

**KOMUNIKASI PEMERINTAHAN MEMANFAATKAN CYBER PUBLIC RELATIONS OLEH
PEMERINTAH PROVINSI RIAU PADA ERA DISRUPTIF**

Asril Darma ¹⁾ Suyanto ²⁾

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Riau
Kampus Bina Widya Jalan HR.Soebrantas Km 12.5 Simpang Baru Pekanbaru
Email: buser481yi@gmail.com ¹⁾ ²⁾

ABSTRAK

Tujuan penelitian menjelaskan tujuan Pemerintahan Provinsi Riau menggunakan Cyber Public Relations untuk Komunikasi Pemerintahan, mendeskripsikan manfaat penggunaan Cyber Public Relations untuk Komunikasi Pemerintahan dan mendeskripsikan model Komunikasi Pemerintahan Pemerintah Provinsi Riau Menggunakan Cyber Public Relations. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan peneliti sebagai instrumen utama penelitian. Metode pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data menggunakan teknik analisis data lapangan model Miles and Huberman. Hasil penelitian menunjukkan tujuan Pemerintah Provinsi memanfaatkan Cyber Public Relations untuk Komunikasi Pemerintahan, yakni untuk (a) Menjalankan Amanah UU 14/2008 Tentang Ketebukaan Informasi Publik (KIP), (b) Sinergi Informasi Pemerintah Provinsi Riau dengan Kabupaten/Kota dan Nasional, (c) Mempermudah Akses Pembangunan ke Masyarakat, (d) Meningkatkan Partisipasi Masyarakat dan (e) Memangkas Birokrasi Informasi. Penggunaan Cyber Public Relations sangat bermanfaat untuk menyampaikan Komunikasi Pemerintahan Pemerintah Provinsi Riau kepada masyarakat. Di antaranya; (a) Masyarakat Mendapatkan Informasi Aktual, Cepat dengan Jangkauan Luas, (b) Memulihkan Kepercayaan Masyarakat, (c) Sarana Komunikasi Saat Bencana (d) Hemat Biaya dan, (e) Interaktif dan Responnya Cepat. Berdasarkan analisis model komunikasi Model Public Relations (PR) Grunig dan Hunt, Komunikasi Pemerintahan melalui Cyber Public Relations oleh Pemerintah Provinsi Riau masih dominan model satu arah.

Kata Kunci: Komunikasi Pemerintahan, Cyber Public Relations, Media Sosial

ABSTRACT

The purpose of the study to explains the objectives of the Government of Riau Province using Cyber Public Relations for Government Communication, describes the benefits of using Cyber Public Relations for Government Communication and describes the Government of Riau Province Government Communication Models Using Cyber Public Relations. This research uses descriptive qualitative method with the researcher as the main instrument of research. The method of data collection through observation, interviews and documentation. Data analysis uses data analysis techniques in the field model of Miles and Huberman. The results of the study indicate the purpose of the Provincial Government to utilize Cyber Public Relations for Government Communication, namely to (a) Carry Out the Mandate of Law 14/2008 on Public Information Openness (KIP), (b) Synergy of Information of the Riau Provincial Government with Regencies / Cities and National, (c) Expanding Development Access to the Public, (d) Increasing Public Participation and (e) To simply the Information Bureaucracy. Utilizing Cyber Public Relations quite useful in conveying the Communication of the Government of the Riau Province Government to the public. Among these; (a) the public gets actual information, quickly with wide range, (b) restores public trust, (c) tools of communication during disasters (d) is economical and, (e) interactive and responds quickly. Based on the analysis of Grunig and Hunt's Model Public Relations (PR) communication model, Government Communication through Cyber Public Relations by the Riau Provincial Government is still dominant in one direction.

Keywords; Government Communication, Cyber Public Relations, Social Media

PENDAHULUAN

Komunikasi pemerintahan merupakan komunikasi antar manusia (*human communication*) yang terjadi dalam konteks organisasi pemerintahan. Melalui komunikasi pemerintahan, birokrat pemerintah berbagi informasi, gagasan atau perasaan, dan sikap dengan partisipan komunikasi lainnya yang disebut komunikasi, yaitu aparatur pemerintah untuk internal organisasi dan dunia usaha, masyarakat dan organisasi-organisasi non-pemerintah untuk eksternal organisasi, dan sebaliknya. (Silalahi 2004 : 36).

Komunikasi pemerintahan eksternal pada hakekatnya merupakan proses penyebaran informasi dan penerimaan informasi oleh pemerintah kepada dan dari publik. Informasi yang disebar oleh pemerintah kepada publik disebut informasi publik (*public information*) sedangkan informasi yang diterima pemerintah dari publik disebut *public opinion*. Oleh karena yang disebar adalah informasi publik maka komunikasi pemerintahan kadang-kadang disebut komunikasi publik (*public communication*) dan karena

informasi publik yang disebar berupa kebijakan maka komunikasi pemerintahan juga disebut komunikasi kebijakan (Dunn, 1998: 30-31 dalam Silalahi: 48).

Public Relations merupakan bidang yang berkaitan dengan mengelola citra dan reputasi seseorang atau sebuah lembaga untuk dinilai oleh publiknya. Dengan demikian, bahwa yang dimaksud dengan *Public Relations* adalah segala upaya, usaha yang dilakukan dengan tujuan untuk menanamkan persepsi, tanggapan penilaian dari orang atau pihak lain terhadap seseorang atau lembaga.

Electronic Public Relations (E-PR), *Cyber Public Relations*, *Online PR*, atau *PR On The Net*, adalah kegiatan *Public Relations* yang menggunakan internet sebagai media komunikasi. Media internet dimanfaatkan oleh *public relations* untuk membangun merek atau brand dan memelihara kepercayaan publik. Adapun kelebihan *online public relations*, dinilai komunikasinya konstan, karena internet bekerja selama 24 jam selama 7 hari dengan potensi target publik seluruh dunia. Selain itu,

respon yang cepat sehingga tidak perlu membutuhkan waktu yang lama untuk mendapatkan jawaban atau balasan dari informasi yang disampaikan. (Onggo 2004:2-7).

Melalui *cyber public relations*, maka praktisi *public relations* dapat dengan mudah untuk melewati berbagai batasan dan penghalang, serta memudahkan *public relations* dalam menyampaikan pesan-pesan korporat kepada target, baik itu publik internal maupun publik eksternal, tanpa melalui atau bergantung pada pihak manapun seperti jurnalis atau editor jika didistribusikan di media cetak maupun elektronik.

Mengutip hasil survei Polling Indonesia yang bekerja sama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), tahun 2019 jumlah pengguna internet di Indonesia tumbuh 10,12 persen. Menurut Sekjen APJII, Henri Kasyfi, survei ini melibatkan 5.900 sampel dengan *margin of error* 1,28 persen. Data lapangan ini diambil selama periode Maret hingga 14 April 2019. Hasilnya, menurut Henri, 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. (*kompas.com diakses 10 Agustus 2019*).

Masih menurut data APJII, dari sekitar 171,17 juta jiwa tersebut, 1,3 persen atau sekitar 2,3 juta jiwa di antaranya adalah penduduk Riau. Artinya, dapat disimpulkan sudah lebih 35 persen penduduk Riau mengakses internet. (*katadata.co.id diakses 10 Agustus 2019*).

Provinsi Riau yang memiliki luas wilayah ±8.915.016 ha dengan cakupan 10 Kabupaten dan 2 (dua) Kota, yang di dalamnya terdiri dari 166 Kecamatan, dan 1.847 Kelurahan/Desa, tentu bukan hal yang mudah dalam berkomunikasi. Apalagi sebaran wilayah ini terdiri dari daratan dan pulau-pulau yang masih sulit dijangkau kalau mengandalkan saluran media konvensional. (*riau.go.id, diakses 10 April 2020*)

Karena itu, Pemerintahan Provinsi Riau tidak bisa lagi mengelak dari terjadinya pergeseran atau perubahan paradigma pola komunikasi pemerintahan, dalam hal berinteraksi atau berhubungan dengan publik. Era

disrupsi telah membawa konsekuensi bahwa aktifitas humas pemerintah atau bagian komunikasi publik pemerintah tidak bisa lagi dilakukan secara tradisional dengan pola terjadwal dan monoton. Karena pola komunikasi kini telah berubah menjadi majemuk dan *anytime* (tujuh hari dalam sepekan dan 24 jam dalam sehari).

Sejatinya, Pemerintah Provinsi Riau telah dan sedang menyesuaikan diri menyambut era disrupsi tersebut. Bahkan Pemerintah Provinsi Riau sudah mencantumkan secara tegas dan konkrit hal ini dalam Misi Pembangunan Jangka Menengah Provinsi Riau tahun 2019-2024 pada poin 5 berbunyi : ***“Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik dan pelayanan publik yang prima berbasis Teknologi Informasi”***.

Faktanya di lapangan, sejak beberapa tahun terakhir Pemerintah Provinsi Riau juga sudah menggunakan sejumlah kanal digital atau *new media* untuk menjalin informasi dengan publik. Seperti *website* www.mediacenter.riau.go.id yang dikelola Dinas Komunikasi Informasi dan

Statistika (Kominfotik) dan www.humasriau.go.id yang dikelola Biro Administrasi Pimpinan (sebelumnya oleh Biro Humas yang sudah dibubarkan). Kemudian ada media *streaming* www.streaming.riau.go.id yang juga dikelola Dinas Kominfotik. Tidak ketinggalan sejumlah akun media sosial seperti instagram (IG) @ *humas_riau* oleh Biro Administrasi Pimpinan dan dan IG @ *diskominfoprovriau* oleh Dinas Kominfotik.

Teori Media Baru atau New Media didefinisikan sebagai munculnya media baru pada awal 1990-an yang membawa ke konsep masyarakat informasi sebagai masyarakat yang *‘dependent upon complex electronic information and communication networks and which allocate a major portion of their resources to information and communication activities’*. "Bergantung pada jaringan informasi dan komunikasi elektronik yang kompleks dan yang mengalokasikan sebagian besar sumber dayanya untuk kegiatan informasi dan komunikasi".(McQuail dalam Kurnia, 2005 : 291).

Model *Excellence in Public Relations* diperkenalkan oleh James Grunig dan Hunt, yang keduanya mengidentifikasi empat model (yang biasa disebut sebagai tipe proses kegiatan *public relations*) yang diterapkan praktisi *public relations* dalam menjalin hubungan dengan publik (Kriyantono, 2014: 90). Grunig & Hunt (1984: 25; dalam Kriyantono, 2014: 90)

mengatakan bahwa keempat model ini merupakan “representasi tahap dalam sejarah *public relations*” yang dibuat berdasarkan empat dimensi utama, yaitu arah komunikasi, keseimbangan kepentingan antara dua pihak (tujuan), saluran, dan dimensi etis. Keempat model tersebut adalah:

Tabel 1.1.
Empat Model Kegiatan *Public Relations* Grunig & Hunt

No	Model	Tujuan	Sifat/Kegunaan
1	<i>Agency Publicity/Propaganda</i>	Propaganda	Menonjol-nonjolkan saja yang dianggap baik oleh institusi
2	<i>Public Information</i>	<i>Dissemination of Information</i>	Menyebarkan informasi yang dianggap penting oleh institusi
3	<i>Two Way Asymetric</i>	<i>Scientific Information</i>	Melayani informasi yang dianggap penting oleh publik
4	<i>Two Way Symetric</i>	<i>Mutual Understanding</i>	Melayani informasi secara dialogis

Sumber : Jim Grunig 1995 dalam Kriyantono 297-298

Sebuah pesan dari Pemerintah Provinsi Riau (saat berperan sebagai komunikator) atau respon (saat berperan sebagai komunikan), sebelum tersaji ke publik semestinya melalui suatu proses berdasarkan acuan atau standar operasional prosedur tertentu. Karena

informasi dan juga respon yang disampaikan tersebut bukanlah kebijakan individu atau perorangan, namun adalah kebijakan organisasi atau lembaga. Peneliti tertarik menganalisa tujuan, manfaat yang didapat dan model *Cyber Public Relations* yang digunakan Pemerintah Provinsi Riau

Dalam Melakukan Komunikasi Pemerintahan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan dengan analisa data deskriptif. "Riset kualitatif bertujuan menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling bahkan populasi atau samplingnya sangat terbatas." (Kriyantono 2006 : 56).

Dalam penelitian kualitatif, instrument utamanya adalah peneliti sendiri, namun selanjutnya setelah fokus penelitian menjadi jelas, maka kemungkinan akan dikembangkan instrument penelitian sederhana, yang diharapkan dapat melengkapi data, membandingkan dengan data yang telah ditemukan melalui observasi dan wawancara. Peneliti akan terjun ke lapangan sendiri, baik pada *grand tour question*, tahap *focused and selection*, melakukan pengumpulan data, analisis dan membuat kesimpulan. (Sugiyono 2017 : 223-224).

Pada penelitian ini, peneliti melakukan analisis data menggunakan Teknik analisis data di lapangan model Miles and Huberman (1984) dalam Sugiyono

(2017: 246). Aktivitas dalam analisis data yaitu *data reduction*, *datadisplay*, dan *coclusion drawing/verification*.

Cara analisis data deskriptif ini digunakan untuk memahami situasi atau fenomena sosial dan manusia yang sedang terjadi secara apa adanya, dimana peneliti bertindak sebagai pengamat. Situasi atau fenomena sosial yang dimaksud dalam penelitian ini adalah "***Bagaiman Penggunaan Cyber Publik Relations untuk Akitivitas Komunikasi Pemerintahan Pemerintah Provinsi Riau di Era Disruptif***".

Subjek Penelitian ini adalah organisasi dan pejabat Pemerintah Provinsi Riau, terutama Bidang Komunikasi Publik atau Kehumasan Pemerintah Provinsi Riau. Yakni Gubernur Riau, Kepala Dinas Komunikasi, Informasi dan Statistika (Diskominfo) Provinsi Riau, Kepala Bagian Materi dan Komunikasi Pimpinan/Plt Kepala Biro Administrasi Pimpinan (Biro Adpim) Sekretariat Daerah Provinsi Riau, Kepala Seksi Multimedia dan Dokumentasi Dinas Kominfo Riau dan Kepala Sub Bagian Dokumentasi Pimpinan Biro Adpim Setdaprov Riau. Sedangkan objek penelitiannya adalah kanal-kanal komunikasi digital yang digunakan Pemprov Riau dalam berkomunikasi dengan khalayak/masyarakat.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menurut informan, Pemerintah Provinsi Riau sudah memanfaatkan media siber (online) untuk menyampaikan program, kebijakan, serta kegiatan pemerintah (Komunikasi Pemerintahan) sejak tahun 2012 silam. Berawal dari website www.mediacenter.riau.go.id yang bergabung di dalam kegiatan Operasional Media Center dalam Layanan Publik. Observasi peneliti terhadap website www.mediacenter.riau.go.id pertama disposting pada Jumat, 30 Maret 2012, pukul 10:27:33 WIB. Selanjutnya instagram *@diskominfoprovriau* mulai tayang 16 Juli 2016 tepat saat pelantikan Arsyadiandi Rachman sebagai Gubernur Riau definitif menggantikan Annas Maamun. IG *@humas_riau* pertama tayang 25 September 2017. Sementara YouTube *@Diskominfoitik Provinsi Riau* pertama tayang 31 Desember 2019.

Pelaksana *Cyber Public Relations* di Pemprov Riau dilakukan dua institusi yakni Dinas Kominfotik melalui Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) dan Biro Administrasi Pimpinan yang

mempunyai Bagian Materi dan Komunikas Pimpinan. Hasil observasi dan wawancara mendapatkan media siber dan media sosial yang dikelola Dinas Kominfotik untuk melaksanakan aktivitas *Cyber Public Relations* adalah;

- a. www.mediacenter.riau.go.id,
- b. Instagram *@disinfokomprovriau*
- c. YouTube *@Dinas Kominfotik Provinsi Riau*
- d. FB *@Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Riau*
- e. www.streaming.riau.go.id
- f. www.radiostreaming.riau.go.id dan
- g. WhatsApp Grup Riau Mendengar.

Sedangkan Biro Adpim mengelola; instagram *@humas_riau* dan (b) FB *@humas_riau*.

Berdasarkan keterangan informan, tujuan penggunaan *Cyber Public Relations* sebagai berikut; (a) Menjalankan Amanah UU 14/2008 Tentang Ketebukaan Informasi Publik (KIP), (b) Sinergi Informasi Pemerintah Provinsi Riau dengan Kabupaten/Kota dan Nasional, (c) Mempermudah Akses Pembangunan ke Masyarakat, (d) Meningkatkan Partisipasi Masyarakat dan (e) Memangkas Birokrasi Informasi.

Menurut Kepala Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau, Chairul Riski, tujuan penggunaan media siber ini adalah untuk mengimplementasikan Undang-Undang (UU) Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik.

“Pasal 2 ayat (1) UU tersebut menyatakan bahwa “Setiap Informasi Publik bersifat terbuka dan dapat diakses oleh setiap Pengguna Informasi Publik”. ((*Wawancara tertulis Chairul Riski, 23 April 2020*).

Pemanfaatan kanal-kanal *Cyber Public Relations* Pemprov Riau juga digunakan untuk menayangkan iklan ucapan selamat, iklan layanan masyarakat, pengumuman, dan lainnya sebagainya. Konten dari kanal-kanal digital Pemprov Riau juga sudah menjadi acuan media *mainstream* dan media sosial lainnya, terutama pemberitaan seputar kegiatan Pemprov Riau.

Dari hasil wawancara dengan sejumlah informan didapatkan sejumlah manfaat penggunaan *Cyber Public Relations* dalam Komunikasi

Pemerintahan di Pemerintah Provinsi Riau, antara lain;

(a) Menghadirkan Informasi Cepat, Aktual dan Luas. Provinsi Riau memiliki luas wilayah $\pm 8.915.016$ ha dengan cakupan 10 Kabupaten dan 2 (dua) Kota, yang didalamnya terdiri dari 166 Kecamatan, dan 1.847 Kelurahan/Desa, tentu bukan hal yang mudah dalam komunikasi. Apalagi sebaran wilayah ini terdiri dari daratan dan pulau-pulau yang masih sulit dijangkau kalau mengandalkan saluran media konvensional. Kalau sebelumnya, Pemprov Riau mengandalkan media konvensional (media cetak, televisi, radio dan siber pihak ketiga, kini mereka bisa hadir dengan media milik sendiri. Bermodalkan jaringan internet yang sudah menjangkau lebih 1/3 masyarakat Riau tersebut, maka Komunikasi Pemerintahan dari Pemprov Riau langsung sampai ke masyarakat melalui aktifitas *Cyber Public Relations*.

(b) Memulihkan Kepercayaan Masyarakat. Pemerintah Provinsi Riau juga memanfaatkan aktifitas *Cyber PR*-nya untuk memulihkan kepercayaan masyarakat terhadap kinerja dan citra pemerintah. Seperti

dalam hal penanggulangan pandemi Covid19. Pemanfaatan *Cyber Public Relations* Pemprov Riau untuk memulihkan kepercayaan masyarakat adalah ketika mendapat ‘serangan’ dengan isu miring saat mutasi pejabat awal tahun 2020. *Website* www.mediacenter.riau.go.id, melakukan pembelaan melalui pemberitaan.

- (c) Sarana Komunikasi Saat Bencana. Pemanfaatan YouTube @Dinas Kominfotik Provinsi Riau dan Instagram @diskominfoprovriau dan kanal lainnya untuk melakukan Konferensi Pers Update Covid19 di Provinsi Riau adalah salah satu implementasi dari Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi Saat Krisis dan Bencana Alam seperti dicantumkan dalam Buku Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Pemerintah. (Kemenkominfo 2018).
- (d) Hemat. Penghematan anggaran terjadi ketika Pemprov Riau memanfaatkan kanal-kanal media siber dan media sosialnya untuk menyajikan berita, iklan, ucapan, pengumuman bahkan siaran langsung kegiatan. Paling tidak Pemprov Riau tidak perlu lagi

memasang iklan, pengumuman, ucapan selamat di berbagai media yang jelas membutuhkan anggaran yang besar.

- (e) Interaktif dan Respon Cepat. Media Sosial Pemprov Riau sebagiannya sudah bisa menjangkau aspirasi publik dan keluhan masyarakat, Pemerintah Provinsi Riau juga menggunakan layanan Whatsapp Center dengan nama “Riau Mendengar”. Layanan berasal dari kemauan Gubernur Riau yang ingin mendengar langsung laporan masyarakat.

Manfaat penting dari *Cyber Public Relations* ini diakui Gubernur Riau, Syamsuar, seperti pernyataan berikut ini;

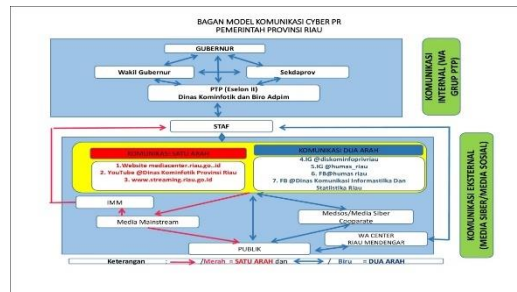
“Jadi peran media sosial di era kemajuan teknologi informasi sangat tinggi karena itu tentunya setiap pemimpin sangat membutuhkan untuk memberdayakan SDM yang ada di masa pemerintahan agar mereka juga mengetahui dan sekaligus juga bisa memanfaatkan media sosial untuk media informasi yang bisa disampaikan pada masyarakat. Dan itu juga (media sosial) sebagai juga bisa melakukan pengawasan dan cross check (menerima laporan) kalau ada

kejanggalan kejanggalan yang perlu diperbaiki". (Wawancara Syamsuar, 3 Juni 2020)

Model Komunikasi *Cyber Public Relations* Pemprov Riau, diklasifikasikan sebagai Komunikasi Internal dan Komunikasi Eksternal. Komunikasi Internal adalah proses komunikasi antara pimpinan yakni Gubernur Riau, Wakil Gubernur Riau, Sekretaris Daerah Provinsi Riau (Sekdaprov Riau) dan Pejabat Tinggi Pratama (PTP) menggunakan WhatsApps (WA) Grup. Sedangkan Komunikasi Eksternal adalah proses komunikasi antara Pemerintah Provinsi Riau dengan publik. Dalam proses komunikasi ini memanfaatkan media sosial dan media siber (*Cyber Public Relations*) yang dikelola Dinas Komunikasi Informatika dan Statistika (Kominfotik) dan Biro Administrasi Pimpinan. Komunikasi

Eksternal ini dalam penerapannya ada yang berpola satu arah dan dua arah. Pada bagian lainnya, Pemerintah Provinsi Riau juga masih melibatkan media mainstream dalam proses komunikasi eksternal tersebut. Pada komunikasi eksternal, media digital juga di-repost oleh media sosial untuk dikutip oleh media mainstream sebagai sumber berita.

Gambar 3.1.
Bagan Model Komunikasi *Cyber Public Relations* Pemerintah Provinsi Riau



Sumber: (Olahan peneliti, 2020)

Kehadiran media baru pada awal 1990-an telah mengubah cara komunikasi masyarakat dunia. Media baru memberikan keleluasaan waktu dalam penggunaannya, Media baru juga menerobos batas-batas geografis dalam mencapai komunikannya. Interaksi tatap muka bukan lagi menjadi standar utama atau dasar bagi perbandingan media komunikasi.

Pemanfaatan *Cyber Public Relations* untuk Komunikasi Pemerintahan dengan berbagai kanal media siber dan sosial di oleh Pemerintah Provinsi Riau ini sesuai dengan penerapan Teori *New Media* McQuil yakni "Bergantung pada jaringan informasi dan komunikasi elektronik yang kompleks dan yang mengalokasikan sebagian besar sumber dayanya untuk kegiatan informasi dan

komunikasi". (McQuail dalam Kurnia, 2005 : 291).

Transparan dan Partisipasi.

Saat ini kita bisa melihat Pemerintah Provinsi sudah menggunakan media siber/website dan media sosial sebagai media komunikasi (*Cyber Public Relations*) untuk mendukung aktivitas Komunikasi Pemerintahan. Pada bagian hasil penelitian telah diuraikan setidaknya lima tujuan Pemerintah Provinsi Riau menggunakan *Cyber Public Relations*. Yakni :

- a. Menjalankan Amanah Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Ketebukaan Informasi Publik (KIP)

- b. Sinergi Informasi Pemerintah Provinsi Riau dengan Kabupaten/Kota dan Nasional
- c. Mempermudah Akses Informasi Pembangunan ke Masyarakat
- d. Meningkatkan Partisipasi Masyarakat, dan
- e. Memangkas Birokrasi Informasi.

Pada era disrupsi yang serba digital ini keterbukaan informasi sudah tidak bisa ditawar-tawar lagi. Dalam era ini sudah tidak ada lagi yang bisa dirahasiakan oleh pemerintah sekalipun. Karena sekarang ini publik mempunyai banyak pilihan sumber informasi. Kalau penjelasan pemerintah tidak memuaskan atau ada hal-hal yang ingin diketahui publik, tetapi tidak dijelaskan oleh pemerintah, maka publik akan beralih ke media sosial. Karena itu, jangan salahkan kalau publik kemudian lebih percaya pada informasi yang didapatkan di media sosial, walaupun sebagiannya adalah hoaks.

Komunikasi pemerintahan dalam *good governance* menekankan ketanggapan (*responsiveness*), transparansi (*transparency*), partisipasi (*participation*), dan akuntabilitas

(*accountability*). Ketanggapan berarti perhatian manajemen publik harus secara konstan, intensif, dan cepat terhadap informasi yang disampaikan secara langsung oleh warga baik kepada birokrasi maupun melalui legislator atau politisi (Denhardt dan Grubbs, 1999: 19; Frederickson, 1984:52 dalam Silalahi 2204 : 37 melalui Silalahi Ulber : 47); transparansi berarti memberi informasi secara benar, jujur dan adil; partisipasi berarti masyarakat diikutsertakan memberi informasi dalam membuat kebijakan dan berjalannya kontrol sosial; dan akuntabilitas menunjukkan suasana pemerintahan yang bertanggungjawab atas informasi kebijakan dan penyelenggaraan pemerintahan.

Karena itu, tujuan penggunaan *Cyber Public Relations* oleh Pemerintah Provinsi Riau sudah sejalan dengan prinsip-prinsip pengelolaan pemerintahan yang baik (*good governance*). Tujuan tersebut juga sudah mendukung Misi Pembangunan Jangka Menengah Provinsi Riau tahun 2019-2024 pada poin 5 berbunyi : **"Mewujudkan tata kelola**

pemerintahan yang baik dan pelayanan publik yang prima berbasis Teknologi Informasi”.

Efektif dan Efisien

Keberadaan internet telah mengubah cara masyarakat mencari informasi. Dan hal itu mengubah cara praktisi humas dalam menyampaikan informasi (berkomunikasi) kepada publiknya. Humas melalui internet memiliki peranan yang lebih besar dan luas dibandingkan dengan humas di dunia fisik, tanpa tergantung perantara, baik wartawan dan media cetak (Onggo, 2004).

Meski sudah muncul sejak awal akhir 1990-an, aktivitas Humas melalui internet atau dikenal dengan *Cyber Public Relations* kini makin menamoakan jati dirinya,. Kondisi awal tahun 2020, saat Pandemi Covid19 melanda dunia dan Indonesia tak luput darimua, makin mengukuhkan eksistensi aktivitas *Cyber Public Relations*. Penggunaan *Cyber Public Relations* ini juga dirasakan manfaatnya oleh Pemerintah Provinsi dalam menyampaikan Komunikasi

Pemerintahan kepada masyarakat. Di antaranya;

- a. masyarakat mendapatkan informasi aktual, cepat dengan jangkauan luas,
- b. memulihkan kepercayaan masyarakat
- c. sarana komunikasi saat bencana
- d. hemat biaya, dan
- e. interaktif dan responnya cepat.

Aktivitas *Cyber Public Relations* melalui penggunaan kanal-kanal media siber dan media sosial milik Pemerintah Provinsi Riau sangat membantu dalam menyampaikan informasi aktual secara cepat. Bahkan informasi tersebut bisa menembus daerah-daerah yang sebelumnya sulit djangkau media konvensional. Kondisi ini tak terlepas dari keberadaan jaringan internet yang sudah masuk sampai ke desa-desa.

Teori Media Baru atau New Media didefinisikan sebagai munculnya media baru pada awal 1990-an yang membawa ke konsep masyarakat informasi sebagai masyarakat yang *‘dependent upon complex electronic information and communication networks and which allocate a major portion of their*

resources to information and communication activities'. "Bergantung pada jaringan informasi dan komunikasi elektronik yang kompleks dan yang mengalokasikan sebagian besar sumber dayanya untuk kegiatan informasi dan komunikasi". (McQuail dalam Kurnia, 2005 : 291).

McQuil dalam bukunya Teori Komunikasi Massa (2011 : 43), menjelaskan ciri utama dari media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima atau pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaannya yang beragam sebagai karakter terbuka dan sifatnya yang berada dimana-mana tidak tergantung lokasi.

Keberadaan media baru ini sangat membantu Pemerintah Provinsi Riau dalam melakukan komunikasi pemerintahan. Trend saat ini adalah komunikasi pemerintahan dengan cara konvensional justru semakin berat tantangannya. Kondisi ekonomi dan situasi membuat biaya komunikasi dengan cara-cara konvensional justru semakin mahal. Di sisi lain, penggunaan media baru yang berbasis internet

seperti media online, media sosial dan rapat virtual justru semakin terjangkau biayanya baik dari sisi peralatan atau biaya akses internet.

Dominan Komunikasi Satu Arah

Berdasarkan temuan penelitian ini, model komunikasi ke publik Pemerintah Provinsi Riau belum bisa menerapkan paradigma baru komunikasi pemerintahan secara ideal. Karakteristik paradigma baru komunikasi pemerintahan era digital adalah mendekati model PR keempat dari model Grunig dan Hunt. Dalam model ini, praktisi PR semestinya menerapkan komunikasi dua arah timbal-balik, di mana organisasi dan publik berupaya untuk mengadaptasikan dirinya untuk kepentingan bersama.

Sementara kondisi faktual pada Model Komunikasi *Cyber Public Relations* Pemerintah Provinsi Riau, mesti punya banyak saluran media baru milik sendiri seperti *website, instagram, facebook, YouTube* dan *streaming*, namun dalam prakteknya masih dominan pada paradigma lama komunikasi pemerintahan yang *one*

way (satu arah). Padahal beberapa saluran yang sejatinya mendukung komunikasi dua arah, namun dari sisi pengelolaan belum maksimal dalam hal menerima umpan balik (*feed back*) secara cepat dan interaktif dari publik.

SIMPULAN

Tujuan Pemerintah Provinsi memanfaatkan *Cyber Public Relations* untuk Komunikasi Pemerintahan, yakni untuk (a) Menjalankan Amanah UU 14/2008 Tentang Ketebukaan Informasi Publik (KIP), (b) Sinergi Informasi Pemerintah Provinsi Riau dengan Kabupaten/Kota dan Nasional, (c) Mempermudah Akses Pembangunan ke Masyarakat, (d) Meningkatkan Partisipasi Masyarakat dan (e) Memangkas Birokrasi Informasi.

Penggunaan *Cyber Public Relations* ternyata cukup bermanfaat dalam menyampaikan Komunikasi Pemerintahan Pemerintah Provinsi Riau kepada masyarakat. Di antaranya; (a) masyarakat mendapatkan informasi aktual, cepat dengan jangkauan luas, (b) memulihkan kepercayaan masyarakat, (c) sarana komunikasi saat bencana (d)

hemat biaya dan, (e) interaktif dan responnya cepat.

Model komunikasi pemerintahan menggunakan *Cyber Publik Relations* Pemerintah Provinsi Riau masih dominan satu arah. Belum diakomodirnya fasilitas untuk berinteraksi di www.mediacenter.riau.go.id dan YouTube *@Dinas Kominfotik Provinsi Riau*, ini adalah salah satu bentuk kekurangan dari pemanfaatan *Cyber Public Relations* di Pemprov Riau. Karena harapan untuk meningkatkan keterlibatan publik dan menjalin hubungan baik antara lembaga dengan publik tidak tercapai.

Terdapat beberapa kelemahan dalam penggunaan *Cyber Public Relations* di Pemerintah Provinsi Riau. Yakni; (a) Terjadinya dualisme satuan kerja yang mengelola komunikasi publik, (b) belum ada bidang atau seksi khusus yang menanggapi media sosial dan (c) belum adanya staf yang secara khusus dilatih untuk pengelolaan media sosial.

Saran untuk Pemerintah Povinsi Riau diharapkan lebih mensosialisasikan secara massif keberadaan kanal-kanal

digital official Pemerintah Provinsi Riau. Pengunjung website dan follower media sosial masih sangat diperlukan ditingkatkan karena masih jauh dari jumlah penduduk Riau. Caranya bisa dilakukan dengan publikasi alamat kanal di media luar ruang, kolaborasi atau mengaitkan dengan kanal-kanal yang sudah banyak follower di Riau, membuat judul konten yang lebih menarik untuk di-klik, share lebih massif dan strategi lainnya.

Khusus untuk IG *@disinfokomprovriau* karena merupakan suara resmi Pemerintah Provinsi Riau, disarankan namanya diganti dengan IG *@mediacenterriau* atau nama lainnya yang mencerminkan Pemerintah Provinsi Riau, bukan Satuan Kerja tertentu.

Untuk *website* *mediacenter.riau.go.id* agar disediakan kolom komentar untuk respon atau *live chat*. Saran lainnya, semua kanal bisa cepat merespon informasi yang berkembang di publik. Untuk itu kanal-kanal digital perlu disiapkan tenaga-tenaga untuk merangkum dan melayani komentar dan masukan dari publik.

Karena menurut pemantauan penulis, respon dan pertanyaan publik di kanal-kanal digital belum mendapat feedback yang memadai dan pengelola.

Pengembangan sumber daya manusia (SDM) yang mengelola komunikasi publik ini juga mutlak dilakukan dengan kompetensi berpikir strategis layaknya pemimpin redaksi dalam merencanakan dan membuat framing pemberitaan terkait dengan apa yang telah, sedang dan akan dikerjakan Pemerintah Provinsi Riau. Target khalaya yang disasar berdasarkan pada hasil monitoring media yang dilakukan melalui aplikasi Indonesia Monitoring Media (IMM).

Komunikasi dua arah melalui keterlibatan masyarakat harus terus dikembangkan dengan menggali umpan balik melalui interaktif dalam menyerap aspirasi masyarakat, utamanya untuk mengetahui hasil dari program dan kegiatan yang sudah diluncurkan Pemerintah Provinsi Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. (2013). *Handbook of Public Relations*. Bandung: Simbiosis.
- A.M, Morissan. (2013). *Teori Komunikasi, Individu Hingga Massa*, Jakarta : Prenada Media Grup.
- Cutlip, Center, Broom. (2009). *Effektive Public Relations*. Jakarta: Kencana.
- Hasan, Erliana. (2005). *Komunikasi Pemerintahan*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Hasan, Erliana, *Paradigma Komunikasi Pemerintahan*, Modul 1 Pembelajaran Universitas Terbuka.
- Kartikasari, N. (2017). *Viral: Gebrakan Kekinian Public Relations di Era Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kasali, R. (2017). *Disruption: tak Ada yang tak Bisa Berubah Sebelum dihadapi Motivasi Sajatidak Cukup*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kriyantono Rachmat (2014), *Teknik Praktis Riset Komunikasi, Jakarta*, Pranada Media Grup.
- Kriyantono, Rachmat (2014), *Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal*, Jakarta : Pranada Media Grup.
- Laksamana, A. (2018). *Public Relations in the Age of Disruption*. Yogyakarta: PT Bentang Pustaka.
- Mulyana Deddy. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rully(2014), *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, Jakarta, Kakilangit Kencana.
- Nova, Firsan.(2011). *Crisis Public Relatons Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kementerian Kominfo RI (2018), *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintahan*, Jakarta: Dirjen IKP Kemenkominfo RI.
- Onggo, Bob Julius (2004), *E-PR Menggapai Publisitas di Era Interaktif Lewat Media Online*. Yogyakarta: Andi.
- Rakhmat Jalaluddin (2018), *Psikologi Komunikasi*, Bandung, Simbiosis Rekatama Media.
- Ruslan, Rosady. (2014). *Manajemen Humas dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono (2017), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung, Alfabeta
- Jurnal :
- Asri H Rahmat (2018), *Strategi Komunikasi Humas Polda D. I. Yogyakarta Melalui Skill Digital Savvy Di Era Disruptif*, EXPOSE – Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 1.No. 2.
- Harrera EP Andrea, *Pemanfaatan Media Sosial Twitter Oleh Ridwan Kamil Dan Ganjar Pranowo Telah Sesuai Dengan Fungsi Utama Media Massa*, Jurnal The Mesangger Vol 2 Nomor 8 Tahun 2016.

- Kurnia, Novi, Perkembangan Teknoogi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi Terhadap Teori Komunikasi, *Jurnal Komunikasi Mediator* 6 (2), 291-296, 2005
- Mistar G Dwi, Dewi M, *Komunikasi Krisis Pemerintahan (Studi Kasus Pada Biro Hubungan Masyarakat Sekretariat Daerah Provinsi Riau Pasca Kasus Suap Annas Maamun Tahun 2014, Jurnal Komunikasi UII Yogyakarta, Vol 11 Nomor 2 Tahun 2017*
- Munandar H, Suherman M, *Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil di Media Sosial*, Prosiding Hubungan Masyarakat, ISSN: 2460-6510, Gelombang 1, Tahun Akademik 2015-2016.
- Silalahi, Ulber (2004), *Komunikasi Pemerintahan: Mengirim Dan Menerima Informasi Tugas Dan Informasi Publik*, *Jurnal Administrasi Publik*, Vol. 3, No. 1.
- Yazid P Tantri, *Implementasi Cyber Public Relations Melalui Pengelolaan Website Pemerintah Provinsi Sumatera Barat*, *The Mesengger* Volume VIII, Nomor 2, Edisi Juli 2016 *The Mesengger* Volume VIII, Nomor 2, Edisi Juli 2016.
- Peraturan/Regulasi :
Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Ketebukaan Informasi Publik.
- Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika (Permenkominfo) RI Nomor 8 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Urusan Pemerintahan Konkuren Bidang Komunikasi dan Informatika.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri (Permendagri) Nomor 56 Tahun 2019 Tentang Pedoman Nomenklatur dan Unit Kerja Sekretariat Daerah Provinsi dan Kabupaten Kota
- Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi RI Nomor 83 Tahun 2012 Tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah
- Peraturan Gubernur (Pergub) Riau Nomor 54 Tahun 2019 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas Dan Fungsi Serta Tata Kerja Sekretariat Daerah Provinsi Riau.
- Peraturan Gubernur Nomor 77 Tahun 2019 Tentang Susunan Organisasi Dinas Kominfotik Provinsi Riau
- Sumber Internet/Lain :
Cahyono, Eddy (2018), *Paradigma Baru Komunikasi Pemerintah di Era Digital*. (<http://www.neraca.co.id/article/106875/paradigma-baru-komunikasi-pemerintah-di-era-digital>) (Artikel diakses 2 Juni 2019).
- Kompas.com, *APJII : Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa*.

(<https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/ajiii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>).

(Artikel diakses 2 Juli 2019)

Katadata.co.id, *APJII : Sumatera Utara Pengguna Internet Terbesar di Pulau Sumatera.*

(<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/05/16/survei-apjii-sumatra-utara-pengguna-internet-tebesar-di-pulau-sumatra>). (Artikel

diakses 2 Juli 2019)

Riau.go.id, Informasi Umum Provinsi Riau

Inspirasi , Transformasi Humas Dalam Era Revolusi 4.0, Edisi 20, Januari 2019.