
IMPLEMENTASI CYBER PUBLIC RELATIONS PEMERINTAH KOTA CIMAH I SEBAGAI MEDIA INFORMASI PUBLIK MENGENAI PANDEMI COVID-19 DALAM MENDUKUNG E-GOVERNMENT

Oleh

Aditya Ilham Gunawan¹, Yustikasari², Aat Ruchiat Nugraha³

^{1,2,3}Universitas Padjadjaran

Email: ¹adityaig29@gmail.com

Article History:

Received: 08-03-2022

Revised: 18-03-2022

Accepted: 22-04-2022

Keywords:

Pemerintah Kota Cimahi,
Covid, Cyber Public Relation,
E Governance, Good
Governance

Abstract: Agar terciptanya good governance pemerintah kota cimahi menyediakan media informasi publik mengenai pandemi covid 19 yang ada di wilayah kota cimahi berupa website PICC sebagai bentuk implementasikan cyber public relation untuk mendukung e governance pemerintah kota cimahi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kegiatan Cyber Public Relations yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Cimahi, yaitu untuk mengetahui Transparansi, Internet Porosity, The Internet As An Agent, Richness In Content, dan bagaimana cara meraih Reach dalam penyampaian informasi kepada publik untuk menjadi Good Governance (Pemerintah yang baik). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Adapun pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi (non partisipan), dan dokumentasi. Dalam menganalisis data peneliti menggunakan reduksi data, penyajian data, dan juga penarikan kesimpulan atau verifikasi, untuk melakukan validasi data peneliti menggunakan triangulasi sumber. Hasil dari penelitian yang diperoleh adalah pemerintah kota cimahi dalam mendukung e governance agar terciptanya good governance sudah mengimplementasikan cyber public relation dalam memberikan informasi yang transparan, kemudahan akses informasi, mengurangi penyampaian informasi menggunakan media cetak, membuat konten yang baik, dan website kotacimahimulaidikenal dan mudah ditemukan dengan menerapkan search engine optimation (SEO) dan juga menggunakan hyperlink yang saling terintegrasi pada semua website maupun media sosial Instagram.

PENDAHULUAN

Berdasarkan hasil Riset *We Are Social* dan *Hootsuite* mengenai internet Indonesia, saat ini sudah menjadi kebutuhan. Menurut riset *platform* manajemen media sosial

HootSuite dan agensi marketing sosial *We Are Social* bertajuk "*Global Digital Reports 2020*", hampir 64% penduduk Indonesia sudah terkoneksi dengan jaringan internet. Riset yang dirilis pada akhir Januari 2020 itu menyebutkan, jumlah pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 175,4 juta orang, sementara total jumlah penduduk Indonesia sekitar 272,1 juta. Dibanding tahun 2019 lalu, jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat sekitar 17 persen atau 25 juta pengguna.

Selama 2019, pengguna internet di Indonesia yang berusia 16 hingga 64 tahun memiliki waktu rata-rata selama 7 jam 59 menit per hari untuk berselancar di dunia maya. Angka tersebut melampaui rata-rata global yang hanya menghabiskan waktu 6 jam 43 menit di internet per harinya.

Waktu bercengkrama penduduk [Indonesia](#) dengan internet tersebut membawa Indonesia ke dalam daftar 10 besar negara yang kecanduan internet. Indonesia menduduki posisi delapan dalam daftar negara paling lama menghabiskan waktunya berselancar internet. Pencapaian ini sebenarnya 'menurun' dibandingkan tahun lalu, yang kala itu Indonesia berada di peringkat lima (KumparanTECH, 2020).

Media baru memiliki kecepatan untuk melakukan sebuah interaksi, lebih efisien, lebih murah, lebih cepat untuk mendapatkan sesuatu informasi terbaru. Media baru termasuk dalam kategori komunikasi massa, karena pesan yang disampaikan kepada khalayak luas lewat media online. Salah satu jenis media baru tersebut adalah *website*. Menurut Bekti, *website* merupakan kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (Bekti, 2015).

Untuk hal itu pula, maka dalam upaya memberikan pelayanan yang optimal kepada masyarakat, pemerintah Kota Cimahi yang kini menerapkan *e-government* dengan tujuan untuk memberikan pelayanan informasi, sehingga berlangsung secara efisien, efektif, dan ekonomis. Hal ini diperlukan mengingat dinamisnya gerak masyarakat saat ini sehingga pemerintah harus dapat menyesuaikan fungsinya dalam negara. Dengan itu masyarakat dapat menikmati haknya dan menjalankan kewajibannya dengan nyaman dan aman, yang semuanya itu dapat di capai dengan pembenahan sistem dari pemerintah itu sendiri, dan *e-government* adalah salah satu caranya. Selain itu tujuan penerapan *e-government* adalah untuk mencapai suatu tata pemerintahan yang baik (*good government*) (Nur, 2014).

Konsep *e-government* dapat dilihat sebagai bentuk pelayanan kepada publik melalui media TIK, menuju terciptanya iklim *good governance*. Secara definisional, arti pelayanan publik dapat diartikan sebagai pemberian layanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan. Pemerintahan pada hakikatnya merupakan pelayanan kepada masyarakat, tidak hanya untuk melayani dirinya sendiri, tetapi untuk melayani masyarakat serta menciptakan kondisi yang memungkinkan setiap anggota masyarakat mengembangkan kemampuan dan kreativitasnya demi mencapai tujuan bersama. Pelayanan public, dengan demikian, dapat diartikan sebagai pemberian layanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai

dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan. Birokrasi publik harus dapat memberikan (Kurniawan, 2016).

Memahami pentingnya penerapan *e-government* tersebut, saat ini Pemerintah Kota Cimahi telah menerapkan *e-government* melalui www.covid19.cimahikota.go.id website tersebut sebagai media untuk menginformasikan berbagai informasi mengenai Covid 19 beserta peta penyebaran Covid 19 di Kota Cimahi dan infografiknya. Di dalam website tersebut masyarakat juga bisa melakukan pengaduan bagi yang terdampak Covid 19 ini.

Dengan makin masifnya penyebaran virus Covid-19 di Indonesia maka pemerintah kota Cimahi memiliki kewajiban untuk berkomunikasi dengan masyarakat untuk menyampaikan informasi mengenai penyebaran virus Covid-19 dan pengaduan bagi yang terdampak Covid 19 di Kota Cimahi. Untuk berkomunikasi dengan masyarakat, pemerintah kota Cimahi membangun aplikasi khusus untuk Covid 19 yang diberinama PICC (Pusat Informasi Covid Cimahi).

Bagi pemerintah kota Cimahi, tujuan *e-government* merupakan tidak terlepas dari upaya menyukseskan pengelolaan pemerintah kota yang sadar dan sikap adaptif terhadap media baru. Oleh karenanya, kehadiran website PICC ini merupakan bagian dari pengelolaan *e-governement* yang masih terus berlangsung dan menjadi fokus pemerintah dalam menangani masalah Covid-19.

Keterbukaan informasi publik menjadi hal yang sangat penting yang akan mendorong terciptanya transparansi di era keterbukaan ini. Undang-undang No 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik menyatakan bahwa setiap orang berhak memperoleh informasi. Upaya keterbukaan informasi publik di Pemkot Cimahi dengan membentuk organisasi Pengelola Informasi, Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) adalah pejabat yang bertanggung jawab terhadap pelayanan informasi di badan publik.

Pemerintah Kota Cimahi telah menerapkan *e-government* dalam memenuhi kebutuhan informasi publik melalui *website*, maupun media sosial. Keterbukaan informasi publik menjadi elemen penting bagi tata kelola pemerintahan atau *good governance* dalam program pemerintah. Menurut Robert *good governance* diartikan sebagai pengelolaan segala macam urusan publik secara efektif melalui pembuatan peraturan dan atau kebijakan yang absah demi untuk mempromosikan nilai-nilai kemasyarakatan (Santosa, 2008).

Melihat peran media baru terutama *website* yang memiliki karakter interaktif, hiperteks, virtual dan grafis, dipilih sebagai media yang dapat mengelola dan menginformasikan pesan mengenai Covid 19. Dalam hal ini, Diskominfo Pemerintah Kota Cimahi menjadi perantara atau sebagai yang mengelola dalam menginformasikan pesan dari berbagai sumber. Seperti layanan publik yang berkaitan dengan Covid 19 sudah disediakan di dalam *website*. Masyarakat atau seluruh warga cimahi yang terdampak sebagai publik sasaran dari *website* PICC ini dapat mengaksesnya dengan mudah karena pengunjung akan langsung masuk pada link instansi yang berkaitan tersebut melalui *website* www.covid19.cimahikota.go.id sebagai portal utamanya. Demikian juga halnya dengan informasi balik (*feedback*) dari publik akan masuk melalui proses pengaduan masyarakat yang sudah terdapat di *website* PICC tersebut. Namun, kapasitas media untuk umpan balik segera belum dapat dipenuhi *website* Pemerintah Kota Cimahi karena tidak terdapatnya *online chat*, yang dapat berguna untuk mengetahui keluhan masyarakat

menanggapinya secara langsung.

Selain mempunyai *website*, Diskominfo Pemerintah Kota Cimahi mempunyai media sosial sebagai sarana penyampaian informasi kepada publik dan termasuk kedalam mendukung *e-government* Pemerintah Kota Cimahi. Salah satunya Instagram resmi milik Pemerintah Kota Cimahi yaitu @cimahikota yang menyediakan informasi mengenai kegiatan Pak Ajay yang menjabat sebagai Walikota Cimahi.

Diskominfo merupakan organisasi atau jabatan yang menjadi penyedia portal informasi. Oleh sebab itu, Diskominfo berusaha mengelola informasi, memahami informasi, dan menggunakan informasi yang diterimanya. Termasuk *website* dan media sosial yang dikelolanya, Diskominfo harus mempersiapkan berbagai isi pesan apa saja yang harus ditampilkan dalam *website* PICC tersebut.

Penggunaan media *website* dan media sosial lainnya, tentu akan berpengaruh besar terhadap peningkatan kualitas pelayanan publik. Kini untuk mendapatkan informasi, masyarakat tidak lagi harus datang ke kantor Pemerintah, cukup dengan membuka *website* atau media sosial Pemerintah Kota Cimahi saja. Selain itu, dikarenakan harusnya menjaga jarak dikarenakan virus Covid-19 hal ini menjadi efisien dilakukan. Selain itu juga, masyarakat pun dimudahkan memberikan masukan demi perbaikan pemerintahan dalam meningkatkan pelayanannya. Melalui *websitedan* media sosial, Pemerintah Kota Cimahi mampu membuka gerbang informasi yang luas kepada masyarakat.

Sejauh ini *website* dan media sosial Pemerintah Kota Cimahi sudah memberikan banyak informasi mengenai peta penyebaran, infografis, grafik perkembangan Covid-19, pengaduan masyarakat yang terdampak Covid-19 serta informasi mengenai Covid-19 dengan cepat dan selalu *update* setiap hari untuk di sampaikan kepada masyarakat kota Cimahi atau sekitar Kota Cimahi. Selain itu, adanya *website*, dan media sosial ini juga menjadi wahana masyarakat dalam mengoptimalkan internet agar lebih bermanfaat dan diharapkan dapat benar-benar menjadi media informasi yang efektif dan efisien.

Untuk memahami dan mendeskripsikan implementasi *Cyber Public Relations* yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Cimahi dalam memberikan informasi mengenai Covid kepada publik, peneliti menggunakan konsep *Cyber Public Relations* yang dijelaskan oleh Phillips & Young (Young & David, 2009), Dalam konsep tersebut dijelaskan ada 5 tahap yaitu : *Transparency, Porosity, The Internet as An Agent, Richness in Content, dan Reach*.

Tujuan Penelitian :

1. Untuk mengetahui *Transparency* yang di lakukan *Cyber Public Relations* Pemerintah Kota Cimahi.
2. Untuk mengetahui *Porosity* yang di lakukan *Cyber Public Relations* Pemerintah Kota Cimahi.
3. Untuk mengetahui *The Internet as An Agent* yang di lakukan *Cyber Public Relations* Pemerintah Kota Cimahi.
4. Untuk mengetahui *Richness in Content* yang di lakukan *Cyber Public Relations* Pemerintah Kota Cimahi.
5. Untuk mengetahui *Reach* yang di lakukan *Cyber Public Relations* Pemerintah Kota Cimahi.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari tau atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis, atau membuat deskripsi (Rakhmat, 2009). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kegiatan *Cyber Public Relations* yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Cimahi. Proses pengambilan data yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini adalah :

1. Wawancara

Suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data yang lengkap dan mendalam. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara berulang-ulang kepada narasumber untuk memperoleh data.

Susan Stainback mengemukakan bahwa dengan melakukan wawancara, peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, dimana hal ini tidak bisa dilakukan melalui observasi (Sugiyono, 2014).

Peneliti akan melakukan wawancara semi terstruktur pada penelitian ini. Dengan wawancara semi terstruktur ini akan lebih bebas jika dibandingkan dengan wawancara terstruktur.

2. Observasi – Non Partisipan

Peneliti akan menggunakan observasi non-partisipan dengan mengamati fenomena dan mengumpulkan data yang didapat saat mengakses *Website* PICC. Hasil dari observasi ini akan dikaitkan dengan hasil wawancara serta konsep yang akan digunakan oleh peneliti.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dari pencatatan sumber-sumber informasi khusus dari karangan/tulisan, wasiat, buku, undang-undang, dan sebagainya. Dalam artian umum dokumentasi merupakan sebuah pencarian, penyelidikan, pengumpulan, pengawetan, penguasaan, pemakaian, dan penyediaan dokumen.

Peneliti mengumpulkan data berupa dokumentasi kiriman media sosial Humas Pemkot Cimahi dan konten-konten yang diunggah di *website* untuk mendapatkan keterangan dan penerangan pengetahuan dan bukti. Dalam hal ini termasuk kegunaan dari arsip perpustakaan dan kepustakaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Transparency

Pemerintah Kota Cimahi turut melakukan transparansi digital, transparansi yang dilakukan antara lain *Radical Transparency* yang merupakan metode manajemen dimana seluruh data, argument, dan halhal terkait aktivitas dan keputusan perusahaan disebarluaskan ke publik, *Controlled Transparency* yang merupakan penyebaran informasi perusahaan ke publik melalui internet yang dilakukan secara terkontrol, *Institutional Transparency* yang merupakan informasi perusahaan disediakan oleh berbagai otoritas, tanpa dikomando oleh perusahaan itu sendiri melainkan oleh pihak-pihak atau lembaga lainnya, *Overt Transparency* yang merupakan organisasi / perusahaan berusaha menyediakan informasi bagi publik dan *stakeholder* lainnya, umumnya melalui media sosial

yang dimiliki perusahaan (Young & David, 2009).

Aktivitas *Cyber Public Relations* Pemerintah Kota Cimahi di media *online* untuk memberikan informasi kepada publik dapat dilihat berdasarkan publikasi dan interaksi yang terdapat dalam media *online* tersebut, yang meliputi publikasi kegiatan Pimpinan, publikasi kebijakan daerah, dan tentu saja publikasi mengenai wabah pandemi covid yang sedang terjadi saat ini.

Sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, bahwa informasi merupakan kebutuhan pokok setiap orang bagi pengembangan pribadi dan lingkungan sosialnya serta merupakan bagian penting bagi ketahanan nasional, (Republik Indonesia, 2008). Bidang Diskominfoarpus Pemerintah Kota Cimahi mempunyai peran-peran untuk menyediakan informasi terkait kebijakan-kebijakan Pemerintah Daerah, agenda Pimpinan dan tentu saja menyediakan informasi mengenai pandemi covid ini.

Keterbukaan informasi penting menjadi elemen utama dalam mewujudkan Tata Kelola Pemerintahan yang Baik (*Good Governance*). Diskominfo Pemerintah Kota Cimahi berupaya meningkatkan kualitas informasi Pemerintah Daerah kepada masyarakat demi mewujudkan *Good Governance*. Beberapa prinsip dalam mewujudkan *Good Governance* salah satunya adalah transparansi dalam menyampaikan informasi.

Transparansi berarti keterbukaan dalam melakukan segala kegiatan organisasi, dapat berupa keterbukaan informasi, komunikasi. Pemerintah Kota Cimahi mempunyai masing masing *Website* di setiap dinas untuk menyebarkan informasi kepada publik, yang setiap websitenya saling terintegrasi satu sama lain agar memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi dengan dinas yang terkait. Seiring kebutuhan transparansi, keberadaan dan manfaat PR pemerintahan secara umum diterima. Bahkan beberapa kalangan mengatakan, konsep PR lebih dibutuhkan oleh pemerintahan ketimbang institusi non pemerintahan. Alasannya, tugas pemerintahan memang sangat berat karena harus menghadapi masyarakat dengan kepentingan yang kompleks (Suryanto, 2016).

Pemkot Cimahi berperan menjadi salah satu lembaga dalam mendistribusikan informasi kepada masyarakat. Upaya yang dilakukan Pemkot Cimahi agar bersifat transparan dalam mempublikasikan informasi di media *online* adalah dengan mengunggah berita yang telah diliput dengan akurat dan *update* di *website* maupun media sosial dan menyampaikan semua kebijakan Pemerintah melalui media *online*. Seperti yang diungkapkan oleh Pak Harjono yang merupakan Kepala Dinas Diskominfo dan juru bicara gugus tugas percepatan penanganan Covid 19 Pemerintah Kota Cimahi mengungkapkan. "Jadi di kita itu setiap bagian-bagiannya sudah memiliki *website* sendiri, misalnya bagian Diskominfo, bagian Kesehatan, Pendidikan, dll. Supaya informasi yang diberikan lebih detail dilihat oleh masyarakat dan tidak ada salah paham karna mis komunikasi."

Ada dua informasi yang tersedia di instansi Pemerintah, yakni informasi yang terbuka dan dikecualikan. Informasi yang terbuka mencakup informasi yang wajib disediakan dan diumumkan secara berkala, Informasi Publik yang wajib diumumkan secara serta merta dan Informasi publik yang wajib tersedia setiap saat (Republik Indonesia, 2008).

Informasi yang wajib disediakan dan diumumkan secara berkala yakni informasi

yang berkaitan dengan Badan Publik, Informasi mengenai kegiatan dan kinerja Badan Publik, Informasi mengenai laporan keuangan yang di atur dalam peraturan perundang-undangan, dan tentu saja informasi mengenai Covid-19 ini. Oleh karena itu, Pemerintah Kota Cimahi membuat *website* baru bernama PICC (Pusat Informasi Covid-19 Cimahi) dalam mewujudkan Tata Kelola Pemerintahan yang Baik (*Good Governance*) dalam bentuk penyampaian informasi.

Dikarenakan saat ini sedang terjadinya wabah pandemi virus corona Covid-19, Pemerintah Kota Cimahi membuat *Website* baru yang bernama *Website* PICC (Pusat Informasi Covid Cimahi) yang didalamnya menjelaskan mengenai seputar informasi virus Covid-19 yang ada di Cimahi, *Website* PICC ini setiap harinya selalu *update* perkembangan kasus Covid-19 yang terjadi di cimahi. Walaupun tidak *real time*, informasi yang terdapat pada infografis *website* PICC ini sudah cukup membantu dikarenakan *update* setiap hari saja sudah cukup tidak perlu *real time*.

Setiap harinya *website* PICC ini selalu *Update* mengenai perkembangan kasus Covid-19 ini melalui infografis yang terdapat pada sub menu. Seperti yang diungkapkan oleh Pak Bambang yang merupakan Kepala Seksi Pelayanan Informasi pada Bidang Informasi Komunikasi Publik dan Statistik Dinas Komunikasi Informatika Kearsipan dan Perpustakaan Kota Cimahi dan sebagai pengelola konten *website* PICC :
"Sehari sekali, up to date tetapi tidak real time. Biasanya malem jam 18, 19."

Walaupun tidak *real time*, informasi yang terdapat pada infografis *website* PICC ini sudah cukup membantu dikarenakan *update* setiap hari saja sudah cukup tidak perlu *real time*.

Instansi Pemerintahan diwajibkan untuk transparan dalam memberikan informasi kepada masyarakatnya, namun dalam pelaksanaannya ada beberapa informasi yang tidak dapat dibagikan menurut (Republik Indonesia, 2008), yang dinamakan dengan informasi yang dikecualikan, apabila dibagikan akan muncul polemik, misalnya yang terdapat pada sub menu Bansos (Bantuan Sosial) seperti data yang melakukan Bansos siapa saja, dimana, kapan mereka melakukan pendaftaran untuk Bansos, dikarenakan data tersebut bersifat *privacy*.

Seperti yang diungkapkan oleh Pak Harjono yang merupakan Kepala Dinas Diskominfo dan juru bicara gugus tugas percepatan penanganan Covid 19 Pemerintah Kota Cimahi mengungkapkan. "Menyampaikan semua berita secara transparan, atau konteksnya, memang sudah seharusnya di lakukan. Tetapi ada yang tidak bisa di bagikan ke public misalnya pada website PICC ada sub menu pengaduan bansos, nah masyarakat tidak bisa melihat siapa saja yang melakukan pengaduan, hanya pihak kami saja atau admin yang dapat akses, dikarenakan privasi lah ya. Kalau bocor bisa timbul masalah yang ada."

Bentuk transparansi lainnya yang dilakukan Diskominfo pada website PICC adalah membagikan informasi kebijakan dan keputusan yang dapat di unduh oleh semua bagi yang mengakses website tersebut. masyarakat dapat mengunduh informasi seperti kegiatan alur pemeriksaan rapid test, infografik, peta penyebaran yang terdapat pada *Website* PICC dengan cepat. Akan tetapi informasi yang diberikan pada infografis ini sulit dipahami bagi sebagian masyarakat. Seperti yang diungkapkan oleh Pak Andri Yanto, S.Sos., M.I.Kom yang merupakan Pengajar dan Praktisi ICT dan sebagai triangulator website dan sosial media mengungkapkan. "Kalau menurut saya informasi yang diberikan pada infografik ini dinilai sedikit sulit untuk dipahami, dikarenakan ada kata kata yang sulit di pahami oleh sebagian

masyarakat contohnya terdapat kata kata '*fatality rate*', '*recovery rate*' pasti kan ada sebagian orang yang tidak tau apa artinya itu."

Website PICC memfasilitasi masyarakat bagi yang terdampak pandemi Covid-19 dengan adanya sub menu Bantuan Sosial (Bansos). Keluhan dan laporan tersebut akan ditampung dan diproses apakah masyarakat yang melakukan pengaduan tersebut layak untuk mendapatkan bantuan sosial atau tidak. Seperti yang diungkapkan oleh Pak Bambang yang merupakan Kepala Seksi Pelayanan Informasi pada Bidang Informasi Komunikasi Publik dan Statistik Dinas Komunikasi Informatika Kearsipan dan Perpustakaan Kota Cimahi dan sebagai pengelola konten *website* PICC : "Jadi kalau ada pengaduan itu kita mempunyai database penerima, baik itu database tentang PKH (Program Keluarga Harapan) ataupun pendataan, yang tingkat kota itu pendataan, jadi tingkat RT RW tuh menyetor ke kelurahan kemudian diverifikasi. Ada juga peran masyarakat secara aktif melakukan pengaduan untuk orang lain, misalnya melakukan pengaduan terhadap orang lain, orang lain itu mampu tetapi dia dapat bantuan sosial, nah setelah ada pengaduan itu kita verifikasi, apakah dia ada di daftar penerima atau tidak ? kalau tidak itu bisa kita cabut bantuan sosial nya."

2. Internet Porosity

Porosity dapat diartikan sebagai transparansi yang tidak sengaja. Saat ini, perusahaan banyak melakukan komunikasi menggunakan internet seperti melalui *e-mail*, *instant messaging*, *blog*, dan media sosial. Ketika perusahaan memulai interaksi kepada pihak eksternal melalui dunia maya, informasi mengenai perusahaan akan disebarkan dengan cara yang lebih informal dan lebih transparan. Karena itu, beberapa informasi yang seharusnya tidak dipublikasikan dapat lebih mudah bocor ke masyarakat karena mudahnya akses tersebut. Selain itu, istilah *porosity* juga mengacu pada bagian informasi yang dibawa dari internal perusahaan ke eksternal atau telah salah sasaran pada *audience* lainnya baik secara sengaja maupun tidak sengaja (Young & David, 2009).

Dikarenakan pada zaman ini hampir seluruh masyarakat menggunakan internet untuk berinteraksi maupun menyampaikan informasi, jadi akan lebih mudah dan cepat suatu informasi tersebut sampai. Peran humas pemerintah adalah untuk memberikan sanggahan mengenai pemberitaan yang salah dan merugikan pemerintah, dan mengkomunikasikan atau menginformasikan berbagai kebijakan pemerintah kepada masyarakat. Hal ini bertujuan untuk membentuk citra positif pemerintah daerah tersebut di mata publiknya. Pentingnya peran humas instansi dan lembaga pemerintah dalam masyarakat modern yaitu dalam melakukan kegiatan-kegiatan dan operasinya di berbagai tempat berbagai bidang. Teknik yang digunakan dalam humas di pemerintah tidak ada bedanya dengan teknik yang digunakan humas di bidang lain, yaitu penyampaian informasi dan komunikasi (Moore, 2010).

Informasi yang dikelola Pemerintah Kota Cimahi mengenai informasi Covid-19 terdapat kebocoran data, akan tetapi dampaknya tidak akan merugikan masyarakat dikarenakan informasi tersebut terbilang cukup dibutuhkan oleh masyarakat dalam waktu cepat, Bukan kebocoran data serius seperti informasi yang tidak boleh diketahui masyarakat. Seperti yang diungkapkan oleh Pak Hadiyanto yang merupakan Kepala Seksi Pengembangan Aplikasi dan Layanan TIK pada Bidang Informasi Komunikasi Publik dan Statistik Dinas komunikasi Informasi Kearsipan dan Perpustakaan Kota Cimahi Kota Cimahi

dan sebagai pengelola website dan sosial media Pemkot Cimahi:

“Terkadang informasi yang seharusnya belum diterbitkan ke website PICC ini, sebagian masyarakat sudah ada yang tahu, dikarenakan informasi pasien Covid-19 ini kan awalnya dari Dinas Kesehatan ya datanya, kemudian baru dikasih ke kita. Nah, entah pihak dinas kesehatannya yang memberitahu kerabat dekatnya mungkin atau keluarga dan kerabat dekatnya memposting atau men *share* ulang, jadi informasi itu tersebar dengan cepat, tapi tidak masalah sih bagi kita, soalnya kan informasi itu juga akhirnya akan di posting juga di website atau media sosial kita, tidak apa apa jika masyarakat tahu duluan.”

Tugas utama humas pemerintah adalah memberi informasi. Peran dan tanggung jawab lainnya diberikan kepada praktisi pemerintah spesifik, dan prioritas utamanya adalah memastikan arus informasi kepada orang di dalam dan di luar pemerintahan (Cutlip, S.M., Center, A.H., & Broom, 2011). Pemerintah Kota Cimahi tidak mendapatkan kebocoran data yang serius, melainkan hanya beberapa kebocoran yang dampaknya hampir tidak ada sama sekali dikarenakan kebocoran yang dimaksud adalah informasi yang nanti nya akan di informasikan juga pada *Website* PICC, hanya saja informasi nya tersebar lebih cepat dikarenakan terdapat pihak dalam yang memberitahu kerabat dekat atau keluarganya terlebih dahulu dan terjadilah penyampaian informasi yang lebih cepat. Akan tetapi informasi seperti itu dapat menyebabkan masalah serius jika sampai pada orang salah.

3. The Internet As An Agent

Internet memungkinkan orang dan komputer mengubah konten. Pertama kali diartikulasikan oleh Alison Clark dan Roy Lipski untuk Komisi Internet CIPR / PRCA pada tahun 1999, konsep agensi internet menyatakan bahwa suatu pesan (dan, dalam konteks ini, sebuah pesan dapat berupa kata-kata, gambar, video, suara, atau bahkan program komputer) dapat diubah oleh orang dan teknologi, dan dalam proses ini bertindak sebagai agen (Young & David, 2009).

Sebelum sebuah konten atau berita di posting pada media sosial Pemerintah Kota Cimahi, ada beberapa tahap yang dilakukan sebelum mendapatkan data yang akan di sampaikan nantinya kepada masyarakat. Seperti yang diungkapkan oleh Pak Bambang yang merupakan Kepala Seksi Pelayanan Informasi pada Bidang Informasi Komunikasi Publik dan Statistik Dinas Komunikasi Informatika Kearsipan dan Perpustakaan Kota Cimahi dan sebagai pengelola konten *website* PICC.

“Jadi di gugus tugas itu ada di bagian Data, itu di pegang oleh dinas kesehatan, dia mendapatkan data data itu dari stakeholder di bawahnya misalnya puskesmas, rumah sakit, kemudian tempat klinik praktek dokter, jadi mereka itu harus setor setiap harinya ke dinas kesehatan untuk SOP nya. Dinas kesehatan kemudian memberikan kepada kami di input di formulir PICC itu sebaran per kelurahan, baru dari situ kami tayangkan di infografis.”

Pemerintah Kota Cimahi sudah mempunyai *programmer* sendiri, tidak harus membayar jasa *programmer* maupun konsultan untuk membantu dalam mengubah konten atau membuat konten yang akan di posting pada media sosial milik Pemerintah Kota Cimahi, dan tentunya akan sangat mempermudah dan cepat dalam proses pembuatan atau memperbaiki suatu konten dengan *real time*, Seperti yang diungkapkan oleh Pak Hadiyanto yang merupakan Kepala Seksi Pengembangan Aplikasi dan Layanan TIK pada Bidang Informasi Komunikasi Publik dan Statistik Dinas komunikasi Informasi Kearsipan dan Perpustakaan Kota Cimahi Kota Cimahi dan sebagai pengelola *website* dan sosial media Pemkot Cimahi.

“Kebetulan kita punya programmer sendiri ya, jadi tidak harus mengandalkan *programmer* lain seperti konsultan. Jadi Peran *Programmer* disini itu untuk mengupdate setiap informasi atau jika ada kesalahan bisa diperbaiki langsung, jadi kita tidak harus bayar orang lagi.”

Mengubah konten menjadi menarik bagi masyarakat, dengan desain yang unik dan sederhana, tentunya menyesuaikan segmentasi dari media sosial tersebut yang berkisar antara anak-anak muda sampai dewasa. Apabila kontennya bagus dan menarik, otomatis masyarakat akan tergerak untuk membagikan informasi tersebut kepada pihak lain sehingga distribusi informasi dapat dengan mudah dan cepat sampai kepada masyarakat lain. Seperti yang diungkapkan oleh Pak Bambang yang merupakan Kepala Seksi Pelayanan Informasi pada Bidang Informasi Komunikasi Publik dan Statistik Dinas Komunikasi Informatika Kearsipan dan Perpustakaan Kota Cimahi dan sebagai pengelola konten *website* PICC.

“Bagi masyarakat untuk saat ini, yang kita lakukan adalah dengan cara menyesuaikan dengan keinginan masyarakat, media sudah ada perubahan, yang dulu misalnya orang suka membaca koran, sekarang berita dari online. Dan juga penikmatnya bergeser, dulu mungkin koran-koran, majalah, banyak dikonsumsi oleh masyarakat dan sekarang rata-rata penikmatnya sudah berkurang, sekarang kaum millenials lebih aware terkait pemberitaan pemerintahan, kita ini strateginya mencoba untuk membuat konten-konten yang dihasilkan lebih dekat dengan masyarakat, mungkin hampir sama dengan semua instansi pemerintahan yang lain, menyesuaikan dengan kondisi pasar saat ini.”

Melihat apa yang terjadi saat ini, manusia atau komputer saat ini bisa dengan mudah mengubah konten yang ada menjadi menarik bagi masyarakat untuk dilihat, bisa dikatakan Pemerintah Kota Cimahi melakukan strategi *packaging konten* agar konten yang di terbitkan oleh admin atau agen dapat mempermudah masyarakat dalam memahami suatu informasi yang disampaikan pihak Pemerintah Kota Cimahi, selain itu konten yang menarik juga bisa membuat kesadaran masyarakat yang melihatnya untuk melakukan postingan ulang atau *repost* kembali postingan yang sudah dilihatnya agar *followers* yang melihatnya dapat ikut melihat juga. Seperti yang diungkapkan oleh Pak Hadiyanto yang merupakan Kepala Seksi Pengembangan Aplikasi dan Layanan TIK pada Bidang Informasi Komunikasi Publik dan Statistik Dinas komunikasi Informasi Kearsipan dan Perpustakaan Kota Cimahi dan sebagai pengelola website dan sosial media Pemkot Cimahi :

“Strategi yang dilakukan ya salah satunya membuat konten-konten yang dirasa menarik bagi masyarakat, jadi biasanya kalo kontennya bagus otomatis masyarakat yang sudah mengikuti secara ikhlas *willingnessnya* untuk *sharing* berita ke masyarakat lain itu mudah. Misalnya di *repost* ulang di *instastory* nya, atau di share ke temen-temennya. Kalo kontennya bagus otomatis lebih mudah, keinginan untuk *share* ulang lebih besar.”

Selain itu, *programmer* Pemerintah Kota Cimahi sudah membuat *tools* otomatis untuk mempermudah pembuatan pada infografis di *Website* PICC, selain mempermudah pembuatan infografis juga mempermudah pekerjaan pada bagian IKP (Informasi Komunikasi Publik). Jadi pada bagian IKP itu mempunyai tugas untuk mengisi konten yang ada pada *Website* PICC, sedangkan pada bagian pengembangan aplikasi dan layanan TIK (*E-Government*) membuat wadah suatu konten atau bisa di bilang yang membuat *Website* PICC beserta dengan *tools* otomatis, Seperti yang diungkapkan oleh Pak Hadiyanto yang

merupakan Kepala Seksi Pengembangan Aplikasi dan Layanan TIK pada Bidang Informasi Komunikasi Publik dan Statistik Dinas komunikasi Informasi Kearsipan dan Perpustakaan Kota Cimahi Kota Cimahi dan sebagai pengelola website dan sosial media Pemkot Cimahi.

“Kemudian di bagian infografis pada Website PICC ini kita sudah menggunakan tools otomatis, jadi bagian IKP tidak harus mengisi manual lagi. Beban mereka sudah berkurang dikarenakan ada nya tools otomatis ini, tools otomatis ini yang buat itu programmer kita yang ada di bagian Pengembangan Aplikasi dan Layanan TIK”

Selain *Website* PICC, Pemerintah Kota Cimahi mempunyai media sosial lainnya seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *Youtube*, akan tetapi media sosial yang masih aktif hingga sekarang hanya *Instagram* saja, sangat disayangkan sekali. Pada media sosial *Instagram* milik Pemerintah Kota Cimahi, informasi yang diunggah berupa agenda Walikota, Wakil Walikota dan juga informasi tentang kebijakan daerah yang diperbarui secara rutin dan *update*.

4. Richness in Content

Kekayaan informasi memiliki relevansi dengan terwujudnya *good governance*. Kekayaan informasi juga menjadi salah satu elemen yang mendorong pelaksanaan PR *online*. *Richness of Information* atau Kekayaan informasi ini disediakan oleh organisasi dan sejumlah pelaku (agen) manusia dan mesin lainnya (Young & David, 2009).

Terdapat kebutuhan di dalam dua area perkembangan *richness* atau kekayaan informasi. Pertama, dalam penciptaan konten yang kaya. Maksudnya adalah terdapat berbagai macam bentuk konten seperti gambar, kata-kata, suara, video, diagram, musik, dan sebagainya yang diperuntukkan untuk publik dan teknologi internet. Kedua, keterlibatan orang-orang yang akan menambah kekayaan melalui komunitas *online* mereka sendiri, yang kemudian akan berpengaruh terhadap *richness* dan *reach* dalam proses bersimbiosis. Hal ini bisa tercapai dengan beragam cara, seperti melalui blog, forum, serta melalui perkembangan sumber *online* yang membuat konten-konten mengenai perusahaan tersedia secara transparan (Young & David, 2009).

Media audio visual dapat diartikan sebagai sarana peraga yang bersifat dapat didengar dan dilihat. Perkembangan teknologi ini memunculkan beragam perangkat digital yang memudahkan masyarakat dalam mengakses internet dan video. Komunikasi audio visual (video instansi) ini mempunyai daya tarik tersendiri dan lebih banyak diminati daripada komunikasi menggunakan teks.

Kekayaan informasi ini bisa diperoleh dengan membuat konten yang kaya akan kata-kata, gambar, video, dan suara. Melalui media *online*, Pemerintah Kota Cimahi berperan mendistribusikan informasi kepada masyarakat. Informasi ini berupa kegiatan dan agenda Walikota, Wakil Walikota, informasi kebijakan Pemerintah Daerah, dan informasi mengenai virus Covid-19. Dikarenakan saat ini sedang terjadinya wabah pandemi virus Covid-19, jadi media sosial *Instagram* milik Pemerintah Kota Cimahi lebih sering memposting mengenai Covid-19 dengan menggunakan teknik penyampaian berupa teks, gambar, maupun video.

Untuk saat ini Pemerintah Kota Cimahi lebih sering memposting mengenai pandemi virus corona Covid-19 ini, dikarenakan pandemi ini terbilang masalah internasional. Dalam hal membuat konten Pemerintah Kota Cimahi tidak terlalu sulit. Seperti yang diungkapkan oleh Pak Harjono yang merupakan Kepala Dinas Diskominfo dan juru bicara gugus tugas percepatan penanganan Covid 19 Pemerintah Kota Cimahi mengungkapkan.

“Yang pertama kita tuh selalu gini, dalam hal membuat konten berita, saya tidak pusing

karena covid ini masalah internasional, masalah nasional, masalah regional jadi pusat pasti akan membuat materi mengenai covid ini, pusat dapat informasi dari WHO. Kemudian pusat memberi informasi versi pusat, contohnya ketika WHO mengatakan cuci tangan pake sabun mungkin make bahasa inggris, kemudian di pusat di ganti menggunakan bahasa indonesia, lalu cimahi mengganti lagi menggunakan bahasa sunda karna kan mayoritas cimahi berbahasa sunda. Jadi untuk konten saya tidak pusing karena sudah ada bagian yang mengambil informasi dari WHO.”

Selain itu, *website* PICC juga menyediakan informasi komunikasi audio visual, seperti pemberitaan video yang berkaitan dengan Covid-19. Jenis Komunikasi audio visual yang dilakukan Pemerintah Kota Cimahi adalah video *news release*, merilis berita agenda pimpinan dalam bentuk video. Seperti yang diungkapkan oleh Pak Bambang yang merupakan Kepala Seksi Pelayanan Informasi pada Bidang Informasi Komunikasi Publik dan Statistik Dinas Komunikasi Informatika Kearsipan dan Perpustakaan Kota Cimahi dan sebagai pengelola konten *website* PICC.

“Pada Website PICC juga ada video berita-berita yang berkaitan dengan Covid19 yang ada di cimahi, jadi tiap ada berita yang berkaitan dengan Covid di cimahi, kita taro di *website*.”

Pemerintah Kota Cimahi mempunyai cara tersendiri dalam menyampaikan sebuah informasi dengan cara saling terintegrasi nya dengan para pejabat atau menjadikannya *influencer* yang memiliki *followers* banyak pada media sosialnya. Seperti yang diungkapkan oleh Pak Harjono yang merupakan Kepala Dinas Diskominfo dan juru bicara gugus tugas percepatan penanganan Covid 19 Pemerintah Kota Cimahi mengungkapkan.

“Pejabat dan ASN menjadi *influencer* karena pejabat dan ASN itu punya banyak temen. Soalnya status yang mereka unggah itu tinggi dari kepercayaan temen temen nya atau *followers*nya. Maka dari itu saya meminta temen temen pejabat dan ASN untuk *share* mengenai covid 19.”

5. Reach

Reach atau jangkauan publik dalam *cyber public relations* dapat diciptakan melalui beragam cara. Salah satunya dengan melakukan beberapa teknik agar halaman *website* perusahaan dapat dengan mudah ditemukan oleh publik, seperti dengan *search engine optimization*, dan *hyperlink exchange*.

Dalam meraih *Reach* atau disini diartikan sebagai partisipasi publik, diperlukan adanya ketekunan dalam mengelola media sosial. Selain itu juga diperlukan konten-konten dengan desain yang menarik. Kekayaan dan jangkauan adalah elemen penting dalam mengembangkan transparansi perusahaan yang kompetitif (Young & David, 2009).

Dengan memanfaatkan *search engine optimization* (SEO) Pemerintah Kota Cimahi menggunakan cara ini agar kata kunci dan kaidah penulisan yang digunakan pada konten yang dimiliki oleh situs *website* PICC dan media sosial dapat memiliki *ranking* yang baik dalam mesin pencarian Google, dengan kata lain siapapun yang menggunakan keyword “covid cimahi” pada www.google.com pasti *Website* PICC inilah yang muncul pada urutan teratas, Hal ini sudah termasuk dalam meraih *Reach* atau partisipasi publik yang memudahkan siapapun mencari informasi covid yang ada di kota Cimahi ini.

Selain menggunakan SEO, Pemerintah Kota Cimahi juga menggunakan strategi agar mendapatkan partisipasi publik yang lebih luas dengan cara setiap aplikasi atau media sosial yang dimiliki Pemerintah Kota Cimahi saling terintegrasi satu sama lain atau bisa

disebut *Hyperlink exchange* yang akan memudahkan sebuah informasi ini ditemukan dikarenakan pengguna hanya tinggal klik lalu akan terbuka informasi tersebut. Pemerintah Kota Cimahi juga menggunakan *website Smartcity* dan website resmi agar bisa terhubung dengan *website* PICC ini agar saling terintegrasi satu sama lain. Seperti yang diungkapkan oleh Pak Harjono yang merupakan Kepala Dinas Diskominfo dan juru bicara gugus tugas percepatan penanganan Covid 19 Pemerintah Kota Cimahi mengungkapkan.

“Coba sekarang buka google terus ketik covid di cimahi atau apa aja yang penting ada keyword nya ‘covid cimahi’ pasti yang keluar website PICC ini, soalnya kita menggunakan SEO saat ini, selain menggunakan *hyperlink* yang membuat website kita saling terhubung, jadi misalnya di website resmi kami di taro tuh link website PICC agar jangkauan masyarakatnya lebih luas lagi, itu juga merupakan salah satu strategi kami agar informasi mencapai sesuai sasaran.”

Selain menggunakan SEO, dan *Hyperlink*, Pemerintah Kota Cimahi pada tanggal 1 September 2020 baru merilis aplikasi android *Smartcity* yang didalamnya terdapat informasi mengenai covid dan tentunya saling terintegrasi pula pada *Website* PICC, hal ini semakin memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi dikarenakan pada zaman ini rata-rata masyarakat pasti menggunakan *smartphone*. Seperti yang diungkapkan oleh Pak Harjono yang merupakan Kepala Dinas Diskominfo dan juru bicara gugus tugas percepatan penanganan Covid 19 Pemerintah Kota Cimahi mengungkapkan.

“di aplikasi *smartcity* ini kita menempelkan informasi mengenai covid dari PICC, itu termasuk dari strategi kami juga karena saat ini orang males untuk menulis alamat seperti <https://> nah maka dari itu kita jadi gausah harus login login lagi, karena sudah mendownload aplikasi *smartcity* di playstore. Nah untuk aplikasi kami ini sudah terintegrasi satu sama lain, tidak semua kabupaten kota di Jawa Barat pusat informasinya itu disatukan antara terintegrasi dengan pengaduan tentang bantuan sosial yang terintegrasi dengan kemendagri, ketika membuka halaman PICC diawal itu langsung pengaduan dan pencarian informasi bantuan. Setelah login kita bisa cek dapat bantuan berupa apa termasuk orang luar cimahi karena nickname nya sudah terkait dengan kemendagri.”

Selain terintegrasi di media sosial, Pemerintah Kota Cimahi juga terintegrasi dengan masyarakat, terutama lurah, rt, rw yang mewakili masyarakat, Dalam hal ini Pemerintah Kota Cimahi akan lebih mudah dalam proses penyampaian informasi kepada publik atau masyarakat lainnya. Seperti yang diungkapkan oleh Pak Harjono yang merupakan Kepala Dinas Diskominfo dan juru bicara gugus tugas percepatan penanganan Covid 19 Pemerintah Kota Cimahi mengungkapkan.

“Untuk hal pendukung sih Infrastruktur digital kota cimahi sudah keren, yang pertama kita sudah terintegrasi sudah sampai kelurah lurah menggunakan FO, yang kedua tidak ada daerah cimahi yang *blindspot*, yang ketiga semua RW sudah mempunyai wifi gratis, jadi semua orang yang kerumah RW bisa mengakses internet. Yang ketiga PNS PNS disini tidak gptek jadi untuk penyebaran informasi itu sangat mudah sekali. Contohnya anak anak dishub lagi jaga *checkpoint*, lalu mereka rame rame update ke medsos mereka masing masing tentang kegiatan penjagaan *checkpoint* PSBB. Itu salah satu hal pendukung juga agar informasi dapat lebih cepat tersebar. Contoh lain misalnya anak anak di puskesmas banyak yang masih muda, nah anak anak muda tuh pasti menggunakan media sosial, jadi kalau misalkan anak anak Humas lagi ada kegiatan lain jadi tidak menyampaikan informasi

mengenai rapid test yang ada di puskesmas, anak-anak yang di puskesmas bisa menginformasikan ke media sosial mereka. Itu juga bisa jadi agen pendukung kita untuk penyebaran informasi.”

Hal ini terbilang cukup berhasil dilakukan oleh Pemerintah Kota Cimahi dikarenakan sebelumnya pihak Pemerintah Kota Cimahi mengadakan survey kepada masyarakat Kota Cimahi dan hasilnya cukup memuaskan. Seperti yang diungkapkan oleh Pak Harjono yang merupakan Kepala Dinas Diskominfo dan juru bicara gugus tugas percepatan penanganan Covid 19 Pemerintah Kota Cimahi mengungkapkan.

“Strategi yang sudah kita lakukan bisa dikatakan berhasil, karena sebelumnya pernah mengadakan survey, masyarakat Cimahi hanya 5% yang tidak menggunakan masker, 80% sudah menggunakan masker, 5% nya lagi tidak mengetahui apa fungsi dan kegunaan masker.”

Survey yang dilakukan Pemerintah Kota Cimahi dilaksanakan setahun sekali tepatnya pada akhir tahun, untuk mengetahui kepuasan masyarakat terhadap pelayanan Pemerintah Kota Cimahi. Seperti yang diungkapkan oleh Pak Harjono yang merupakan Kepala Dinas Diskominfo dan juru bicara gugus tugas percepatan penanganan Covid 19 Pemerintah Kota Cimahi mengungkapkan.

“Yang jelas informasi itu tersebar, apalagi kemarin teman-teman jadi WFH (Work From Home) makanya yang diandalkan itu informasi dari media sosial dan WA grup, tapi untuk skrg WFH hanya boleh 25% dan sisanya sudah mulai bekerja seperti biasa saja sudah melakukan new normal itu untuk kita, bagaimana untuk masyarakat? Kalau melihat respon yang ada di masyarakat, bagaimana walikota memberitakan tentang pasar antri di share oleh 1000 orang lebih dan di komentari oleh 1700 orang lebih artinya menurut saya informasi itu sampai, dan yang kedua dibuktikan survey oleh humas provinsi Jabar bahwa masyarakat mencari informasi itu dari medsos dan online, nah kalau kita sendiri setiap tahun selalu membuat survey tepatnya akhir tahun mengenai kepuasan masyarakat terhadap informasi yang kita berikan.”

KESIMPULAN

Pada Tahap Transparan, Dalam memberikan informasi secara Transparan, Pada setiap Dinas yang ada di Pemerintah Kota Cimahi mempunyai *website* pribadi dan media sosial untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat terkait dinas tersebut, yang nantinya setiap *website* dinas disatukan dalam website resmi Pemerintah Kota Cimahi melalui *link* dan Pemerintah Kota Cimahi membuat *Website* baru bernama PICC, Walaupun Informasinya tidak *real time*, *Website* PICC tetap melakukan *update* konten setiap hari. Akan tetapi Website PICC terdapat informasi yang dikecualikan atau tidak dapat di publikasikan.

Pada Tahap Internet Porosity, dikarenakan saat ini penggunaan internet menjadi hal yang mudah untuk menyebarkan suatu informasi kepada publik, masyarakat dapat dengan mudah mencari berita atau informasi yang diinginkan mengenai Covid-19 di Cimahi melalui internet, lebih mudah dibandingkan harus mencari informasi yang sama di media konvensional. Dengan kata lain dikarenakan kemudahannya akses tersebut, Pemerintah Kota Cimahi mengalami kebocoran data atau transparansi tidak sengaja.

Pada Tahap Internet As An Agent, Pemerintah Kota Cimahi sudah mengurangi

penyampaian informasi publik menggunakan media cetak dikarenakan saat ini masyarakat lebih menyukai media *online*, oleh karena itu Pemerintah Kota Cimahi menggunakan strategi *packaging content* untuk menyampaikan informasi terkait dengan agenda Walikota, Wakil Walikota, dan juga informasi tentang kebijakan daerah mengenai Covid-19 yang diperbarui secara rutin dan *update*. Selain itu, Pemerintah Kota Cimahi sudah mempunyai *programmer* sendiri, hal ini membuat *Website* PICC mempunyai *tools* otomatis agar mempermudah dalam membuat konten seperti infografis, peta penyebaran, dll.

Pada tahap Richness in Content, Pemerintah Kota Cimahi mempunyai media sosial *Website*, *Instagram*, *Facebook*, *Youtube* dan mempunyai *influencer* seperti para pejabat untuk menyampaikan ulang suatu informasi kepada masing masing *followers*. akan tetapi media sosial yang dimiliki Pemerintah Kota Cimahi hanya *Website*, dan *Instagram* saja yang masih aktif hingga saat ini. Karakteristik *website* PICC milik Pemerintah Kota Cimahi sudah ada nilai informasi dan kekayaan konten yang cukup terpenuhi mulai dari teks, gambar, maupun video, namun proses komunikasinya masih satu arah dan tidak adanya fitur kolom komentar pada *Website* PICC.

Pada tahap Reach, Pemerintah Kota Cimahi sudah menggunakan *search engine optimization* (SEO) dan juga menggunakan *hyperlink* pada *Website* PICC yang saling terintegrasi pada semua *website* maupun aplikasi yang dibuat oleh Pemerintah Kota Cimahi yang bernama cimahi *smartcity*, Selain saling terintegrasi pada media sosial, Pemerintah Kota Cimahi juga saling terintegrasi dengan masyarakatnya maupun dengan karyawan internalnya, dengan kata lain akan memudahkan dalam hal penyampaian informasi kepada publik. Agar mengetahui seberapa berhasil, Pemerintah Kota Cimahi mengadakan survey setiap tahun, tepatnya pada akhir tahun untuk mengetahui kepuasan masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan Pemerintah Kota Cimahi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bekti, B. H. (2015). *Mahir Membuat Website dengan Adobe Dreamweaver CS6, CSS dan JQuery*. Andi.
- [2] Cutlip, S.M., Center, A.H., & Broom, G. M. (2011). *Effective Public Relations* (9th ed.). Prenada Media.
- [3] Efendi, A., Astuti, P. I., & Rahayu, N. T. (2017). ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA BARU TERHADAP POLA INTERAKSI SOSIAL ANAK DI KABUPATEN SUKOHARJO. *Penelitian Humaniora*, 18(2), 12-24.
- [4] kumparanTECH. (2020). *Riset: 64% Penduduk Indonesia Sudah Pakai Internet*. KumparanTECH.
- [5] Kurniawan, R. C. (2016). Innovation Quality Public Service Local Government. *Fiat Justisia Journal of Law*, 10.
- [6] Moore, H. F. (2010). *Humas, Membangun Citra dengan Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- [7] Nur, E. (2014). Penerapan e-government Publik Pada Setiap SKPD Berbasis Pelayanan Di Kota Palu. *Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 18, 267.
- [8] Rakhmat, J. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- [9] Republik Indonesia. (2008). *Undang undang No 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik*. Legalitas.
- [10] Santosa, P. (2008). *Administrasi Publik Teori dan Aplikasi Good Governance*. Refika

aditama.

[11] Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

[12] Suryanto. (2016). *Public relations*. Andi Offset.

[13] Young, P., & David. (2009). *Online Public Relations a practical guide to developing an online strategy in the world of social media* (Second Edi).