

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dinas Kehutanan (Dishut) Jawa Barat (Jabar) sebagai perangkat daerah turut melakukan transformasi digital dalam penyelenggaraan pemerintahan, terutama dalam bidang *public relations*. Transformasi ini mencakup integrasi seluruh area layanan dengan tujuan memberikan nilai tambah dan kepuasan kepada masyarakat sebagai pengguna layanan. Dishut Jabar menggunakan media digital untuk meningkatkan mutu pelayanan dan mempermudah akses masyarakat terhadap informasi. Melalui komitmen ini, Dishut Jabar berharap dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap Dinas Kehutanan Jawa Barat. (Wawancara pada, 28/09/2022)

Dinas Kehutanan Jawa Barat menerapkan *cyber public relations* melalui berbagai instrumen media digital untuk menjalankan kegiatan humas. Bagian hubungan masyarakat (Humas) Dishut Jabar secara aktif mengelola beberapa instrumen media digital, termasuk *website*, media sosial seperti Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, dan TikTok. Dishut Jabar secara rutin menyebarkan dan mengelola informasi terkini kepada masyarakat. Setiap layanan dan informasi disajikan dengan detail dan berfokus pada kebutuhan publik, dengan tujuan menciptakan keterbukaan informasi yang optimal. (Wawancara pada, 28/09/2022)

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini telah mengalami perubahan yang sangat pesat akibat revolusi digital. Pergeseran dari

media konvensional ke media digital telah mendorong dunia untuk melakukan berbagai perubahan dan perkembangan. Kehidupan masyarakat dalam era perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengalami perubahan sistem dan dampak yang luas. Dominasi teknologi saat ini memaksa pihak-pihak yang berkepentingan untuk menerapkan digitalisasi dalam merespons tuntutan kebutuhan masyarakat.

Masyarakat saat ini menggunakan berbagai media dalam mengakses informasi. *Website* dan media sosial telah menjadi media informasi yang populer di kalangan masyarakat. Lembaga dan organisasi menggunakan informasi digital untuk berkomunikasi dengan publik mereka. Dengan kemunculan internet dan perkembangan teknologi, setiap individu dituntut untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi terkini. Menurut laporan dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang diperoleh dari (apjii.or.id, n.d) pada tahun 2022, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 204,7 juta pengguna. Ini menempatkan Indonesia sebagai salah satu negara dengan populasi pengguna internet terbesar di dunia. Lebih khusus, 43% dari total pengguna internet di Indonesia merupakan penduduk di pulau Jawa. Mengingat jumlah pengguna internet yang besar ini, pihak-pihak penyedia layanan informasi perlu memberikan layanan yang informatif dan transparan kepada masyarakat.

Penggunaan instrumen media digital seperti *website* dan media sosial memungkinkan informasi dapat menjangkau publik dengan luas. Pengguna internet di Indonesia juga sudah cukup merata, sehingga penduduk Indonesia

dapat mengakses internet dan mendukung aktivitas digital. Alasan penggunaan internet oleh masyarakat cukup bervariasi, namun secara statistik, alasan kedua masyarakat menggunakan internet adalah untuk mengakses layanan publik. Laporan tersebut secara tidak langsung menunjukkan betapa pentingnya penyebaran informasi publik bagi berbagai instansi, termasuk instansi pemerintahan.

Keterbukaan informasi merupakan aspek yang sangat penting dalam mencapai akuntabilitas dalam penyelenggaraan pelayanan publik. Prinsip keterbukaan informasi ini diatur dalam Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang keterbukaan informasi publik, yang mendorong lembaga pemerintahan untuk menerapkan keterbukaan informasi kepada masyarakat. Keterbukaan informasi publik menjadi identitas yang signifikan dalam negara yang berdasarkan prinsip demokrasi. Pengelolaan informasi yang baik menjadi upaya penting dalam membangun masyarakat yang berbasis informasi dan mendorong terwujudnya transparansi informasi.

Menurut data pra penelitian yang dikutip pada laman *website* dishut.jabarprov.go.id, Dinas Kehutanan Jawa Barat pada 2021 mendapatkan penghargaan Anugrah Keterbukaan Informasi Publik Tingkat Provinsi Jawa Barat tahun 2021 sebagai Badan Publik Organisasi Perangkat Daerah Informatif. Penghargaan tersebut dinilai berdasarkan hasil *monitoring* dan evaluasi melalui beberapa penilaian yang dilihat berdasarkan pengelolaan *website* dan media digital lainnya, serta pengelolaan informasi dan dokumentasi Dishut Jabar.

Penghargaan Anugrah Keterbukaan Informasi adalah sebuah penghargaan yang diberikan sebagai bentuk pengakuan terhadap upaya dan prestasi suatu lembaga atau organisasi dalam menerapkan keterbukaan informasi publik. Penghargaan ini menyoroti keberhasilan dalam menyediakan akses yang luas dan mudah terhadap informasi yang relevan dan penting bagi publik. Dishut Jabar, membuktikan bahwa Dinas Kehutanan telah berupaya secara aktif untuk menerapkan dan mewujudkan keterbukaan informasi terutama pada aktivitas layanan dan informasi *website*.

Dinas Kehutanan Jawa Barat secara tidak langsung turut memenuhi amanah yang tertera dalam Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik (KIP) dengan meraih penghargaan sebagai dinas yang berkomitmen dalam menyediakan informasi publik. Melalui partisipasi aktifnya, Dishut telah memberikan kontribusi dalam memberikan akses informasi kepada masyarakat, terutama di wilayah Jawa Barat. Dengan tercapainya transparansi informasi, Dishut telah memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam undang-undang, seperti proses pelayanan, tindak lanjut, informasi umum, dan elemen layanan lainnya yang diatur dalam undang-undang keterbukaan informasi.

Public relations menjalankan tugas sebagai bentuk transparansi informasi saat ini dilakukan di berbagai media. Perkembangan teknologi mengubah cara kerja *public relations*. Istilah *cyber public relations* muncul karena adanya pergeseran praktik *public relations*. *Cyber Public Relations* menemukan berbagai peluang untuk menyebarkan informasi dan membangun hubungan dengan

publik melalui media internet. Praktisi *Public Relations* dapat memilih internet sebagai sarana pilihan efektif untuk berkomunikasi.

Cyber public relations telah marak diterapkan pada berbagai organisasi seperti instansi pemerintah, perusahaan, organisasi swasta, organisasi non-profit dan lain sebagainya. Tujuan dari *cyber public relations* ini tidak jauh berbeda dengan aktivitas *public relations* konvensional, yaitu menciptakan kesepahaman antara organisasi dan publiknya. urgensi dalam penerapan *cyber public relations* sudah sepatutnya digunakan oleh seluruh lembaga dan praktisi *public relations*. Kelebihan dalam menerapkan *cyber public relations* ini terletak pada kecepatan dalam penyebaran informasi serta biaya yang dikeluarkan relatif murah. Setiap orang dapat berkomunikasi tanpa ada batasan ruang dan waktu. Media digital menawarkan berbagai kemudahan bagi praktisi *public relations*. Sebagai bentuk dari kegiatan *cyber public relations* praktisi *public relations* menggunakan media digital seperti *website*, dan media sosial. Praktisi *public relations* dengan adanya sarana media digital mengubah banyak aspek tatanan dalam praktik *public relations*.

Dinas Kehutanan Jawa Barat dalam mencapai keterbukaan informasi dengan memanfaatkan berbagai instrumen media digital, salah satunya adalah *website* sebagai bentuk dari kegiatan *cyber public relations* untuk menyebarkan informasi kepada publiknya. *Website* merupakan satu dari beberapa media daring yang efektif digunakan untuk penyebaran informasi. *Website* Dishut Jabar ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada publik demi terwujudnya keterbukaan informasi serta menjaga dan menumbuhkan citra baik di mata

publik atau masyarakat luas. Bentuk informasi yang disajikan dalam *website* Dishut Jabar ini memiliki ragam jenis informasi yang berhubungan langsung dengan pemerintahan.

Dishut Jabar menyebarkan informasi mengenai layanan publik melalui *website* dengan beragam jenis informasi. *Website* sebagai salah satu platform yang digunakan sebuah lembaga maupun organisasi untuk menyebarkan informasi. *Website* sebagai platform menyediakan informasi yang terbentuk dalam sekumpulan gambar, teks, video atau grafik. Pengusaha, akademisi, perusahaan hingga instansi pemerintahan menggunakan *website* sebagai media komunikasi, pemasaran, dan lain sebagainya. Dinas Kehutanan Jawa Barat menggunakan *website* untuk menyediakan visualisasi data dan informasi dengan rancangan desain yang dapat menarik perhatian publik.

Menurut data pra penelitian, dalam *website* resmi Dinas Kehutanan Jawa Barat dengan laman *website* dishut.jabarprov.go.id memiliki banyak fitur yang disediakan untuk kebutuhan informasi publik. Secara garis besar fitur yang disediakan *website* Dishut Jabar adalah profil, informasi, layanan, dan galeri. Setiap fitur tersebut memiliki bagian-bagian yang sangat krusial bagi penyebaran informasi publik. Selain itu, hal mendetail terkait profil, visi dan misi serta dokumentasi tertuang lengkap dalam *website* tersebut. Fitur yang disediakan oleh *website* Dishut juga beragam dan memiliki fungsi yang berkaitan satu sama lain.

Website dishut.jabarprov.go.id menyediakan beragam fitur, aplikasi, dan pintasan diantaranya, yaitu: *Pertama*, fitur profil yang berguna untuk

menampilkan profil perusahaan yang mencakup sejarah, visi dan misi, struktur organisasi, tupoksi, dan rencana strategis. Fitur selanjutnya adalah informasi yang memuat berbagai aktivitas yang telah dan akan dilakukan oleh Dinas Kehutanan Jawa Barat dalam bentuk berita dan dokumen mencakup agenda kegiatan dan penghargaan. Fitur informasi juga menyediakan dokumen dan laporan Dishut Jabar yang dapat diakses oleh publik.

Fitur selanjutnya adalah layanan yang terdiri dari sub laman pintasan berbagai aplikasi. Pintasan tersebut diantaranya sistem informasi untuk memonitoring kontribusi bibit, penanaman dan pemeliharaan pohon di Jawa Barat yang merupakan bentuk dari program kampanye Gerakan Tanam dan Pelihara Pohon (GTPP). Dishut Jabar juga menyediakan survei kepuasan masyarakat (SKM) untuk mengetahui dan mengevaluasi kinerja pelayanan. Fitur terakhir yang tersedia pada *website* Dishut Jabar adalah fitur galeri yang menyediakan foto dan video mengenai kegiatan Dishut Jabar dan informasi kehutanan.

Dinas kehutanan dalam melaksanakan aktivitas *cyber public relations* memanfaatkan berbagai instrumen media digital. Penerapan aktivitas *cyber public relations* ini bertujuan untuk mengoptimalkan alur penyebaran informasi kepada publiknya. Interaksi publik mengalami perubahan membuat praktisi public relations bekerja di ruang digital. Penggunaan media digital yang menjadi prioritas Dinas Kehutanan saat ini adalah sosial media dan *website*. Dinas kehutanan memenuhi kebutuhan publik dengan memberikan pelayanan dan informasi secara transparan guna menuju *good governance*.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik meneliti penelitian ini karena Dishut Jabar memiliki keunikan tersendiri dalam mengelola *website* sebagai bentuk dari penyebaran layanan informasi kepada publik. Dishut Jabar juga telah meraih berbagai penghargaan yang menunjukkan keberhasilan mereka dalam bidang ini. Salah satu penghargaan yang diterima adalah Anugerah Keterbukaan Informasi Publik Tingkat Provinsi Jawa Barat, yang mengakui Dishut Jabar sebagai Badan Publik Organisasi Perangkat Daerah yang informatif. Penghargaan ini merupakan hasil dari kerja keras tim hubungan masyarakat (humas) Dinas Kehutanan Jawa Barat dalam mengelola layanan informasi kepada publik, termasuk melalui website mereka.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan pada latar belakang, maka penelitian ini difokuskan pada “*Aktivitas Cyber Public Relations Melalui Pengelolaan Website Dinas Kehutanan Jawa Barat*”. Adapun pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana Proses Identifikasi Audiens dan informasi (*Identifying audience and information*) dalam *Cyber Public Relations* melalui *Website* dishut.jabarprov.go.id?
- 2) Bagaimana Merencanakan dan Memprogram (*Planning and Programming*) dalam *Cyber Public Relations* melalui *Website* dishut.jabarprov.go.id?
- 3) Bagaimana Implementasi (*Implementation*) dalam *Cyber Public Relations* melalui *Website* dishut.jabarprov.go.id?

- 4) Bagaimana Mengevaluasi Program (*Evaluating the Program*) dalam *Cyber Public Relations* melalui *Website* dishut.jabarprov.go.id?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah diuraikan, maka peneliti menentukan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk Mengetahui Identifikasi audiens dan informasi (*Identifying audience and information*) dalam Pengelolaan *Cyber Public Relations* melalui *Website* dishut.jabarprov.go.id
- 2) Untuk Mengetahui Perencanaan dan Pemrograman (*Planning and Programming*) dalam Mengelola *Cyber Public Relations* melalui *Website* dishut.jabarprov.go.id
- 3) Untuk Mengetahui Implementasi (*Implementation*) dalam Mengelola *Cyber Public Relations* melalui *Website* dishut.jabarprov.go.id?
- 4) Untuk Mengetahui Evaluasi Program (*Evaluating the Program*) dalam Mengelola *Cyber Public Relations* melalui *Website* dishut.jabarprov.go.id

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademis

Secara akademis, penulis berharap penelitian yang dilakukan dapat memberikan kontribusi secara ilmiah terhadap perkembangan Ilmu Komunikasi dan *Public Relations* terkhusus kepada kegiatan *cyber public relations*. Penulis berharap penelitian ini dapat dijadikan sumber rujukan atau referensi, bagi pihak-pihak yang berkepentingan pada penelitian

sejenis atau sebagai studi komparatif bagi para peneliti yang akan meneliti topik serupa.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan inspirasi dan referensi bagi para praktisi dan akademisi di bidang kehumasan, khususnya dalam kegiatan *cyber public relations*, di masa yang akan datang. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan-perusahaan dalam menjalankan kegiatan *cyber public relations*.

E. Kajian Penelitian Yang Relevan

Kajian penelitian yang relevan berisi tiga jurnal dan dua skripsi. Penelitian terdahulu bertujuan untuk mencari persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dan penelitian yang sedang dilakukan peneliti saat ini.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Dio Ahmad Safarizki (2022) dengan judul *Pengelolaan digital public relations melalui Website ppid.kai.id: Studi deskriptif pada unit Humas PPID PT. Kereta Api Indonesia*. Penelitian yang dilakukan Dio Ahmad ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk pengelolaan pada *website ppid.kai.id* yang mengacu pada konsep *four steps public relations* dan menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian menyimpulkan bahwa unit humas PPID KAI sudah secara terstruktur dalam melaksanakan pengelolaan digital *public relations* dengan mengacu pada konsep *four steps public relations*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada

objek penelitian, yaitu sama-sama meneliti mengenai pengelolaan *website*. Konsep yang digunakan sama-sama menerapkan konsep *four steps public relations*. Perbedaan penelitian yang dilakukan dengan peneliti terletak pada lokasi penelitian, lokasi penelitian peneliti dilakukan di Dishut Jabar dan penelitian ini dilakukan di Humas PPID PT. Kereta Api Indonesia.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Tiara Rengganis (2021) dengan judul Pengelolaan *website* Humas Kota Bandung sebagai media penyebarluasan informasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Langkah-langkah yang dilakukan oleh Humas Kota Bandung dalam mengelola *website* untuk menyebarkan informasi publik. Penelitian ini menggunakan konsep yang digagas oleh Cutlip dan Center yaitu *four steps Public Relations*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian yang dilakukan Tiara Rengganis ini menyimpulkan bahwa Humas Kota Bandung sudah secara terstruktur menerapkan konsep *four steps public relations* dalam mengelola *website* sebagai bentuk dari penyebaran informasi publik. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada objek penelitian, yaitu sama-sama meneliti mengenai pengelolaan *website*. Konsep yang digunakan sama-sama menerapkan konsep *four steps public relations*. Perbedaan penelitian yang dilakukan dengan peneliti terletak pada lokasi penelitian, lokasi penelitian peneliti dilakukan di Dishut Jabar dan penelitian ini dilakukan di Humas Kota Bandung.

Ketiga, penelitian yang dilakukan Rizky Setiawan, Natalina Nilamsari, Radja Erland Hamzah, Kusnul Arifin (2022) dengan judul Implementasi *Cyber*

Public Relations Dalam Pengelolaan *Website* Kementerian Sosial. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mendeskripsikan aktivitas *cyber public relations* Kementerian Sosial dan pengelolaan pada *website* Kementerian Sosial. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan memakai metode penelitian studi kasus. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Humas Kemensos ini melakukan kegiatan *Cyber Public Relations* ini dengan baik dan terstruktur dari mulai menghimpun, mengelola, menyajikan, dan mengkomunikasikan. Persamaan penelitian ini dengan peneliti terletak pada objek penelitian sama-sama meneliti pengelolaan *website*. Perbedaan terletak pada metodologi yang digunakan yaitu studi kasus, serta lokasi penelitian.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh M. Iskandar, Asmaul Husna (2022) dengan judul penelitian Implementasi *Cyber Public Relations* Dalam Pengelolaan *Website* Pemerintah Kabupaten Aceh Jaya yang bertujuan untuk mengimplementasikan *cyber public relations* dalam pengelolaan *website* pemerintah Kabupaten Aceh Jaya. Metode penelitian yang digunakan adalah *purposive* sampling dan studi kasus melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Persamaan penelitian ini terletak pada fokus penelitian yaitu sama-sama meneliti mengenai *cyber public relations* dan pengelolaan *website*. Perbedaan penelitian ini terletak pada lokasi penelitian dimana peneliti melakukan penelitian di Dishut Jabar.

Kelima, Penelitian yang dilakukan oleh Enjang Pera Irawan (2018) dari Universitas Mercu Buana, dengan judul Pemanfaatan *Website* pada Aktivitas *Cyber public relations* dalam Mendukung *e-Government* di

Pemerintah Kota Tangerang Selatan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami pemanfaatan *website* sebagai media informasi dan komunikasi dalam aktivitas *cyber public relations*. Persamaan penelitian ini dengan peneliti yaitu sama-sama berfokus pada *cyber public relations* dan *website*. Perbedaan penelitian ini terletak pada fokus penelitian yaitu peneliti memfokuskan kepada pengelola dan penelitian ini memfokuskan pada pemanfaatan.



Tabel 1.1: Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil	Relevansi	Perbedaan
1	Dio Ahmad Safarizki (2022) Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi Konst. Humas. UIN Sunan Gunung Djati.	Pengelolaan digital PR melalui <i>Website</i> ppid.kai.id: Studi deskriptif pada unit Humas PPID PT. Kereta Api Indonesia	Deskriptif Kualitatif	unit humas PPID KAI sudah secara terstruktur dalam melaksanakan pengelolaan digital PR dengan mengacu pada konsep <i>four steps PR</i> .	Mengamati pengelolaan <i>website</i> . Pendekatan yang digunakan deskriptif kualitatif. Konsep yang digunakan <i>four steps public relations</i> .	Lokasi penelitian di Humas PPID PT. Kereta Api Indonesia.
2	Tiara Rengganis (2021) Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi Konst. Humas. UIN Sunan Gunung Djati.	Pengelolaan <i>Website</i> Humas Kota Bandung Sebagai Media Penyebarluasan Informasi	Deskriptif Kualitatif	Humas Kota Bandung sudah secara terstruktur menerapkan konsep <i>four steps public relations</i> dalam mengelola <i>website</i> sebagai bentuk dari penyebaran informasi publik.	Mengamati pengelolaan <i>website</i> . Pendekatan deskriptif kualitatif dan memakai <i>four steps public relations</i> .	Lokasi penelitian di Humas Kota Bandung
3	Rizky Setiawan, Natalina Nilamsari, Radja Erland Hamzah, Kusnul Arifin (2022) Jurnal Cyber PR Volume 2, No. 1 Universitas	Implementasi <i>Cyber Public Relations</i> dalam Pengelolaan <i>Website</i> Kementerian Sosial	Deskriptif kualitatif	Humas Kemensos sudah melakukan kegiatan <i>Cyber Public Relations</i> ini dengan baik dan terstruktur dari mulai menghimpun, mengelola, menyajikan, dan mengkomunikasikan.	Mengamati pengelolaan <i>website</i> . Pendekatan menggunakan deskriptif kualitatif.	Perbedaan terletak pada metodologi yang digunakan yaitu studi kasus, serta lokasi penelitian di Kementerian Sosial.

	Prof. Dr. Moestopo					
4	M. Iskandar, Asmaul Husna (2022) Jurnal Inovasi Penelitian Volume 3, No. 1 Universitas Teuku Umar.	Implementasi <i>Cyber Public Relations</i> dalam Pengelolaan <i>Website</i> Pemerintah Kabupaten Aceh Jaya	Deskriptif Kualitatif	pengelolaan <i>Website</i> Pemerintah Kabupaten Aceh Jaya telah berhasil mencapai tujuan PR yang dengan memastikan bahwa informasi yang disampaikan benar-benar mencapai tujuan.	Penelitian berfokus pada implementasi <i>cyber public relations</i> dan pengelolaan <i>website</i> .	Perbedaan terletak pada lokasi penelitian.
5	Enjang Pera Irawan (2018) Jurnal Iptek-Kom Volume 19, No. 2 Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika	Pemanfaatan <i>Website</i> pada Aktivitas <i>Cyber PR</i> dalam Mendukung <i>E-Government</i> di Pemerintah Kota Tangerang Selatan	Deskriptif Kualitatif	Hasil dari penelitian ini disimpulkan bahwa pemerintah Kota Tangerang Selatan telah memanfaatkan <i>website</i> secara optimal dan partisipatif sebagai bagian dari <i>cyber public relations</i> .	Penelitian berfokus kepada <i>cyber PR</i> dan <i>website</i>	Lebih difokuskan kepada pemanfaatan . Peneliti memfokuskan kepada pengelolaan.

F. Landasan Pemikiran

F.1 Landasan Teoritis

Konsep dalam penelitian ini merupakan hasil pengembangan dari pemetaan fenomena yang diteliti dengan konsep yang relevan. Konsep yang dipilih berdasarkan pertimbangan yang sesuai dengan kerangka dan fokus penelitian, yakni mengenai "Aktivitas Cyber Public Relations Melalui Pengelolaan Website Dinas Kehutanan Jawa Barat".

1) Konsep *Four Steps Public Relations*

Public relations dalam menjalankan fungsi manajemen melibatkan serangkaian tahapan. Penelitian ini menggunakan konsep *Four Steps Public Relations* yang diajukan oleh Cutlip, Center, dan Broom. Konsep ini menguraikan strategi public relations yang bertujuan mencapai hasil akhir yang diinginkan oleh suatu lembaga. (Cutlip, et al., 2018: 321) menjelaskan terdapat empat langkah strategi *public relations* sebagai berikut:

(1) *Defining Public Relations Problems*

Defining Public Relations Problems menjadi langkah awal dalam melakukan aktivitas *public relations*. Seorang praktisi *public relations* dalam tahap ini harus mengenal penyebab serta gejala dalam sebuah permasalahan.

Seorang praktisi *public relations* harus dengan jeli mengumpulkan fakta-fakta terkait kegiatan kehumasan yang akan digarap. Dalam tahap *defining problems* seorang praktisi *public*

relations harus mengolah data faktual yang telah tersedia. Untuk selanjutnya diadakan sebuah perbandingan, pertimbangan, dan menghasilkan penilaian, sehingga akhirnya didapatkan kesimpulan dari data yang telah didapat.

(2) *Planning and programming*

Setelah mendapatkan kesimpulan dari data yang telah didapat, tahap selanjutnya adalah *planning and programming*. Pada tahap ini praktisi *public relations* melakukan penyusunan masalah. Praktisi *public relations* melakukan rencana pemikiran serta solusi yang akan direalisasikan. Perencanaan ini merupakan proses berkesinambungan serta memerlukan peninjauan secara berkala, agar kebijakan yang diambil dirasa benar dan tepat.

(3) *Taking action and communicating*

Tahap selanjutnya yaitu *taking action and communicating*. Proses ini adalah tindak lanjut dari tahap perencanaan. Pada tahap ini praktisi *public relations* merealisasikan apa yang telah direncanakan dengan mengacu pada fakta dan data yang telah didapat.

(4) *Evaluating the program*

Tahap terakhir yang dilakukan adalah *evaluating the program*, pada tahap ini praktisi *public relations* melakukan evaluasi penilaian pada hasil dan riset awal hingga realisasi program yang telah dilaksanakan. Tahap evaluasi menjadi tahap

akhir dalam 4 *steps public relations*. Tujuan utama dari evaluasi adalah untuk mengukur keberhasilan suatu proses atau program secara menyeluruh.

F.2 Landasan Konseptual

1) *Cyber Public Relations*

Cyber Public Relations merupakan sebuah inisiatif atau inovasi dalam bidang *public relations* yang memanfaatkan media internet sebagai sarana publisitasnya. Onggo (2004: 1) menjelaskan bahwa tujuan dari *cyber public relations* ini tidak jauh berbeda dengan aktivitas *public relations* konvensional, yaitu menciptakan kesepahaman antara organisasi dan publiknya.

Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yang diterapkan pada kegiatan-kegiatan *public relations* dewasa ini gencar dilakukan oleh para lembaga, dengan berbagai jenis media daring yang bisa diakses 24 jam. Kelebihan dalam menggunakan media internet ini adalah terletak pada kecepatan dalam penyebaran informasi dan biaya yang dikeluarkan relatif murah.

Puspitasari (2022: 32) menjelaskan bahwa pemanfaatan *cyber public relations* sejatinya menjadi sebuah keniscayaan bagi praktisi *public relations*. kemampuan pemanfaatan media digital dalam *public relations* yang optimal menjadi sebuah tolak ukur peningkatan kinerja *public relations*. dengan adanya *cyber public relations* informasi yang disediakan kepada publik dengan lebih beragam dan ceper.

2) *Website*

Website merupakan satu dari beberapa media daring yang efektif digunakan untuk penyebaran informasi. Widia & Asriningtias (2022: 1) menjelaskan *website* merupakan seperangkat dokumen yang berupa web berisi teks dengan format *Hyper Text Markup Language* (HTML). Secara sederhana, *website* adalah halaman informasi yang memuat beberapa elemen diantaranya teks, foto, suara, video, dan animasi.

Website dapat diakses lewat jalur internet dan dapat dikelola oleh semua orang, termasuk lembaga. Untuk melayani berbagai tujuan masing-masing dalam penyebaran informasi kepada publiknya. Darmawan (2013) menjelaskan bahwa *website* bertujuan untuk publikasi informasi yang dapat dikelola pribadi ataupun perusahaan.

Penerapan *website* sudah menjadi keharusan untuk dikelola oleh setiap lembaga termasuk lembaga pemerintahan untuk menghadapi tantangan globalisasi di era industri 4.0. Harrison dalam (Napitulu, et al., 2020: 20) menjelaskan ketika penciptaan nilai (*public value*) menjadi sebuah tujuan bagi pemerintahan sebagai organisasi publik maka lembaga tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Dengan menggunakan *website*, setiap lembaga dapat dengan mudah memasukan berbagai jenis informasi yang dibutuhkan publiknya.

G. Langkah-Langkah Penelitian

G.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Barat yang bertempat di Jalan Soekarno-Hatta St No.751, Cisaranten Endah, Arcamanik, Kota Bandung, Jawa Barat. Alasan peneliti melakukan penelitian pada Dinas tersebut karena peneliti melihat adanya aktivitas *cyber public relations* melalui *website* resmi Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Barat.

G.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma dalam penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik. Menurut Creswell (2014: 32) paradigma konstruktivistik memandang suatu realitas sosial sebagai hasil dari konstruksi dan kebenaran atas suatu realitas sosial yang relatif.

Paradigma konstruktivistik digunakan peneliti karena peneliti ingin memiliki pemahaman lebih luas serta mengkonstruksi secara menyeluruh dari informan-informan yang terlibat pada aktivitas *cyber public relations* pada pengelolaan *website* Dishut Jabar. Moleong dalam Muslim (2016: 1) menjelaskan bahwa paradigma adalah cara dasar untuk mempersepsi, berpikir, menilai dan melakukan penelitian yang berkaitan secara khusus mengenai realitas.

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif menurut Anggito (2018: 9) merupakan pendekatan yang mendeskripsikan data penelitian secara naratif tanpa

menggunakan angka-angka dan statistik. Peneliti bisa menjelaskan secara detail terkait fenomena yang ditemukan pada saat penelitian.

Peneliti menggunakan pendekatan ini karena peneliti meneliti mengenai “Aktivitas *Cyber Public Relations* melalui pengelolaan *website* Dinas Kehutanan Jawa Barat” yang dimana penelitian ini memerlukan pemaknaan yang mendalam yang tidak dapat dijelaskan secara numerik.

G.3 Metode Penelitian

Penelitian yang dilakukan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Bungin (2001: 124) menjelaskan bahwa metode deskripsi kualitatif merupakan metode penelitian yang menyimpulkan berbagai macam situasi, kondisi, dan variabel-variabel secara ringkas. Data yang disajikan pada metode deskriptif kualitatif berbentuk sebuah uraian dari kata-kata dan kalimat. Metode penelitian kualitatif merupakan metode yang fokus pada pengamatan mendalam

Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dalam penelitian ini karena peneliti ingin mendapatkan hasil yang apa adanya dan subjektif. Serta peneliti ingin menjelaskan fenomena yang diteliti secara mendalam. Satori (2011: 23) menjelaskan bahwa penelitian dengan metode deskriptif kualitatif dilakukan untuk menjelaskan serta memperluas peristiwa yang terjadi di lapangan dan tidak dapat dikuantifikasi. Penelitian kualitatif yang bersifat elaborative tentu dapat mempermudah peneliti untuk menggali lebih dalam dan mendetail mengenai fenomena yang diteliti.

G.4 Jenis Data dan Sumber Data

1) Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data yang berasal dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Data primer adalah data yang didapat penulis dari subjek penelitian. Sedangkan data sekunder adalah data yang didapat dari luar sumber data primer.

2) Sumber Data

a) Sumber Data Primer

Data primer merupakan jenis sumber data yang didapat dari pihak bagian humas Dinas Kehutanan Jawa Barat yang memiliki tanggung jawab mengelola aktivitas *cyber public relations* melalui *website* dishut.jabarprov.go.id

b) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan jenis sumber data yang bersifat tidak langsung. Data diperoleh selain dari bagian humas Dinas Kehutanan Jawa Barat yang memiliki tanggung jawab mengelola aktivitas *cyber public relations*. Data dapat diperoleh dari arsip dokumen Dinas kehutanan maupun *website* resmi sesuai dengan kebutuhan penelitian.

G.5 Penentuan Informan

Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dalam penentuan informan. (Iskandar, et al., 2022) menjelaskan bahwa *purposive sampling* merupakan pemilihan informan yang mempunyai keahlian pada bidang

yang akan diteliti. Teknik *purposive sampling* akan memberikan kemudahan kepada peneliti dalam mengeksplorasi objek penelitian. Informan pada penelitian ini merupakan pihak-pihak yang terlibat pada pengelolaan *website* dishut.jabarprov.go.id sebagai aktivitas *cyber public relations*.

Informan pada penelitian ini terbagi atas dua informan diantaranya adalah informan kunci dan informan tambahan. Informan kunci merupakan informan yang mengetahui serta mempunyai berbagai jenis informasi pokok yang diperlukan peneliti. Informan tambahan merupakan informan yang tidak terlibat langsung dengan objek yang diteliti namun dapat memberikan informasi yang diperlukan oleh peneliti.

G.6 Teknik Pengumpulan Data

1) Wawancara

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara. Kerlinger dalam (Fadhilah, 2021: 1) menjelaskan bahwa wawancara merupakan satu dari beberapa cara untuk mengumpulkan data. Wawancara dilakukan dengan bertanya, meminta pendapat, asumsi, dan memberikan persepsi. Wawancara yang dilakukan adalah untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan peneliti.

Teknik wawancara yang dilakukan peneliti yaitu dengan wawancara tatap muka secara langsung atau melalui media *online*. Dengan subjek penelitian yang telah ditentukan sesuai fokus penelitian yang direncanakan. Dalam wawancara, peneliti telah menyiapkan

instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan. Wawancara yang dilakukan peneliti bersifat terstruktur dengan berdasarkan pada pedoman wawancara yang telah dibuat.

2) Observasi

Penelitian ini menggunakan observasi partisipasi pasif untuk mengumpulkan data. Mardawani (2020: 55) menjelaskan bahwa observasi partisipasi pasif adalah ketika peneliti datang ketempat yang akan diamati tetapi tidak ikut andil dalam kegiatan tersebut. Secara sederhana observasi yang dilakukan bersifat pasif.

Peneliti melakukan observasi dengan cara mengunjungi Dinas Kehutanan Jawa Barat guna mengamati secara pasif pengelolaan *website*. Peneliti melakukan observasi dengan tujuan untuk memenuhi data-data yang diperlukan mengenai pengelolaan *website* dishut.jabarprov.go.id sebagai aktivitas *cyber public relations*.

G.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Teknik penentuan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi. Halaluddin & Wijaya (2019: 95) menjelaskan bahwa teknik triangulasi adalah penggunaan beragam teknik dalam pengungkapan data kepada sumber data dengan menggabungkan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik pengujian data dalam sebuah penelitian kualitatif perlu dilakukan untuk mendapatkan hasil serta memenuhi kredibilitas data yang tidak dapat diragukan kebenarannya.

Teknik triangulasi memungkinkan peneliti untuk melakukan pemeriksaan terhadap data yang didapat dengan metode yang berbeda. Beberapa metode tersebut yaitu memberikan pertanyaan yang sama kepada beberapa narasumber yang berbeda. Hasil yang didapat dari teknik triangulasi akan dideskripsikan dan dikategorisasikan sehingga akan memudahkan peneliti untuk melihat data dan menarik kesimpulan.

G.8 Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan teknik analisis data dengan model Miles dan Huberman. Suharyat (2022: 230) menjelaskan bahwa teknik analisis data dengan model Miles dan Huberman dilakukan dengan interaktif dan berlangsung secara berkelanjutan atau terus menerus hingga tuntas. Dalam teknik analisis data model Miles dan Huberman memiliki tiga skema, diantaranya reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan.

a) Reduksi Data

Reduksi data adalah tahap awal saat menganalisis data. Rijali (2018) mengemukakan bahwa reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar dari catatan-catatan tertulis yang muncul di lapangan. Proses ini terjadi selama berlangsungnya penelitian.

Dalam melakukan reduksi data, peneliti akan melakukan penyaringan data yang sudah didapat, hingga akhirnya peneliti mendapatkan poin utama dari data tersebut. Reduksi data memiliki tujuan untuk mempermudah peneliti melihat lebih jelas gambaran data

yang telah diperoleh. Hal tersebut merupakan langkah untuk mempermudah mencari serta mengumpulkan data lanjutan.

b) Penyajian Data

Penyajian data adalah tahap kedua setelah reduksi data. Menurut Miles dan Huberman (2007: 84) penyajian data bertujuan untuk mendapatkan kesimpulan melalui pencarian pola-pola yang bermakna. Penyajian data pada penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan data yang sudah direduksi. Data yang telah dirangkum sedemikian rupa kemudian dibuat dalam bentuk tabel untuk melihat hubungan pada tiap data-data yang diperoleh. Disertai dengan penjelasan, supaya hasil penelitian dapat dengan mudah dipahami.

c) Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah tahap terakhir dari sebuah analisis. Harsono (2008: 169) menjelaskan bahwa penarikan kesimpulan merupakan bagian dari bagian konfigurasi yang ditarik semenjak peneliti melakukan pencatatan, pola-pola, dan berbagai proposisi. Tahap penarikan kesimpulan yang dilakukan peneliti bertujuan untuk mengambil inti sari penelitian, yang mencakup semua bentuk penelitian dari hulu ke hilir, hingga pada akhirnya didapatkan kesimpulan.

