

STRATEGI HUMAS SIBER DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN INFORMASI PUBLIK 4.0 DI BADAN KEPEGAWAIAN NEGARA

Gabriel Gifson Hasugian^{1*}, Yani Hendrayani², dan Lusia Handayani³

¹²³Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Indonesia

*gifsonhsg@gmail.com

Abstract

This research is motivated use of cyberspace or online activities in providing public information services, especially of the 4.0 era which raises the issue of fakenews and the needs quickly information. The purpose of this research is to find out how the Badan Kepegawian Negara public relations strategy in improving the quality of public information services in the 4.0 era. The research method used is a qualitative with descriptive study analysis by collecting data through interviews. Concepts used are government public relations, cyber public relations quality, public services, 7-C public relations strategies and computer mediated communication. Research results show that BKN public relations have done a study of information service 4.0 in the use of cyber public relations websites, social media such as Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, and canal complaints that is LaporBKN!. Cyber public relations strategies to improve service quality by adjusting the audience, infographics and schemes, packaging messages according to the audience, publishing with audio visual, polling public information services as an evaluation with the use of cyber public relations. Based on the results of research that the service with the use of cyber public relations run by BKN public relations is already good.

Keywords: *cyber public relations, cyber public relations strategy, information services*

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya penggunaan siber atau aktivitas online dalam memberikan pelayanan informasi publik dalam menghadapi era 4.0 yang memunculkan permasalahan *fakenews* dan kebutuhan informasi yang cepat. Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana strategi humas siber Badan Kepegawian Negara dalam meningkatkan kualitas pelayanan informasi publik di era 4.0. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan analisis studi deskriptif dengan mengumpulkan data melalui wawancara. Konsep yang digunakan yaitu humas pemerintah, *cyber public relation*, kualitas pelayanan publik, strategi 7-C *public relations* dan *computer mediated communication*. Hasil penelitian ini humas BKN sudah melakukan kajian pelayanan informasi 4.0 dalam penggunaan humas siber merupakan website, media sosial seperti twitter, facebook, instagram, youtube, dan kanal LaporBKN!. Strategi humas siber untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan tahap menyesuaikan khalayak, melakukan infografis dan skema, mengemas pesan sesuai dengan khalayak, mempublikasikan dengan audio visual, melakukan polling layanan informasi publik sebagai evaluasi dengan penggunaan humas siber. Berdasarkan hasil penelitian bahwa pelayanan dengan penggunaan humas siber yang dijalankan humas BKN sudah baik.

Kata Kunci: humas siber, strategi humas siber, pelayanan informasi

PENDAHULUAN

Saat ini pemerintah Indonesia mengeluarkan Roadmap Making Indonesia 4.0 sebagai bentuk pengimplementasian Revolusi Industri 4.0 ditandai teknologi yang maju dan serba cepat

dan instan berbasis internet dan teknologi. Dunia dan khususnya para praktisi *Public Relation* (PR) ditantang memasuki era revolusi *industry* 4.0 atau revolusi industri dunia keempat dimana teknologi dan internet telah

menjadi basis dalam kehidupan manusia. Segala hal menjadi tanpa batas dan tidak terbatas akibat perkembangan internet dan teknologi digital. Perkembangan ini telah mempengaruhi banyak aspek kehidupan khususnya di bidang komunikasi.

Seiring dengan berkembangnya teknologi komunikasi dan munculnya revolusi industri 4.0, berita dan informasi kini dapat disebar dalam hitungan detik dengan dukungan internet. Namun semua perkembangan teknologi komunikasi yang dilewati memiliki dampak positif dan negatif yang terjadi. PR berperan penting dalam memberikan pelayanan informasi yang sehat dan positif kepada masyarakat di tengah polemik perkembangan teknologi komunikasi.

Dalam dunia *Public Relations*, perkembangan teknologi komunikasi ini kemudian melahirkan alat atau media baru bagi *Public Relations* dalam menjalin hubungan dengan publiknya. Kondisi ini kemudian memunculkan istilah baru dalam dunia *Public Relations*, istilah baru tersebut adalah *Cyber Humas atau siber humas*. Secara definitif, *Cyber Humas* merupakan kegiatan kehumasan yang dilakukan dengan sarana media elektronik Internet. Istilah cyber atau cyberspace pertama kali diperkenalkan oleh William Gibson dalam bukunya *Neuromancer*. Indonesia sering menyebutnya dengan istilah dunia maya (Emilia, 2013)

Cyberspace dengan *revolusi industri* ini saling berkaitan, dimana datangnya era *industry 4.0* menciptakan 'ruang baru' yaitu *cyber-space* dan ditandai dengan penggunaan cyberspace sebagai alat pengembangan produk dan jasa dari tiap perusahaan atau lembaga pemerintah untuk menjalani aktivitas dalam menyediakan layanan dan mengakses layanan kepada public.

Kaitannya dengan Humas, yaitu seorang humas harus mampu mengedit, menulis, membuat *press release*, *website*, *annual report*, dan pekerjaan teknis lainnya. Dengan adanya peran tersebut seorang humas harus mampu memanfaatkan internet dan teknologi yang disebut *cyberspace* atau berbasis media dengan baik sebagai penghubung dengan publiknya baik internal maupun eksternal untuk mencapai

tujuan dari sebuah perusahaan.

Dilansir dari halaman berita (tekno.kompas.com, 2019) menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menurut Henri (dalam Pratomo, 2019), jumlah pemakai internet di Indonesia dari total populasi sebanyak 264 juta jiwa penduduk Indonesia, ada sebanyak 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8 persen yang sudah terhubung ke internet angka ini mengalami peningkatan dari tahun 2017 yaitu 54,86%.

Saat ini pemerintah sedang gencar menghadapi era revolusi industri 4.0. Tidak dipungkiri pemerintah harus memiliki strategi yang jitu untuk mempersiapkan para Aparatur Sipil Negara (ASN) di tanah air untuk siap mengikuti perkembangan ini dan ditargetkan mampu untuk memberikan layanan publik secara lebih matang dan berkualitas, menghadirkan tenaga kerja dengan kapabilitas yang dapat menjawab tantangan zaman, berkinerja lebih profesional dengan cara yang efektif dan meningkatkan dukungan publik terhadap pelaksanaan pembangunan. Badan Kepegawaian Negara (BKN) sebagai Lembaga Pemerintah Non Kementerian yang bertugas melaksanakan tugas pemerintahan di bidang manajemen kepegawaian negara turut ingin mencetak PNS dengan mindset revolusi industri 4.0 dan sangat membutuhkan tenaga humas yang dapat melayani hubungan dan informasi berbasis teknologi informasi dan tidak lagi menggunakan metode konvensional. Salah satu dampak pada era revolusi industri 4.0 ini dirasakan oleh instansi pemerintah yaitu BKN melihat tugas dari lembaga pemerintah yaitu menyediakan informasi dan memberikan pelayanan. Banyaknya pemberitaan yang *hoax/fakenews* dari pihak yang tidak diketahui membuat BKN harus mampu menyediakan informasi dan pelayanan yang berkualitas. Humas BKN perlu mengaktifkan perannya dengan memanfaatkan internet dalam menyediakan informasi kepada public, informasi tersebut berupa profil, program kerja, pemberitahuan, sosialisasi kebijakan, arahan arahan serta penyedia keluhan kepada publik

Isu pelayanan publik saat ini merupakan

isu penting dalam penyediaan layanan publik di Indonesia dimana kondisi perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin maju dan kompetisi global yang semakin ketat. Pelayanan sebagai proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung, merupakan konsep yang senantiasa aktual dalam berbagai aspek kelembagaan. (Hild, 2014)

Beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan referensi bagi peneliti antara lain, jurnal dengan judul “Peran Cyber Public Relations Humas Polri Dalam Memberikan Pelayanan Informasi Publik Secara Online” (Yuliawati & Enjang, 2016). Hasil penelitian menunjukkan peran dari humas divisi Polri dalam menjalankan aktivitas *cyber* humas. Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama melihat aktifitas humas siber di sebuah instansi. Perbedaannya yaitu penelitian sebelumnya melihat peran dari aktivitas *cyber* humas di humas Polri.

Kedua, jurnal dengan judul “Strategi *Cyber Public Relations Website E-Marketplace*” (Yumikosari, 2017), penelitian ini menggunakan metode studi deskriptif kualitatif dan hasil dari penelitian ini membahas dari tujuan penggunaan *cyber* humas, strategi, dan penggunaan media. Persamaannya yaitu membahas strategi dari *cyber* humas atau siber humas, perbedaannya penelitian sebelumnya memfokuskan objeknya di penggunaan website e-marketplace.

Harold Lasswel (Effendy, 2011:10) menjelaskan komunikasi yaitu: “*Who Says What in Which Channel to Whom With What Effect*” paradigm Lasswel tersebut bahwa komunikasi meliputi lima unsur seperti Pengirim Pesan atau Komunikator (*communicator, source, sender*), pesan (*message*), media (*channel*), komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*) dan efek atau umpan balik (*effect, impact, influence, feedback*). Jadi berdasarkan paradigma Lasswel tersebut, peneliti memfokuskan unsur bagaimana komunikator bisa mengemas pesan yang berkualitas dan penggunaan saluran apa yang digunakan untuk memberikan informasi kepada komunikan, sehingga adanya umpan balik antara komunikator dan komunikan.

Secara garis besar tujuan Humas Pemerintah menyangkut tiga hal yaitu: 1) Reputasi dan citra: tugas praktisi humas tidak lepas dari reputasi dan citra, ini artinya bahwa citra yang positif akan berkaitan dengan tingginya akses publik terhadap output dari organisasi tersebut; 2) Jembatan komunikasi: praktisi humas menjadi komunikator dan mediator dalam penyampaian aspirasi ke instansi pemerintah.; 3) *Mutual benefit relationship*: humas harus menjamin bahwa pemerintah berada dalam operasinya memiliki niat baik dalam mewujudkan tanggung jawab sosial dan diekspresikan melalui hubungan yang saling menguntungkan diantara pemerintah dengan publik.

Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 Tahun 2003 menjelaskan pengertian pelayanan public yaitu segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan, selanjutnya, dinyatakan bahwa penyelenggara pelayanan publik adalah instansi pemerintah (Ladzi, 2012 : 49-50). Representasi dari eksistensi birokrasi pemerintahan sangat identik dengan pelayanan public mengingat salah satu tugas dan fungsi pemerintah, yaitu memberikan pelayanan. (Hamid, 2012: 331).

Kualitas pelayanan yang baik dapat diketahui dan dirasakan secara nyata oleh konsumen atau publik dengan dilihat atau diukur dengan lima dimensi kualitas pelayanan menurut apa yang dikatakan konsumen. Adapun kelima dimensi *service quality* tersebut, yaitu: 1) *Tangibles*: kualitas pelayanan yang dapat diukur dari sarana fisik perkantoran, komputerisasi administrasi, ruang tunggu, tempat informasi; 2) *Reability*: dilihat dari kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya.; 3) *Responsivess*: digambarkan dari kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan konsumen.; 4) *Assurance*: dilihat dari kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam menyakinkan kepercayaan

konsumen; 5) *Empathy*: digambarkan dari sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen (Pasolong, 2013).

Penjelasan diatas kualitas pelayanan merupakan usaha pemerintah untuk menciptakan kepuasan bagi para pengguna pelayanan mengingat pemerintah perlu memberikan pelayanan yang terbaik, jika pengguna pelayanan merasa puas dan terpenuhi dengan pelayanan yang diberikan dan yang telah diterima oleh pengguna dapat disimpulkan pemerintah telah memberikan pelayanan yang sesuai dengan tugas dan peran pemerintah.

Meningkatkan kualitas pelayanan publik perlu menggunakan strategi, strategi 7-c public relations menurut Cutlip, Center dan Broom (dalam Moorisan, 2013) secara garis besar melakukan komunikasi dengan cara berikut: 1) *Credibility* (Kredibilitas) komunikasi dari suasana saling percaya yang diciptakan oleh pihak komunikator dengan sungguh-sungguh untuk melayani publiknya atau komunikannya yang memiliki keyakinan juga rasa hormat.; 2) *Context* (Konteks) sesuatu yang berhubungan dengan lingkungan kehidupan sosial, pesan harus disampaikan dengan jelas serta sikap partisipatif.; 3) *Content* (Isi) isi pesan dalam strategi ini haruslah menyangkut kepentingan orang banyak sehingga informasi dapat diterima sebagai sesuatu yang bermanfaat secara umum bagi masyarakat.; 4) *Clarity* (Kejelasan) pesan disusun dengan kata-kata yang jelas, mudah dimengerti serta memiliki pemahaman yang sama (maksud, tema dan tujuan) antara komunikator dan komunikan; 5) *Continuity and Consistency* (Kontinuitas dan Konsistensi) komunikasi merupakan proses yang tidak pernah berakhir, oleh karena itu dilakukan secara berulang-ulang dengan berbagai variasi pesan serta pesan-pesan tersebut harus konsisten. Dengan cara demikian, akan mudah melakukan proses komunikasi untuk membujuk publiknya.; 6) *Channels* (Saluran) menggunakan saluran media yang tepat dan terpercaya serta dipilih oleh khalayak sebagai target sasaran. Pemakaian saluran media yang berbeda, tentu akan berbeda pula efeknya. Dalam hal ini seorang PR harus memahami

perbedaan dan proses penyebaran informasi secara efektif dengan memerhatikan saluran; 7) *Capability of The Audience* (Kapabilitas Khalayak) memperhitungkan kemampuan yang dimiliki oleh khalayak. Komunikasi akan efektif bila berkaitan dengan faktor-faktor seperti kebiasaan dan peningkatan kemampuan membaca dan pengembangan pengetahuan khalayak.

Konsep lain yang digunakan peneliti adalah cyber public relation. Melalui media cyber PR atau media yang menggunakan internet, peranan PR akan lebih dirasakan seiring berjalannya fungsi PR yaitu mengelola dan memberikan kualitas pelayanan informasi yang penting bagi publiknya. Demikian pula pada tingkat efektifitasnya, media cyber PR atau istilah lainnya yaitu e-PR atau PR Digital jangkauannya lebih cepat dan luas maka secara otomatis dampaknya pun cepat dirasakan jika dibandingkan dengan media konvensional (Hidayat, 2014: 106-107).

Definisi mengenai Industri 4.0 sangatlah beragam karena masih dalam tahap penelitian dan pengembangan terkait tersebut. Kanselir Jerman, Angela Merkel (2014) berpendapat bahwa Industri 4.0 adalah transformasi komprehensif dari keseluruhan aspek produksi di industri melalui penggabungan teknologi digital dan internet dengan industri konvensional.

Indonesia saat ini berkomitmen untuk membangun industri manufaktur yang mempunyai daya saing global melalui percepatan implementasi Industri 4.0. Hal ini ditandai dengan peluncuran *Roadmap Making Indonesia 4.0* sebagai sebuah roadmap dan strategi Indonesia memasuki era digital yang tengah berjalan saat ini.

Selain konsep-konsep diatas, peneliti menggunakan konsep *Computer Mediated Communication (CMC)* sebagai acuan penelitian. Konsep ini diartikan sebagai komunikasi yang diwadahi oleh komputer atau komunikasi yang diperantarai oleh komputer. Konteks CMC yang dimaksud bukan hanya komputer atau *Personal Computer (PC)* atau laptop, tetapi juga alat-alat yang berhubungan

dengan teknologi atau penyebaran informasi seperti PDA, *handphone (smartphone)*, tablet dan sejenisnya, dan itu disebut media baru komunikasi. Konsep CMC ini memiliki 3 inti yaitu *communication, mediated dan computer* (Thurlow, 2004) sebagaimana penjelasannya: 1) *Communication* komunikasi dalam CMC memfokuskan pada komunikasi manusia daripada komunikasi massa atau teknologi informasi atau komunikasi lainnya. CMC digunakan untuk mengepresikan identitas, membangun, memelihara hubungan yang nantinya terbentuk sebuah komunitas; 2) *Mediated*, mediasi merupakan suatu proses yang mentransmisikan sesuatu seperti pesan, suara, atau perasaan. Ini diartikan sebagai sebuah proses atau alat yang nantinya dikirimkan. CMC tentu adanya sebuah perantara penyampaian pesan berupa teknologi dan menekankan *communication* didalam penggunaannya; 3) *Computer* pada era 4.0 ini hampir semua menggunakan komputer tapi yang dimaksud dalam teori ini bukan perangkat kerasnya melainkan fungsi dari komputer ini secara eksplisit telah membantu pertukaran informasi yang terjadi didalamnya.

Berdasarkan penjabaran diatas, peneliti ingin menganalisis penggunaan siber di humas BKN untuk meningkatkan kualitas pelayanan informasi public di era industry 4.0 dan menganalisis strategi siber humas BKN untuk meningkatkan kualitas pelayanan informasi kepada public di era industry 4.0 .

METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengumpulkan data secara primer dan sekunder hal ini bertujuan untuk mendapatkan bagaimana strategi humas siber dalam meningkatkan kualitas pelayanan informasi publik Badan Kepegawaian Negara ditengah industri 4.0. Peneliti perlu melihat realitas yang ada untuk menafsirkan apa yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini, yaitu bagaimana strategi humas siber dalam meningkatkan kualitas pelayanan informasi publik Badan Kepegawaian Negara di era 4.0.

Penelitian kualitatif sebagai penelitian yang

bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain. Secara holistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2010:6).

Penelitian kualitatif melihat dari keabsahan data yang dirancang oleh peneliti untuk menemukan hasil penelitian yang akurat. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kualitatif (Saryono, 2010:1).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Penelitian studi kasus dapat dibedakan menjadi tiga tipe, yakni studi kasus eksplanatoris, eksploratoris, dan deskriptif. Studi kasus adalah suatu enkuri empiris yang: 1) Menyelidiki fenomena yang muncul di dalam konteks kehidupan nyata, bilamana; 2) Batas-batas antara fenomena dan konteks tak tampak. Dengan tegas dan di mana; 3) Multisumber bukti dimanfaatkan (Yin, 2013:18).

Pengumpulan data utama dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini dengan melakukan wawancara mendalam berupa riset atau penelitian yang dilakukan dengan melakukan percakapan antar dua orang, yaitu peneliti dan informan. Peneliti menggunakan bantuan pedoman wawancara untuk memudahkan dan memfokuskan pertanyaan yang diutarakan dan menggunakan alat bantu rekam untuk memudahkan dalam proses pengolahan data. Data pendukung lainnya, peneliti menggunakan metode dokumentasi yang bersumber dari arsip dan dokumen yang relevan dan berhubungan dengan penelitian terkait. Selain itu, peneliti juga menggunakan studi kepustakaan dalam mendukung penelitian ini melalui buku, jurnal, catatan, dan sebagainya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejalan dengan tujuan penelitian yaitu

untuk mengetahui penggunaan humas siber di BKN dalam melayani informasi publik, untuk mengetahui strategi humas siber BKN dalam menyelesaikan permasalahan *fakenews*, *hoax*, produk diluar BKN, dan upaya humas siber BKN meningkatkan kualitas pelayanan informasi publik di era 4.0, peneliti mengkategorisasikan hasil penelitian menjadi: 1) Koordinasi Kerja Humas Siber BKN; 2) Penggunaan dan Implementasi Humas Siber BKN dalam Melayani Informasi, 3) Strategi Humas Siber BKN dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Publik. Secara ringkas, kordinasi kerja humas siber BKN akan menjelaskan humas BKN mengetahui informasi tentang *roadmap making* Indonesia 4.0 yang dicanangkan pemerintah dan melihat bagaimana koordinasi dalam menyediakan pelayanan informasi publik. Penggunaan dan Implementasi Humas Siber BKN dalam melayani informasi menjelaskan apa yang dilakukan untuk mengimplementasikan humas siber di era industry 4.0 dengan menggunakan media digital. Strategi humas siber BKN dalam meningkatkan pelayanan informasi publik menjelaskan tentang bagaimana strategi yang dilakukan oleh humas siber BKN dari dampak, kendala dan tantangan era industry 4.0 dan menjelaskan evaluasi dari strategi yang dilakukan.

Koordinasi Kerja Humas Siber BKN

Berkaitan tentang penancangan pemerintah tentang *roadmap making* Indonesia 4.0 dan penancangan ASN 4.0 tentu humas siber BKN perlu melakukan koordinasi kerja antar unit dan media lainnya untuk melayani informasi publik. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bahwa narasumber yang berkaitan sudah mengetahui adanya *roadmap making* Indonesia 4.0 yang dicanangkan pemerintah, narasumber mengetahui informasi tersebut melalui media berita dan salah satunya BKN adalah lembaga negara yang memang perlu melakukan koordinasi dengan pemerintah sehingga dapat mengimplementasikan dari penancangan pemerintah tersebut dan sebelumnya bahwa humas BKN sudah diundang oleh GPR

(*Government Public Relation*) dalam forum atau kajian tentang implementasi 4.0.

Badan Kepegawaian Negara sudah memberikan informasi tentang 4.0 kepada publik dan melakukan kajian atau forum forum 4.0 untuk menjalani *roadmap making* Indonesia 4.0 khususnya di instansi pemerintah. BKN juga mencanangkan dengan istilah ASN 4.0 sebagai implementasi dari perkembangan saat ini. Humas BKN selalu menginformasikan dan membuat langkah langkah yang menarik seperti pembuatan tagar #ASNKiniBeda atau #ReformasiBKN sebagai langkah dan mengarah pencetakan ASN 4.0. BKN memang sudah mengetahui penancangan pemerintah dan selalu memberitakan melalui kanal web atau media sosial dengan tagar tagar yang telah dibuat seperti media sosial *twitter*.

Perlu adanya koordinasi antara pihak pihak lainnya khususnya dalam menjawab aduan aduan masyarakat. Hal ini penting untuk diketahui bagaimana koordinasi kerja humas siber sebagai perencanaan atau juga *organizing* untuk menciptakan pelayanan informasi publik yang berkualitas. humas BKN telah menerima aduan dan itu bekerjasama dengan Kemenpan (Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara), Kominfo (Kementerian Komunikasi dan Informatika) sebanyak 9000 aduan dan 98% telah direspon oleh humas BKN dan BKN menjadi lembaga yang terbaik dalam menerima aduan aduan masyarakat tersebut. Itu tentu koordinasi kerja humas siber dengan menggunakan siber untuk melayani publik bisa dikoordinasikan dan diberikan dengan baik oleh humas BKN.

Selain itu humas BKN mengundang media dan mempublish berita di berbagai media seperti website atau media sosial. Aduan-aduan masyarakat diterima oleh Humas BKN, lalu humas BKN akan menjawab aduan masyarakat tersebut dengan melihat konteks aduannya yang nantinya akan diberikan kepada pihak yang dapat menjawab aduan tersebut sehingga jawaban bisa dijawab dengan jelas dan valid.

Humas BKN juga sudah ada pelayanan kepegawaian terpadu dimana semua kepegawaian di Indonesia dapat datang langsung

untuk ke BKN untuk mendapatkan layanan yang dibutuhkan oleh publiknya. Pelayanan terpadu tersebut dikelola oleh humas BKN dengan melakukan koordinasi di tiap unitnya sebagai pelayannya dan dalam pelayanan terpadu tersebut sudah serba komputerisasi dan digitalisasi yang memudahkan publik dalam memberikan pelayanan informasi. Koordinasi dilakukan juga dengan penggunaan siber seperti whatsapp grup dan bersinergi kepada antar unit BKN, dan melakukan berbagai file tentang pekerjaan yang bersifat informasi publik sehingga dalam memberikan layanan informasi kepada publik dapat berkualitas.

Penggunaan dan Implementasi Humas Siber BKN dalam Melayani Informasi

Berkaitan dengan implementasi humas siber di Badan Kepegawaian Negara, peneliti mendapatkan informasi dan data yang cukup penting dari hasil wawancara mengenai penggunaan dan juga implementasi humas siber BKN sebagai penggunaan untuk melayani informasi kepada publik. Peneliti menilai di era industri 4.0 ini juga sebagai implementasi dari pencaanangan pemerintah yaitu roadmap making Indonesia 4.0 bahwa pentingnya penggunaan aplikasi siber seperti media sosial, website menurut narasumber saat ini penggunaan media sosial dan *website* menjadi salah satu kegiatan humas siber dalam memberikan informasi dan melayani informasi kepada publik, dan menurut informan akan ada pengembangan pengembangan aplikasi yang lainnya berhubungan humas siber.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan, narasumber mengatakan bahwa *followers* 78% usia mencari kerja dan adanya milenial dan sub milenial sedangkan 20 % pengakes di *website* berumur dewasa. Segmentasi tersebut humas BKN menggunakan penggunaan siber yaitu media sosial dan kanal kanal di website sebagai penyedia informasi dan juga pelayanan informasi kepada publik dan aplikasi atau *platform* LaporBKN! untuk menerima aduan masyarakat kepada BKN secara online atau digitalisasi. LaporBKN dapat diakses melalui telepon genggam dengan format yang

ditentukan yaitu mengirim *SMS*, lalu publik juga dapat mengadu dengan format di *twitter*, aplikasi lapor yaitu *lapor.go.id* melalui email yang nantinya dapat dikirim ke email humas BKN dan itu semua terintegrasi dan masuk kedalam aplikasi atau kanal LaporBKN!

Selain dari media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, *Instagram* ada aplikasi "*LaporBKN!*" yang dapat diakses oleh masyarakat sebagai bentuk aduan aduan nantinya akan dijawab sesuai aduan masyarakat oleh humas. Produk pelayanan digitalisasi di BKN memang cukup banyak tetapi produk asli humas siber BKN hanya LaporBKN! tetapi produk produk di BKN dikelola oleh humas BKN untuk diinformasikan sehingga nantinya dapat dimanfaatkan oleh publik sebagai layanan masyarakat. Selain penggunaan itu ada juga e-agenda dan e-notula dimana berisikan agenda rapat dan notulis dari sebuah kegiatan seperti rapat.

Humas siber BKN menggunakan dan memanfaatkan siber dalam era 4.0 ini dengan penggunaan media sosial yang penyebarannya sangat cepat bahkan ke berbagai daerah lainnya, selain laporBKN!, dan produk dari BKN lainnya, humas BKN menerima aduan secara langsung dan dibuat notulensinya lalu dibuat menjadi digital dan dimasukan kedalam e-notula. Implementasi dari penggunaan siber humas selain yang disebutkan diatas yang sering dikontrol baru baru ini adalah pelayanan penerimaan PNS yaitu *SSCN CAT* BKN dimana penerimaannya menggunakan sistem internet dan komputerisasi untuk mendapatkan informasi dan layanan yang terbuka dan hal itu dirasakan sangat efektif untuk bisa mengimplementasikan pencaanangan pemerintah.

Strategi Humas Siber BKN dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi Publik

Penggunaan humas siber di BKN dengan media sosial, website, LaporBKN! dan mengarah digitalisasi yang tentunya perlu dipersiapkan strateginya baik dari konten, isi, kompetensi, dan sebagainya.

BKN pada tahun 2019 secara konten juga konteks melakukan pembaharuan demi pembaharuan dan saat ini berusaha untuk selalu mengedepankan audio visual dan semua terstruktur dengan infografis dan skema, dan awalnya humas BKN melakukan perencanaan dahulu yang ditulis di papan ruangan humas BKN yaitu membuat infografis seperti contoh baru baru ini dalam penerimaan CPNS, publik sangat butuh pelayanan informasi yang berkualitas dengan *Continuity* dan *Consistency* yaitu dalam informasi yang diberikan di instagram BKN selalu kontinu dalam memberikan informasi dan juga konsisten dari skema atau infografis yang dibuat sebelumnya dalam koordinasi di Humas BKN.

Strategi humas siber BKN dalam memberikan pelayanan kepada publik dengan baik atau berkualitas dengan memberikan kejelasan melalui pesan yang dikemas dengan baik tidak mengandung unsur yang menjatuhkan atau no sara juga tetap menghormati KKBI. Strategi lain dengan melihat audiens atau netizen dalam media siber atau media sosial lalu menyesuaikan dalam membuat atau mengemas pesan, pesan dikemas seperti pesan pesan milenial saat ini, dan gaya komunikasi formal diterapkan dalam media website.

Melihat dampak yang ada, humas BKN juga melakukan strategi dalam menghadapi kabar atau berita *hoax* yang menerpa BKN yaitu menanggapi *hoax* dan melakukan kontrol juga langsung diinformasikan kepada publik secepat mungkin bahwa itu *hoax* dan strategi lain dengan memberikan informasi *hoax* tersebut ke *stophoax.id*. Selain itu informasi di perkembangan teknologi saat ini informasi harus diberikan dengan jelas dan mengacu berdasarkan undang-undangan, PP, Permenpan, Perka yang dikeluarkan secara resmi. Tidak kalah penting yaitu strategi untuk meningkatkan kompetensi dan kemampuan dalam mengelola aduan informasi dan memberikan pelayanan kepada publik dilakukan dengan diklat, *sharing session* untuk dapat menyediakan kualitas dalam melayani publik sehingga dapat memiliki kredibilitas dalam menyediakan pelayanan.

Penggunaan humas siber yaitu instagram

dan twitter sebagai *channel* atau salurannya dalam memberikan layanan informasi kepada publik informasi dibentuk dengan visual yang menarik mengikuti perkembangan saat ini yaitu banyak sekali kaum milenial, dan informan 3 mengatakan pesan atau informasi terkadang diselingi hal hal yang lucu dan menarik dan itu terbukti banyak sekali yang suka dari like dan komentar di kolom komentar dan itu menjadi strategi Humas BKN dalam melihat kapabilitas khalayak. Humas BKN juga melakukan pelayanan informasi dengan audio visual (video) di dalam penggunaan youtube.

Salah satu strategi dan keseriusan humas BKN dalam meningkatkan kualitas pelayanan informasi kepada publik dimana melakukan polling atau saran untuk layanan informasi BKN khususnya pada website BKN, mengingat website menjadi salah satu media yang mudah diakses dan dicari oleh masyarakat publik baik internal maupun eksternal. Poling tersebut disematkan di kanal website BKN yang mudah diakses. Poling tersebut dapat berguna juga sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Humas BKN kepada publik.

Dampak dari perkembangan revolusi industri 4.0 bagi instansi, humas, dan khususnya terhadap pelayanan informasi publik di BKN. Hal ini penting untuk diketahui agar menjadi analisis yang dapat merepresentasikan kualitas pelayanan informasi publik dalam penggunaan humas siber di BKN dan bagaimana BKN melakukan evaluasi. Kemunculan perkembangan industri 4.0 ini membuat perubahan dalam melakukan kinerja dan juga komunikasi dalam pemerintahan untuk berkoordinasi terhadap pegawai atau unit lainnya. dampak 4.0 membuat kerja fleksibel dan mengarah pada digitalisasi, yaitu menggunakan teknologi baik komputer atau smartphone dan dari dampak tersebut dapat dimanfaatkan dengan baik oleh humas BKN.

Adanya komitmen melalui berbagai evaluasi bersama pengelola Laporan BKN! untuk menyelesaikan tindak lanjut pengaduan publik selama 12 hari, yang sebelumnya dilakukan 16 hari. Ini tentu dampak dari 4.0 khususnya

humas siber BKN dalam melayani publik dengan penggunaan penggunaan humas siber yaitu LaporBKN!.

Banyak sekali berita *fakenews* yang menerpa BKN melihat perkembangan teknologi dan informasi saat ini memang mudah diakses dan penyebarannya yang sangat cepat membuat berita-berita palsu dan peniruan produk sering terjadi. Penerimaan CPNS yang saat ini diselenggarakan memunculkan banyak informasi informasi yang keliru yang harus dihadapi danantisipasi oleh humas BKN. Evaluasi dan koordinasi begitu penting dilakukan oleh Humas BKN untuk dapat menyelesaikan permasalahan tersebut.

Opini masyarakat saat ini yaitu banyak yang bertanya dan membutuhkan informasi dengan cepat dan benar menjadi salah satu tantangannya, dan kendala yang dihadapi mungkin penggunaan teknologi itu sendiri dimana teknologi dapat mengalami eror sistem yang bisa menghambat kinerja dalam melayani publik, dan kebutuhan masyarakat akan pelayanan informasi yang cepat membuat humas BKN mampu bekerja secara totalitas baik dari segi waktu dan kemampuan. Melihat juga kendala yang diluar pulau jawa yang mungkin masih terbatas akan internet dan teknologinya. Umumnya masyarakat berekspektasi yang terlalu berat akan informasi dimana bertanya tentang syarat syarat menjadi CPNS yang mana syarat tersebut belum terbit secara resmi dan itu sangat dijelaskan kepada masyarakat, mengingat aduan dalam melayani perlu dijelaskan berdasarkan hukum yang sah. Selain itu tantangan nya dalam menggunakan humas siber seperti media sosial perlu berhati hati dengan data akurat dan valid sehingga informasi bisa diberikan dengan berkualitas.

Menghadapi tantangan dan kendala perlu SDM yang kompetitif dan fasilitas fasilitas penunjang yang perlu ditingkatkan selain itu pelatihan pelatihan khususnya menghadapi 4.0 dan ASN di Indonesia dapat mengimplementasikan 4.0 dengan *mindset* 4.0 itu yang dikatakan oleh narasumber.

Pembahasan

Merujuk pada hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya maka peneliti akan membahas fakta-fakta yang telah didapat serta menyimpulkan data hasil penelitian.

Humas BKN dalam menjalankan tugas dan tujuan dari humas pemerintah yaitu sebagai jembatan komunikasi yaitu aspirasi atau juga aduan masyarakat ke instansi pemerintah lalu juga memiliki tujuan *mutual benefit relationship* yaitu humas harus menjamin bahwa pemerintah berada dalam operasinya memiliki niat baik dalam mewujudkan tanggung jawab sosial seperti yang dikatakan Nilasari (2012) dalam bukunya *Humas Pemerintah*. Fungsi humas pemerintah yang dikatakan Edward L Bernays (dalam Nilasari, 2012 : 9) juga sebagai penerangan kepada masyarakat serta peran humas pemerintah baik peran taktis maupun peran strategi dan tugas humas di kantor pemerintah yaitu melaksanakan publikasi atau mempromosikan kebijakan mereka (pemerintah) dimana humas harus memberikan informasi secara teratur.

Tugas, tujuan, peran, dan kemampuan dari humas pemerintah tersebut humas BKN memanfaatkan dengan menggunakan humas siber di era 4.0 ini yaitu dengan menggunakan media baru yang dikatakan Nawiroh (2016:90) yaitu media online, media sosial, *chat room*, *email*, *world wide web*.

Media sosial yang digunakan oleh humas siber di BKN adalah *facebook*, *twitter*, *instagram*, *youtube*, dan penggunaan *chat room* seperti grup *whatsapp*, *website*, dan juga email serta media online yaitu Lapor BKN!. Facebook, twitter, dan instagram digunakan oleh humas BKN sebagai penyampaian informasi dengan gaya komunikasi millennial, selain itu twitter juga dapat tempat dimana masyarakat mengadu dan kebutuhan informasi masyarakat sebagai wujud pelayanan kepada publik, serta instagram yang saat ini *followers* meningkat tiap tahunnya banyak publik berkomentar tentang aduan, informasi dan itu dilayani oleh humas BKN jika perlu dikomentar.

Merujuk konsep yaitu bagaimana humas pemerintah harus mampu menjaga citra dan

reputasi sehingga citra yang positif akan berkaitan dengan tingginya akses publik. Fungsi humas pemerintah menurut Edward L Bernays (dalam Nillasari, 2012 : 9) juga harus melakukan penerangan kepada masyarakat dengan cepat, itu artinya dalam menangani permasalahan *fakenews*, *hoax* harus dilakukan dengan sigap. Hal ini bagaimana humas BKN menangani dampak tersebut dengan menggunakan humas siber.

Pembahasan ini menggunakan konsep strategi yang dijelaskan Menurut Cutlip, Center dan Broom (dalam Morris, 2013) dengan istilah 7-C yaitu *credibility*, *context*, *content*, *clarity*, *continuity and consistency*, *channels*, *capability of the audience*. Penggunaan humas siber yang dilakukan sebagai media dalam penyebarannya sebagaimana dengan konsep *computer mediated communication* (CMC). Secara kredibilitas, informasi langsung disebarkan dari pihak humas BKN dengan penggunaan media sosial atau berita di website, konten yang dibuat juga dengan menempal kalimat “bukan produk BKN” di suatu gambar yang bukan produk BKN atau konten disesuaikan dengan keadaan, secara konteks dalam menyelesaikannya yaitu fokus dalam permasalahan, kejelasan juga caption diberikan dengan jelas atau tulisan besar dalam gambar bahwa itu bukan produk BKN yang tentunya dapat dimengerti masyarakat, kapabilitas khalayak bahwa humas BKN menyesuaikan khalayak yang dimana pengikutnya yaitu usia muda dan di website bersifat formal, dan saluran yang dipakai dalam menyelesaikan permasalahan ini humas BKN menggunakan media instagram, twitter, facebook mengingat pengguna media sosial tersebut sangat banyak sekali dan langsung segera diinformasikan dan diklarifikasi, dan tentunya juga melakukan *press conference* yang nantinya video tersebut di publikasi kedalam akun youtube BKN.

Humas BKN juga melakukan koordinasi yang tentunya ini menjadi komunikasi didalam pemerintah dimana perlu ketanggapan dalam menyelesaikan permasalahan tersebut dengan antar unit.

Strategi humas BKN untuk meningkatkan

kualitas pelayanan, penulis menggunakan konsep strategi yang dijelaskan Cutlip, Center dan Broom dalam buku Morris yaitu istilah strategi 7-C PR *communications* yaitu: 1) *Credibility* (Kredibilitas) komunikasi diciptakan oleh pihak komunikator dengan sungguh-sungguh untuk melayani publiknya atau komunikannya yang memiliki keyakinan juga rasa hormat. Sebuah informasi yang dipublikasikan atau yang menjawab berbagai aduan tentunya dilakukan oleh humas BKN yang mempunyai kredibel, humas BKN juga akan berkoordinasi kepada unit lain untuk melakukan pelayanan atau menjawab aduan yang sesuai dengan konteks aduannya, dan terlihat bukti komitmen humas BKN untuk melayani itu menjadi kredibilitas yang dimiliki humas siber BKN dalam melakukan pelayanan.; 2) *Context* (Konteks). Diartikan pesan harus disampaikan dengan jelas dan sikap partisipatif. Humas BKN melakukan pelayanan sesuai dengan konteks aduan dan dijawab atau disampaikan melalui media sosial dengan jelas sesuai dengan konteks yang berkembang atau dibutuhkan.; 3) *Content* (Isi). Haruslah menyangkut kepentingan orang banyak sehingga informasi dapat diterima sebagai sesuatu yang bermanfaat secara umum bagi masyarakat. Konten yang dilakukan oleh humas BKN menyisipkan berbagai informasi yang berkaitan dengan informasi instansi misalnya penerimaan CPNS, konten yang unik dan tetap sesuai dengan konteks.; 4) *Clarity* (Kejelasan). Pesan disusun dengan kata-kata yang jelas, mudah dimengerti serta memiliki pemahaman yang sama antara komunikator dan komunikator. *Caption* antara konten atau tema yang dilakukan humas BKN sudah sesuai dan jelas yang mudah dipahami oleh masyarakat.; 5) *Continuity and Consistency* (Kontinuitas dan Konsistensi). Dilakukan secara berulang-ulang dengan berbagai variasi pesan serta pesan-pesan tersebut harus konsisten. Informasi dilakukan dengan pemberitaan yang berulang-ulang seperti penerimaan CPNS dengan berbagai variasi dan pengemasan yang berbeda dan konsisten dalam waktu yang dekat dalam penerimaan CPNS.; 6) *Channels* (Saluran).

Menggunakan saluran media yang tepat dan terpercaya serta dipilih oleh khalayak sebagai target sasaran. Penggunaan media siber menjadi saluran yang sering digunakan oleh humas BKN, media sosial karena *followers*nya yang tinggi dan berusia muda pencari kerja.; 7) *Capability of The Audience* (Kapabilitas Khalayak). Memperhitungkan kemampuan yang dimiliki oleh khalayak. Humas BKN sering sekali melihat latar belakang si penanya, sehingga memudahkan dalam membuat atau mengemas pesan dengan baik.

Strategi tersebut tentunya diaplikasikan dengan penggunaan humas siber dalam mengupayakan meningkatkan kualitas pelayanan informasi publik. Konsep kualitas pelayanan publik menurut Zeithaml, Parasurman dan Berry (dalam Pasolong 2013:135), ada lima dimensi kualitas pelayanan menurut apa yang dikatakan konsumen. Adapun kelima dimensi *servqual* tersebut, yaitu: 1) *Tangibles*. Kualitas pelayanan yang dapat diukur dari sarana fisik perkantoran, komputerisasi administrasi, ruang tunggu, tempat informasi. Pengamatan yang dilakukan peneliti bahwa BKN sudah cukup memberikan kualitas dari bentuk fisik, tempat yang nyaman, dan sudah hampir bentuk komputerisasi tetapi perlu peningkatan fasilitas lagi baik fitur komputerisasi tersebut, dan alat-alat pendukung lainnya yang dibutuhkan dan kurang memadai.; 2) *Reability*. Dilihat dari kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya. Koordinasi yang dilakukan oleh humas BKN antar unit menjadikan keandalan dalam menyediakan pelayanan yang terpercaya.; 3) *Responsivess*. Kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan konsumen. Pelayanan kepegawaian terpadu selalu siap dalam menerima aduan secara cepat dan tepat juga tanggap, itu juga dibuktikan dengan penggunaan *LaporBKN* yang terintegrasi humas BKN melakukan koordinasi dan dijawab sesuai dengan aduan masyarakat tersebut.; 4) *Assurance*. Kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam menyakinkan kepercayaan

konsumen. Humas BKN dalam pelayanan terpadu selalu mengutamakan senyuman dan keterbukaan dalam audiensi dengan melibatkan pihak manapun yang akan datang.; 5) *Emphaty*. Digambarkan dari sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen. Penggunaan humas siber dalam pengemasan pesan dan menjawab aduan selalu menjawab apa yang perlu dijawab.

Penggunaan humas siber yang dilakukan humas BKN berdasarkan konsep CMC (*Computer Mediated Communication*) humas BKN melakukan komunikasi dalam hal ini melakukan pelayanan informasi bersifat publikasi atau menerima dan menjawab aduan aduan dari masyarakat dengan menggunakan komputer atau berbasis teknologi seperti telepon genggam sebagai transimisinya atau mediasinya. Secara komunikasi dari teori ini Humas BKN ingin mengepresikan identitas yaitu identitas sebagai instansi pemerintah yang harus mampu melayani masyarakat, juga membangun pelayanan dengan publikasi informasi berbasis teknologi dan memelihara hubungan kepada masyarakat dengan transmisi sebuah pesan, gambar, suara, perasaan dengan penggunaan humas siber yaitu teknologi seperti penggunaan TV media, teknologi digitalisasi lainnya di dalam BKN, *Personal Computer* (PC) dan juga telepon genggam atau *smartphone* sebagai media untuk menyebarkannya.

SIMPULAN

Penggunaan humas siber yang digunakan oleh Badan Kepegawaian Negara untuk melayani informasi kepada publik di era 4.0 ini dengan menggunakan bauran media internet dan teknologi, seperti media sosial *twitter*, *facebook*, *instagram*, *youtube*, juga kanal *website* yaitu *bkn.go.id* selain itu penggunaan platform atau program aplikasi sebagai menerima layanan aduan masyarakat yaitu *LaporBKN!* yang sudah terintegrasi melalui *twitter*, *e-mail*, *sms* (*short message service*). Kemunculan dampak dari perkembangan teknologi 4.0 ini banyak yang meniru produk BKN dan berita berita hoax yang menerpa BKN. Strategi dari humas siber BKN dalam menyelesaikan permasalahan

tersebut melakukan koordinasi dan pengecekan terlebih dahulu, lalu secepatnya diinformasikan dan dipublikasi ke media humas siber seperti *twitter*, *instagram*, kanal berita di *website*, *facebook* dengan menyertakan *caption* dan gambar yang jelas. Strategi humas BKN dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada publik dalam penggunaan humas siber di era 4.0 ini dengan penggunaan media sosial dan *website* serta Laporan BKN! dan bentuk komputerisasi dan digitalisasi dari produk produk BKN lainnya yang dikelola oleh humas BKN dan melakukan strategi 7-C yaitu *credibility*, *context*, *content*, *clarity*, *continuity and consistency*, *channels* dan *capability of the audience*. Upaya meningkatkan kualitas dengan lima dimensi yaitu *tangibles*, *reability*, *responsivess*, *assurance*, dan *emphaty*. Peneliti memberikan apresiasi atas usaha yang dilakukan secara konsisten dalam melayani informasi publik dan berharap penggunaan humas siber dapat dimaksimalkan dengan adanya inovasi-inovasi dalam melayani publik di era 4.0 ini sehingga memudahkan masyarakat yang membutuhkan pelayanan khususnya dalam informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, U. O. (2011). *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktiknya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Emilia, F. (2013). Peran Media dalam Cyberspace, Informational Politics, dan Public Sphere. *Jurnal Hubungan Internasional*, 6(1), 57-70.
- Hamid, A. (2012). *Komunikasi Dan Public Relation*. Bandung: Penerbit Pustaka Setia.
- Hidayat, D. (2014). *Media Public Relations, Pendekatan Kasus Cyber Public Relations Sebagai Metode Kerja PR Digital*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hilda, N. (2014). Strategi Inovasi Layanan Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Kantor Pertahanan Kota Surabaya II. *Kebijakan dan Manajemen Publik*, 2(1), 1-10.
- Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63/KEP/M. PAN/7/2013 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik.
- Moelong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Moorisan. (2013). *Teori Komunikasi. Jakarta : Kencana*.
- Pasolong, Harbani. 2013. *Kepemimpinan Birokrasi*. Bandung: CV.Alfabeta.
- Pratomo, Y. (2019). "APJII: Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa." *Tekno Kompas*. Retrieved October 16, 2019 (<https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>).
- Safroni, L. (2012). *Manajemen Dan Reformasi Pelayanan Publik Dalam Konteks Birokrasi Indonesia*. Yogyakarta: Aditya Media Publishing.
- Sari, B. W. N. (2012). *Humas Pemerintahan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Saryono. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: P.T Alfabeta.
- Thurlow. (2004). *Computer Mediated Communication: Social Interaction and The Internet*. Thousand Oaks. CA: SAGE Publications.
- Vera, N. (2016). *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Yin, R. K. (2013). *Studi Kasus: Desain Dan Metode*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Yuliawati, & Enjang Pera Irawan. (2016) Peran Cyber Public Relations Humas Polri Dalam Memberikan Pelayanan Informasi Publik Secara Online. *Jurnal Politikom Indonesiana*, 1(1).
- Yumikosari, M. & Hadi Purnama. (2017). "Strategi Cyber Public Relations Website E-Marketplace (Studi Deskriptif Pada Website E-Marketplace Jual Beli Hasil Laut Pasarlaut.Com)." *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 3(1).