Strategi Humas dalam Pengelolaan Aplikasi Website Saker Humas oleh Humas Pemerintah Kota Bekasi

Fakhriyah Nur Hasna[1], Muhammad Al Assad Rohimakumullah[2]
[1,2]Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi dan Bisnis,
Universitas Telkom, Bandung, Indonesia
E-mail: fnhazna@student.telkomuniversity.ac.id, assad@telkomuniversity.ac.id

Article Info
Article History
Received: 2022-08-11
Revised: 2022-09-22
Published: 2022-10-01

Keywords:
Management;
Public Relations;
Strategy;
Website.

Abstract
Public Relations of the Bekasi City Government created the SAKER Humas website application as a form of change in meeting information needs. SAKER Humas is the implementation of information disclosure regarding the Bekasi City Government which is realized in digital form so that the public can access and obtain information easily. The focus of this research is the management strategy carried out by public relations on the website using the theory of PR strategy which contains the stages of designing a PR strategy from research to evaluation. There are several problems found by researchers such as management methods, limited human resources, publications, and also targets, so that the purpose of this research is to be a reference for managers in carrying out SAKER Humas management strategies. The researcher carried out this research using qualitative methods, case study approaches, and constructivism paradigms to make it easier for researchers to conduct research because they were considered in accordance with the discussion to be raised. The informants in this study were Public Relations of the Bekasi City Government who knew SAKER Humas. This study found that management strategies regarding publications and SAKER Humas targets need to be evaluated so that the objectives can be achieved. There needs to be optimization in managing SAKER Humas by designing several new strategies, especially in the aspect of publication and targeting.

Artikel Info
Sejarah Artikel
Diterima: 2022-08-11
Direvisi: 2022-09-22
Dipublikasi: 2022-10-01

Kata kunci:
Humas;
Pengelolaan;
Strategi Humas;
Website.

Abstrak
Humas Pemerintah Kota Bekasi menciptakan aplikasi website SAKER Humas sebagai bentuk perubahan dalam memenuhi kebutuhan informasi. SAKER Humas merupakan implementasi keterbukaan informasi mengenai Pemerintah Kota Bekasi yang direalisasikan dalam bentuk digital agar publiknya bisa mengakses dan mendapatkan informasi dengan mudah. Fokus penelitian ini adalah strategi pengelolaan yang dilakukan humas dalam website dengan menggunakan teori strategi PR yang berisikan tahapan merancang strategi PR mulai dari riset sampai dengan evaluasi. Terdapat beberapa permasalahan yang ditemukan peneliti seperti cara pengelolaan, keterbatasan SDM, publikasi, dan juga target sasaran, sehingga tujuan adanya penelitian ini agar bisa menjadi acuan pengelola dalam menjalankan strategi pengelolaan SAKER Humas. Peneliti menjalankan penelitian ini menggunakan metode kualitatif, pendekatan studi kasus, dan paradigma konstruktivisme untuk mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian karena dianggap sesuai dengan pembahasan yang ingin diangkat. Informan pada pada penelitian ini yaitu Humas Pemerintah Kota Bekasi yang mengetahui SAKER Humas. Penelitian ini menemukan strategi pengelolaan mengenai publikasi dan target sasaran SAKER Humas perlu dievaluasi agar tujuannya bisa tercapai. Perlu adanya optimalisasi dalam mengelola SAKER Humas dengan merancang beberapa strategi baru khususnya dalam aspek publikasi dan target sasaran.

I. PENDAHULUAN

Pemerintah Kota Bekasi pernah masuk dalam 6 besar pemerintah daerah kabupaten/kota Se-Indonesia dengan memasuki kategori penilaian Website dan Komunikasi Publik (SAKER Humas) dalam ajang Anugerah Media Humas (AMH) 2021 yang diselenggarakan oleh Badan Koordinasi Hubungan Masyarakat dan Kemkominfo RI dengan membentuk empat kategori penilaian untuk dilombakan yaitu pengelolaan siaran pers (media online), media sosial, website, dan komunikasi publik. Penghargaan tersebut menjadi salah satu kebanggaan bagi Humas Pemerintah Kota Bekasi karena SAKER Humas nyatanya baru saja launching pada 28 Juni 2021, Humas Pemerintah Kota Bekasi terus mengembangkan idenya dalam hal keterbukaan informasi khususnya untuk masyarakat Kota Bekasi, salah satunya

melalui aplikasi website SAKER Humas ini. Kepala Sekretariat Daerah Kota Bekasi mengeluarkan surat edaran nomor 488/4884/ SETDA.Hum tentang Optimalisasi Sistem Aplikasi E-Kliping dan E-Release Humas (SAKER Humas) yang difungsikan sebagai upaya humas dalam meminimalisir berita yang menyimpang pada perangkat Daerah Kota Bekasi dengan menautkan artikel media massa yang terkonfirmasi kebenarannya dalam bentuk kliping online. SAKER Humas juga menjadi wadah perangkat Daerah Kota Bekasi untuk menyampaikan release resmi mengenai kegiatan-kegiatan yang berlangsung di Pemerintah Kota Bekasi. Aplikasi website SAKER Humas menjadi tempat publikasi resmi Humas Pemerintah Kota Bekasi yang sengaja diciptakan agar bisa diakses kapan saja dan oleh siapa saja, diharapkan dengan adanya aplikasi website SAKER Humas, pihak perangkat daerah, pihak media, dan pihak masyarakat khususnya masyarakat Kota Bekasi mampu mendapatkan berita mengenai kota Bekasi dengan update, aktual, dan terpercaya.

Pada penelitian ini, peneliti tertarik membahas lebih dalam mengenai strategi pengelolaan aplikasi website SAKER Humas yang secara umum tujuannya untuk mengelola berita yang beredar di masyarakat dengan membuat E-Kliping dan E-Release, pengelolaan berita yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Bekasi kerap disebut kliping. Kegiatan membuat kliping berita merupakan kegiatan wajib yang dilakukan setiap harinya dengan menghimpun berita yang beredar di media cetak maupun yang beredar di media online, pada masa konvensional, pembuatan kliping berita tersebut disimpan dan dibukukan setiap tahunnya dan disimpan sebagai arsip instansi saja. Cukup berbeda dengan saat ini, bagian Humas Pemerintah Kota Bekasi kini memiliki sistem aplikasi website E- Kliping dan E-Release yang kerap disebut SAKER Humas. SAKER Humas merupakan aplikasi berbasis website yang menghimpun pemberitaan yang ada di wilayah Kota Bekasi baik dari media online atau cetak, dalam SAKER Humas, berbagai berita yang telah dihimpun akan dipublikasikan ulang secara digital/online dan dimuat secara resmi oleh Humas Pemerintah Kota Bekasi. Tujuan dari kegiatan ini untuk mempermudah masyarakat dalam mengakses berita- berita yang beredar di media massa khususnya untuk warga Kota Bekasi (Humas Bekasikota, 2021).

Banyak media online yang dengan cepat dan mudahnya melakukan publikasi berita mengenai suatu kejadian yang sedang terjadi seperti platform media sosial seperti facebook, twitter, whatsapp, dan masih banyak lainnya, saat ini tidak hanya jurnalis atau reporter saja yang bisa membuat berita tetapi masyarakat umum juga bisa menghasilkan sebuah berita tanpa memahami kode etik jurnalistik. Terlalu banyak informasi yang beredar di masyarakat baik berita asli maupun palsu yang keduanya berpotensi untuk dipercaya masyarakat luas, sehingga pembaca berita dituntut harus bisa memfilter informasi dengan baik, hal tersebut tentunya menjadi tantangan bagi humas pada era digital seperti saat ini dengan kemudahan manusia mendapatkan informasi dan membagikan berita, semakin besar juga potensi menyebarnya informasi yang menyimpang atau berita hoax. Sehingga Humas Pemerintah Kota Bekasi menginisiasikan SAKER Humas sebagai wadah mereka mengonfirmasi kebenaran berita-berita yang beredar di media online, namun dalam pengelolaan SAKER Humas yang baru berjalan setahun ini, tentunya pengelola yang ditugaskan untuk mengelola SAKER Humas baru sedikit, sehingga pengoptimalisasian SAKER Humas masih belum sempurna. Sering kali ditemukan ketidakselarasan dalam berkomunikasi, salah satunya mengenai siapa yang bertanggung jawab menginput kliping ke dalam SAKER Humas sehingga menimbulkan penundaan dalam hal tersebut, lalu tampilan SAKER Humas dianggap masih kurang menarik menurut sebagian orang yang melihatnya. Lalu, perbedaan cara berfikir dalam mengelola SAKER Humas juga cukup berbeda, dimana beberapa pengelola yang bersangkutan memiliki usia yang berbeda-beda. Hadirnya SAKER Humas oleh pengelola yang berusia muda menganggap kliping yang dibuat tidak perlu lagi dibukukan seperti dahulu, berbeda dengan pengelola yang memiliki usia lebih tua, mereka masih menganggap cara konvensional masih perlu dilakukan, selain masalah teknis seperti yang sudah diuraikan di atas, pengetahuan masyarakat mengenai kehadiran SAKER Humas ini dirasa kurang.

Oleh karena itu, peneliti akan melakukan penelitian ini dengan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini yaitu dengan melakukan wawancara mendalam dan observasi, serta didukung oleh literatur terdahulu dan dokumen yang diperlukan, selama penelitian berlangsung, peneliti akan melakukan penelitian secara profesional dengan membangun komunikasi yang sebagaimana mestinya dengan

informan agar penelitian berjalan dengan baik dan lancar, maka dari itu penelitian ini diberi judul "Strategi Humas dalam Pengelolaan Aplikasi Website SAKER Humas oleh Pemerintah Kota Bekasi".

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini turut menggunakan paradigma konstruktivisme, dimana paradigma tersebut memaparkan kebenaran berdasarkan fenomena realitas sosial yang diangkat dalam penelitian ini yaitu mengenai strategi pengelolaan yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Bekasi dalam mengoperasikan Sistem Aplikasi E-Kliping dan E-Release (SAKER Humas), alasan peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme agar fenomena strategi pengelolaan yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Bekasi dalam mengoperasikan Sistem Aplikasi E-Kliping dan E-Release (SAKER Humas) tidak terjawab berdasarkan fakta saja, melainkan juga dari hasil konstruksi pemikiran subjek yang diteliti. Menurut (Batubara, 2017) pengenalan manusia terhadap realitas sosial tidak berpusat pada objek melainkan pada subjek, artinya ilmu pengetahuan bukan hanya tentang hasil pengalaman semata, melainkan juga hasil konstruksi dari pemikiran, pendekatan yang digunakan peneliti yaitu metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, studi kasus menurut Creswell (2012) dalam (Sugiyono, 2020) merupakan salah satu jenis penelitian kualitatif dimana peneliti melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap program, kejadian, proses, aktivitas kepada satu atau lebih orang. Studi kasus terikat oleh waktu dan aktivitas sehingga peneliti melakukan pengumpulan data secara detail dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data dan dalam waktu yang berkesinambungan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Penelitian dan Mendengarkan (Research-Listening)

   Dalam menciptakan SAKER Humas, pengelola turut melakukan riset terlebih dahulu untuk mengetahui kebutuhan masyarakat kota Bekasi dalam hal keterbukaan informasi. Riset menjadi hal penting dalam setiap perubahan yang akan dilakukan oleh bagian Humas Pemerintah Kota Bekasi yang pada dasarnya hal tersebut juga sudah menjadi SOP di sana. Pernyataan tersebut cocok dengan teori strategi PR menurut Scott M. Cutlip & Allen H Center (1982:139) yang salah satu teorinya membahas tentang riset, dimana praktisi humas perlu memperhatikan tanggapan pihak yang berkepentingan mengenai kebijakkan baru yang akan ditentukan. Tanggapan pihak berkepentingan yang dimaksud pada penelitian ini salah satunya adalah masyarakat atau publik, menurut Ruslan (2016) mengelola opini publik juga merupakan peran PR dalam menjalankan strategi PR agar meminimalisir suatu masalah atau krisis dengan menyampaikan pesan kepada publik sehingga terbangun kepercayaan dan dukungan dari publik. Selain itu pengelola juga membutuhkan sarana baru untuk mempermudah pekerjaan mereka dalam hal kliping dan pengarsipan, salah satu faktor permasalahan mereka adalah kesulitan mencari berita jika output pekerjaannya masih dalam bentuk cetak. Permasalahan itu juga selaras dengan teori W. Horward Chase (1976) yang menyatakan bahwa strategi PR disusun untuk mengatasi suatu kasus atau memperbaiki kendala yang menyangkut kepentingan publik, dalam merancang strategi pengelolaan humas, Humas Pemerintah Kota Bekasi mengambil banyak pertimbangan dengan mendengarkan opini dari banyak pihak yang berkepentingan. Mendengarkan opini publik menjadi hal yang penting dalam sebuah instansi/perusahaan tetapi jarang sekali dimuat dalam penelitian terdahulu, salah satunya pada penelitian yang dilakukan oleh Erna Rustiana (2020) yang juga membahas strategi pengelolaan website, maka dapat disimpulkan bahwa Humas Pemerintah Kota Bekasi melakukan hal yang tepat karena memperhatikan kebutuhan masyarakat dan mendengarkan opini publik dalam menjalankan tugasnya.

   Selama menjalankan proses riset, Humas Pemerintah Kota Bekasi melakukan mix method yaitu melalui wawancara dan menyebarkan kuesioner. Wawancara dilakukan ke 54 kelurahan dengan mengambil sampel dari setiap RW, hal itu menunjukkan bahwa proses wawancara menerapkan teknik cluster sampling. Teknik cluster sampling menurut Sugiyono (2018:80) yaitu pengambilan sampling berdasarkan suatu wilayah yang luas yang kemudian diklasterisasi. Teknik cluster sampling sesuai karena lingkup riset yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Bekasi seluas wilayah kota Bekasi. Wawancara dan penyebaran kuesioner berlangsung dengan menggandeng pihak kelurahan dan kecama-

tan untuk mempermudah proses riset. Dalam risetnya, pengelola mendapatkan hasil bahwa masyarakat membutuhkan berita-berita dari media massa yang dikonfirmasi langsung kebenarannya oleh Humas Pemerintahan Kota Bekasi. Masyarakat setuju dengan diciptakannya SAKER Humas karena mereka merasa akan dimudahkan dalam mendapatkan berita yang dikumpulkan dari berbagai media massa dan disajikan dalam satu tempat. Dengan begitu bisa terlihat bahwa strategi Humas Pemerintah Kota Bekasi yang selama ini berlangsung membuahkan kepercayaan masyarakat, hal tersebut juga selaras dengan teori strategi PR "7-Cs PR Communications" yang dikemukakan oleh Cutlip, Center, & Broom (2000:424). Teori tersebut menyebutkan 7 hal yang harus diperhatikan dalam menjalankan strategi PR. Terdapat 2 hal yang selaras dengan kasus ini yaitu credibility dan contex, credibility dibentuk dari rasa saling percaya yang dimulai oleh komunikator kepada khalayaknya dengan menyajikan informasi sesuai dengan kebutuhan khalayak (contex).

Strategi Humas Pemerintah Kota Bekasi dalam menciptakan SAKER Humas akan direalisasikan dalam bentuk website. Alasan pengelola memilih website untuk strategi kali ini yaitu berdasarkan pemaparan informan bahwa sekitar 70%-80% masyarakat kota Bekasi sudah memanfaatkan teknologi untuk memenuhi kebutuhan mereka, salah satunya penggunaan gadget. Sebagai Humas, tentunya perlu mengikuti perkembangan zaman dalam melaksanakan tugasnya. Menurut Wiratmo, Irfan, & Kuwantono (2017) menyatakan bahwa website merupakan salah satu media baru yang kerap digunakan oleh negara maju, dengan menggunakan website menunjukkan bahwa Humas Pemerintah Kota Bekasi memiliki pola pikir yang modern, mengikuti perkembangan zaman, dan memiliki dorongan untuk maju. Pada tahap research-listening, dapat disimpulkan bahwa dalam proses menjalankan sebuah strategi pengelolaan, Humas Pemerintah Kota Bekasi sudah sesuai dengan teori-teori yang dikemukakan oleh para ahli salah satunya bisa dilihat dari mereka turut melakukan riset terlebih dahulu untuk melihat kebutuhan publiknya, hasil dari riset tersebut juga menunjukkan rasa kepercayaan masyarakat terhadap Humas Pemerintah Kota Bekasi.

2. Perencanaan dan Mengambil Keputusan (Planning-Decision)

SAKER Humas merupakan salah satu produk Humas Pemerintah Kota Bekasi dalam sebuah proyek perubahan, salah satu alasan diciptakannya SAKER Humas sebagai bentuk proyek perubahan yaitu untuk mempermudah staf Humas Pemerintah Kota Bekasi dalam pengarsipan data dari kegiatan media monitoring seperti pembuatan kliping. Media monitoring menurut Syahputra (2019) adalah kegiatan mendengarkan, membaca, dan memantau pembicaraan yang beredar di segala bentuk media komunikasi secara konsisten dengan menyesuaikan kata kunci tertentu, Kliping menurut Ruslan (2016) menjadi hal penting bagi praktisi humas agar bisa memantau pemberitaan di luar instansi/ perusahaan untuk memastikan kepercayaan publik tetap terjaga dan apabila ditemukan pemberitaan negatif bisa langsung diklarifikasi. Hal serupa bermanfaat bagi humas untuk mengetahui kecenderungan pemberitaan instansi/perusahaan yang dikelola, artinya Humas Pemerintah Kota Bekasi sangat memperdulikan opini publik dan peka terhadap pemberitaan yang beredar di wilayah mereka, kegiatan yang tadinya berlangsung secara manual atau konvensional kini dikembangkan ke dalam bentuk digital guna untuk mempermudah dan meringankan pekerjaan humas. Fungsi dari hasil media monitoring juga turut bertransformasi dari sebelumnya hanya bisa dimanfaatkan oleh para pengelola saja, saat dialihkan ke media digital masyarakat luas juga mampu menikmati hasilnya (e-kliping).

Dalam sebuah perubahan pasti terdapat strategi baru untuk pengelolaannya, merancang strategi pengelolaan terhadap suatu hal yang baru merupakan hal yang penting agar tujuan bisa tercapai, pengelolaan menurut Suharsini Arikunto (1998) yaitu proses penyusunan sebuah data yang kemudian direncanakan, diorganisasikan, dilaksanakan, hingga ke tahap evaluasi. Begitu juga pemahaman pengelolaan menurut Syahputra (2019) bahwa praktisi humas harus mampu menguasai pengelolaan media baru dengan memilah media yang digunakan dan menyesuaikan kebutuhan publiknya, tentunya Humas Pemerintah Kota Bekasi merancang strategi pengelolaan yang baru untuk mengelola SAKER Humas. Hal tersebut terjadi karena fungsi dan isi dari SAKER Humas juga

berbeda dari media komunikasi yang sudah dikelola oleh mereka sebelumnya, pada bagian pembahasan planning-decision, peneliti mengkategorikan 4 aspek dalam merancang strategi pengelolaan SAKER Humas yaitu perencanaan mengenai isi, SDM, publikasi (penyebarluasan SAKER Humas ke masyarakat), dan target sasaran pengunjung. (Isi) Strategi yang dilakukan pengelola dalam memenuhi isi pada SAKER Humas tidak jauh berbeda dengan cara konvensional. Dimana tahapan melakukan kliping menurut Ruslan (2016) yaitu dimulai dari memilah pemberitaan yang berkaitan dengan instansi/ perusahaan yang dikelola dari berbagai media komunikasi baik media cetak/online yang kemudian dikumpulkan dan dikemas dalam bentuk kliping, proses tersebut sudah dilakukan Humas Pemerintah Kota Bekasi secara rutin dan sudah menjadi bagian dari SOP sehingga turut menjadi tugas wajib bagi para staf humas, kumpulan berita yang sudah dikliping pada masa konvensional hanya dibukukan dan disimpan sebagai arsip instansi saja.

Rencana yang dibuat pengelola jika SAKER Humas sudah terealisasikan, kliping yang sudah dikumpulkan kemudian discan dan diinput ke dalam SAKER Humas, diharapkan kliping dalam SAKER Humas bisa dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya, file yang biasanya sulit dicari menjadi mudah, dan bisa diakses oleh orang banyak seperti pegawai Pemerintah Kota Bekasi, wartawan, LSM, masyarakat kota Bekasi, hingga masyarakat luar kota Bekasi. Tentunya proses perencanaan dalam memenuhi isi SAKER Humas tidak banyak yang berubah dan tidak menyulitkan pengelola untuk beradaptasi ulang, dengan begitu kegiatan pengelolaan kliping yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Bekasi sudah tepat dan sesuai dengan teori yang ditemukan peneliti. (SDM) Selanjutnya peneliti akan membahas mengenai perancangan strategi pengelolaan SDM dalam SAKER Humas. Tentunya produk baru humas ini memerlukan SDM khusus yang diberikan tanggung jawab langsung agar website bisa berjalan secara optimal, dalam menentukan SDM untuk mengelola SAKER Humas, mereka tidak membatasi siapapun dan tidak memiliki kriteria tertentu, tidak ada ketentuan lulusan teknik dan lain sebagainya untuk mengelola SAKER Humas, hanya saja mereka mengharapkan pengelola dapat bertanggung jawab dan mampu mengoperasikan website. Seperti teori yang dikemukakan oleh Syahputra (2019) bahwa praktisi PR perlu menguasai berbagai macam media baru agar mampu menjalankan pengelolaan dan merealisasikannya sesuai dengan rencana, dengan begitu mereka berencana membentuk tim pengelola khusus sekitar tiga orang untuk mengoperasikan website SAKER Humas dalam E-Kliping online, E-Kliping cetak, dan E-Release dari staf humas, dan satu orang teknisi website dari Diskominfo. (Publikasi dan target sasaran) Dalam proses merancang program/produk baru, tentunya humas tidak boleh melupakan strategi untuk memperkenalkan hal tersebut kepada publik atau target sasarannya.

Pentingnya peran humas dalam hal ini ditegaskan pula oleh John E. Marston (1988) yang mengatakan bahwa praktisi humas harus bisa menciptakan strategi komunikasi sehingga mampu membuat publiknya terpengaruhi. Terpengaruh yang dimaksud yaitu mendapatkan atensi dari target sasarannya khususnya masyarakat kota Bekasi karena kebermanfaatan SAKER Humas memang untuk masyarakat. Rencana yang dibuat oleh humas dalam mempublikasikan SAKER Humas ke publiknya yaitu dengan memanfaatkan beberapa saluran informasi seperti sosialisasi langsung ke masyarakat, media sosial, website, dan juga akan meng-gandeng beberapa media pers untuk turut menyebarkan informasi mengenai kehadiran SAKER Humas ini. Rencana tersebut selaras dengan teori yang dikemukakan Cutlip, Center, & Broom (2000:424) mengenai strategi PR "7-Cs PR Communications" yang salah satu teorinya menyebutkan Channels (saluran), artinya dalam merancang strategi praktisi humas harus bisa memilih media yang sesuai dengan target sasarannya. Berdasarkan pemaparan pembahasan mengenai planning-decision di atas, peneliti menemukan bahwa Humas Pemerintah Kota Bekasi sudah siap dan kompeten dalam hal merancang strategi pengelolaan karena mereka melakukan beberapa hal yang juga turut dianggap penting oleh para ahli dalam sebuah perencanaan, artinya yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Bekasi sudah sesuai dengan teori strategi humas yang dikemukakan Scott M. Cutlip & Allen H. Center (1982:139) mengenai planning, dimana humas harus mampu me-

ngumpulkan ide menarik dari hasil riset sebelumnya.

3. Mengkomunikasikan dan Pelaksanaan (Communication-Action)

Selanjutnya peneliti akan membahas mengenai proses pelaksanaan strategi pengelolaan terhadap SAKER Humas. Berpegangan dengan teori Scott M. Cutlip & Allen H. Center (1982:139) mengenai tahap ketiga dari strategi humas yaitu communication-action yang mana tahapan ini menjalankan strategi yang sebelumnya sudah dirancang serta dikomunikasikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan sehingga strategi pengelolaan bisa berjalan dengan efektif, Humas Pemerintah Kota Bekasi beranggapan bahwa strategi pengelolaan SAKER Humas yang dirancang sudah hampir semuanya berjalan sesuai dengan rencana, mereka beranggapan bahwa semua rangkaian strategi pengelolaan sudah berjalan hingga 80%-85%. (Isi) Strategi pengelolaan yang sudah berjalan salah satunya yaitu memenuhi isi SAKER Humas, dalam proses memenuhi isi SAKER Humas semua perencanaan yang sudah dibuat berjalan sebagaimana mestinya. Diambil dari buku Ruslan (2016) yang mengutip dari buku The British Institute of Public Relations, mengatakan bahwa dalam menjalankan strategi humas praktisi yang bertugas turut berkontribusi dalam menyelaraskan tujuan organisasi dengan harapan publik dan memenuhi kebutuhannya, dalam hal ini para pengelola sudah memenuhi kebutuhan masyarakat melalui SAKER Humas dan mengoptimalkan kegiatan didalamnya, (SDM) Selama SAKER Humas beroperasi, SDM yang ditentukan juga berjalan sesuai dengan rencana.

Pengelola website yang dibentuk sebanyak 3 orang untuk bertanggung jawab dalam pengelolaan E-Kliping cetak, E-Kliping online, dan E-Release sudah sesuai, dalam peng-operasiannya pengelola bertugas untuk menginput kliping dan press release yang ada. Namun ternyata peneliti menemukan bahwa yang berperan besar dalam memenuhi isi SAKER Humas justru bagian lain seperti bagian peliput dan anak magang. Mereka turut membantu membuat press release dan mengumpulkan berita dari berbagai portal media cetak/online, pembuatan kliping yang menjadi hal wajib menurut Ruslan (2016), khususnya bagi instansi/perusahaan agar mampu memantau pemberitaan di luar. Dikuatkan pula oleh Djunaidi (2000) yang menganggap bahwa kliping bernilai besar karena mampu memenuhi kebutuhan instansi/perusahaan dan juga pihak lain, dengan begitu pembuatan kliping tidak boleh terlewatkan, begitu pula dalam penulisan press release yang cukup rumit. Press release menurut Syahputra (2019) yaitu dokumen singkat berisikan informasi tertentu yang nantinya disebarkan melalui berbagai media komunikasi salah satunya media massa. Press release bersifat singkat, jelas, padat, dan dan menjelaskan langsung poin pemberitaan dengan memuat unsur 5W+1H yang biasanya merupakan pernyataan sikap, berita terbaru mengenai program atau acara yang berlangsung, atau klarifikasi mengenai suatu masalah, dalam penulisan press release juga harus disusun sesuai alur kejadian sebenarnya seperti yang dikatakan oleh Frank Jefkins (1988) pada teori 'The Seven-point model' yaitu memenuhi subject, organization, location, advantage, application, details, sources. Dengan begitu untuk memenuhi isi dalam SAKER Humas bukan hanya menginput tetapi perlu melalui proses yang panjang dan rumit.

Sejauh ini pengelola menganggap bahwa mereka kekurangan SDM untuk mengoptimalkan SAKER Humas, sering kali pekerjaan yang ada dalam SAKER Humas terlewatkan karena salah satu alasannya yaitu SAKER Humas masih menjadi pekerjaan tambahan, selain itu untuk mengisi SAKER Humas memiliki proses yang panjang, banyak, dan memakan waktu khususnya untuk mengkliping. Pemberitaan yang diklipingkan yaitu mengenai isu-isu yang ada di kota Bekasi dan Pemerintahan Kota Bekasi, tentunya banyak sekali berita yang harus disaring untuk masuk ke SAKER Humas. Namun bagi staf humas lainnya di luar pengelola SAKER Humas, mereka menganggap bahwa SDM SAKER Humas cukup, hanya saja para pengelola dan staf humas harus bisa membagi waktu dan bertanggung jawab dalam menyelesaikan tugasnya. Ternyata permasalahan ini juga ditemukan oleh peneliti yang melakukan penelitian serupa yaitu sama-sama meneliti strategi pengelolaan website, bisa dilihat dari penelitian terdahulu yang ditulis oleh Erna Rusitiana (2020) dan Abdullah Adnan (2016), kedua penelitian tersebut sama-sama menyatakan bahwa selama proses pengelolaan website objek penelitian merasa kekurangan SDM. Menurut

Erna Rustiana (2020), dalam memaksimalkan SDM untuk menjalankan strategi pengelolaan perlu mengoptimalkan potensi dan SDM yang tersedia dengan mengikutsertakan seluruh bagian khususnya bagian humas agar tujuan bisa tercapai. Peneliti setuju dengan pendapat Erna Rustiana yang mendukung pengoptimalisasian SDM yang ada saat ini, tetapi peneliti menyimpulkan bahwa memang SDM yang ada dalam pengelolaan SAKER Humas kurang dan perlu ditambahkan, hal tersebut dikarenakan bahwa pengelola lainnya seperti bagian peliput dan anak magang memiliki tanggung jawab dan perannya masing-masing. Peneliti yang turut melakukan observasi partisipatif karena pernah menjadi bagian dari anak magang Humas Pemerintah Kota Bekasi, menganggap perlu adanya SDM tambahan karena proses kliping sering kali terlewatkan baik dalam proses pembuatan kliping maupun penginputan.

Sebagai anak magang yang turut melakukan liputan, menulis press release, dan membuat kliping sering kali merasa kehabisan waktu dan tenaga untuk menyelesaikan itu semua dalam satu waktu. Perlu adanya tambahan SDM menurut peneliti karena jika sewaktu-waktu memang tidak ada anak magang, bisa dipastikan staf humas juga akan semakin tertekan karena proses memenuhi isi SAKER Humas memang sulit, banyak, dan memakan waktu yang panjang. Selain itu sering kali ditemukan perbedaan pendapat salah satunya yaitu permasalahan yang ditemukan peneliti dalam pra-riset, terdapat perbedaan pola pikir yang mengenai cara konvensional juga perlu dilakukan meskipun sudah beralih ke media digital. Mereka turut melakukan evaluasi untuk menyelesaikan permasalahan seperti itu untuk memperhitungkan tingkat efektivitas dari perbedaan pendapat semacam itu, namun ternyata hal ini justru tidak begitu bermasalah bagi pengelola karena hal tersebut bisa diatasi dengan diskusi, sehingga permasalahan terbesar dalam aspek SDM ini yaitu kekurangan SDM seperti yang sudah dipaparkan di atas. (Publikasi dan target sasaran) Pada aspek selanjutnya peneliti akan membahas mengenai proses pelaksanaan strategi pengelolaan dalam memperkenalkan SAKER Humas untuk mencapai target sasaran. Menyesuaikan kebermanfaatan SAKER Humas tentunya pengelola harus memperkenalkan SAKER Humas kepada publik yang berkepentingan. Proses perencanaan publikasi yang dilakukan pengelola yaitu melakukan sosialisasi langsung ke masyarakat melalui kelurahan, kecamatan, RT/RW, dan juga lembaga masyarakat. Pengelola juga turut melakukan publikasi melalui media sosial dan menggandeng media massa dalam peluncuran SAKER Humas. Semua itu sudah berjalan sesuai dengan rencana dan disesuaikan oleh target sasarannya yaitu masyarakat kota Bekasi.

Namun ternyata strategi yang sudah dilakukan pengelola masih belum efektif karena pengelola juga mengakui bahwa pengunjung website SAKER Humas masih sedikit, artinya publikasi mengenai keberadaan SAKER Humas kepada masyarakat masih belum sempurna karena tujuan pengelola belum tercapai, publikasi menurut Kriyantono dalam buku Grace Goretty (2015:9) adalah kegiatan menyebarkan informasi melalui media komunikasi sebagai alat bagi instansi/perusahaan. Kegunaan publikasi yaitu untuk menyebarkan berbagai macam pesan baik informasi terkini, produk, ilmu, atau hal lain untuk menarik perhatian publik. Maka dari itu, dalam hal ini pengelola SAKER Humas harus melakukan evaluasi dan merancang strategi baru mengenai publikasi pengenalan SAKER Humas kepada publik agar lebih dikenal oleh masyarakat khususnya masyarakat kota Bekasi yang menjadi target sasaran. Peneliti juga mendapatkan bahwa pengelola tidak membuat target sasaran secara spesifik karena Humas Pemerintah Kota Bekasi menyatakan bahwa setiap produk yang dikeluarkan oleh pemerintahan bukan untuk kepentingan komersil. Hal tersebut dibantah oleh informan ahli yang turut menjalankan strategi pengelolaan humas, beliau menganggap tingkat keberhasilan humas dalam menyampaikan pesan bisa dilihat melalui engagement, tingkat keberhasilan yang dimaksud yaitu seberapa luas, seberapa paham, dan seberapa percayanya publik terhadap humas. Peneliti juga menyetujui hal yang disampaikan oleh informan ahli karena tugas utama humas adalah untuk menyampaikan pesan kepada publiknya, jika pesan tersebut tidak tersampaikan dengan baik dan tujuan penyampaian pesannya tidak tercapai, artinya humas gagal dalam menjalankan strategi pengelolaannya, selaras dengan teori yang dikemukakan Cutlip, Center, & Broom

(2000:424) yang menjelaskan bahwa dalam menjalankan strategi humas harus membangun kepercayaan yang diawali oleh komunikator atau humas sebagai awal keberlangsungan sebuah komunikasi (kredibilitas). Dengan membuat target, humas akan termotivasi untuk terus menyebarkan informasi seluas-luasnya. Berdasarkan pemaparan pembahasan mengenai communication-action di atas, sebagian proses dalam mengkomunikasikan dan menjalankan strategi pengelolaan sudah sesuai dengan teori, namun terdapat beberapa hal yang tidak berjalan sesuai dengan teori. Perlu adanya beberapa evaluasi agar SAKER Humas bisa berjalan dengan maksimal, dari ke-4 aspek yang peneliti kategorikan, permasalahan publikasi dan target sasaran merupakan hal yang paling penting untuk dievaluasi dan diperbaiki oleh pengelola SAKER Humas agar tujuan diciptakannya SAKER Humas bisa tercapai.

4. Mengevaluasi (Evaluation)

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijabarkan di atas, pada bagian ini peneliti akan membahas tahap terakhir dari teori yang dikemukakan oleh Scott M. Cutlip & Allen H. Center (1982:139) mengenai evaluasi, dimana praktisi humas harus memperhatikan semua proses yang telah berlangsung dan menjalankan tahapan evaluasi untuk menilai keefektifan strategi yang sedang berjalan. Dalam mengelola SAKER Humas, pengelola turut melakukan evaluasi pertiga bulan untuk meninjau kinerja dari website tersebut, namun peneliti menemukan masih banyak hal yang harus diperhatikan dan diperbaiki dalam pengelolaan SAKER Humas. Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan para pengelola secara berkala tersebut mereka lebih sering melakukan evaluasi mengenai tampilan SAKER Humas dimana hal tersebut bukanlah tanggung jawab tim pengelola dari Humas Pemerintah Kota Bekasi melainkan dari Diskominfo. Selain hal itu, hasil evaluasi yang mereka dapatkan yaitu menemukan beberapa faktor penghambat, salah satunya sering kali kebingungan melakukan klasifikasi pemberitaan karena leading sector yang belum jelas untuk mengategorikan berita dan sering kali terhambat karena keterbatasan alat untuk menunjang berjalannya SAKER Humas. Meskipun begitu Humas Pemerintah Kota Bekasi bisa melewatinya dengan mengkomunikasikan permasalahan tersebut kepada pihak-pihak terkait, seperti teori yang disampaikan oleh Ruslan (2016) bahwa humas memiliki peran sebagai mediator antar publiknya untuk menjalankan metode dan teknik komunikasi yang dapat menunjang manajemen komunikasi dan kegiatan didalamnya agar bisa mencapai tujuan bersama.

Peran humas dalam semua permasalahan yang berhubungan dengan pihak terkait harus mampu mengkomunikasikannya dengan bijak dan berusaha untuk memperkuat koordinasi, selain adanya faktor pengahambat, mereka juga menyadari bahwa adanya faktor pendukung sehingga SAKER Humas bisa terus berjalan sampai saat ini, salah satunya mendapatkan support dari pihak-pihak yang merasakan kebermanfaatan dari SAKER Humas seperti atasan, wartawan dan lainnya. Seperti yang dikatakan Ruslan (2016), bahwa aktivitas di dalam sebuah strategi humas nantinya menimbulkan komunikasi dua arah agar mampu mendelegasikan pesan kepada publiknya sehingga tercipta rasa saling percaya dan mendapatkan dukungan, tentunya pengelola bisa dikatakan berhasil karena strategi humas yang dijalankan mendapatkan dukungan dari orang banyak. Selain hasil evaluasi yang didapat pengelola selama ini, peneliti juga mengkategorikan 4 aspek dalam tahapan evaluasi strategi pengelolaan SAKER Humas yaitu mengenai isi, SDM, publikasi (penyebarluasan SAKER Humas ke masyarakat), dan target sasaran pengunjung, (Isi) dalam aspek isi, peneliti menemukan tidak ada hal yang perlu dievaluasi, namun dalam prosesnya terdapat beberapa hal yang perlu dievaluasi dan hal tersebut berkaitan dengan permasalahan SDM. (SDM) Dalam memenuhi isi SAKER Humas, SDM yang diberikan tanggungjawab khusus untuk mengelola website bisa dikatakan cukup, karena tugas yang diberikan sesuai dengan porsinya yaitu secara garis besar adalah melakukan penginputan. Namun proses yang dilalui bukan hanya penginputan saja, terdapat proses panjang di awal sebelum akhirnya bisa diinput ke dalam SAKER Humas.

Namun dalam hal ini pengelola sudah merancang strategi baru untuk direalisasikan tahun depan, yaitu dalam pengelolaan SAKER Humas nantinya akan melibatkan APD lainnya untuk turut melakukan kliping serta penginputan. Hal tersebut selaras dengan teori

yang telah disampaikan pada tahapan sebelumnya dari Erna Rustiana (2020) yang mengatakan bahwa dalam menjalankan strategi pengelolaan perlu memaksimalkan SDM yang ada, rencana dari hasil evaluasi tersebut dikarenakan pencarian topik dalam membuat kliping tidak hanya mengenai humas, pejabat, pemerintahan, dan isu terkini, melainkan juga pemberitaan yang beredar mengenai APD di lingkup Pemerintah Kota Bekasi. Dengan menggandeng APD lain untuk dijadikan sebagai bagian dari SDM atau pengelola, tentunya akan meringankan pekerjaan, mengurangi keterlambatan dan kesalahan dari pengelola SAKER Humas juga staf Humas Pemerintah Kota Bekasi. Dalam ide evaluasi ini pengelola tidak hanya memanfaatkan SDM di dalam Humas Pemerintah Kota Bekasi saja tetapi seluruh bagian Pemerintah Kota Bekasi, hal tersebut menjadi ide yang sangat menarik bagi peneliti karena pengelola mampu menyelesaikan permasalahannya dengan sangat cerdas, jika ide tersebut nantinya terealisasikan, masukkan dari peneliti mengenai perlu ditambahkan SDM mungkin sudah tidak diperlukan. Peneliti berharap apapun kebijakkan yang dibuat oleh pengelola SAKER Humas nantinya menjadi pilihan yang tepat atas dasar pertimbangan yang matang.

(Publikasi dan target sasaran) Pada aspek publikasi dan target sasaran, peneliti berpendapat bahwa pengelola SAKER Humas harus melakukan evaluasi lebih mendalam lagi. Hal tersebut dikarenakan tujuan diciptakannya SAKER Humas belum tercapai, kebermanfaatan SAKER Humas yang justru ditujukan kepada masyarakat belum tercapai karena minimnya pengetahuan masyarakat akan kehadiran SAKER Humas. Hal tersebut juga dikonfirmasi oleh pengelola dan staf humas lainnya bahwa pengunjung website SAKER Humas baru sedikit, pentingnya sebuah publikasi khususnya dalam memperkenalkan produk dari humas dikuatkan oleh teori yang dipaparkan oleh Neni Yulianita (2012) mengenai general relations (hubungan dengan masyarakat umum), yaitu humas harus menjalin hubungan baik dengan publiknya agar produk/jasa dari instansi/ perusahaan mendapatkan perhatian dari publiknya. Tentunya dalam menjalankan strategi pengelolaan SAKER Humas perlu adanya perhatian dari publiknya khususnya masyarakat kota Bekasi yang juga dijadikan target sasaran. Berkaitan dengan publikasi, pengelola juga tidak membuat target sasaran secara spesifik, dengan tidak adanya target sasaran secara spesifik artinya mereka tidak memperdulikan engagement dari SAKER Humas, hal tersebut tentunya tidak selaras dengan teori-teori humas kebanyakan yang menganggap penting sebuah engagement, seperti yang dijelaskan oleh Albertus Eko Dibyoning Putra (2012) engagement merupakan keterlibatan antara media komunikasi dengan target sasaran sehingga dapat mengetahui seberapa berpengaruhnya media tersebut terhadap kebutuhan target sasaran.

Dari kedua aspek tersebut bisa dilihat bahwa tujuan SAKER Humas belum tercapai sehingga pengelola seharusnya melakukan evaluasi lebih mendalam mengenai hal ini, terdapat beberapa masukkan dari informan ahli dan pendukung yang juga menjadi bagian dari Humas Pemerintah Kota Bekasi, yaitu seperti menambahkan kolom komentar, menambahkan kolom citizen journalisme, meminta publikasi kepada APD lain, mention SAKER Humas pada setiap postingan yang dikeluarkan oleh Humas Pemerintah Kota Bekasi melalui berbagai media (online, cetak, radio, televisi, dll). Beberapa masukkan publikasi di atas bisa dijadikan pertimbangan bagi pengelola SAKER Humas untuk merancang strategi pengelolaan yang baru, dalam hal ini peneliti juga menyarankan pengelola untuk memanfaatkan media komunikasi lainnya seperti billboard di beberapa titik sekitar wilayah kantor Pemerintah Kota Bekasi. Hal tersebut bertujuan untuk mengedukasi masyarakat akan kehadiran SAKER Humas. Peneliti menyadari bahwa hal tersebut membutuhkan anggaran, tetapi dengan menggunakan billboard sesuai dengan target sasaran yang memang ditujukan untuk masyarakat kota Bekasi. Pemilihan media komunikasi yang sesuai dalam mempublikasikan informasi merupakan hal yang penting dipertimbangkan oleh humas dengan menyesuaikan target sasaran dan tujuan instansi/perusahaan. Hal tersebut selaras dengan teori yang dikemukakan Cutlip, Center, & Broom (2000:424) mengenai strategi humas yang dikenal dengan "7-Cs PR Communications" yang salah satunya menyebutkan bahwa praktisi humas harus memilih media komunikasi yang tepat berdasarkan target sasaran yang mereka tuju, berdasarkan pemaparan pembahasan me-

ngenai evaluation di atas, peneliti mendapatkan bahwa masih banyak hal yang perlu dievaluasi oleh pengelola SAKER Humas agar tujuan diciptakannya website ini bisa tercapai, diharapkan dengan adanya pembahasan hasil penelitian ini bisa dijadikan masukkan untuk pengelola dalam mengoptimalkan website SAKER Humas.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Humas Pemerintah Kota Bekasi melakukan riset terlebih dahulu dengan cara mendengarkan opini publik mengenai hal-hal yang menyangkut kepentingan pihak-pihak terkait. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui kebutuhan publiknya sehingga strategi pengelolaan yang direncanakan selanjutnya tidak sia-sia, hasil riset yang didapat kemudian diselaraskan dengan perkembangan zaman sehingga semua strategi pengelolaan yang dirancang humas bisa berjalan secara efektif dan efisien, hasil riset tersebut juga menunjukkan rasa kepercayaan masyarakat kepada Humas Pemerintah Kota Bekasi terkait pemberitaan yang dikeluarkan dari mereka, pada kasus kali ini pengelola belum melakukan riset mengenai pengelolaan SAKER Humas melainkan riset untuk pembentukkan SAKER Humas. Humas Pemerintah Kota Bekasi sudah cukup baik dalam merancang strategi pengelolaan humas, mereka turut merancang beberapa aspek dalam sebuah pengelolaan seperti isi, SDM, publikasi, dan target sasaran, mereka merancang strategi pengelolaan berdasarkan hasil riset sebelumnya dan semua rencana yang dibuat juga turut dibenarkan oleh beberapa ahli.

Pengelola SAKER Humas dalam mengkomunikasikan dan menjalankan strategi pengelolaan sudah sesuai dengan teori yang ada, namun terdapat beberapa hal yang tidak berjalan sesuai dengan teori salah satunya mengenai pentingnya target sasaran, dalam proses memenuhi isi dari SAKER Humas sudah sesuai dengan rencana. Hanya saja keterbatasan SDM sering kali menjadi penghambat dalam penginputan karena beberapa hal yang sudah dijelaskan pada hasil penelitian dan pembahasan, selanjutnya proses publikasi dan target sasaran sudah berjalan sesuai rencana namun belum cukup efektif, hal tersebut dikarenakan pengelola hanya melakukan publikasi tanpa mempertimbangkan target sasaran. Humas Pemerintah Kota Bekasi mengakui bahwa dalam pemerintahan tidak membutuhkan engagement karena tidak bertujuan komersil, hal tersebut bersimpangan dengan teori PR yang menganggap penting feedback dari penerima informasi, perlu adanya beberapa evaluasi agar SAKER Humas bisa berjalan dengan maksimal. Dari ke-4 aspek yang peneliti kategorikan, permasalahan publikasi dan target sasaran merupakan hal yang paling penting untuk dievaluasi dan diperbaiki oleh pengelola SAKER Humas agar tujuan SAKER Humas bisa tercapai, pengelola turut melakukan evaluasi selama SAKER Humas berjalan. Ditemukan faktor pendukung (support) dan faktor penghambat (keterbatasan alat, dll) yang mereka atasi dengan menjalin komunikasi dengan baik dengan pihak- pihak terkait, pada bagian evaluasi ini perlu adanya pengoptimalisasian isi SAKER Humas dengan memperbaiki dan memaksimalkan SDM sebagai pengelola, selain itu pengelola perlu mempertimbangkan target sasaran agar publikasi yang dilakukan berhasil dan tujuan SAKER Humas tercapai. Hal tersebut disimpulkan karena engagement SAKER Humas rendah akibat minimnya pengetahuan masyarakat mengenai SAKER Humas.

B. Saran

Penelitian ini secara garis besar menjelaskan tentang strategi pengelolaan website yang dilakukan praktisi humas dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, hasil penelitian ini diharapkan bisa dimanfaatkan sebagai acuan penelitian selanjutnya dan menambah keilmuan public relations, peneliti berharap penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan referensi bagi penelitian serupa dengan menggunakan metode yang berbeda sehingga mampu menggali lebih dalam terkait pembahasan ini. Peneliti juga menyarankan untuk penelitian ini bisa dijadikan acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya mengenai strategi penangkal hoax, selain itu Peneliti menyarankan Humas Pemerintah Kota Bekasi khususnya para pengelola menjadikan skripsi ini sebagai bahan evaluasi untuk merancang kembali strategi pengelolaan humas dalam SAKER Humas agar kebermanfaatan SAKER Humas bisa tercapai, (1) Peneliti menyarankan SAKER Humas tidak hanya bergerak dalam basis website tetapi juga dikembangkan ke basis Android/IOS agar lebih mudah digunakan dan dijangkau oleh target sasaran, (2) Diharapkan penelitian ini

bisa menjadi acuan instansi pemerintahan lainnya untuk mengembangkan program serupa yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Bekasi.

DAFTAR RUJUKAN

Adnan, A. (2016). Strategi Pengelolaan Konten Informasi Publik Pada Website www.subang.go.id Oleh Pemerintah Kabupaten Subang (Studi Kasus Pada Dinas Komunikasi Dan Informatika). Bandung: Skripsi (S1) Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Program Studi Ilmu Komunikasi. Universitas Telkom.

Afrioza, Y. (2019). Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Pengelolaan Website Sebagai Media Informasi Dan Layanan Publik Di Kementrian Agama Provinsi Riau. JOM FISIP Vol.6: Edisi II, 1-15.

Andipate, A. A. (2015). Paradigma Baru Public Relations : Teori, Strategi, dan Riset. Jakarta Pusat: Pustaka Indonesia.

Ardianto, E. (2019). Metodologi Penelitian Untuk Public Relations : Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Simbiosa. Batubara, J. (2017). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu pengetahuan dalam Konseling. Jurnal Fokus

Konseling, Volume 3, No. 2, ISSN Online : 2356-2099, 95-107.

bekasi24jam. (2021, Desember 3). Hingga Hari Ini, Kominfo Temukan 2.021 Konten Isu Hoaks Covid-19. Diakses pada 10 Februari 2022, dari bekasi24jam.com: https://m.bekasi24jam.com/berita/read-3591/hingga-hari-ini- kominfo-temukan-2021-konten-isu-hoaks-covid-19

Erlita, N. (2018). The Website Management of www.ppid.dpr.go.id in Public Information. American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR), Volume-02, Issue-11, e-ISSN: 2378-703X, 17-26.

Humas Pemerintah Kota Bekasi. (2021, Juni 29). Humas Pemerintah Kota Bekasi Launching Sistem Aplikasi E- Kliping dan E-Release (SAKER Humas). Diakses pada 10 Februari 2022, dari bekasikota.go.id: https://www.bekasikota.go.id/detail/humas-pemerintah-kota-bekasi-launching-sistem-aplikasi-e-kliping-dan-e- Release-saker-humas

Humas Pemerintah Kota Bekasi. (2021, November 5). Pemkot Bekasi Masuk 6 Besar dalam Dua Kategori AMH 2021. Diakses pada 10 Februari 2022, dari bekasikota.go.id: https://www.bekasikota.go.id/detail/pemkot-bekasi-masuk- 6-besar-dalam-dua-kategori-amh-2021

Kartikasari, E. (2021). Strategi Publikasi Unit Pengelolaan Informasi Majapahit Dalam Menyampaikan Informasi Di Masa Pandemi Covid-19. eProceedings of Management Vol 8, No 5.

Kriyantono, R. (2019). Research Strategies and Media Relations in Public Relations Practices. Jurnal Komunikatif, Vol.8 No.2, 178-190.

Purnama, H., Adnan, A., & Prasetio, A. (2016). Strategi Humas Siber Melalui Pengelolaan Konten Website Pemerintah Studi kasus Website www.subang.go.id pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Subang. Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian-ISSN: 2461-0836, Volume.2 No.2, 19-25.

Putra, A. E. (2012). Efektivitas Social Media Sebagai Sarana Pembentukan Engagement Antara Brand Dengan Target Audience (Pengukuran Engagement berdasarkan IPM (Interactions per Thousand) formula pada Target Audience Account Twitter @GamelanLovers dan Account Facebook Yogyakar. Yogyakarta: Skripsi (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Program Studi Ilmu Komunikasi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Putra, R. M. (2020). Public Information Governance Through The Official Website to Improve The Accountability of Regional Budget Management : Case Study Jember Offical Website. Regional Dinamic: Journal Of Policy and Business Science (RDJPBS), Volume 1, Issues 1, e-ISSN: 2722-9343, 14-28.

Riinawati. (2021). Pengantar Teori Manajemen Komunikasi dan Organisasi. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru. Ruslan, R. (2016). Manajemen Public Relations dan Media

Komunikasi : Konsepsi dan Aplikasi. Jakarta: RajawaliPers.

Rustiana, E. (2020). Strategi Pengelolaan Berita Website UIN Raden Fatah Palembang Sebagai Media Informasi Universitas. Palembang: Skripsi (S1) Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Jurusan Jurnalistik. UIN Raden Fatah.

Rustiana, E., Hamidah, & Duku, S. (2020). Strategi Pengelolaan Berita Website UIN Raden Fatah Palembang Sebagai Media Informasi Universitas. Tabayyun Journal of Journalism Vol.1 No.1, 1-16.

Sari, F. M., & Ahmadi, D. (2017). Strategi Pengelolaan Informasi Publik pada Website ppid.bandung.go.id. Prosiding Hubungan Masyarakat ISSN: 2460-6510, Volume.3 No.2, 389-394.

Sharma, S. (2017). E-Government In Digital Era: Concept, Practice, and Development. International Journal of Science Technology and Management. Vol. No.6, Issue No.02.

Sismawati, D. (2019). Pemanfaatan Kliping Online di Lingkungan Mahkamah Agung Republik Indonesia (MARI). Jakarta: Skripsi (S1) Fakultas Adab dan Humaniora. Program Studi Ilmu Perpustakaan. UIN Syarif Hidayatullah.

Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.

Syahputra, I. (2019). Media Relations : Teori, Strategi, Praktik, dan Media Intelijen. Depok: Rajawali Pers.

Ugoani, J. N. (2020). Public Relations Practice and Its Impact on. International Journal of Economics and Business Administration, Vol.6, No.2, 63-71.

Wiratmo, L. B., Irfan, N., & Kuwantono. (2017). Website Pemerintah Daerah Sebagai Sarana Online Public Relations. Jurnal ASPIKOM, Volume 3 Nomor 2, 2017, 326-339.

Yulianita, Neni. (2012). Dasar-Dasar Public Relations. Bandung: P2U