

**JURNAL CYBER PR**  
**Fakultas Ilmu Komunikasi**  
**Univesitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)**

**Implementasi Cyber Public Relations Dalam Pengelolaan Website  
Kementerian Sosial RI**

**Rizky Setiawan, Natalina Nilamsari\*, Radja Erland Hamzah, Kusnul Arifin**

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)

Jl. Hang Lekir I No 8, Gelora, Jakarta Pusat, Indonesia

\*Email korespondensi: natalinanilamsari@dsn.moestopo.ac.id

---

**Abstract** - *Humas of the Ministry of Social Affairs expected to follow the development of communication and information technology, in supporting government policies by using the internet, so it can be referred as cyber public relations. However, the implementation of cyber public relations as government public relations often faced with the limitations of bureaucratic rules. Therefore, this study aims to describe the public relations activities of the Ministry of Social Affairs as cyber public relations, and the implementation in managing the website www.kemensos.go.id. The methodology is qualitative descriptive. Data analysis using model interactive by Miles and Hubberman. The research results, can described that the Ministry of Social Public Relations as cyber PR carries out activities to collect, manage, present, and communicate all social-related information through the management of the website. Based on its development, the Ministry of Social Affairs website's, which is managed by the publication and news sub-section, is a dynamic website. That is the website's is always updated periodically according to agency needs, relevant to the factual conditions of the community, also contains several derivative web pages that are connected to each other.*

**Keywords:** *cyberpr; government public relations; ministry of social affairs; website*

**Abstrak** - *Humas Kementerian Sosial perlu mengikuti perkembangan teknologi komunikasi dan informasi dalam mengerjakan tugasnya mendukung kebijakan pemerintah, dengan memanfaatkan internet, sehingga dapat disebut sebagai cyber public relations. Namun demikian, implementasi cyber public relations sebagai humas pemerintah kerap berhadapan dengan batasan aturan birokrasi. Karena itu penelitian ini bertujuan mendeskripsikan aktivitas humas Kemensos sebagai cyber public relations, dan implementasinya dalam pengelolaan website www.kemensos.go.id. Penggunaan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik analisis data interaktif menurut Miles dan Huberman. Dari hasil penelitian dapat dideskripsikan bahwa Humas Kemensos sebagai cyber public relations melakukan aktivitas menghimpun, mengelola, menyajikan, dan mengomunikasikan segala informasi terkait kesejahteraan sosial melalui pengelolaan websitenya. Berdasarkan pengembangannya, website Kemensos yang dikelola sub bagian publikasi dan pemberitaan, merupakan website dinamis. Artinya, situs website Kemensos selalu di perbaharui (up to date) secara berkala sesuai kebutuhan instansi, relevan dengan kondisi faktual masyarakat, juga memuat beberapa halaman web turunan yang saling terhubung satu sama lain.*

**Kata kunci:** *cyber public relations; humas pemerintah; kementerian sosial; website*

---

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi berdampak terhadap semua bidang pekerjaan. Demikian pula pekerjaan kehumasan (Public Relations). Pada semua jenis organisasi, termasuk humas pemerintah dalam hal ini humas kementerian, dituntut untuk

mengikuti perkembangan tersebut. Internet dan semua jenis media sosial telah menjadi kebutuhan sehari-hari untuk menyebarkan dan memperoleh informasi bagi semua jenis instansi dan organisasi.

Demikian halnya dengan Kementerian Sosial Republik Indonesia. Berdasarkan Peraturan Presiden No 46 Tahun 2015 tentang Kementerian Sosial Republik Indonesia (Kemensos) dalam (Perpres, 2015), dinyatakan bahwa Kemensos mempunyai tugas menyelenggarakan urusan dibidang rehabilitasi sosial, jaminan sosial, pemberdayaan sosial, perlindungan sosial dan penanganan fakir miskin untuk membantu presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan Negara, dan inklusivitas. Dalam melaksanakan tugas tersebut, Kemensos menyelenggarakan fungsi: 1) Perumusan, penetapan, dan pelaksanaan kebijakan dibidang rehabilitasi sosial, jaminan sosial, pemberdayaan sosial, perlindungan sosial, dan penanganan fakir miskin; 2) Penetapan kriteria dan data fakir miskin dan orang tidak mampu; 3) Penetapan standar rehabilitasi sosial; 4) Koordinasi pelaksanaan tugas, pembinaan dan pemberian dukungan administrasi kepada seluruh unsur organisasi di lingkungan Kemensos; 5) Pengelolaan barang milik/kekayaan Negara yang menjadi tanggung jawab Kemensos; 6) Pengawasan atas pelaksanaan tugas di lingkungan Kemensos; 7) Pelaksanaan bimbingan teknis dan supervisi atas pelaksanaan urusan Kemensos di daerah; 8) Pelaksanaan pendidikan dan latihan, penelitian dan pengembangan penyuluhan sosial; 9) Pelaksanaan dukungan yang bersifat substantif kepada seluruh unsur organisasi di lingkungan Kemensos.

Humas Kemensos RI bekerja berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2015 pasal (2) butir (i) yaitu melaksanakan dukungan yang bersifat substantif kepada seluruh unsur organisasi di lingkungan Kemensos. Karena itu, Biro Humas Kemensos memiliki tugas: monitoring aspirasi masyarakat, pelaksana urusan pemberitaan dan publikasi, pelaksana dokumentasi dan perpustakaan, dan pelaksana hubungan antarlembaga.

Dalam dunia pemerintahan, untuk istilah/pengertian *public relations* digunakan istilah Hubungan Masyarakat (Humas) (Wardah & Yasir, 2017). Adapun basis profesi humas/ PR pemerintah sebagai fungsi manajemen yang mengatur pembentukan dan pemeliharaan hubungan baik antara organisasi dan publiknya. Humas/PR berperan penting untuk meningkatkan pelayanan publik. Demikianlah arti penting humas/PR dalam membantu mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik /*good governance*.

Ada dua peran yang di miliki oleh humas pemerintah, yaitu peran taktis (jangka pendek) dan peran strategis (jangka panjang). Dalam peran taktis (jangka pendek) humas pemerintah berupaya memberikan pesan-pesan dan informasi yang efektif dapat memotivasi rakyat dan mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap rakyat melalui pesan-pesan yang di sampaikan. Dalam jangka strategis (jangka panjang) humas pemerintahan berperan aktif dalam proses pengambilan keputusan, dalam memberikan proses sumbang saran, gagasan dan ide yang kreatif secara cemerlang untuk melaksanakan program kerja yang bersangkutan. (Ruslan, 2012).

Dalam melaksanakan fungsi humas pemerintah, tidak terlepas dari pelayanan informasi publik. Berdasarkan Undang-undang No 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, disebutkan bahwa informassi publik adalah informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim dan/atau diterima oleh suatu badan publik, yang berkaitan dengan penyelenggara dan penyelenggaraan Negara dan/atau penyelenggaraan badan publik lainnya yang sesuai dengan undang-undang, serta informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan publik.

Peran Humas Pemerintah khususnya setelah era reformasi yang semakin berkembang menjadi sangat penting. Masyarakat menuntut adanya transformasi informasi dari Pemerintah,

sekaligus berperan besar sebagai komunikator pemerintah guna menyebarkan informasi ke seluruh stakeholder pemerintah. (Sani, Hidayat, & Sjafirah, 2020)

Pengelolaan informasi publik melalui *website* resmi yang dikelola oleh instansi pemerintah diharapkan semakin mempercepat proses interaksi antara pemerintah dengan masyarakat. Pemanfaatan Teknologi Informasi Komunikasi ditujukan dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan publik dan menghidupkan aktivitas masyarakat guna mencapai tingkat kesejahteraan yang lebih baik, serta berfungsi menjadi portal informasi, interaksi, dan transaksi bagi pemerintah dengan masyarakat maupun pihak-pihak lain. (Indrajit, 2016).

Pihak yang menjalankan peran dan fungsi Humas/PR secara online dikenal dengan istilah *cyber PR* (Irawan, 2017)). Pada saat bersamaan, dalam perkembangannya, humas pemerintah memiliki metode dan strategi baru melalui internet sebagai sarana berkomunikasi dengan publiknya, yang disebut sebagai *cyber public relations*. Jika sebelumnya kegiatan PR mengandalkan pusan informasi pada media-media konvensional seperti televisi dan surat kabar maka ditengah gempuran inovasi internet yang terus berkembang pesat dan bervariasi, kini kegiatan PR beralih kepada jalur digital. Cyber PR umum dilihat sebagai sebuah bentuk pengoperasian fungsi di dunia maya dalam praktik kerja Cyber PR. Kemudian, keuntungan dari Cyber PR diantaranya terhindar dari kendala jarak dan waktu, mempermudah komunikasi dua arah, sehingga interaksi di antara keduanya menjadi lebih personal.

Hal tersebut tidak bisa dilakukan langsung oleh media seperti televisi dan surat kabar. Keuntungan lainnya lagi ialah hemat. Dalam Cyber PR, biaya internet jauh lebih murah dibandingkan dengan biaya yang digunakan untuk pembuatan iklan baik di surat kabar ataupun televisi (Aprinta, 2014) dalam (Shabana & Patrianti, 2018)

Humas pemerintah dapat langsung menyebarkan informasi dengan demikian dapat mengubah pandangan publik terhadap kinerja pemerintah (Himaturipa et al, 2020). Cyber PR merupakan kegiatan kehumasan menggunakan internet untuk membangun atau mempertahankan merek, kepercayaan, dan citra organisasi kepada khalayak yang bersifat interaktif.

Dapat dikatakan bahwa peran cyber PR adalah fungsi humas/PR menggunakan gabungan media online dan media cetak, kombinasi dari publikasi *online* dan *offline*. Cyber PR dilihat sebagai bentuk pengoperasian fungsi PR di dunia maya.

Salah satu produk cyber PR adalah website. Website adalah kumpulan dari halaman - halaman situs, yang biasanya terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada didalam World Wide Web (WWW) di internet. Sebuah halaman web adalah dokumen yang ditulis dalam format HTML (*Hyper Text Markup Language*), yang hampir selalu bisa diakses melalui HTTP, yaitu protocol yang menyampaikan informasi dari *server* website untuk ditampilkan kepada para pemakai melalui *web browser*. Semua publikasi dari website-website tersebut dapat membentuk sebuah jaringan informasi yang sangat besar. Halaman-halaman dari website akan bisa diakses melalui sebuah URL yang biasa disebut *homepage*. URL mengatur halaman-halaman situs untuk menjadi sebuah hirarki, *hyperlink-hyperlink* yang ada dihalaman tersebut mengatur para pembaca dan memberitahu mereka susunan keseluruhan dan bagaimana arus informasi ini berjalan (Yazid, 2015).

Website juga dapat dikatakan sebagai kumpulan halaman dan suatu domain yang memuat berbagai informasi untuk dibaca atau dilihat oleh pengguna internet melalui sebuah mesin pencari. Informasi yang dapat dimuat dalam sebuah website umumnya berupa konten gambar, ilustrasi, video dan teks untuk beragam kepentingan.

Tampilan awal sebuah website dapat diakses melalui halaman utama (*homepage*) menggunakan *browser* dengan menuliskan URL yang tepat. Dalam sebuah *homepage*, juga

memuat beberapa halaman web turunan yang saling terhubung satu sama lain. Contoh website yaitu: google, Twitter, FaceBook, detik, CNN, atau Kemensos.go.id.

Website merupakan salah satu media yang paling sering diakses dan digunakan untuk mencari informasi, sekaligus sebagai sarana komunikasi. Berdasarkan pengembangannya, jenis website dapat dikelompokkan menjadi: a) website statis, yaitu website yang memiliki tampilan yang tetap dan tidak banyak mengalami perubahan. Contohnya, website yang menampilkan profil perusahaan. b) website dinamis, yaitu website yang mengalami perubahan terus menerus sesuai kebutuhan dan relevansi dari bisnis dan perkembangan zaman. Website dinamis memiliki tampilan yang lebih interaktif, menyediakan fitur kolom komentar dan *chatting*. Contohnya; blog, situs berita online, e-commerce, sistem informasi. c) website interaktif, yaitu website yang dirancang untuk dapat saling berinteraksi antar penggunaannya. Jenis situs website ini biasanya tergolong kedalam platform media sosial seperti FaceBook dan Instagram.

Adapun manfaat website yaitu: a) membangun personal branding, b) memperkenalkan produk dan jasa, c) sebagai wadah untuk membagikan informasi, d) mendapatkan traffic dan menghasilkan uang (dengan optimasi yang benar, mulai dari teknis hingga optimasi On Page dan Off Page dengan SEO).

Seorang PR tidak hanya handal tapi juga harus tanggap untuk memanfaatkan media-media terbaru sebagai instrumen aplikasi tugasnya. Akhir-akhir ini muncul kecenderungan baru dimana media online digunakan sebagai media komunikasi, termasuk dalam public relations. Praktik kegiatan humas yang mengandalkan internet biasa dikenal dengan istilah electronic public relations (e-pr) atau cyber public relations, yaitu seorang PR yang menggunakan internet sebagai media publisitas (Onggo, 2004) dalam (Yuliatwati & Irawan, 2016). Jika media konvensional seperti surat kabar/ koran hanya dapat melakukan one to many relations, internet dapat mengembangkan one to one.

Sejak tahun 1990-an, media online muncul menjadi media baru yang sangat kuat di dunia. Internet telah hampir menjadi sinonim dari sebuah konsep media baru saat ini. Esensi dari e-pr adalah percepatan informasi. Internet telah mengubah cara banyak perusahaan dalam menangani kontak pers dan kegiatan yang berhubungan dengan media relations. Selain itu keuntungan yang dapat diperoleh antara lain jangkauan secara global/dunia, banyaknya informasi yang tersedia dan aktual, mengembangkan investor relations, dapat mempertinggi kontak dengan media, akses yang mudah, biaya efisien. Pemanfaatan internet memberikan kemampuan kepada praktisi humas, khususnya humas pemerintah untuk meningkatkan akses pelayanan dan pemberian informasi kepada publik selama 24 jam sehari, 7 hari seminggu (Darmastuti, 2007). Ada beberapa cara yang dapat dilakukan melalui e-pr, yakni: 1) e-mail, 2) chat, 3) mailing list, 4) newsgroup, 5) www (world wide web), 6) e-newsletters. Internet membuka pintu untuk komunikasi dua arah antara perusahaan dan publiknya. Kelleher (2007) mengatakan bahwa fungsi PR adalah berhubungan dengan konsep interactivity. (Yuliatwati & Irawan, 2016)

Hal tersebut sejalan dengan Gita Aprinta E.B (2014) mengungkapkan sejalan dengan perkembangan teknologi, maka kegiatan komunikasi public relations dirasa tidak cukup jika hanya mengandalkan media massa tradisional. Animo masyarakat terhadap aktivitas digital bisa dibilang cukup tinggi, terutama dalam mengakses informasi dalam (Shabana & Patrianti, 2018).

Untuk memperkuat penelitian ini, maka perlu dilakukan kajian literatur melalui penelitian terdahulu sehingga memperlihatkan kebaruan dan perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya. Adapun penelitian pertama dilakukan (Trisnani, 2018) dengan judul Implementasi E-Government Public Relations Sebagai Peningkatan Pelayanan Publik, Dilingkungan Pemerintah Daerah Di Jawa Timur Dan Nusa Tenggara Barat. Penelitian ini

menggunakan metode survei dengan pendekatan deskriptif kuantitatif, latar belakang penelitian ini, di era digital sudah seharusnya pelayanan publik menggunakan kanal-kanal yang terintegrasi untuk memudahkan masyarakat mencari informasi. Hasilnya ASN sebagian besar memahami pelayanan publik secara online, ASN secara individu sebagian besar menggunakan media sosial. ASN sebagian besar menggunakan Instant Messaging. Sikap ASN terhadap penerapan integrasi jaringan sebagian besar sangat setuju. Hasil penelitian ini, termasuk kategori positif karena jumlah rata-rata ASN Public relations memiliki Pemahaman, kecenderungan dan perilaku setuju menggunakan TIK dan Media sosial serta integrasi jaringan lebih dari 50%.

Penelitian kedua oleh (Purnama, Adnan, & Prasetio, 2016) dengan judul Pengelolaan Konten Website Pemerintah (Studi kasus website [www.subang.go.id](http://www.subang.go.id) pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Subang). Penelitian ini Dalam tata kelola (*good governance*) harus selalu mengedepankan kepentingan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang terlibat didalamnya, termasuk yang dilakukan oleh pemerintah sebuah sebagai institusi publik yang melayani kepentingan masyarakat. Pemerintah daerah di era desentralisasi menjadi salah satu sumber acuan dalam pengelolaan kebijakan pemerintah dengan memanfaatkan dan memaksimalkan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Pemanfaatan TIK dalam sistem pengelolaan pemerintah daerah diterapkan melalui e-government dalam rangka menciptakan tata kelola pemerintah yang baik, salah satu bentuknya dengan penggunaan website Pemda.

Melalui website [subang.go.id](http://subang.go.id) Pemerintah Kabupaten Subang yang dikelola oleh Diskominfo, menjadi ujung tombak pemerintah dalam menyebarkan informasi kepada publik. Untuk mengetahui strategi pengelolaan konten website [subang.go.id](http://subang.go.id) milik Pemkab Subang, maka dilakukan penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan studi kasus. Penelitian ini menemukan hasil berupa permasalahan terkait dengan pengelolaan website oleh Diskominfo Pemkab Subang. Diantara persoalan yang masih dihadapi berkaitan dengan pengelolaan konten website [subang.go.id](http://subang.go.id) adalah masih kurangnya koordinasi dalam pengelolaan website, terbatasnya SDM pengelola website, tidak dilakukannya pembaruan konten, tampilan website yang kurang menarik, rendahnya interaktivitas antara pengelola dengan pengguna website, serta kurangnya akses masyarakat dalam memanfaatkan website, tampilan website yang monoton.

Mengacu pada standard pengelolaan konten website, maka permasalahan masih terjadi pada level riset, perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Salah satu temuan penting dari munculnya permasalahan pengelolaan website [subang.go.id](http://subang.go.id) adalah masih terpisahnya dan tidak adanya koordinasi dalam hal tugas dan tanggung jawab antara bagian Humas Pemkab Subang yang sebatas sebagai pemasok informasi di satu sisi, dengan peran Diskominfo Pemkab Subang sebagai pihak yang bertugas memublikasikan informasi.

Berdasarkan pemaparan latarbelakang sebelumnya, maka tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan aktivitas Humas Kemensos RI sebagai Cyber PR dan menganalisis implementasi Cyber PR kemensos RI dalam pengelolaan websitenya.

## **METODOLOGI**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Studi kasus ini dipilih dengan berdasarkan pada cara peneliti dalam memilih strategi pengelolaan konten website oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kabupaten Subang dan permasalahan di dalamnya sebagai karakter kasus khas yang menjadi nilai penting dalam metode studi kasus sebagaimana diungkapkan Stake (dalam (Creswell, 2018) dan (Yuliani & Dida, 2018) bahwa studi kasus kualitatif dapat disusun untuk mengilustrasikan kasus yang unik, kasus yang memiliki kepentingan yang tidak biasa dalam

dirinya dan perlu dideskripsikan atau diperinci. Sementara itu, paradigma menggunakan konstruktivisme memungkinkan peneliti memahami realitas sosial berdasarkan interpretasi yang dibangun atas dasar pemaknaan peneliti pada perilaku sosial yang ada.

Paradigma konstruktivisme memberikan keleluasaan bagi peneliti untuk memahami realitas sosial sebagai produk makna sebagaimana diungkapkan (Moleong, 2016) bahwa paradigma konstruktivis ialah paradigma yang hampir merupakan antitesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia sosial mereka.

Sejalan dengan tujuannya, penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, menggunakan teknik analisis data kualitatif secara interaktif. Analisis dalam pandangan ini meliputi tiga alur kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2016). Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan tiga orang staf subbag Publikasi dan Pemberitaan Biro Humas Kemensos RI. Data sekunder diperoleh berdasarkan isi website Kemensos RI. Analisis data dilakukan bersamaan saat pengumpulan data, dengan cara melakukan reduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Penelitian kualitatif bersifat subyektif, karena instrument penelitian adalah diri peneliti. Karena itu, untuk menjaga nilai keilmiah digunakan criteria kualitas penelitian yaitu *trustworthyness* dan *authenticity*. Objek penelitian ini adalah Cyber PR Kemensos, sedangkan subjek penelitian adalah Humas Kemensos RI

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam praktik Humas/PR, para personilnya dimungkinkan untuk memahami banyak pengetahuan serta wawasan dalam menjalankan perannya. Humas/PR juga harus mampu merancang sistem komunikasi sekaligus membentuk media komunikasi yang menyertainya, baik dalam bentuk cetak, elektronik, maupun online media.

Peran *Cyber PR pemerintah* dalam melaksanakan aktivitas sebagai pengelola komunikasi pemerintah dengan publiknya, memberikan dan memilih sarana penyebaran informasi internet yang akurat sebagai bentuk publikasi pemerintahan.

Kementerian Sosial dibawah kepemimpinan Menteri Tri Rismaharani tidak hanya menggarap persoalan-persoalan yang bersifat teknis dan sebatas kelompok marginal, melainkan juga melibatkan peran serta masyarakat dan dunia usaha dalam penyelenggaraan pelayanan kesejahteraan sosial.

Pada tingkat nasional, Kementerian Sosial RI juga memberikan masukan-masukan penting pada pemerintah untuk menyusun kebijakan-kebijakan public yang berorientasi pada kesejahteraan sosial, karena kesejahteraan bagi warga Negara Indonesia dijamin oleh UUD 1945. Dalam konteks ini Kementerian Sosial RI menjalankan salah satu fungsi pemerintah didalam sebuah system Negara atau pemerintahan, agar penyelenggaraan kesejahteraan sosial di negeri ini berjalan dijalur yang tepat.

Adapun Biro Humas berada di bawah Sekretariat Jenderal Kemensos RI, dengan sub-sub bagian: sub bagian publikasi dan pemberitaan, sub bagian dokumentasi dan perpustakaan, dan sub bagian hubungan antar lembaga.

Kegunaan *website* resmi Kementerian Sosial (Kemensos) RI ini untuk memberikan berita-berita resmi maupun kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Kemensos RI misalnya, informasi mengenai kegiatan yang dilaksanakan oleh pihak internal Kemensos di pusat, informasi mengenai kegiatan di kantor wilayah, layanan pengaduan masyarakat melalui online, informasi mengenai produk sosial, publikasi dalam bentuk lain (siaran pers, pidato menteri, majalah, info internal). Terdapat banyak situs untuk melihat kegiatan atau akses apa

saja yang dikelola oleh Humas Kementerian Sosial RI seperti Cek Bansos, DTKS Kemensos, Program Keluarga Harapan).

*Cyber Public Relations* Kemensos RI bertanggung jawab dalam memberikan usulan atau masukan- masukan yang langsung di terima dan dipercayai pihak manajemen. Dalam hal ini, berwenang atas masalah dan penyelesaian hal-hal yang berhubungan dengan publik perusahaan. Staff bagian Publikasi dan Pemberitaan memberikan penjelasan:

*“biasanya dalam menanggapi permasalahan yang ada dan mencari solusinya, tentu tahap awalnya harus ada perencanaannya. Kan kita juga melihat respon dari public terutama masyarakat bagaimana mereka memandang Kementerian Sosial RI. Jadi setelah itu, membuat suatu gagasan bagaimana mendesain pesan komunikasi dan menggunakan sarana internet, serta media seperti apa yang pantas agar segala informasi dapat tersampaikan dengan baik.”*

*Cyber PR* Kemensos RI berupaya memberikan informasi yang mudah dipahami dan diterima oleh public. Maka dari itu sebelum mem-*posting* berbagai informasi ke media online dan media social yang ada, ada beberapa tahapan pihak Humas Kemensos RI dalam mendesain informasi *online*: Melakukan perencanaan dengan mengevaluasi keluhan masyarakat, Mendesain atau menulis pesan yang cocok, dan Pemilihan media *online* yang tepat.

Beberapa hal yang melatarbelakangi penggunaan *Cyber PR* diantaranya: a)Tuntutan Zaman Era Digital Perkembangan teknologi dalam ramah digital saat ini semakin pesat. Secara umum manusia memiliki gaya hidup baru yang tidak bisa terlepas dari perangkat yang serba digital. Teknologi menjadi alat yang mampu memenuhi kebutuhan manusia dalam hal informasi, pekerjaan dan sebagainya.b)Eksistensi. Instansi pemerintah, menjadikan aktivitas *Cyber PR* menjadi kegiatan yang harus dilakukan dan menjadi kebutuhan banyak pihak baik internal maupun eksternal. Memenuhi dan menjalankan suara masyarakat juga dapat meningkatkan citra lembaga pemerintahan. Termasuk menyebarkan dan menerima informasi dengan cara yang mudah dan dapat diakses kapanpun melalui media *online*. Seperti yang disampaikan oleh staff sub-bagian Opini Publik Biro Humas Kemensos RI:

*“Cara humas mempertahankan citra baik tentunya sejalan dengan kinerja Kemensos, baik dari sisi penanggulangan kemiskinan, rehabilitasi sosial, pemberdayaan sosial dan tuis-tuis lainnya dari Kemensos. Citra baik bisa ada dan terjaga bilamana apa yang dilakukan oleh Kemensos dapat langsung dirasakan oleh masyarakat luas”.*

Hal ini yang "ditangkap" oleh Humas Kemensos, melalui konten-konten di sosial media (testimoni penerima manfaat), media massa melalui press release dan juga website. Citra baik juga dijaga dengan interaksi yang berlangsung antara Kementerian dengan masyarakat, bilamana ada pertanyaan atau aduan dari masyarakat, Kemensos bisa dengan cepat menindaklanjutinya. c) Kemudahan Publisitas. Melibatkan media online mempermudah *Public Relations* Kemensos RI dalam melaksanakan fungsi publisitasnya. Apabila *Public Relations* konvensional media yang biasa digunakan adalah elektronik dan massa, maka pada aktivitas *Cyber Public Relations* hanya membutuhkan internet dengan memilih media online yang tepat. Dalam hal ini *Cyber Public Relations* dapat melakukan aktivitas penyebaran informasi sangat mudah dan di tempuh dengan intensitas waktu yang singkat. Masyarakatpun dapat merasakan kemudahan dalam mengakses informasi seperti yang sampaikan oleh staff sub-bagian Opini Publik Biro Humas Kemensos RI seperti berikut:

*“Publikasi melalui website dibagi dalam beberapa bagian, yakni press release, berita terkini, berita foto dan videi. Mencakup tidak hanya giat Menteri Sosial atau pejabat tinggi lainnya, tapi juga giat-giat yang dilakukan setiap lini di Kementerian Sosial dalam hal penanganan permasalahan sosial.*

Media kontemporer yang digunakan dalam aktivitas *Public Relations* bersifat online karena dapat memudahkan menjangkau masyarakat sehingga sangat efisien bagi praktisi *PR* dalam melakukan pekerjaannya.

Proses Implementasi *Cyber PR* Kementerian Sosial RI dapat dikelompokkan menjadi: Optimalisasi *Website*. Dalam penerapan kegiatan *Cyber Public Relations* tentu ada proses di dalamnya. Humas Kementerian Sosial RI menggunakan website sebagai wadah untuk menyampaikan informasi dan memperkenalkan profile instansi. Sumber daya manusia yang tersedia juga menjadi salah satu yang harus mumpuni dan berkompeten dalam menangani sosial media sebagai *Public Relations*. Dari hasil wawancara dengan staff sub-bagian Opini Publik Biro Humas Kemensos RI disampaikan sebagai berikut:

*“Tentu harus memiliki skill sebagai PR, apalagi sejak ada jabatan fungsional. Jabatan fungsional sendiri merupakan jabatan yang berdasarkan pada keahlian dan keterampilan tertentu, dalam hal ini Komunikasi / PR. Selanjutnya disebut dengan Pranata Humas yang memiliki tugas pokok dan fungsi melakukan kegiatan pelayanan informasi dan kehumasan, meliputi perencanaan pelayanan informasi dan kehumasan, hubungan kelembagaan, dan hubungan personil, dan pengembangan pelayanan informasi dan kehumasan.”*

Untuk media sosial, Kementerian Sosial RI masih aktif dan berperan dalam beberapa media sosial. Dalam hal ini Biro Humas Kemensos RI berupaya untuk memaksimalkan dan memanfaatkan kinerja media sosial sebagai sarana informasi yang up to date dan bersifat dua arah (*two way communications*). Seperti Instagram, Facebook, dan Twitter yang banyak digunakan publik saat ini. Seperti yang disampaikan oleh Bu Intan selaku Staff bagian publikasi dan pemberitaan sebagai berikut:

*“Sosial media lainnya yang Kemensos miliki ada Facebook, Instagram dan Twitter. Saat ini seluruh sosial media Kemensos masih aktif dalam penyampaian informasi ke masyarakat. Namun Kemensos melihat alur dari kenaikan dan penurunan ketertarikan sosmed itu sendiri, misalnya saat ini masyarakat lebih tertarik dengan Instagram, maka Kemensos membuat konsep untuk membuat informasi yang akan disampaikan lebih menarik di platform sosmed tersebut. Tapi Kemensos tetap memaksimalkan penggunaan seluruh sosial media agar penyebaran informasi merata.”*

Pihak *Humas/PR* kemensos RI juga mengoptimalkan Youtube sebagai wadah yang sangat berguna untuk mempublikasikan segala kegiatan dan informasi Kementerian Sosial RI yang dikemas secara menarik dalam bentuk audiovisual. Dalam penyebaran informasi melalui website, diakui tidak ada kendala yang dialami oleh pihak Biro Humas Kementerian Sosial RI secara birokrasi dan koordinasi. Karena, jalur komunikasi antara Biro Humas dengan pimpinan tertinggi terjalin dengan baik. Biro Humas juga mampu menterjemahkan hal-hal yang menjadi keinginan dari pimpinan-pimpinan di Kemensos.

Kementerian Sosial RI juga memberikan dan menyebarkan informasi kepada masyarakat, memastikan agar publik mengerti dan memahami pemberitaan atau publikasi tersebut. Hal ini menjadi tujuan dari upaya menyebarkan informasi melalui media dengan cara yang lebih menarik, mengingat perkembangan teknologi yang digunakan oleh masyarakat.

Adapun penanggungjawab dari setiap hal yang dipublikasikan melalui media website Kemensos RI adalah Kepala Sub Bagian Pemberitaan dan Publikasi. Sementara itu, terkait dengan evaluasi, secara rutin dilakukan beberapa kali dalam setahun. Terlebih bila ada hal-hal yang dinilai tidak sesuai dengan rencana kerja Biro Humas.

## SIMPULAN

Aktivitas Cyber PR pada kemensos RI yaitu menghimpun, mengelola, menyajikan dan mengomunikasikan segala informasi terkait kesejahteraan sosial rakyat Indonesia menggunakan internet, secara khusus menggunakan website [www.kemensos.go.id](http://www.kemensos.go.id).

Biro Humas mengaplikasikan undang-undang keterbukaan informasi publik dengan memanfaatkan media internet sebagai penghubung arus komunikasi dua arah antara pemerintah dengan masyarakat. Website sangat membantu masyarakat dalam memperoleh informasi tentang kesejahteraan sosial. Humas melakukan evaluasi pengelolaan website sebagai media informasi publik adalah dengan melakukan pemeriksaan perangkat, karena pengelolaan website ini menggunakan perlengkapan-perengkapan pendukung untuk pengelolaannya, seperti perangkat lunak dan perangkat keras, tidak hanya itu juga memeriksa domain-domain yang terjadi kesalahan diluar dugaan. Berdasarkan pengembangannya, website Kemensos RI yang dikelola sub bagian publikasi dan pemberitaan, merupakan website dinamis. Artinya, situs website Kemensos selalu di perbaharui (up to date) secara berkala sesuai kebutuhan instansi, relevan dengan kondisi faktual masyarakat, juga memuat beberapa halaman web turunan yang saling terhubung satu sama lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W. (2018). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. United Kingdom: SAGE Publications Inc.
- Himaturipa, R., Maarif, A. A., & Abidin, Y. Z. (2020). Pengelolaan Website Sebagai Media Informasi Publik. *Reputation: Jurnal Hubungan Masyarakat*, 2(2), 201–220. <https://doi.org/https://doi.org/10.15575/reputation.v2i2.233>
- Indrajit, R. E. (2016). *Konsep dan Strategi Electronic Government*. Yogyakarta: Andi.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pera Irawan, E. (2017). Pemanfaatan Website Pada Aktivitas Cyber PR dalam Mendukung e-Government di Pemerintah Kota Tangerang Selatan. *Jurnal IPTEK-KOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komunikasi)*, 19(2), 163–177. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33164/iptekkom.19.2.2017.163-177>
- Peraturan Presiden tentang Kementerian Sosial Republik Indonesia*. , Pub. L. No. No 46 Tahun 2015.
- Purnama, H., Adnan, A., & Prasetio, A. (2016). Strategi Humas Siber Melalui Pengelolaan Konten Website Pemerintah (Studi kasus website [www.subang.go.id](http://www.subang.go.id) pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Subang). *Jurnal Komunikasi*, 2(2), 19–25.
- Ruslan, R. (2012). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi; Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sani, A., Hidayat, M., & Sjafirah, N. A. (2020). Pemahaman Petugas Kehumasan Kementerian Dalam Negeri Tentang Peran Humas Pemerintah. *PROfesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 4(2), 215. <https://doi.org/10.24198/prh.v4i2.23528>
- Shabana, A., & Patrianti, T. (2018). Cyber-PR Dalam E-Musrenbang Di Pemerintah Kota Tangerang Selatan. *Communication*, 9(2), 105. <https://doi.org/10.36080/comm.v9i2.734>
- Sugiyono. (2016). Memahami Penelitian Kualitatif. *Bandung: Alfabeta*. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2036.2009.03946.x>
- Trisnani, T. (2018). Implementasi E-Government Public Relations Sebagai Peningkatan Pelayanan Publik, Dilingkungan Pemerintah Daerah Di Jawa Timur Dan Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 7(3), 165–175. <https://doi.org/10.31504/komunika.v7i3.1781>
- Wardah, M., & Yasir, Y. (2017). Pengelolaan Website sebagai Media Informasi Publik pada

- Bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 4(1), 1–15.
- Yazid, T. P. (2015). Implementasi Cyber Public Relations Melalui Pengelolaan Website Pemerintah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 160–173. Retrieved from <https://ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/3345>
- Yuliani, R., & Dida, S. (2018). Personal Branding Selebritas dan Bisnis Online Shop. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 11(1), 10–19. <https://doi.org/10.29313/mediator.v11i1.3617>
- Yuliawati, & Irawan, E. P. (2016). Peran Cyber Public Relations Humas Polri Publik Secara Online. *Jurnal Politikom Indonesia*, 1(1), 208–220. <https://doi.org/https://doi.org/10.35706/jpi.v1i1.308>