memaksimalkan komunikasi dua arah (interaktif dalam konsep Flew dkk). Walaupun demikian

konsep teori yang berhubung dengan *demassification* dan *asynchronous* sejalan dengan yang ada dalam *website* Kota Kupang. Karena transaksi informasi (pesan) dan data melibatkan sejumlah perangkat teknologi komunikasi yang memungkinkan pesan dikirim dan diterima dalam bentuk teks, gambar, video, audio visual atau gabungan dari semuanya dalam *real time*, kapan pun, dimana pun, oleh siapa pun (Indrawan et al., 2020).

Selain itu pemanfaatan terhadap media sosial sebagai media baru dalam berkomunikasi yang lebih interaktif dan *real time* juga telah menambah cara baru dalam menyampaikan informasi dan data kepada masyarakat. Seperti yang diungkapkan oleh Pienrasmi bahwa Praktisi meyakini bahwa kehadiran media sosial membawa kemudahan bagi pemerintah daerah dalam melakukan aktifitas komunikasi dengan publiknya, memberikan ruang yang lebih untuk terjadinya interaksi yang melibatkan adanya umpan balik (Pienrasmi, 2015). Pemerintah daerah juga memanfaatkan media sosial sebagai alat pemantauan baik untuk memantau respon, *positioning* dan juga mensegmentasi publiknya. Media sosial memfasilitasi terjadinya pemberian respon yang cepat baik dalam penyebaran informasi dari perusahaan maupun respon yang didapat dari publik. Artinya kepopuleran media sosial di masa kini memberikan keuntungan

tersendiri bagi mereka dan perusahaan. Seperti halnya, pesan sampai lebih cepat pada khalayak, biaya operasional penyebaran lebih murah dan menjangkau lebih banyak ruang cakupan.

Walaupun banyak manfaat yang bisa diperoleh melalui penggunaan *website* pemerintah Kota Kupang sebagai *online PR* yang juga didukung oleh beberapa hasil penelitian namun bukan berarti tidak ada kritik mengenai *online PR*. Alyaqoub menyampaikan kritik yang cukup memadai terkait dengan keberadaan *online PR* tersebut (A. R. Alyaqoub, 2020). Mulai dari minimnya literatur tentang *online PR* yang bisa diikuti oleh praktisi PR untuk meningkatkan dan mengembangkan kinerja mereka, literasi terhadap media digital, kelemahan dan konsep *online*, konsep *online PR* yang masih baru hingga pada berbagai studi yang menunjukkan berbagai kelemahan dari konsep *online PR*. Grunig (A. R. Alyaqoub, 2020) sendiri menyatakan bahwa “praktisi PR, dengan gigih menggunakan media baru dengan cara yang sama seperti mereka menggunakan media tradisional”. Akibatnya banyak terjadi kesalahan ketidaksesuaian. Selain itu, para sarjana PR menemukan bahwa ada beberapa cela dalam praktik *PR online*. Seperti adanya kesalahpahaman konsep *PR online* di kalangan praktisi.

Studi lain menemukan bahwa penerimaan konsep praktik *PR online*

terkait dengan pengambilan keputusan yang otoriter dan kurangnya pendidikan dan keterampilan (A. R. Alyaqoub, 2020). Proses komunikasi di *website* tersebut masih kurang efektif karena masih minim *hyperlink* ke media sosial yang disediakan oleh pengelola *website* Kota Kupang. *Hyperlink* sendiri merupakan teks yang akan menghubungkan *page World Wide Web* ke atau *www*. (Putri Mulia Kurnia Vanya, 2021). Walaupun demikian banyak studi dan praktisi PR yang menyadari bahwa perubahan terhadap teknologi komunikasi mendorong mereka untuk terus beradaptasi dengan komunikasi digital dan penggunaan terhadap berbagai *platform* media digital dalam mendukung profesi PR. Misalnya penelitian yang dilakukan oleh Saka dan Genco pada praktisi PR di Turki yang awalnya mereka mengalami kesulitan beradaptasi dengan komunikasi digital, namun terus beradaptasi dan bisa menyesuaikan, menggunakan, dan memanfaatkan komunikasi digital dalam mendukung profesi PR di sana (R. A. Alyaqoub & Rahman, 2019).

Satu-satunya cara berkomunikasi melalui *website* Pemerintah Kota tersebut adalah melalui kolom komentar yang mengharuskan partisipan (masyarakat) wajib memiliki akun *email*. Hal ini dinilai tidak terlalu mudah karena masyarakat lebih familiar dengan media sosial (*facebook*, *whatsapp* dan *intagram*) dibandingkan

dengan *email*. Akibatnya partisipasi dan keterlibatan dari masyarakat melalui *website* Kota Kupang masih kurang atau bahkan tidak ada sama sekali. Jika kita mengacu pada Model PR yang disampaikan oleh Grunig dan Hunt (Laskin, 2009), maka model PR yang saat ini digunakan oleh Pemerintah Kota Kupang melalui pemanfaatan *website* adalah model *public information*. Sesuai namanya, *Model Public Information* adalah praktek PR yang bertujuan untuk memberi informasi kepada publik dengan memanfaatkan *news release*, atau media-media saat ini seperti *website*.

Pada model ini, komunikasi yang terjadi adalah komunikasi satu arah kepada masyarakat berupa pemberian informasi dan data. Hal ini serupa dengan yang disampaikan Haley Edman (Hanathasia, 2014), bahwa model komunikasi satu arah dan tidak berfokus pada persuasi namun menggunakan penyampaian secara langsung dan bertujuan untuk memberikan informasi.

Adapun informasi yang ditampilkan adalah informasi mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh pimpinan pemerintah daerah. Hal ini didukung oleh apa yang disampaikan oleh informan 1, 2, 3, dan 4. Yazid melakukan penelitian dengan judul implementasi *cyber PR* melalui pengelolaan *webiste* pemerintah Provinsi Sumatera Utara dengan hasil penelitian menyatakan bahwa isi dari

website masih di dominasi oleh pemerintah. Humas pemerintah dan juga masyarakat belum sepenuhnya mengetahui arti penting *website*. Serta kurangnya sosialisasi keberadaan *website* sebagai media informasi baru bagi humas *online* (Yazid, 2016).

Hasil penelitian yang sama juga dikemukakan oleh Kusuwardani dan Dalimonthe. Mereka melakukan penelitian dengan judul *cyber government PR* dalam rangka meningkatkan citra Indonesia (*nationa branding*). Hasilnya menunjukkan bahwa masih ditemui kendala-kendala pemerintah dalam membentuk *cyber GPR* yang profesional; konten di *website* kementerian atau lembaga yang kurang menarik, paradigma humas yang masih konvensional dan tradisional, humas juga lambat untuk memberikan *feedback*, terpengaruh pada budaya birokratis, malas mengupdate informasi, cenderung terpaku pada fungsi-fungsi protokoler dan administratif kehumasan. Terutama terkait sinergi pembentukan narasi pemberitaan terhadap kinerja pemerintah serta dianalisis upaya-upaya yang harus dilakukan pemerintah untuk membentuk *cyber GPR* yang professional (Kusumawardani & Dalimonthe, 2016).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah pemanfaatan terhadap

website Kota Kupang sudah mendukung sarana *online public relations* (PR). Hal ini dilihat dari fungsi komunikasi dan PR sebagai komunikator, menginformasikan, dan menyampaikan data, berita dan atau kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan tata kelolah pemerintahan dan kegiatan pimpinan. Walaupun demikian partisipasi masyarakat, kebebasan menyampaikan informasi, kritik, dan saran masih sangat terbatas karena minimnya fitur dan *tools* yang ada di *website*. Satu-satunya cara hanya melalui komentar via email yang ada di *website* tersebut.

Saran untuk penelitian lanjutan adalah penelitian ke depan dapat melibatkan masyarakat dalam hal ini pengguna untuk mengetahui lebih dalam mengenai pemanfaatan *website* Kota Kupang sebagai sarana *online PR*. Hal ini juga untuk melihat triangulasi data penelitian dan memperkaya hasil temuan penelitian di dalam pembahasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alyaqoub, A. R. (2020). Online public relations: What are the mechanisms that should be used by practitioners to elevate their performance? *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 43–48. <https://doi.org/10.51263/jameb.v4i2.97>.
- Alyaqoub, R. A., & Rahman, N. A. B. A. (2019). Conceptualizing the Management of Online Public Relations among Public Relations Practitioners. *Annals of Contemporary Developments in Management & HR*,

- 1(2), 45–49.
<https://doi.org/10.33166/acdmhr.2019.02.005>.
- Ardianto, E. (2001). Public Relations on the Net: Sebuah Perspektif Baru Humas. *Ilmu Komunikasi*, 2(1).
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2020). Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*, 2020, 1–146.
<https://apjii.or.id/survei>.
- Bhargava, D. (2010). *The use of Internet in public relations and its impact on the practice: A New Zealand perspective*.
- Breakenridge, D. K. (2012). *Praise for Social Media and Public Relations: Eight New Practices for the PR Professional*.
- Creswell, J. W. (2012). *Research Design: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Mixed*. Bandung : Pustaka Pelajar.
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset: Memilih di Antara Lima Pendekatan*. Bandung : Pustaka Pelajar.
- Datareportal.com. (2020). *Indonesia Digital report 2020*. In *Global Digital Insights*.
<https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia?rq=digital-2020-indonesia>.
- Daymon, C., & Holloway, I. (2005). Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications. In *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*.
<https://doi.org/10.4324/9780203996409>
- DPRI. (2008). *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2018 Tentang Keterbukaan Informasi Publik*.
- Erlistyarini, Y. (2018). PR Online : Studi Tentang Strategi Public Relations Pada Kegiatan Media Online Di Pemerintah. *Jurnal Universitas Airlangga*, 1–6.
- Habibullah, A. (2010). Kajian Pemanfaatan dan Pengembangan E-Government. *Kajian Pemanfaatan Dan Pengembangan E-Government*, 23(3).
- Hanathasia, M. (2014). Analysis Of Public Relations Model ' S Utility In Public Diplomacy. *Journal Communication Spectrum*, 4(Februari), 1–12.
- Hazlett, K. (2010). Public Relations and the Social Web: How to Use Social Media and Web 2.0 in Communications (1st edition) 20104Rob Brown. Public Relations and the Social Web: How to Use Social Media and Web 2.0 in Communications (1st edition) . Philadelphia, PA: Kogan Page 2009. 178 pp. \$39.95 (hardcover) www.koganpage.com . *Journal of Consumer Marketing*, 27(7).
<https://doi.org/10.1108/07363761011086425>.
- Heryana, A. (2018). Informan dan Pemilihan Informan pada Penelitian Kualitatif. *Article Penelitian*, 1–14. eprints.polsri.ac.id.
- Indrawan, J., Efriza, & Ilmar, A. (2020). Kehadiran Media Baru (New Media) Dalam Proses Komunikasi Politik. *Medium*, 8(1).
[https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8\(1\).4820](https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(1).4820).
- Irawan, E. P. (2018). Pemanfaatan Website Pada Aktivitas Cyber PR dalam Mendukung e-Government di Pemerintah Kota Tangerang Selatan. *JURNAL IPTEKKOM: Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi*, 19(2).
<https://doi.org/10.33164/iptekkom.19.2.2017.163-177>
- Kurmia, N. (2005). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 6(2).
<https://doi.org/10.29313/mediator.v6i2.1197>
- Kusumawardani, Q. D., & Dalimonthe, H. L. N. (2016). Cyber Government Public Relations (GPR) dalam Rangka

- Meningkatkan Citra Indonesia (Nation Branding). *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi*, 1–11.
- Laskin, A. V. (2009). The evolution of models of public relations: An outsider's perspective. *Journal of Communication Management*, 13(1), 37–54.
<https://doi.org/10.1108/13632540910931382>.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Kelly, K., & Grant, I. (2006). New Media: a critical introduction Second Edition. In *Choice Reviews Online* (Vol. 44, Issue 04).
- Nash, M., & Williams, A. (2010). Handbook of public protection. *Handbook of Public Protection*, 1–474.
<https://doi.org/10.4324/9780203833292>
- Pienrasmi, H. (2015). Pemanfaatan Social Media Oleh Praktisi Public Relations Di Yogyakarta. *Jurnal Komunikasi*, 9(2).
<https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol9.iss2.art6>.
- Putri Mulia Kurnia Vanya. (2021). *Hyperlink: Pengertian, Jenis, Fungsi dan Cara Membuatnya*. 4(1), 6.
- Theaker, A. (2020). The public relations handbook. In *The Public Relations Handbook*.
<https://doi.org/10.4324/9780429298578>.
- Wiratmo, B. L., Irfan, N., & Kuwatono. (2017). Website Pemerintah Daerah Sebagai Sarana Online Public Relations. *Jurnal ASPIKOM*, 3(2), 326–339.
<https://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/139>.
- Wolburg, J. (2010). Review of Online Public Relations: A Practical Guide to Developing an Online Strategy in the World of Social Media. *Journal of Consumer Marketing*.
- Yazid, T. P. (2016). Implementasi Cyber Public Relations Melalui Pengelolaan Website Pemerintah Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2).
- Yin, R. K. (2014). Design and Methods, Third Edition, Applied Social Research Methods Series, Vol 5. In *Sage Publications* (pp. 1–181).