

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Setiap aktivitas yang dikerjakan manusia menjadi lebih mudah berkat kemajuan teknologi dan informasi. *Public Relations Cyber atau Online* dilakukan dengan menggunakan internet untuk berkomunikasi dengan tujuan menyampaikan informasi dan membangun kepercayaan khalayak. Media internet memiliki banyak manfaat, seperti mendapatkan informasi, melakukan transaksi, melakukan diskusi, dan melakukan kegiatan yang berkaitan dengan perusahaan, institusi, individu, atau kelompok dapat menggunakan sarana media internet ini untuk menyampaikan informasi *ter-update*, memecahkan masalah, memberikan kegiatan internal perusahaan, dan banyak lagi.

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo merupakan unsur pelaksana urusan pemerintahan di bidang komunikasi, informatika, persandian dan statistik yang menjalankan tugasnya menggunakan cara *cyber public relations*. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo membantu Walikota melaksanakan urusan pemerintahan di bidang komunikasi, informatika, persandian, statistik dan tugas pembantuan yang diberikan seperti, merumuskan kebijakan, menyelenggarakan pemerintahan, meningkatkan pelayanan publik, dan mengelola berbagai aspek komunikasi, juga terlibat dalam pengembangan e-Government, pengendalian teknis, pengamanan informasi, serta melakukan monitoring, evaluasi, hingga pelaporan menggunakan strategi *cyber public relations*.

Peningkatan mutu pelayanan publik dan informasi di Kota Probolinggo didukung oleh Dinas Komunikasi dan Informatika. Mereka telah melakukan upaya untuk mengembangkan kualitas informasi dengan berbagai langkah, termasuk sosialisasi program-program instansi melalui aktivitas berbasis cyber public relations di website. Ini sejalan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital saat ini..

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo telah berhasil memanfaatkan konsep cyber public relations melalui media website, yang merupakan bagian dari implementasi industri 4.0. Ini terlihat dari aktivitas yang terdokumentasi di website mereka. Wardah (2017:7) dalam jurnalnya menggambarkan website sebagai kumpulan halaman web yang menyediakan berbagai bentuk informasi seperti tulisan, infografis, video, atau kombinasi dari semuanya, yang dirancang sebagai rangkaian halaman web yang saling terhubung. Hal tersebut menegaskan bahwa website berperan penting dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat terkait dengan kegiatan instansi, yang pada akhirnya membangun kepercayaan publik.

Media *website* yang digunakan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo adalah salah satu cara untuk menjalankan fungsinya, serta menyebarkan informasi instansi kepada khalayak yang mengunjungi *website* resmi tersebut. *Website* ini memuat tentang semua informasi yang terkait dengan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo juga dapat melihat layanan-layanan yang diberikan instansi, sehingga informasi yang dipasarkan melalui *website* tersebut tersampaikan kepada para pengguna dari

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo sistem.

Situs *diskominfo.probolinggokota.go.id*, peneliti dapat mengakses informasi terbaru mengenai kegiatan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo. Situs ini menyediakan update mengenai berbagai kegiatan yang dilakukan oleh dinas tersebut, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Contohnya adalah berita-berita terbaru yang dipublikasikan di halaman berita situs tersebut.

Halaman selain berita ini juga ada beberapa informasi yang diberikan, seperti artikel-artikel, dan data lainnya yang didapat adalah dari layanan-layanan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo. *Home Website* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo menunjukkan bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo sangat aktif dalam kegiatan yang menggunakan media digital, menjadikan websitenya berbeda dari yang lain. Layout, konten, dan warna tetap menjadi ciri khas Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo.

Website Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo mencatat bahwa pada pukul 08.49 pagi, terdapat pengunjung yang tertarik untuk melihat layanan-layanan yang ditawarkan oleh dinas tersebut. Layout yang ditampilkan pada website memberikan informasi yang cukup jelas, termasuk melalui slider yang memuat informasi terkait Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo. Website ini menyajikan informasi mengenai pelayanan, struktur instansi, aktivitas yang dilakukan, berita terbaru, serta dokumentasi setiap kegiatan yang telah dilaksanakan oleh dinas tersebut.

Layanan-layanan yang dimiliki Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo yaitu ada 3 layanan utama diantaranya, Layanan Iklan Radio Suara Kota, Pelayanan Informasi dan Pengaduan Masyarakat, dan Layanan Unit Mobil Siaran Keliling. Konten yang dibuat memiliki kekuatan daya tarik tersendiri Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo menggunakan ciri khas warna yang melekat pada instansi yaitu dominan dengan warna biru serta digabungkan warna hijau.

Pada awal tahun ini, jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat sekitar 1,5 juta orang, atau naik sebanyak 0,8% dibandingkan dengan Januari 2023. Pada bulan Januari 2024, jumlah individu yang menggunakan internet di Indonesia mencapai sekitar 185 juta orang, yang setara dengan 66,5% dari total populasi nasional yang mencapai 278,7 juta orang. Meskipun demikian, Indonesia masih menempati peringkat ketujuh sebagai negara dengan jumlah pengguna internet terbanyak di dunia, namun masih terdapat banyak penduduk yang belum memiliki akses internet.

Menurut laporan terbaru dari *We Are Social*, jumlah pengguna internet secara individu di seluruh dunia telah mencapai 5,35 miliar orang pada Januari 2024. Angka ini mewakili 66,2% dari total populasi global yang mencapai 8,08 miliar orang. Peningkatan terjadi sebanyak 97 juta orang atau naik 1,8% dari periode yang sama tahun sebelumnya, di mana jumlah pengguna internet pada Januari 2023 adalah 5,25 miliar orang.

Internet, khususnya media online, banyak dimanfaatkan oleh instansi, kantor bahkan individu sebagai sarana untuk membagikan informasi kepada

khalayak. Adanya media online seperti *website*, memudahkan khalayak mendapatkan informasi instansi atau individu tertentu. Biasanya memuat segala apapun yang menunjukkan setiap aktifitas instansi atau individu tersebut.

*Website* saat ini menjadi salah satu media online yang digemari para praktisi humas untuk membagikan informasi dengan memperkenalkan dan membagikan unggahan-unggahan yang ingin tampilkan kepada masyarakat. Fitur-fitur *website* dapat disetting dengan sedemikian rupa sehingga banyak membantu penggunaanya menyebarkan informasi. Situs *website* [diskominfo.probolinggota.go.id](http://diskominfo.probolinggota.go.id), memiliki beberapa bagian informasi yaitu diantaranya berita terbaru, video terbaru, artikel, dan galeri foto. (Observasi Virtual, pada 22-03-24 pada website [diskominfo.probolinggota.go.id](http://diskominfo.probolinggota.go.id))

Pra penelitian ini dilakukan dengan terlebih dahulu mencari referensi tema yang sama dan melakukan observasi langsung juga virtual tentang Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo di kantor serta di website resmi. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo berhasil menggalang ke final 5 Jatim Public Relations Award (JPRA) 2022 yang diselenggarakan oleh Diskominfo Provinsi Jawa Timur sehingga menimbulkan ketertarikan untuk mengetahui strategi *cyber public relations* seperti apa yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo

## 1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas, maka penelitian akan terfokuskan kepada mengenai bagaimana dalam membuat konten,

kemudian bagaimana pembuatan *user experience*, *features*, serta tahap pengelolaan *functionality* pada media *website* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo dalam menyampaikan informasi, maka pertanyaan penelitian yang akan diajukan yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana tahapan membuat *content* (isi) pada *website* yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo dalam upaya melayani informasi publik?
2. Bagaimana tahapan membuat *user experience* (pengalaman pengguna) pada *website* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo dalam upaya melayani informasi publik?
3. Bagaimana tahapan membuat *features* (fitur) pada *website* yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo dalam upaya melayani informasi publik?
4. Bagaimana tahapan membuat *functionallty* (fungsional) pada *website* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo dalam upaya melayani informasi publik?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian sebelumnya, tujuan penelitian ini adalah untuk menyajikan data kualitatif dengan metode studi deskriptif tentang strategi *cyber public relations* yang dilakukan di situs *diskominfo.kotaprobolinggo.co.id* dalam menyampaikan informasi. Tujuan-tujuan ini kemudian dapat dibagi menjadi beberapa tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tahapan membuat *content* (isi) pada *website* yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo dalam upaya melayani informasi publik.
2. Untuk mengetahui tahapan membuat *user experience* (pengalaman pengguna) pada *website* yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo dalam upaya melayani informasi publik.
3. Untuk mengetahui tahapan membuat *features* (fitur) pada *website* yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo dalam upaya melayani informasi publik.
4. Untuk mengetahui tahapan membuat *functionallty* (fungsional) *website* yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo dalam upaya melayani informasi publik.

#### **1.4. Kegunaan Penelitian**

##### **1.4.1. Kegunaan Teoritis**

Secara teoritis yang diharapkan dari penelitian ini memiliki hasil yakni dapat memberikan perspektif baru kepada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo yang dapat disesuaikan dengan kondisi saat ini. Penelitian ini, diharapkan mengembangkan ide-ide baru, menjadi referensi untuk penelitian lanjutan tentang *Cyber Public Relations* pada *website* dengan contoh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo serta, menawarkan kontribusi kreatif dalam pembentukan penelitian yang melibatkan media online khususnya mengenai strategi *Cyber Public Relations* dengan menggunakan konsep Don Middleberg yakni *content*, *user experience*, *features*, dan *functionallty*.

### 1.4.2. Kegunaan Praktis

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat bermanfaat sebagai rujukan atau sumber referensi, menghasilkan pemahaman yang lebih baik mengenai strategi *cyber public relations* bagi pembaca yang memanfaatkan situs web sebagai wujud dari upaya membagikan informasi yang dilakukan oleh perusahaan atau individu terkait khususnya pada bidang kehumasan. Penelitian ini akan mengeksplorasi media online dari sudut pandang berbagai aspek, termasuk konten, pengalaman pengguna, fitur, dan fungsi pada konsep Don Middleberg.

## 1.5. Landasan Pemikiran

### 1.5.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti melakukan analisis terhadap penelitian sebelumnya yang memiliki relevansi dengan topik penelitian yang akan diteliti olehnya. Analisis ini memberikan referensi yang komprehensif untuk menjadi pelengkap atau perbandingan yang valid dalam kajian pustaka yang akan dibuatnya. Dengan demikian, peneliti dapat memperoleh wawasan yang kuat dan mendalam dalam menempatkan penelitian yang akan dilakukan dalam konteks ilmiah yang lebih luas.

**Pertama**, penelitian yang dikerjakan oleh Tri Susanto, Wahyu Utamidewi, Reka Prakarsa Nur Muhamad, Satria Ali Syamsuri (2019) Universitas Singaperbangsa Karawang, berjudul Implementasi Cyber Public Relations Universitas Singaperbangsa Karawang Pada Persaingan Era Digital menggunakan metode Studi Deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi beberapa aspek terkait dengan aktivitas cyber public relations yang telah diterapkan di



Universitas Singaperbangsa Karawang. Fokus utama penelitian termasuk mengidentifikasi kendala-kendala yang menghambat proses cyber public relations dalam meningkatkan citra positif institusi di era digital, serta strategi public relations yang dapat diadopsi untuk menghadapi tantangan dalam persaingan cyber public relations. Kesimpulan yang dari penjelasan diatas ialah peneliutian ini untuk mengetahui pengimplementasian cyber public relation di Universitas Singaperbangsa Karawang.

**Kedua**, yaitu penelitian yang dilakukan dan disusun oleh Futiha Ruhdini Yusuf, Widiastiana Vista Wijaya pada tahun 2021 yang berasal dari Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma. Penelitian ini menggunakan metode Studi Deskriptif Kualitatif dengan judul Aktivitas Cyber Public Relations Komunitas Generasi Pesona Indonesia (Genpi) Dalam Diseminasi Informasi Pariwisata Di Era New Normal. Data yang digunakan ialah data yang telah dikumpulkan dari subjek penelitian atau informan sesuai dengan standar peneliti, tujuan peneliti adalah untuk mengidentifikasi tindakan *cyber public relations* yang dilakukan oleh humas komunitas GENPI. Kesimpulan yang di dapat yaitu penelitian ini suatu usaha peneliti untuk mengidentifikasi aktivitas *cyber public relations* yang dilakukan oleh humas Komunitas GENPI.

**Ketiga** yaitu penelitian yang berjudul Aktivitas Cyber Public Relations melalui Website dalam membentuk Citra Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat : Penelitian di Website [disdik.jabarprov.go.id](http://disdik.jabarprov.go.id). Penelitian ini dilakukan oleh mahasiswi yaitu Riskha Allysa Putri dari Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung pada tahun 2023. Penelitian ini mengadopsi prinsip-prinsip

Konvergensi Media yang dibangun di sekitar konsep 3C, yang mencakup sistem komputasi (computing), proses komunikasi (communication), dan pengelolaan konten media (content). Teori ini dikembangkan oleh Henry Jenkins pada tahun 2006, yang mengenali keberadaan interkoneksi yang semakin erat antara elemen-elemen tersebut. Hasil penelitiannya yaitu Website [disdik.jabarprov.go.id](http://disdik.jabarprov.go.id) sudah menerapkan sesuai ketentuan

**Keempat**, Penelitian yang dilakukan oleh Deva Adelya Agustine pada tahun 2022, mahasiswi UIN Sunan Gunung Djati Bandung, menggunakan pendekatan analisis deskriptif kualitatif dan menerapkan konsep The Circular Model of Some for Social Communications. Penelitian tersebut difokuskan pada podcast juara Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan media website oleh Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat telah sesuai dengan konsep The Circular Model of Some for Social Communication.

**Kevin Liande**, mahasiswa dari Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, melakukan penelitian pada tahun 2021 dengan judul "Strategi Cyber Public Relations: Analisis deskriptif tentang website CV Konsultan Trustmepr". Dalam penelitian ini, Kevin Liande menggunakan konsep media online yang efektif yang diusulkan oleh Don Middleberg. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV Konsultan Trustmepr menggunakan strategi cyber public relations melalui empat tahapan: pembuatan konten, pembuatan pengalaman pengguna, pembuatan fitur, dan pengelolaan fungsional. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa CV Konsultan Trustmepr berhasil menerapkan strategi cyber

public relations melalui media website dengan memanfaatkan konsep media online yang bermanfaat menurut teori yang dikemukakan oleh Don Middleberg.

**Keenam**, penelitian Jibraelia Pritta Maulani dalam Skripsi penelitian dengan judul “Strategi *Cyber Public Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo Melalui *Website* Dalam Upaya Melayani Informasi Publik” metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode deskriptif kualitatif yang terukur sama seperti penelitian sebelumnya. Kesamaan dengan penelitian sebelumnya berupa kesamaan pada objek penelitian, konsep, media penelitian juga pada tema. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo menerapkan strategi *cyber public relations* untuk melayani informasi melalui website resmi.

Table 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Judul	Metode	Hasil	Relevansi	Perbedaan
1.	Tri Susanto, Wahyu Utamidewi, Reka Prakarsa Nur Muhamad, Satria Ali Syamsuri (2019) “Implementasi Cyber Public	Studi Deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>cyber public relations</i> dilakukan pada media website serta	Tema yang digunakan pada penelitian ini sama- sama <i>cyber public</i>	Objek dan media penelitian yang berbeda. Penelitian ini objeknya Universitas Singaperbangsa Karawang, sedangkan

	Relations Universitas Singaperbangsa Karawang Pada Persaingan Era Digital”		media social seperti facebook, instagram dan youtube untuk menyampaikan informasi terkait universitas.	<i>relations.</i>	penelitian yang akan datang objeknya Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo.
2.	Futiha Ruhdini Yusuf, Widiastiana Vista Wijaya (2021) “Aktivitas Cyber Public Relations Komunitas Generasi Pesona Indonesia (Genpi) Dalam Diseminasi	Studi Deskriptif Kualitatif	Komunitas Generasi Pesona Indonesia (Genpi) melakukan strategi <i>cyber public relations</i> menggunakan media massa dan media sosial dalam	Tema yang dibahas sama- sama berkaitan dengan <i>cyber public relations.</i>	Pada penelitian terdahulu berkonsentrasi pada informasi pariwisata di era new normal, sedangkan penelitian yang akan datang berkonsentrasi pada informasi instansi mulai dari layanan-

	Informasi Pariwisata Di Era New Normal”		penyampaian pesan dan informasi positif tentang pariwisata di Indonesia		layanan hingga kegiatan yang dilakukan
3.	Riskha Allysa Putri (2023) “Aktivitas Cyber Public Relations melalui Website dalam membentuk Citra Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat : Penelitian di Website disdik.jabarprov .go.id”	Studi Pendekatan Kualitatif	Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat dalam menjalankan aktivitas <i>cyber public relations</i> dengan menerapkan konsep kembangan Henry Jenkins, yakni sistem komputasi,	Metode yang diterapkan dalam kedua kasus adalah metode deskriptif kualitatif.	Peneliti berkonsentrasi pada penyebaran informasi yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Probolinggo, sedangkan penelitian ini berkonsentrasi pada peningkatan citra instansi.

			proses komunikasi, dan pengelolaan konten media		
4.	Deva Adelya Agustine (2022) “Aktivitas Cyber Public Relations dalam penyebaran informasi melalui Podcast Juara (Jabarprov Bersuara) : Studi deskriptif pada Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Barat.”	Studi Pendekatan Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aktifitas <i>cyber public relations</i> dilakukan melalui Podcast Juara dengan tahapan Konsep The Circular Model of Some for Social Communica-	Tema yang diangkat sama yaitu <i>cyber public relations</i>	Pada penelitian terdahulu menjadikan podcast sebagai fokus studi deskriptif, sedangkan pada penelitian yang akan datang menggunakan studi deskriptif kualitatif melalui <i>website</i> resmi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo

			tions		
5.	Kevin Liande (2021) “Strategi Cyber Public Relations Melalui <i>Website</i> Resmi <i>www.trustmepr.com</i> ”	Studi Kasus Pendekatan Kualitatif Deskriptif	Strategi <i>cyber public relations</i> dilakukan melalui website resmi dengan tahapan membuat konten hingga fungsional	Metode yang diterapkan dalam kedua kasus adalah metode deskriptif kualitatif.	Objek penelitian ini yakni TrustmePR, sedangkan penelitian yang akan datang yakni Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo
6.	Jibraelia Pritta Maulani (2024) “Strategi <i>Cyber Public Relations</i> Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo Melalui <i>Website</i> Dalam Upaya	Kualitatif	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tahapan strategi <i>cyber public relations</i> Dinas Komunikasi	Tema, metode, dan juga konsep yang digunakan sama yaitu <i>cyber public relations</i> , Deskriptif Kualitatif,	Ada pula perbedaan dengan penelitian sebelumnya yakni objek, konsep dan media penelitian.

Melayani Informasi Publik”		dan Informatika Kota Probolinggo	Don Don Middleberg	
----------------------------------	--	---	-----------------------	--

### 1.5.2. Landasan Teoritis

*Cyber public relations* sebagai konsep yang pertumbuhannya cepat pada zaman ini, membuat instansi dan organisasi tertentu memanfaatkan hal ini dalam menyampaikan informasi kepada khalayak. Sebagaimana yang sebelumnya sudah dijelaskan, peneliti berfokus pada tahapan *cyber public relations* yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo pada website resminya. Berdasarkan fokus tersebut, penelitian ini menggunakan konsep *cyber public relations* oleh Don Middleberg sebagai landasan teoritis sebab fenomena yang dibahas oleh peneliti ini diyakini dapat memberi wawasan mendalam, serta konsep ini terlihat memiliki relevansi yang dapat memaparkan unsur yang diperhatikan pada *cyber public relations* di penelitian ini.

Gambaran yang dapat dilihat sebagai proses pembentukan *cyber public relations* sangatlah banyak, tentunya praktisi humas diminta untuk dapat menelaah kejadian tersebut dengan mengimplementasikan konsep-konsep *cyber public relations* supaya penelitian yang dilakukan ini memiliki landasan teoritis yang dapat dipertanggungjawabkan. Konsep yang digunakan pada *cyber public relations* ini yakni konsep *cyber public relations* oleh Don Middleberg yang dikutip dalam buku Rusdianto (2014:125), menjelaskan bahwa terdapat unsur-unsur yang perlu diperhatikan sebagai berikut:



(1) *Content* (Isi).

Efektivitas media online dan digital sangat penting untuk konten. Menurut Budiyanto (2021:67), konten merupakan elemen yang membuat produk atau layanan perusahaan berbeda dari yang lain. Oleh karena itu, konten yang ditampilkan di situs *web* merupakan cerminan instansi. Teraktualnya halaman web, konten yang mudah diakses, alamat kontak yang tersedia, dan konten yang lengkap adalah beberapa indikator kualitas konten *website*.

(2) *User Experience* (Pengalaman Pengguna)

Diharapkan pengguna dapat dengan mudah menemukan informasi yang disajikan di *website*. Hal ini termasuk fitur seperti pencarian artikel, halaman rumah, dan koneksi antara halaman, sehingga pengguna tidak menghadapi kesulitan ketika mereka ingin mendapatkan informasi yang mereka harapkan.

(3) *Features* (Fitur)

Sebuah situs web memiliki komponen penting yang dapat diakses dan membantu pengguna menemukan informasi yang mereka butuhkan, seperti menu navigasi yang terorganisir, fasilitas pencarian yang efisien, tautan terkait, daftar isi, tagline, judul yang jelas, peta situs, breadcrumbs, filter, dan kategori. Selain itu, kecepatan dan responsivitas *website* sangat penting untuk memastikan bahwa pengguna dapat dengan mudah mengakses konten dan menjelajahnya. Komponen-komponen ini dirancang untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan memastikan bahwa pengguna dapat menemukan informasi yang mereka cari dengan cepat.

(4) *Functionally* (Fungsional)

Sebuah *website* yang efektif menunjukkan bahwa pengguna dapat mengakses setiap halaman tanpa gangguan atau kesalahan teknis, serta *website* memiliki fitur yang memungkinkan pengguna untuk menerima pembaruan informasi terbaru melalui email atau ponsel mereka. Dengan kata lain, efektivitas sebuah *website* mencakup aspek ketersediaan dan keandalan, serta kemampuan untuk menjaga pengguna tetap terinformasi dengan cara yang nyaman dan sesuai dengan teknologi saat ini, seperti pemberitahuan melalui email atau ponsel seluler.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dikatakan bahwa teknologi telah mengubah segala sesuatu dalam hidup manusia, terutama dalam hal kegiatan kehumasan. Kegiatan kehumasan yang menggunakan media internet, seperti *website*, dapat dilakukan dengan cepat dan mudah tanpa menghabiskan banyak waktu atau biaya.

### 1.6.2. Landasan Konseptual

1. *Public Relations*

*Public relations* merupakan elemen yang sangat penting bagi suatu lembaga atau perusahaan. *Public relations* merupakan menjadi penghubung antara perusahaan dan publiknya, dengan tujuan menciptakan pemahaman dan kesepahaman di antara keduanya. Jefkins (2003:9) mendefinisikan *public relations* sebagai serangkaian upaya yang direncanakan dan berkelanjutan untuk menciptakan dan memelihara niat baik (*goodwill*) serta saling pengertian antara organisasi dan

khalayaknya. *Public relations* elemen penting suatu lembaga yang berupaya untuk menjalin hubungan baik antar organisasi dengan pihak luar.

Peran *public relations* dalam suatu perusahaan sangat krusial karena melibatkan upaya untuk menjaga hubungan yang baik dengan publiknya. Menurut Cutlip, Center & Broom (2006:6), *public relations* merupakan fungsi manajemen yang bertujuan membangun dan menjaga hubungan yang baik dan saling menguntungkan antara organisasi dan publik yang dapat memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.

Definisi tersebut menetapkan *public relations* sebagai sebuah fungsi manajemen yang krusial, menunjukkan bahwa manajemen dalam semua jenis organisasi seharusnya memperhatikan peran *public relations*. Definisi ini juga menegaskan bahwa tujuan utama dari *public relations* adalah membangun dan menjaga hubungan saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya, yang dianggap sebagai fondasi moral dan etis dari profesi *public relations*. Tidak hanya itu, definisi ini juga memberikan kriteria untuk membedakan apa yang termasuk dalam lingkup *public relations* dan apa yang tidak. *Public relations* dapat diartikan sebagai upaya yang terencana dan strategis untuk membangun citra positif organisasi, memperkuat hubungan dengan publiknya, serta mengelola komunikasi yang efektif dalam konteks moral dan etis.

## 2. Media Online (*Public Relations*)

Media memiliki peran yang penting dalam mendukung kegiatan humas, terutama dengan perkembangan media internet saat ini. Oleh karena itu, media online memiliki peran krusial sebagai platform baru untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Menurut Zuhri, S. dkk. (2020:97), media online adalah sebuah kanal yang memanfaatkan internet sebagai jalur aksesnya dan berfungsi sebagai sarana komunikasi melalui media online.

## 3. *Cyber Public Relations*

*Cyber Public Relations* atau yang dikenal sebagai Humas Siber menggabungkan kegiatan humas dengan penggunaan media internet untuk menyampaikan informasi kepada khalayaknya. Menurut Soemirat & Ardianto (2003: 187), *cyber public relations* adalah hasil dari kemajuan teknologi dan informasi yang memanfaatkan media internet. Perkembangan ini telah mengubah cara praktisi kehumasan beroperasi, menjadikan internet sebagai alat utama dalam kegiatan kehumasan atau bentuk baru dari kegiatan kehumasan itu sendiri.

Seorang praktisi kehumasan dapat mengalami kemudahan dalam menjalankan aktivitasnya dengan memanfaatkan media internet. Melalui media internet, informasi yang ingin disampaikan oleh seorang praktisi kehumasan dapat tersebar secara luas kepada khalayaknya. Ini karena internet memungkinkan pesan-pesan yang disampaikan dapat mencapai audiens yang lebih luas secara cepat dan efisien, tanpa terbatas oleh

batasan geografis atau waktu. praktisi kehumasan dapat meningkatkan jangkauan dan efektivitas komunikasi mereka secara signifikan menggunakan platform digital ini.. Seperti yang dijelaskan oleh Onggo (2004:1), *cyber public relations* dapat dijelaskan sebagai berikut:

- (1) E diartikan *Electronic*, sebagai unsur yang mengacu pada media elektronik internet dalam konteks *cyber public relations*. Media elektronik internet saat ini digunakan oleh praktisi kehumasan untuk menyampaikan informasi dan membangun kepercayaan khalayak terhadap perusahaan.
- (2) P diartikan sebagai Public Relations (Humas), yang memungkinkan kegiatan kehumasan untuk dengan mudah menjangkau publik yang dituju melalui media internet dengan cepat. Sebaliknya, publik juga dapat dengan mudah menjangkau perusahaan, komunitas, atau individu melalui media internet.
- (3) R dapat diartikan sebagai *Relations* yakni upaya menjaga hubungan yang baik antara perusahaan dan publiknya, dengan tujuan membangun kepercayaan antara keduanya. Menjaga dan membangun hubungan ini merupakan hal yang sangat penting dalam mencapai tujuan perusahaan. Melalui media internet, hubungan tersebut dapat dikelola dengan baik, karena media internet memiliki sifat interaktif yang memungkinkan interaksi yang lebih langsung antara perusahaan dan publiknya.

#### 4. Website

Website terdiri dari halaman-halaman yang saling berhubungan satu sama lain. Menurut Sebok, Vermat, & Tim (2018: 70), sebuah website adalah kumpulan halaman yang saling terhubung dan terintegrasi. Website ini menyimpan berbagai item seperti dokumen dan gambar dalam sebuah web server. Pengguna dapat mengakses website ini melalui web browser atau perangkat mobile, seperti smartphone atau tablet, untuk melihat dan mendapatkan informasi yang tersedia. Website dapat diakses dari berbagai perangkat seperti komputer, laptop, dan mobile, memungkinkan pengguna untuk mengakses data atau informasi yang dibutuhkan dengan mudah dan cepat.

Gambar dan animasi merupakan bagian dari website. Menurut Bekti (2015: 35), website didefinisikan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan berbagai jenis informasi seperti teks, gambar diam atau bergerak, animasi, suara, atau kombinasi dari semuanya. Informasi tersebut dapat bersifat tetap atau berubah-ubah, yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait. Setiap halaman dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman lainnya, menciptakan suatu struktur yang terorganisir dan terintegrasi dalam sebuah website.

Website juga memiliki struktur kode tersendiri yang mengizinkan pertukaran. Menurut Vivian (2008: 263), web atau website adalah struktur kode-kode yang memfasilitasi pertukaran tidak hanya teks, tetapi juga grafis, video, dan audio. Dasar-dasar kode pada web ini diakui secara

universal, memungkinkan siapa pun yang memiliki akses komputer dan koneksi internet untuk mengunjungi web global tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Web menjadi platform yang inklusif dan universal untuk berbagi informasi dan media di seluruh dunia..

## **1.6. Langkah-langkah Penelitian**

### **1.6.1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Probolinggo Jalan Suroyo No. 17 Kota Probolinggo, Jawa Timur 67211. Peneliti melakukan penelitian di lokasi tersebut karena *website* resmi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo telah meraih prestasi besar. Website yang dikelola, berhasil menggalang ke final 5 Jatim Public Relations Award (JPRA) 2022 yang diselenggarakan oleh Diskominfo Provinsi Jawa Timur sehingga penulis ingin mengetahui proses pengelolaan *website* tersebut.

### **1.6.2 Paradigma dan Pendekatan**

Dalam penelitian ini, paradigma konstruktivisme digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang membantu proses interpretasi aktivitas *cyber public relations* melalui *website* [diskominfo.kotaprobolinggo.co.id](http://diskominfo.kotaprobolinggo.co.id) dalam menyampaikan informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo. Subjek penelitian adalah karyawan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo, yang dianggap sudah memahami aktivitas *cyber public relations* melalui *website* tersebut, sehingga akan menghasilkan interpretasi setiap orang

tentang sebuah media *web* instansi tersebut.

Metode kualitatif ini akan memberikan data yang lebih lengkap, mendalam, dan kredibel untuk mencapai tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2017:115), Metode kualitatif digunakan untuk memahami secara mendalam proses kerja, perkembangan aktivitas, persepsi, nilai budaya, dan keyakinan individu dan kelompok. Ini cocok untuk mendeskripsikan aktivitas *cyber public relations* melalui website Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo dalam pengelolaan informasi.

### **1.6.3. Metode Penelitian**

Peneliti menggunakan metode penelitian analisis deskriptif, yang memiliki kemampuan untuk menyelidiki aspek-aspek yang tidak dapat diukur dalam bentuk angka terkait dengan peristiwa. Hidayat (2010) menjelaskan bahwa metode deskriptif memiliki tujuan untuk mengidentifikasi suatu fenomena penelitian dan kemudian menjelaskannya secara rinci, menghasilkan deskripsi verbal daripada data berbentuk angka. Konteks dalam strategi *cyber public relations* melalui media *website*, yang menjadi area penelitian menarik untuk membangun perusahaan melalui internet, inilah alasan peneliti memilih metode deskriptif. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menjelaskan dan menganalisis temuan penelitian dengan cara yang komprehensif terkait dengan strategi *cyber public relations* di *website* resmi *diskominfo.kotaprobolinggo.co.id*.

### **1.6.4. Jenis Data dan Sumber Data**

#### 1) Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yang



menggambarkan atau mendeskripsikan objek penelitian. Peneliti memilih data kualitatif karena penelitian ini berfokus pada deskripsi dan kata-kata untuk menjawab pertanyaan yang *telah diajukan dalam rumusan masalah, yaitu tentang strategi cyber Public Relations yang diterapkan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo untuk menyampaikan informasi melalui media website*. Data kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali informasi lebih mendalam tentang fenomena ini dengan mengandalkan wawancara, observasi, atau analisis teks untuk mendapatkan pemahaman yang lebih kaya tentang topik yang diteliti

## 2) Sumber Data

Jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua jenis pada strategi *cyber public relations* melalui *website*, yaitu:

### (1) Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan yang diperoleh dari wawancara mendalam yang menjadi objek penelitian. Wawancara mendalam dilakukan untuk mendapatkan data dari Ketua Divisi Informasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo yang memiliki penguasaan terhadap pengelola *website* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo.

### (2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merujuk pada data yang mendukung penelitian dengan menyediakan informasi tambahan melalui dokumen-dokumen yang diperoleh. Data sekunder dapat ditemukan dalam berbagai sumber yakni dari

skripsi, buku, jurnal, internet yang berhubungan dengan penelitian ini.

### **1.6.5. Teknik Pengumpulan Data**

#### **1) Observasi Partisipasi Pasif**

Salah satu metode pengumpulan informasi adalah metode observasi partisipasi pasif, di mana peneliti mengumpulkan data ini biasa dilakukan pada penelitian kualitatif dengan cara tersendiri. Menurut Sugiyono (2016:227), partisipatif pasif adalah ketika peneliti mengunjungi tempat kegiatan yang diamati namun tidak terlibat secara langsung dalam kegiatan tersebut. Dalam konteks ini, peneliti menggunakan teknik observasi partisipasi pasif karena tidak ikut terlibat langsung dalam proses pengembangan strategi cyber public relations Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo yang difokuskan pada website sebagai objek penelitiannya..

#### **2) Wawancara Secara Mendalam**

Wawancara merupakan teknik tanya jawab yang dilakukan secara langsung dan biasanya dilakukan oleh dua orang yakni dengan narasumber yang berkaitan dengan penelitian ini. Kegiatan wawancara secara mendalam adalah jenis diskusi antara pewawancara dan narasumber. Menurut Lincoln & Egon Guba (2008) mengklarifikasi bahwa tujuan dari wawancara adalah untuk mengkonstruksi hubungan dengan seseorang, fenomena, lembaga, dan sebagainya. Peneliti menggunakan teknik wawancara ini karena mereka ingin mendapatkan informasi tentang *website* dari pengelola secara langsung dan mendalam. Teknik wawancara mendalam ini menggunakan pedoman wawancara yang fleksibel tetapi tetap terbuka dengan tujuan untuk melihat masalah secara

menyeluruh kepada narasumber mengenai *cyber public relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo.

### 3) Dokumentasi

Teknik ini merupakan bagian integral dari metode penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang mendukung studi. Sugiyono (2015:329) menjelaskan bahwa sumber data yang dapat digunakan untuk mendukung penelitian meliputi buku, arsip, data statistik, tulisan, gambar, dan lainnya. Dalam penelitian ini, dokumentasi dari berbagai sumber tersebut akan dianalisis, termasuk konten yang tersedia di website Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo

#### 1.6.6 Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan metode analisis data deskriptif kualitatif untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan. Metode ini mengumpulkan data dengan proses analisis sehingga dapat mengorganisir struktur data di bagian akhir pada penelitian ini. Peneliti mengacu pada model yang dibuat oleh lima tahapan analisis data dari model Creswell, yakni:

##### 1) **Persiapan Data (*Data Preparation*)**

Langkah awal dalam proses ini adalah menyusun dan menyiapkan data dengan menghapus informasi yang tidak relevan dengan tema dan topik penelitian. Ini melibatkan penghilangan data yang tidak berhubungan dengan bagaimana *cyber public relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo pada media *website*. Peneliti kemudian menjelaskan secara rinci tahapan untuk dapat memahami dan mengatur data, serta transkripsi wawancara

atau observasi juga melakukan pencatatan.

## **2) Pemilihan Data (*Data Display*)**

Langkah selanjutnya adalah pemilihan data dengan menggunakan penyusunan visual seperti tabel, diagram, atau matriks untuk memperjelas pola dan hubungannya dalam data. Peneliti akan mengevaluasi data yang relevan dan terukur untuk menelusuri bagaimana *cyber public relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo pada media *website*. Metode ini sejalan dengan penekanan Creswell pada penggunaan teknik visualisasi untuk mendukung interpretasi dan analisis data.

## **3) Pengurangan Data (*Data Reduction*)**

Langkah berikutnya adalah proses pengurangan data, yang melibatkan penyaringan data yang relevan dan signifikan untuk difokuskan pada penganalisan. Tujuan pengurangan data adalah untuk memberikan data yang relevan agar peneliti lebih mudah melanjutkan proses. Metode-metode ini termasuk penandaan, pembagian tema atau model, dan pembuatan narasi deskriptif.

## **4) Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*)**

Peneliti kemudian melakukan penarikan kesimpulan setelah melakukan pengurangan data. Proses ini melibatkan interpretasi dan penyusunan hasil yang diperoleh dari data tersebut. Creswell menekankan bahwa peneliti harus mempertimbangkan hasilnya dan berdiskusi dengan peserta penelitian untuk memverifikasinya. Peneliti akan melakukan langkah penting untuk menyusun hasil penelitian dengan menarik kesimpulan tentang bagaimana *cyber public*

*relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo pada media *website*.

##### **5) Presentasi Hasil (*Data Display*)**

Tahap terakhir dalam proses ini adalah menyampaikan hasil analisis data. Tahap ini merupakan langkah penutup dalam proses, yang melibatkan penyampaian temuan dalam bentuk narasi yang dapat dipahami dengan mudah. Creswell menegaskan menguraikan proses analisis itu penting secara detail untuk memastikan bahwa pembaca dapat mengerti dan mempertimbangkan interpretasi peneliti. Tahap ini bertujuan untuk memaparkan *cyber public relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo pada media *website* dari hasil penelitian ini.

Kelima tahapan ini sangat penting bagi peneliti untuk menganalisis bagaimana *cyber public relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo pada media *website*. Teknik analisis data yang diterapkan dalam tahapan ini difokuskan pada analisis kualitatif, yang bertujuan untuk memahami makna mendalam atau konteks suatu fenomena. Proses ini menjadikan peneliti untuk menyelidiki secara lebih dalam bagaimana strategi *cyber public relations* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo pada media *website*, yang melibatkan proses pengorganisasian, hingga penarikan kesimpulan dari data yang relevan dan signifikan.