

**PERAN HUMAS DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA  
METRO DALAM PUBLIKASI KEGIATAN WALIKOTA DAN WAKIL  
WALIKOTA METRO MELALUI MEDIA SOSIAL**

**(Tugas Akhir)**

**Oleh**

**Hesti Wijayanti  
1906071002**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2022**

## **ABSTRAK**

### **PERAN HUMAS DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA METRO DALAM PUBLIKASI KEGIATAN WALIKOTA DAN WAKIL WALIKOTA METRO MELALUI MEDIA SOSIAL**

**Oleh**

**Hesti Wijayanti**

Peran Humas memiliki fungsi penting dalam membangun citra bagi suatu instansi. Kehadiran media sosial dapat membantu humas instansi untuk mencapai tujuan bersama. Dalam hal ini Diskominfo Metro sebagai Humas Pemerintah memanfaatkan media sosial untuk membantu menyampaikan informasi secara efektif dalam penyampaian terkait kebijakan, program dan capaian kinerja yang dilaksanakan oleh Pemerintah Kota Metro kepada masyarakat. Publikasi dilakukan melalui beberapa media sosial yang dikelola humas Diskominfo Metro diantaranya, Facebook, Youtube dan Instagram. Humas Diskominfo Metro memiliki peran dalam proses publikasi di media sosial yang terdiri dari enam tahap, yaitu (1) Agenda, (2) Peliputan dan Pengumpulan Data (3) Penulisan Naskah Berita, (4) Seleksi dan Editing Foto/Video, (5) Unggah ke situs web. (6) Unggah ke media sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro dalam publikasi kegiatan Walikota dan Wakil Walikota Metro melalui media sosial. Metode penelitian yang digunakan adalah, wawancara, observasi, studi pustaka dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa publikasi kegiatan Walikota dan Wakil Walikota Metro yang dilakukan oleh Tim Humas Diskominfo Metro merupakan bentuk pelaksanaan tugas humas dalam memberikan informasi atau menjembatani informasi kepada masyarakat guna membangun hubungan yang memuaskan antara Pemerintah Kota Metro dengan masyarakat dan memungkinkan terjadinya interaksi dua arah antara instansi dengan publiknya.

**Kata Kunci : Media Sosial, Peran Humas, Publikasi**

## ***ABSTRACT***

### **THE ROLE OF PUBLIC RELATIONS DEPARTMENT OF COMMUNICATION AND INFORMATION OF METRO CITY IN PUBLICATION OF METRO MAYOR AND VICE MAYOR ACTIVITIES THROUGH SOCIAL MEDIA**

**By**

**Hesti Wijayanti**

The role of Public Relations has an important function in building an image for an agency. The presence of social media can help public relations agencies to achieve common goals. In this case, Diskominfo Metro as Government Public Relations utilizes social media to help convey information effectively in the delivery of policies, programs and performance achievements implemented by the Metro City Government to the public. Publication is carried out through several social media managed by Public Relations of Diskominfo Metro, including Facebook, Youtube and Instagram. Public Relations Diskominfo Metro has a role in the publication process on social media which consists of six stages, namely (1) Agenda, (2) Coverage and Data Collection (3) Writing News Scripts, (4) Selection and Editing of Photos/Videos, (5) Upload to website. (6) Upload to social media. The purpose of this study was to determine the role of Public Relations of the Metro City Communication and Information Office in the publication of the activities of the Mayor and Deputy Mayor of Metro through social media. The research method used is interview, observation, literature study and documentation.

The results of this study indicate that the publication of the activities of the Mayor and Deputy Mayor of Metro carried out by the Public Relations Team of Diskominfo Metro is a form of carrying out public relations duties in providing information or bridging information to the public in order to build a satisfactory relationship between the Metro City Government and the community and allow for two-way interaction between agency with the public.

**Keywords: Social Media, Role of Public Relations, Publications**

**PERAN HUMAS DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA  
METRO DALAM PUBLIKASI KEGIATAN WALIKOTA DAN WAKIL  
WALIKOTA METRO MELALUI MEDIA SOSIAL**

Oleh

**Hesti Wijayanti**

**Tugas Akhir**

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar  
**AHLI MADYA(A.Md)**

**Pada**

Program Studi Diploma III Hubungan Masyarakat  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2022**

Judul Tugas Akhir : **PERAN HUMAS DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA METRO DALAM PUBLIKASI KEGIATAN WALIKOTA DAN WAKIL WALIKOTA METRO MELALUI MEDIA SOSIAL**

Nama Mahasiswa : **Hesti Wijayanti**

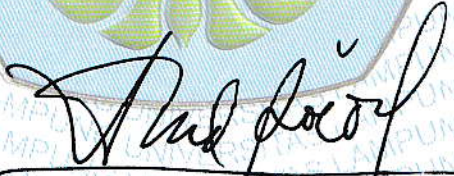
Nomor Pokok Mahasiswa : 1906071002

Program Studi : **DIII Hubungan Masyarakat**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



1. **Komisi Pembimbing**

  
**Ahmad Rudy Fardiyana S.Sos., M.Si.**  
NIP. 198105022008121002

2. **Ketua Program Studi DIII Hubungan Masyarakat**

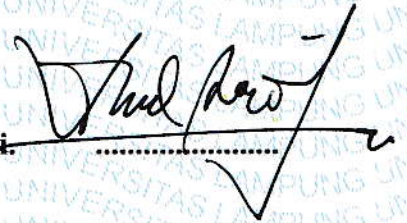
  
**Agung Wibawa S.Sos., I.M.Si.**  
NIP. 198109262009121004

**MENGESAHKAN**

1. Tim Penguji

Ketua

: **Ahmad Rudy Fardiyan S.Sos., M.Si.**



Penguji Utama

: **Agung Wibawa S.Sos., I.M.Si.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

**Dra. Ida Nurhaida, M.Si.**

**NIP. 196108071987032001**

**Tanggal Lulus Ujian Tugas Akhir : 9 September 2022**



## PERNYATAAN

Nama Mahasiswa : Hesti Wijayanti  
NPM : 1906071002  
Program Studi : DIII Hubungan Masyarakat  
Alamat : Desa Patoman II, Kec. Pagelaran, Kab. Pringsewu,  
Lampung

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang berjudul “**PERAN HUMAS DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA METRO DALAM PUBLIKASI KEGIATAN WALIKOTA DAN WAKIL WALIKOTA METRO MELALUI MEDIA SOSIAL**” adalah benar hasil karya saya sendiri bukan plagiat (milik orang lain) atau dibuatkan oleh orang lain. Apabila di kemudian hari hasil penulisan Tugas Akhir saya ada pihak lain yang merasa keberatan, maka saya bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku dan siap dicabut gelar akademik saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dalam keadaan sadar, dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 9 September 2022

Yang Membuat Pertanyaan



**Hesti Wijayanti**  
NPM. 1906071002

## RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Hesti Wijayanti yang lahir di Pringsewu pada tanggal 11 Februari 2001. Penulis merupakan anak ketiga dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Muhsinun dan Ibu Suwarni yang beralamatkan di Jl. Widoro Payung Patoman II, Kec. Pagelaran, Kab. Pringsewu, Lampung.

Jenjang pendidikan penulis bermula dari TK Aisyiyah Bustanul Athfal Patoman pada tahun 2006 dan tamat pada tahun 2007. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke SD Negeri 1 Patoman dan tamat pada tahun 2013. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan di SMP N 1 Pringsewu dan tamat pada tahun 2016. Setelah tamat di SMP, penulis melanjutkan pendidikan di SMA N 1 Pringsewu dan tamat pada tahun 2019. Dan pada tahun yang sama penulis terdaftar sebagai Mahasiswi di Universitas Lampung, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Diploma III Hubungan Masyarakat melalui jalur Vokasi. Pada akhir masa kuliah penulis melaksanakan magang di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro.



## **MOTTO**

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Al- Baqarah: 286)

“Janganlah kamu berduka cita, sesungguhnya Allah selalu bersama kita.”

(At- Taubah: 40)

“Perbanyak bersyukur dan Ingat hal baik yang sudah Allah berikan kepadamu”

(Penulis)

## **PERSEMBAHAN**

Puji syukur saya ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini.

Tugas Akhir ini kupersembahkan untuk :

Bapak dan ibu tercinta yang tanpa lelah selalu mendukungku, yang telah merawatku dengan segala kesabarannya, kebesaran hatinya, serta kasih sayang yang tiada henti dan begitu tulus. Terimakasih atas segenap cinta dan kasih sayang yang tiada tara, semua restu yang kau berikan setiap langkahku, segala doa yang terus kau panjatkan untuk yang terbaik dalam hidupku. Terimakasih atas segala nasehat yang begitu berharga. Semoga ini menjadi langkah awal yang baik.

Semoga semua bekal yang telah diberikan ini dapat menjadi kunci dalam mencapai masa depan yang gemilang.

Keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan motivasi-motivasi kepada saya untuk selalu semangat dalam menggapai impian.

Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang selalu memberikan yang terbaik bagi mahasiswanya dan berjasa dalam membimbing dan mengajarkan banyak pengalaman berharga selama menempuh dunia perkuliahan

Terimakasih juga untuk sahabat dan orang di sekelilingku yang sudah menemani dalam proses penulisan tugas akhir ini. Saya ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang berperan dan terlibat dalam penyelesaian tugas akhir ini.

## SANWACANA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini sebagai salah satu syarat dalam Program Studi Diploma III Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Dalam penyelesaian Tugas Akhir ini, penulis banyak mendapatkan bantuan saran, nasihat, bimbingan, serta data dan informasi dari berbagai pihak. Sebelumnya penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak yang telah banyak mendukung, yaitu kepada :

1. Ibu Dra. Ida Nuraida, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
2. Bapak Agung Wibawa, S.Sos.I.,M.Si., selaku Ketua Program Studi Diploma III Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Ahmad Rudy Fardiyani S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing Tugas Akhir penulis. Penulis ucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya karena sudah sangat membantu membimbing dalam mengerjakan Tugas Akhir penulis, atas waktu luang yang diberikan untuk penulis. . Terimakasih Atas saran dan masukan yang telah diberikan. Semoga Allah SWT selalu melindungi dan merahmati bapak Ahmad Rudy Fardiyani S.Sos., M.Si dan Keluarga.
4. Seluruh dosen yang telah memberikan ilmu selama penulis menempuh pendidikan di program studi Diploma III Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
5. Seluruh staf dan karyawan program studi Diploma III Hubungan Masyarakat Universitas Lampung.

6. Bapak dan ibu tercinta yang selalu mendukung, membimbing, menguatkan saya, yang telah mengorbankan seluruh jiwa dan raga dalam membesarkan saya serta memberikan doa restu yang tidak pernah putus sehingga saya bisa sampai pada tahap ini.
7. Terimakasih untuk Mamasku Heru Pradityo, Kakakku Fadli Sutopo, Mbakku Hera Destya dan Citria Afrina dan adikku Abid Khoirul Fikri yang selalu memberikan dukungan, semangat dan doa selama penulisan Tugas Akhir ini.
8. Terimakasih untuk bapak Subehi selaku Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro yang telah mengizinkan saya untuk magang di dinasny dan sudah membimbing penulis selama magang.
9. Teimakasih untuk bapak Yudha Yuniarto, Ibu Raden Rara , kak ishi, kak yola, kak deki, kak denis, kak widi, bu titik, bu anny, kak agung, kak ian, dan seluruh pegawai Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro atas bimbingan, saran, dan masukan selama penulis melaksanakan magang di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro.
10. Terimakasih untuk Andreiko Gustiyanto, yang selalu memberikan semangat, memberikan dorongan untuk menyelesaikan tugas akhir ini tepat waktu, mendengarkan keluh kesah saya, selalu menemani saya dalam keadaan apapun.
11. Terimakasih untuk sahabat-sahabatku Tiara, Azzizah, Rinelda, Olda, Vivi, Yolun, Almas dan Amanda yang sudah menjadi sahabat yang baik untukku dan selalu sabar mendengar keluh kesahku, semoga kita diperlancar dalam segala urusan.
12. Terimakasih untuk teman-teman Humas angkatan 2019, semoga kita menjadi orang yang sukses dimasa depan dan selamat berjuang untuk menuju hidup yang lebih baik.

Bandar Lampung, 9 September 2022  
Penulis

**Hesti Wijayanti**  
NPM.190607002

## DAFTAR ISI

<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>i</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>SANWACANA .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penulisan.....	4
1.5 Metode Pengumpulan Data.....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Tinjauan Tentang <i>Public Relations</i> .....	6
2.1.1 Fungsi dan Peran <i>Public Relations</i> .....	7
2.1.2 <i>Government Public Relations</i> .....	9
2.1.3 <i>Public Relations Digital</i> .....	11
2.2 Tinjauan Tentang Publikasi .....	13
2.3 Tinjauan Media Sosial dan Informasinya.....	14

### **BAB III GAMBARAN UMUM**

3.1 Sejarah Umum Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro .....	18
3.2 Struktur Organisasi .....	19
3.3 Tugas Struktur Organisasi.....	19
3.4 Tugas Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro.....	28
3.5 Fungsi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro .....	29
3.6 Visi dan Misi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro.....	29
3.7 Logo dan Makna .....	30

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil.....	32
4.1.1 Peran Humas Diskominfo Kota Metro Dalam Publikasi di Media Sosial.....	32
4.1.2 Publikasi Humas Diskominfo Metro Dalam Kegiatan Walikota Dan Wakil Walikota Metro Pada Akun Resmi Pemerintah Melalui Instagram, Facebook, dan Youtube .....	37
4.1.3 Hambatan Humas Diskominfo Metro Dalam Publikasi Melalui Media Sosial.....	57
4.2 Pembahasan .....	58

### **BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran.....	63

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Lokasi Kantor Diskominfo Kota Metro .....	18
Gambar 1. 2	Struktur Organisasi Diskominfo Kota Metro .....	19
Gambar 1. 3	Logo Kominfo .....	30
Gambar 1. 4	Profil Akun Instagram Pemerintah Kota Metro .....	37
Gambar 1. 5	Profil Akun Facebook Pemerintah Kota Metro .....	38
Gambar 1. 6	Profil Akun Youtube Pemerintah Kota Metro.....	39
Gambar 1. 7	Kegiatan Walikota Metro dalam Kegiatan Kerja Bakti Masyarakat Kota Metro .....	44
Gambar 1. 8	Kegiatan Wakil Walikota Metro Peletakan Batu Pertama Mushola Nur Jannah.....	46
Gambar 1. 9	Walikota Metro Wahdi memberi bantuan kepada warga Metro korban bencana alam puting beliung.....	48
Gambar 1. 10	Kegiatan Wakil Walikota Metro dalam kegiatan penetrasi pasar jelang bulan ramadhan.....	50
Gambar 1. 11	Kegiatan Walikota dalam pembinaan dan penyerahan bantuan stimulan kepada 100 warga binaan pada Peningkatan Peranan Perempuan Menuju Keluarga Sehat Sejahtera .....	52
Gambar 1. 12	Kegiatan Wakil Walikota Metro dalam menghadiri Musrenbang 2022 Kelurahan Metro Pusat .....	54
Gambar 1. 13	Postingan infografis pada akun media sosial Pemerintah Kota Metro .....	56

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.....	40
Tabel 2.....	42



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) adalah sebuah lembaga pelaksanaan urusan pemerintahan di bidang Komunikasi, Informasi, Persandian dan Statistik. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro dipimpin oleh Kepala Dinas yang berada di bawah dan bertanggungjawab kepada Walikota. Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Metro menyelenggarakan fungsi perumusan kebijakan teknis di bidang Komunikasi dan Informatika, penyelenggaraan urusan pemerintahan dan pelayanan umum di bidang komunikasi dan informatika, pembinaan dan pelaksanaan tugas di bidang komunikasi dan informasi, bidang informatika serta penyelenggaraan kesekretariatan dinas, penyelenggaraan pembinaan, pengawasan, pengelolaan Unit Pelaksanaan Teknis Dinas (UPTD), pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Walikota sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro dibagi dalam dua bidang yaitu Bidang Informatika dan Persandian, dan Bidang Komunikasi, Informasi dan Statistik. Dari kedua bidang tersebut salah satu bidang yaitu komunikasi, informasi dan statistik terdapat seksi Kehumasan dan dokumentasi. Kehumasan dan dokumentasi di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro memiliki tugas yaitu sebagai humas pemerintah dengan melaksanakan peliputan, pendokumentasian, pembuatan *press release* kegiatan pemerintahan dan pembangunan serta mempublikasikan dalam halaman situs web dan media sosial sekaligus bertanggung jawab sebagai pengelola akun media sosial Pemerintah Kota Metro.

Kemajuan humas sebagai ilmu dan profesi tidak lepas dari kemajuan teknologi komunikasi. Dampak teknologi komunikasi terhadap kehumasan dapat berupa media kehumasan yang sederhana atau cara pandang baru kehumasan sehingga memunculkan nama humas, sehingga hal tersebut memunculkan istilah humas digital. *Digital public relations* adalah pelaksanaan humas dengan menggunakan media canggih/online untuk berbicara dengan masyarakat pada umumnya (Laksamana, 2015). Penemuan *web 2.0* ini telah menghasilkan banyak perubahan pada aktivitas kehidupan manusia, termasuk cara berkomunikasi, berkolaborasi antara satu dengan yang lain.

Grunig (dalam Hanindyalaila 2015:200) mengemukakan bahwa kehadiran media sosial telah mengubah cara para praktisi dalam berpikir dan melaksanakan praktik-praktiknya dan beranggapan bahwa hal ini merupakan sebuah kekuatan revolusioner dalam bidang humas. Grunig juga meyakini bahwa dengan mengoptimalkan potensi yang dimiliki oleh media sosial maka praktik humas akan lebih mendunia, lebih strategis, semakin bersifat komunikasi dua arah dan interaktif, simetris atau dialogis dan lebih bertanggungjawab secara sosial. Hal ini cukup dapat mendasari bahwa pada era baru ini media sosial dapat dijadikan sebagai salah satu media yang digunakan dalam strategi *public relations* dalam berkomunikasi dengan publiknya.

Pemanfaatan media sosial sebagai media publikasi bukanlah hal baru untuk saat ini. (Nugroho, 2013) Seorang *public relations* memanfaatkan media sosial sebagai media publikasi dengan tujuan untuk memudahkan interaksi dengan publik, menampung aspirasi masyarakat, sebagai wadah dalam mengenalkan dan mempublikasikan program dan kebijakan pemerintah, serta dapat dijadikan sebagai tempat untuk melakukan klarifikasi jika suatu saat terjadi krisis pada perusahaan. Adanya media sosial dapat membantu humas instansi atau lembaga tersebut untuk mencapai tujuan bersama.

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro sebagai Humas Pemerintah memanfaatkan media sosial untuk membantu menyampaikan informasi secara efektif kepada masyarakat. Penggunaan media sosial sebagai salah satu sarana penyampaian tentang kebijakan, program dan capaian kinerja yang dilaksanakan oleh Pemerintah Kota Metro. Pengelolaan media sosial ditugaskan kepada seksi kehumasan Diskominfo Kota Metro, mulai dari proses peliputan hingga publikasi. Publikasi akan dilakukan melalui beberapa media sosial yang dikelola humas Diskominfo Kota Metro diantaranya facebook, youtube dan instagram.

Dalam hal ini salah satu peran Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro yaitu dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana publikasi kegiatan Walikota dan Wakil Walikota Metro. Dengan memanfaatkan fitur yang ada seperti fitur *feeds* atau posting konten pada akun media sosial @pemerintahkotametro yang dikelola oleh Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro. Konten yang dibagikan cukup beragam, mulai dari kegiatan yang dilakukan oleh Walikota Metro dan jajarannya, himbauan pemerintah, peringatan hari hari besar, ucapan bela sungkawa, hingga perayaan ulang tahun.

Humas memiliki peran yang sangat penting dalam menggunakan media sosial sebagai media informasi terhadap masyarakat khususnya pada Kota Metro. Tetapi, hambatan atau masalah bukan berarti tidak ada karena dengan adanya segala bentuk kemudahan dalam mendapatkan ataupun memberikan informasi. Maka dari itu, dengan semakin banyaknya variasi informasi yang ada perlu selektif dalam bertindak baik untuk komunikan dan komunikator.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan pada tugas akhir adalah “Bagaimana Peran Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro Dalam Publikasi Kegiatan Walikota dan Wakil Walikota Metro Melalui Media Sosial?”

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian tugas akhir ini adalah untuk mengetahui peran Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro dalam publikasi Kegiatan Walikota dan Wakil Walikota Metro Melalui Media Sosial.

### **1.4 Manfaat Penulisan**

Dari hasil penulisan yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat baik bagi penulis maupun bagi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro, maka manfaat penulisan Tugas Akhir ini adalah :

1. Secara Akademis

Dapat memperluas wawasan dan pengetahuan mengenai kegiatan kehumasan di instansi pemerintah dalam melakukan publikasi kegiatan pemerintahan melalui media sosial serta dapat memberikan pemahaman bagaimana sebuah instansi memanfaatkan teknologi dalam kajian humas digital.

2. Secara Praktis

Sebagai tolak ukur dan masukan pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro untuk memperbaiki kinerja dalam publikasi melalui media sosial, dan sebagai tambahan pengetahuan bagi penulis serta menjadi bahan bacaan untuk menambah wawasan bagi mahasiswa lain dan sebagai informasi untuk publik.

### **1.5 Metode Pengumpulan Data**

Untuk pengumpulan data-data yang diperlukan untuk penulisan Tugas Akhir, maka penulis menggunakan beberapa metode, yaitu:

a. Teknik Observasi

Teknik observasi merupakan teknik pengumpulan data melalui pengamatan langsung pada objek penelitian dengan mencari data-data yang berhubungan dengan penelitian terhadap peran humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro dalam publikasi kegiatan

Walikota dan Wakil Walikota Metro melalui media sosial. Penelitian ini dilakukan pada saat penulis melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) / Magang di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro yang berlokasi di Jalan Tulang Bawang No.10 A, Imopuro, Kec. Metro Pusat, Kota Metro. Pada 10 Januari 09 Maret 2022.

b. Teknik Wawancara

Wawancara merupakan pengumpulan data dan informasi secara langsung dengan memberikan pertanyaan antara narasumber dengan pewawancara. Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data dan informasi sebanyak-banyaknya dari responden, terutama tentang bagaimana peran humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro dalam kegiatan publikasi Walikota dan Wakil Walikota Metro melalui media sosial.

Penulis mewawancarai dua informan yaitu Bapak Yudha Yuniarto S.IP selaku kepala bidang komunikasi Diskominfo Kota Metro, dan Bapak R.Resza Sandecky selaku staf bagian Bidang Komunikasi sekaligus pengelola akun media sosial @pemerintahkotametro.

c. Teknik Kepustakaan

Yaitu dengan metode pengumpulan data yang terdapat di perpustakaan. Penulis mengumpulkan data dan mendapatkan informasi juga pendapat para ahli dengan menggunakan literatur bahan pustaka dan referensi yang didapat melalui sumber-sumber bacaan.

d. Teknik Dokumentasi

Metode penelitian ini dilakukan dengan cara menelaah catatan resmi dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian. Dalam teknik ini, penulis memperoleh informasi melalui foto kegiatan Walikota dan Wakil Walikota Metro yang diambil oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro yang dilakukan penulis selama berada dilapangan. Dokumentasi tersebut berupa gambar dan tulisan.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Tinjauan Tentang *Public Relations*

Hubungan masyarakat atau *Public Relations* adalah suatu usaha yang sengaja dilakukan, direncanakan secara berkesinambungan untuk menciptakan saling pengertian antara sebuah lembaga/institusi dengan masyarakat, dengan kata lain *Public Relations* merupakan bagian penting bagi pemerintahan, karena kegiatan yang dilakukan menggunakan metode kehumasan dengan membangun dan memelihara citra pemerintahan dan memastikan agar tetap terjaga dengan baik di mata masyarakat. Pengertian *Public Relations* dikemukakan oleh JC Seidel dalam Arini dan Rossa (2021:184) yang mengatakan bahwa : “*Public Relations* adalah proses yang kontinu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh *goodwill* dan pengertian dari para langganannya, pegawainya dan publik umumnya”.

Menurut Frank Jefkins dari Irene Silviani (2020:27) *Public Relations* adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua khalayak dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. Pengertian ini mempunyai arti bahwa *Public Relations* menciptakan dan memelihara saling pengertian antara organisasi dengan pihak-pihak lain yang turut berkepentingan (publik), sedangkan tujuan khusus meliputi penanggulangan masalah-masalah komunikasi yang memerlukan suatu perubahan tertentu, misalnya mengubah sikap yang negatif menjadi positif.

Selain itu, Scott M. Cutlip dkk. (2007:5), membahas definisi dari humas, yaitu fungsi manajemen khusus yang berkontribusi pada pembentukan dan pemeliharaan saluran komunikasi, saling pengertian, saling menerima dan

kerjasama antara organisasi dan khalayaknya; humas mencakup manajemen masalah; penjangkauan publik membantu manajemen tetap responsif dan mengetahui opini publik terbaru; humas membantu manajemen mengikuti perubahan, dan memanfaatkan perubahan secara efektif, dan humas dalam hal ini adalah sistem peringatan untuk trend yang diantisipasi; dan humas menggunakan penelitian dan komunikasi yang sehat dan etis sebagai alat utama.

Menurut Hairunnisa (2015:41) *Public Relations* adalah kegiatan yang membangun dan memelihara hubungan baik dengan masyarakat sekitar perusahaan, yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan perusahaan. Hal ini dilakukan agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Seorang *Public Relations* Organisasi/Perusahaan harus dapat membangun komunikasi yang baik dengan warga setempat, mengkomunikasikan program-program yang dijalankan perusahaan, dan lain sebagainya. Kegiatan dan kebijakan yang dilakukan perusahaan dan dikomunikasikan warga agar dapat menimbulkan efek dan gejala. Oleh sebab itu peran *Public Relations* sangat dibutuhkan.

### **2.1.1 Fungsi dan Peran *Public Relations***

Berdasarkan fungsinya menurut Cutlip & Centre, and Canfield yang dikutip oleh Rosady Ruslan (2012:19) menyebutkan ada empat fungsi Humas/*Public Relations*, yakni:

1. Mendukung aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama.
2. Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
3. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap organisasi yang diwakilinya, atau sebaliknya.
4. Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbang saran kepada pimpinan manajemen demi tujuan dan manfaat bersama.

5. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak.

Fungsi-fungsi humas yang disebutkan oleh Cutlip dan Center diatas termasuk pula dalam peran humas dari pendapat Rosady Ruslan. Sehingga di dalam peran humas terdapat penjabaran fungsi-fungsi humas. Seperti sebelumnya disebutkan oleh Rosady Ruslan bahwa peran humas diantaranya memiliki empat peran utama yaitu sebagai komunikator, membina *relationship*, dan sebagai *back up management* serta yang keempat adalah membentuk *corporate image*.

Selanjutnya, Menurut Rosady Ruslan (2005: 10) terdapat 4 (empat) peran utama humas yaitu:

1. Sebagai *communicator* atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publiknya.
2. Membina *relationship*, yaitu berupaya membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya.
3. Peranan *back up management*, yakni sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan.
4. *Good image maker*, artinya peranan public relations berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya.

Lebih lanjut, Rosady Roslan (2005: 10-11) menjelaskan apabila dipaparkan secara rinci, empat peran utama humas (*communicator, relationship, dan back up management*) tersebut adalah sebagai berikut:

Pertama, bertindak sebagai *communicator* dalam kegiatan komunikasi pada organisasi perusahaan, prosesnya berlangsung dalam dua arah timbal balik. Dalam hal ini, di satu pihak melakukan fungsi komunikasi yang merupakan bentuk penyampaian informasi, dilain pihak komunikasi berlangsung dalam bentuk penyampaian pesan dan menciptakan opini publik .



Kedua, membangun atau membina hubungan (*relationship*) yang positif dan baik dengan pihak publik sebagai target sasaran, yaitu publik internal dan eksternal, khususnya dalam menciptakan saling mempercayai dan saling memperoleh manfaat bersama antara lembaga/organisasi perusahaan dan publiknya.

Ketiga, peranan *back up management* yaitu sebagai pendukung atau penunjang kegiatan lain dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan seperti manajemen pemasaran, promosi, operasional, personalia dan lainnya demi mencapai tujuan bersama dalam suatu kerangka pokok tujuan perusahaan maupun organisasi.

Keempat, menciptakan citra perusahaan atau lembaga (*Good image maker*) yang merupakan tujuanakhir dari suatu aktivitas program kerja kampanye kehumasan, baik untuk keperluan publikasi maupun promosi. Peranan *public relations* mencakup bidang yang luas menyangkut hubungan dengan berbagai pihak dan tidak hanya sekedar berbentuk hubungan arti sempit, karena hubungan pribadi mempunyai peranan yang cukup besar dalam melakukan kampanye *public relations*.

Berdasarkan uraian peran humas di atas maka disimpulkan bahwa di dalam menjalankan perannya, seorang humas harus siap dalam segala kondisi apapun ketika dibutuhkan serta mampu menjalin komunikasi yang baik dalam setiap kegiatan. Humas berperan penting demi keberhasilan sebuah perusahaan karena itu ketika perusahaan membutuhkan humas harus mampu memberikan saran ataupun masukan dalam kondisi baik maupun dalam kondisi yang tidak menguntungkan.

### **2.1.2 Government Public Relations**

Tidak hanya perusahaan besar, sektor Pemerintah saat ini juga mulai menyadari fungsi dan peran Humas dalam sistem manajemen. Bagi negara yang menganut sistem demokrasi seperti Indonesia, keberadaan Humas

merupakan aspek yang wajib ada. Karena ciri pemerintah yang demokratis adalah keterbukaan informasi yang akurat serta keterlibatan masyarakatnya dalam pengambilan keputusan dalam pemerintahan.

Humas pemerintahan lebih menekankan dalam pelayanan publik demi meningkatkan pelayanan umum agar lebih baik. Melalui humas pemerintahan, program kerja pemerintah dapat terealisasi dengan baik. Humas pemerintah memberikan informasi kepada masyarakat dan memberikan pelayanan terkait program kerja dan tugas pemerintah.

Tugas utama humas dalam dinas instansi/lembaga pemerintahan :

1. Mengamati dan mempelajari tentang keinginan-keinginan dan aspirasi yang terdapat dalam masyarakat.
2. Kegiatan memberikan nasihat atau sumbang saran untuk menanggapi apa sebaiknya dilakukan oleh instansi/lembaga pemerintah seperti yang dikehendaki oleh pihak publiknya.
3. Kemampuan untuk mengusahakan terjadinya hubungan publik dengan para aparat pemerintahan.
4. Memberikan penerangan dan informasi tentang apa yang telah diupayakan oleh suatu lembaga/instansi pemerintah yang bersangkutan.

Fungsi humas dalam dunia pemerintahan menurut Rosady Ruslan adalah sebagai berikut:

1. Mengamankan kebijaksanaan pemerintah.
2. Memberikan pelayanan dan menyebarluaskan pesan atau informasi mengenai kebijaksanaan dan hingga program-program kerja secara nasional kepada pemerintah.
3. Menjadi komunikator dan sekaligus sebagai mediator yang proaktif dalam menjebatani kepentingan instansi pemerintah di satu pihak dan menampung aspirasi, serta memperhatikan keinginan-keinginan publiknya di lain pihak.

4. Berperan serta dalam menciptakan iklim yang kondusif dan dinamis demi mengamankan stabilitas dan keamanan politik pembangunan nasional, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Diskominfo berperan sebagai humas Pemerintah dalam mempublikasikan kegiatan pemerintahan yaitu sebagai jembatan komunikasi dan mempunyai peranan dalam mengatasi hal-hal yang ada di pemerintahan dan juga membangun hubungan yang baik dengan publik internal maupun eksternal kemudian melihat bagaimana respon masyarakat dari publikasi kegiatan pemerintahan dan bisa memberikan informasi yang baik agar pemerintahan kota Metro mendapatkan citra yang positif.

### **2.1.3 *Public Relations Digital***

Pada era globalisasi sekarang ini humas semakin mengikuti perkembangan zaman, internet menjadi sarana pilihan efektif bagi praktisi humas untuk melakukan kegiatannya. Internet merupakan salah satu inovasi teknologi komunikasi yang tidak bisa disepelekan begitu saja. Kehadiran internet membuat seolah dunia tanpa batas. Hal tersebut memberikan kemudahan bagi setiap orang untuk dapat berkomunikasi dan memperoleh informasi tanpa adanya batasan ruang dan waktu. Kemudahan yang berdampak pada setiap lini kehidupan manusia, salah satunya adalah kegiatan *public relations*.

*Digital public relations* atau *cyber public relations* secara harfiah berarti kegiatan *public relations* yang menggunakan media internet, serta *digital public relations* merupakan kegiatan *public relations* yang dilakukan dengan sarana media internet dalam membangun merek atau brand perusahaan dan memelihara kepercayaan, pemahaman dan citra Perusahaan kepada publik (Hidayat, 2014:116). *Digital public relations* merupakan era dimana pengguna internet sudah semakin banyak, sehingga agar tidak tertinggal dengan perkembangan zaman yang ada kini praktisi *public relations* dituntut untuk dapat memanfaatkan internet guna mendukung dan

memaksimalkan kinerjanya. Keberadaan internet digunakan dalam humas karena berfungsi untuk menjangkau khalayak yang luas. Solis dan Breakenridge (2009) menjelaskan beberapa bentuk humas digital yaitu :

a. Menjalin relasi dengan blogger

Pada era perkembangan internet dan sosial media, blogger atau penulis blog muncul sebagai kelompok berpengaruh atau publik baru. Pentingnya menjalin hubungan dengan penulis blog karena blog berisi pandangan penulis terhadap suatu produk dan pandangan penulis tersebut menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian.

b. Membuat *Social Media Releases*

Pada era sosial media, *news release* lebih cenderung dikemas menjadi sebuah cerita dan bukan sebagai sebuah promosi. *Social Media Releases* (SMR) pada dasarnya lebih menekankan pada pentingnya informasi, isi yang menarik, berguna bagi orang lain dan tidak bersifat hiperbola. *Social Media Releases* dapat berisi informasi yang sesuai dengan pandangan perusahaan seperti *market share* atau fakta-fakta menarik tentang perusahaan yang membedakannya dengan perusahaan lain dan dapat menyertakan berita lain yang mendukung informasi tersebut. *Social Media Releases* dapat disebar dengan berbagai cara misalnya melalui blog atau media sosial lainnya.

c. Pemanfaatan media sosial

Media sosial dapat digunakan untuk mengetahui pandangan publik terhadap organisasi ataupun pemerintahan. Hal tersebut dilakukan dengan cara memberikan informasi mengenai organisasi atau pemerintahan tersebut dengan mengunggah informasi di media sosial seperti instagram dan facebook.

Dari penjabaran di atas dapat disimpulkan bahwa humas digital adalah aktivitas humas yang menggunakan media internet sebagai alat atau

media untuk membentuk informasi dan publikasi. Selain itu, humas digital juga merupakan cara untuk memanfaatkan inovasi teknologi yang semakin berkembang dan media internet memungkinkan pengguna untuk merespon dengan cepat, efektif dan interaktif.

## 2.2 Tinjauan Tentang Publikasi

Publikasi adalah sebuah usaha yang dilakukan humas dalam menyebarkan pemberitaan kepada masyarakat luas tentang kegiatan yang dilakukan oleh suatu instansi dengan tujuan pemahaman publik tentang informasi, produk serta keberadaan perusahaan. Dengan publikasi dapat menghasilkan suatu citra dimata masyarakat. Citra yang positif dapat terbentuk bila publiknya memiliki persepsi yang positif mengenai perusahaan/organisasi tersebut, dimana persepsi ini harus lengkap dan tidak terbagi-bagi. Untuk memudahkan organisasi/perusahaan agar lebih dikenal oleh masyarakat, publik harus berkecukupan dalam menerima informasi mengenai yang berkesangkutanan.

Publikasi adalah kegiatan memperkenalkan perusahaan kepada publik sehingga publik dapat mengenal perusahaan, baik itu terkait dengan program perusahaan maupun kegiatan yang dilaksanakan. Publikasi biasanya dilakukan dengan kerjasama dengan pihak pers, maka dari itu perlunya menjalin hubungan yang baik dengan pihak pers. Hubungan media dan pers merupakan media kerja sama untuk kepentingan proses publikasi dan publisitas berbagai kegiatan program kerja dan untuk kelancaran aktivitas komunikasi humas dengan pihak publik (Syahputra, D.I. Hendra, Y. & Hidayat, T.W., 2018.)

Menurut Nova (2011) kegiatan publikasi yang dilakukan oleh seorang *Public Relations officer*, yaitu :

- a. Publisitas adalah penempatan berupa artikel, tulisan, foto, atau tayangan visual yang penuh nilai berita baik karena luar biasa, penting, atau

mengandung unsur-unsur emosional, kemanusiaan, dan humor secara gratis dan bertujuan untuk memusatkan perhatian terhadap suatu tempat, orang atau suatu instansi yang biasanya dilakukan oleh penerbitan umum.

- b. *Event* (acara) adalah setiap bentuk kegiatan yang dilakukan oleh PR dalam proses penyebaran informasi kepada khalayak, contoh: kampanye PR, seminar, pameran pertunjukan, dan lain-lain.
- c. *News* (pesan/berita) adalah informasi yang dikomunikasikan kepada khalayak yang dapat disampaikan secara langsung maupun tidak langsung, informasi yang disampaikan bertujuan agar dapat diterima oleh khalayak dan mendapat respon positif.
- d. *Press Release* adalah informasi dalam bentuk tulisan yang dibuat oleh Public relations suatu organisasi/perusahaan yang disampaikan kepada pengelola pers/redaksi media massa (TV, radio, surat kabar, majalah) untuk dipublikasikan dalam media massa tersebut.
- e. Penggunaan Media baru Informasi yang dikomunikasikan ke khalayak dengan menggunakan media internet seperti web, blog dan sosial media.

### **2.3 Tinjauan Media Sosial dan Informasinya**

Media sosial adalah wujud dari perkembangan teknologi berbasis internet, yang memberi kemudahan setiap penggunanya untuk berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah hubungan atau jaringan secara online. Pesatnya perkembangan media sosial dengan kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik, menjadikan media sosial sebagai sebuah media online dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Menurut Andreas M Kaplan dan Michael Haenlein (2010:53) membagi media sosial menjadi enam jenis yaitu :

a. Proyek Kolaborasi

Website memungkinkan penggunanya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun menghapus konten yang ada di situs web ini. Contohnya wikipedia

b. Blog dan microblog

Pengguna lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog ini seperti curhat ataupun mengkritik kebijakan pemerintah. Salah satu contoh layanan blog mikro adalah Twitter.

c. Konten

Sosial media yang ini lebih cenderung untuk menekankan konten-konten yang bervariasi disetiap halaman web sehingga dapat memancing para pengguna untuk melihat dan membagikannya ke khalayak seperti sosial media youtube.

d. Situs jejaring sosial

Aplikasi yang memungkinkan pengguna terhubung dengan membuat informasi pribadi sehingga mereka dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi bisa seperti foto. Contoh: Facebook.

e. *Virtual game world*

Dunia virtual, dimana mengreplikasikan lingkungan 3D, dimana pengguna bisa muncul dalam bentuk yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata. Contohnya game online.

f. *Virtual social world*

Dunia virtual yang dimana penggunanya merasa hidup di dunia virtual, sama seperti *virtual game world*, berinteraksi dengan yang lain. Namun, *Virtual Social World* lebih bebas, dan lebih ke arah kehidupan.

Dari keenam jenis media sosial yang dijabarkan diatas, terdapat media sosial yang sangat populer di masyarakat saat ini, diantaranya :

1. Facebook

Facebook adalah situs jejaring sosial tempat pengguna dapat bergabung dengan komunitas di kota, pekerjaan, sekolah, dan wilayah untuk terhubung dan berinteraksi dengan orang lain. Orang

juga dapat menambahkan teman mereka, mengirim pesan, dan memperbarui profil mereka sehingga orang lain dapat melihatnya.

Facebook didirikan pada 4 Februari 2004 oleh Mark Zuckerberg, seorang mahasiswa Harvard yang lahir pada 14 Mei 1984, dan mantan siswa SMA Ardsley. 9 Zaman keemasan Facebook dimulai pada 26 September 2006. Jejaring sosial ini terbuka untuk siapa saja dengan email yang valid. Pada September 2008, Facebook tersedia dalam lebih dari 20 bahasa. Dari definisi yang dijelaskan di atas, dapat disimpulkan bahwa Facebook adalah situs jejaring sosial yang memungkinkan penggunaanya untuk berinteraksi secara sosial dan berbagi informasi di seluruh dunia.

## 2. Instagram

Instagram adalah sosial media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara online. Pada aplikasi Instagram, memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan video ke dalam *feed* yang dapat diedit dengan berbagai filter dan diatur dengan tag dan informasi lokasi. Melalui Instagram pengguna dapat mengunggah foto dan video pendek kemudian membagikannya kepada pengguna lain. Dan juga instagram memiliki fitur lain seperti komentar, suka, *direct message*, dll.

## 3. Youtube

Youtube adalah situs berbagi video nomor satu di dunia. Ada juga yang menyebut YouTube sebagai media sosial berbasis video. Karena tidak diragukan lagi bahwa Youtube adalah situs pertama yang dikunjungi ketika seseorang membutuhkan video tertentu. Ada berbagai klip video yang diunggah oleh berbagai kelompok pengguna. Mulai dengan tutorial, klip musik, trailer film, video pendidikan, film pendek, film TV, vlog, dan banyak lagi.

Dari penjabaran diatas menunjukkan bahwa media sosial menjadi sarana komunikasi utama. Karena melalui media sosial, orang bisa berbagi informasi dan hiburan. Saat ini, informasi tentang peristiwa terbaru lebih



dahulu *update* di media sosial dibanding media massa. Adapun informasi tentang kejadian apapun juga dengan mudah dan cepat tersebar melalui media sosial. Akibatnya, banyak orang mengandalkan media sosial untuk kebutuhan informasinya, bukan karena keakuratan dan kelengkapan informasinya melainkan kecepatannya.

## BAB III

### GAMBARAN UMUM

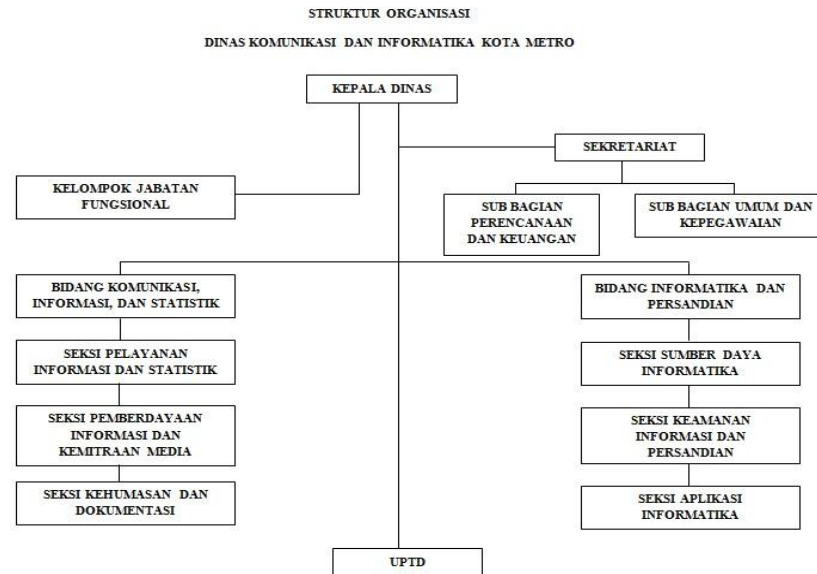
#### 3.1 Sejarah Umum Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro



**Gambar 1. 1 Lokasi Kantor Diskominfo Kota Metro**

Pada awalnya Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro bernama Dinas Perhubungan, Komunikasi dan Informatika Kota Metro hal ini berdasarkan Peraturan Daerah Kota Metro Nomor 12 Tahun 2010 Tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Metro Nomor 07 Tahun 2008 Tentang Pembentukan , Organisasi dan Tata Kerja Perangkat Daerah Kota Metro. Pada Tahun 2016 Pemerintah Daerah Kota Metro mengeluarkan peraturan daerah baru yaitu Peraturan Daerah Kota Metro Nomor 24 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan susunan Perangkat Daerah Kota Metro dalam peraturan daerah ini Dinas Perhubungan, Komunikasi dan Informatika dibagi menjadi dua kedinasan yaitu Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro dan Dinas Perhubungan Kota Metro. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro berlokasi di Jalan Tulang Bawang No.10 A, Imopuro, Kec. Metro Pusat, Kota Metro.

### 3.2 Struktur Organisasi



**Gambar 1. 2 Struktur Organisasi Diskominfo Kota Metro**

### 3.3 Tugas Struktur Organisasi

#### 1. Kepala Dinas

Dinas Komunikasi dan Informatika dipimpin oleh Kepala Dinas yang berada di bawah dan bertanggungjawab kepada Walikota. Kepala Dinas mempunyai tugas mengarahkan dan mengkoordinir seluruh kegiatan dan pelaksanaan tugas di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro.

#### 2. Sekretariat

Sekretariat mempunyai tugas pokok melaksanakan penyusunan perencanaan, penatausahaan keuangan, urusan umum, urusan kepegawaian serta pengkoordinasian tugas-tugas bidang. Untuk melaksanakan tugas tersebut, sekretariat menyelenggarakan fungsi :

- 1) Penyusunan bahan kebijakan dibidang perencanaan, pelaporan;
- 2) Pelaksanaan penyusunan perencanaan dan pelaporan;
- 3) Penatausahaan keuangan;

- 4) Penyelenggaraan urusan umum;
- 5) Penyelenggaraan urusan kepegawaian;
- 6) Pengkoordinasian pelaksanaan tugas-tugas bidang dan UPTD;
- 7) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Pada Sekretariat mempunyai dua sub bagian yaitu:

A. Sub Bagian Perencanaan dan Keuangan

Sub Bagian Perencanaan dan Keuangan mempunyai tugas, melaksanakan penyusunan perencanaan, pelaporan, dan penatausahaan keuangan dinas, dengan penjabaran tugas sebagai berikut :

- a. Menyusun bahan kebijakan teknis dibidang penatausahaan keuangan lingkup dinas;
- b. Mengkoordinasikan penyusunan perencanaan dan pelaporan;
- c. Melaksanakan penyusunan bahan perencanaan meliputi : Rencana Strategis (RENSTRA), Rencana Kerja Tahunan (RENJA) dan perencanaan dinas lainnya;
- d. Melaksanakan penyusunan bahan pelaporan meliputi : Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP), bahan penyusunan laporan keterangan pertanggungjawaban (LKPJ) Walikota lingkup dinas dan laporan dinas lainnya;
- e. Membina penyelenggaraan fungsi perencanaan dan pelaporan dinas;
- f. Mengkoordinasikan penyusunan Rencana Kegiatan dan Anggaran (RKA) dan Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA);
- g. Menyusun rencana kebutuhan anggaran rutin dinas;
- h. Melaksanakan penatausahaan keuangan dinas;
- i. Melaksanakan pembinaan perbendaharaan;
- j. Menyusun laporan keuangan dinas, meliputi : Laporan Realisasi Anggaran (LRA), Neraca, Catatan Atas Laporan Keuangan, Laporan Keuangan Tahunan dan Berkala, serta laporan keuangan lainnya;

k. Melaksanakan tugas lain yang diberikan atasan sesuai tugas.

#### B. Sub Bagian Umum dan Kepegawaian

Sub Bagian Umum dan Kepegawaian mempunyai tugas, melaksanakan kegiatan surat-menyurat, tata naskah dinas, kearsipan, memberi layanan administrasi umum kepegawaian, dengan penjabaran tugas sebagai berikut :

- a. Menyusun bahan kebijakan teknis dibidang perencanaan pelaporan dan kepegawaian lingkup dinas;
- b. Melaksanakan penatausahaan surat-menyurat;
- c. Menyelenggarakan urusan rumah tangga dinas;
- d. Melaksanakan pengadaan barang dan inventaris serta pengelolaan aset dinas;
- e. Melaksanakan tugas kehumasan, organisasi dan tata laksana;
- f. Melaksanakan pelayanan administrasi kepegawaian;
- g. Melaksanakan penyusunan data dan informasi kepegawaian;
- h. Menyiapkan bahan pembinaan kepegawaian;
- i. Melaksanakan tugas lain yang diberikan atasan sesuai tugas.

#### 3. Bidang Komunikasi, Informasi dan Statistik

Bidang Komunikasi dan Informasi mempunyai tugas melaksanakan pengelolaan Komunikasi, Informasi dan Statistik. Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud, Bidang Komunikasi Informasi, dan Statistik mempunyai fungsi :

- 1) Pengelolaan pelayanan informasi dan statistik,
- 2) Pemberdayaan informasi
- 3) Pelaksanaan kemitraan media, kehumasan dan dokumentasi, dan
- 4) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya Bidang Komunikasi, Informasi dan Statistik dipimpin oleh seorang Kepala Bidang dengan seksi masing-masing mempunyai tugas pokok dan fungsi sebagai berikut :

##### A. Seksi Pelayanan Informasi dan Statistik

Seksi Pelayanan Informasi dan Statistik mempunyai tugas melaksanakan pengelolaan pelayanan informasi dan statistik, dengan penjabaran tugas sebagai berikut:

- a. Menyusun kebijakan teknis di bidang pelayanan informasi dan statistik;
- b. Melakukan pengumpulan, pengolahan, dan analisis data pelayanan informasi dan statistik;
- c. Menyelenggarakan kegiatan fasilitasi dan pelayanan informasi publik serta pengembangan statistik sektoral;
- d. Melaksanakan pelayanan informasi publik dan koordinasi serta fasilitasi penyelenggaraan kerjasama pengembangan statistik sektoral seluruh perangkat daerah;
- e. Menyiapkan kegiatan pembuatan Daftar Informasi Publik (DIP).
- f. Menyiapkan kegiatan penyelenggaraan pusat informasi publik;
- g. Menyiapkan kegiatan fasilitasi pemberdayaan Kelompok Informasi Masyarakat (KIM);
- h. Melaksanakan pembinaan, monitoring dan evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan pelayanan informasi dan statistik sektoral;
- i. Mengumpulkan dan mengolah data dalam rangka perencanaan teknis data statistik dan informasi;
- j. Melaksanakan koordinasi dan fasilitasi penyelenggaraan kerjasama pengembangan statistik daerah;
- k. Menyelenggarakan statistik daerah;
- l. Menyiapkan bahan pemberian dukungan penyelenggaraan survey antar sensus untuk pengumpulan data.
- m. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

#### B. Seksi Pemberdayaan Informasi dan Kemitraan Media

Seksi Pemberdayaan Informasi dan Kemitraan Media mempunyai tugas melaksanakan pengelolaan dan pemberdayaan informasi dan kemitraan media, dengan penjabaran tugas sebagai berikut:

- a. Menyusun kebijakan teknis dan petunjuk teknis seksi pemberdayaan Informasi dan Kemitraan Media;
  - b. Melaksanakan pengumpulan, pengolahan, dan analisis data pemberdayaan Informasi dan Kemitraan Media;
  - c. Melaksanakan penyiapan sarana prasarana pendukung penyebaran informasi;
  - d. Melakukan pembinaan, Pemberdayaan Informasi dan Kemitraan Media;
  - e. Melaksanakan kerjasama dan kemitraan dengan Media Massa, Cetak dan Elektronik;
  - f. Mempublikasikan berita dan informasi tentang pembangunan serta kebijakan pemerintah daerah melalui media massa dan media tradisional;
  - g. Melaksanakan sosialisasi kebijakan, prestasi dan program Pemerintah Daerah melalui media luar ruang;
  - h. Menerbitkan bahan dokumentasi informasi publik melalui majalah, buletin, tabloid, *leaflet*, *pamflet*, *booklet*, kalender, kliping berita dan sejenisnya;
  - i. Menyiapkan iklan layanan masyarakat; dan
  - j. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan
- C. Seksi Kehumasan dan Dokumentasi
- Seksi Kehumasan dan Dokumentasi mempunyai tugas melaksanakan fungsi pengelolaan hubungan kehumasan dan dokumentasi, dengan penjabaran tugas sebagai berikut:
- a. Menyusun bahan kebijakan teknis bidang Kehumasan dan Dokumentasi;
  - b. Mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data tentang Kehumasan dan Dokumentasi;
  - c. Menyusun petunjuk teknis pengelolaan Kehumasan dan Dokumentasi;
  - d. Melaksanakan pembinaan kehumasan dan dokumentasi;
  - e. Melaksanakan fungsi kehumasan Pemerintah Daerah;

- f. Melaksanakan koordinasi kehumasan pada unit kerja pemerintah daerah;
- g. Melaksanakan jumpa pers dan dialog publik;
- h. Melaksanakan peliputan, pendokumentasian, pembuatan press release kegiatan pemerintahan dan pembangunan serta mempublikasikan dalam halaman situs web dan media sosial;
- i. Mempromosikan potensi dan hasil pembangunan daerah;
- j. Melaksanakan pameran promosi pembangunan; dan
- k. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

#### 4. Bidang Informatika dan Persandian

Bidang Informatika dan Persandian mempunyai tugas pokok melaksanakan penyusunan program, petunjuk teknis, kebijakan dan operasional pada bidang Informatika dan Persandian. Untuk melaksanakan tugas tersebut, bidang informatika dan Persandian menyelenggarakan fungsi :

- 1) Pelaksanaan pengelolaan sumberdaya informatika;
- 2) Pelaksanaan penerapan Keamanan Informasi dan Persandian;
- 3) Penyediaan aplikasi informatika Pemerintahan Daerah;
- 4) Pelayanan dan pembinaan di bidang informatika dan persandian; dan
- 5) Pelaksanaan tugas yang lain yang diemban oleh Atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

##### A. Seksi Sumber Daya dan Informatika

Seksi Sumberdaya Informatika mempunyai tugas pokok, membangun dan mengelola infrastruktur, mengelola jaringan komputer yang menghubungkan seluruh unit kerja yang dapat digunakan dalam beberapa aplikasi yaitu jaringan internet, jaringan sistem informasi, akses audio visual, serta pelayanan dan pembinaan di bidang sumberdaya informatika dengan penjabaran tugas sebagai berikut :

- a. Menyusun kebijakan teknis di bidang Sumberdaya Informatika;



- b. Menyelenggarakan pembangunan, pengelolaan dan pengembangan infrastruktur serta perangkat keras di bidang teknologi informasi;
- c. Melaksanakan pemasangan dan pemeliharaan jaringan internet dan komputer antar unit kerja;
- d. Memasang dan memelihara sarana dan perangkat untuk melaksanakan komunikasi data berupa file, audio maupun visual;
- e. Menyediakan akses internet pada setiap Organisasi Perangkat Daerah, Kelurahan dan Fasilitas Publik .
- f. Memberikan rekomendasi terhadap permohonan izin penyelenggaraan jaringan tetap tertutup lokal *wireline (end to end)* dalam lingkup kota;
- g. Memberikan rekomendasi izin untuk keperluan penggelaran kabel telekomunikasi;
- h. Memberikan rekomendasi izin radio;
- i. Mengelola *Closed Circuit Television (CCTV)* dan Wifi Publik; dan
- j. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

#### B. Seksi Keamanan Informasi dan Persandian

Seksi Keamanan Informasi dan Persandian mempunyai tugas pokok merencanakan dan mengembangkan keamanan informasi, penerapan aplikasi sistem informasi dan pengolahan data, dan persandian sesuai kebutuhan Pemerintah Daerah serta pelayanan dan pembinaan di bidang pengembangan keamanan informasi dan persandian, dengan penjabaran tugas sebagai berikut:

- a. Merumuskan kebijakan keamanan informasi dan persandian di lingkungan pemerintah daerah;
- b. Menyusun peraturan teknis tata kelola persandian untuk pengamanan informasi yang meliputi pengelolaan informasi, berklasifikasi, pengelolaan sumber daya manusia sandi, pengelolaan perangkat lunak persandian, pengelolaan perangkat keras persandian dan pengelolaan jaring komunikasi sandi;

- c. Menyusun peraturan teknis operasional pengelolaan dan pengamanan komunikasi sandi antar perangkat daerah di lingkungan Pemerintah Kota;
- d. Menyusun peraturan teknis, pelaksanaan, pengawasan dan evaluasi terhadap pelaksanaan pengelolaan informasi berklasifikasi, pengelolaan sumber daya persandian, operasional pengelolaan komunikasi sandi dan operasional pengamanan komunikasi sandi;
- e. Melakukan pengukuran tingkat kerawanan dan keamanan informasi di lingkungan perangkat daerah;
- f. Mengelola informasi berkalsifikasi melalui pengklasifikasian dan pengamanan informasi milik pemerintah daerah;
- g. Mengelola proses pengamanan informasi milik pemerintah daerah;
- h. Mengirimkan, menyimpan, memanfaatkan pemanfaatan dan menghancurkan informasi berklasifikasi;
- i. Meningkatkan kesadaran pengamanan informasi di lingkungan pemerintah daerah dan pengembangan kompetensi sumber daya manusia sandi melalui program pendidikan, pelatihan, fasilitasi asistensi, bimbingan teknis, workshop dan atau seminar;
- j. Mengadakan, menyimpan, mendistribusikan dan memusnahkan perangkat lunak dan perangkat kertas persandian;
- k. Memelihara dan memperbaiki terhadap perangkat lunak dan perangkat keras persandian dan jaringan komunikasi sandi;
- l. Menyusun rencana kebutuhan perangkat lunak dan perangkat keras persandian serta unsur pengelola dan pengguna dalam rangka operasional komunikasi sandi antar perangkat daerah di lingkungan Pemerintah Kota;
- m. Merancang pola hubungan komunikasi sandi antar perangkat daerah di lingkungan Pemerintah Kota;
- n. Melaksanakan pengamanan terhadap kegiatan/aset/fasilitasi/ instalasi penting/vital/kritis melalui kontra penginderaan dan atau metode pengamanan persandian lainnya;

- o. Melakukan pengelolaan *Security Operation Center* (SOC) dalam rangka pengamanan sistem elektronik Pemerintah Daerah;
- p. Melaksanakan pengamanan data, backup data, pemeliharaan dan penyimpanan sistem dan Data Center (DC);
- q. Melakukan pemulihan data atau sistem (*recovery* data dan informasi) jika terjadi gangguan operasional persandian dan keamanan informasi dengan layanan *Disaster Recovery Center* (DRC);
- r. Melaksanakan audit Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK);
- s. Menyelenggarakan internet sehat, kreatif, inovatif, dan produktif;
- t. Mengkoordinasikan pelaksanaan kegiatan jabatan fungsional Sandiman, dan;
- u. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

#### C. Seksi Aplikasi dan Informatika

Seksi Aplikasi Informatika mempunyai tugas pokok mendesain, mengembangkan dan melaksanakan program situs web Pemerintah Daerah dengan memperbarui berita dan data, membina situs web milik unit kerja lain serta pelayanan dan pembinaan di bidang aplikasi informatika dengan penjabaran tugas sebagai berikut :

- a. Menyusun kebijakan teknis di bidang Aplikasi Informatika;
- b. Membuat, mengelola dan mengembangkan aplikasi situs web milik Pemerintah Daerah dan web milik dinas;
- c. Mengelola nama domain dan subdomain untuk seluruh unit kerja, yang terintegrasi dalam situs web milik Pemerintah Daerah;
- d. Mengelola perangkat dan konten *Command Center*;
- e. Melakukan koordinasi dan pembinaan terhadap operator situs web pada perangkat daerah;
- f. Menyelenggarakan dan menyusun kebijakan, standar, pedoman dan prosedur serta melaksanakan bimbingan teknis dan Evaluasi Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE);

- g. Mengelola perangkat *mainframe* dan server data base;
- h. Melaksanakan analisis kebutuhan terhadap aplikasi perangkat lunak serta penerapannya dalam lingkup pemerintah daerah;
- i. Menerima dan melaksanakan terhadap permohonan kebutuhan aplikasi perangkat lunak instansi lain;
- j. Melaksanakan perancangan dan pembuatan aplikasi perangkat lunak dan penempatan dalam server milik Pemerintah Daerah atau sewa pada pihak lain baik secara *offline* maupun *online*;
- k. Mengumpulkan, mengolah dan menganalisis data serta mengelola sistem data elektronik;
- l. Melakukan pengembangan sistem informasi atau perangkat lunak baru maupun yang telah ada;
- m. Mengelola pemanfaatan dan keamanan aplikasi sistem informasi dan;
- n. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

#### 5. Unit Pelaksana Teknis Daerah(UPTD) Radio Metropolitan

Pengaturan mengenai Unit Pelaksanaan Teknis Daerah(UPTD) akan dilakukan lebih lanjut dengan peraturan Walikota.

### **3.4 Tugas Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro**

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Metro Nomor 24 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Metro Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro dipimpin oleh Kepala Dinas yang berada dibawah dan bertanggung jawab terhadap Walikota. Mempunyai tugas yaitu melaksanakan urusan pemerintahan di bidang Komunikasi, Informatika, Persandian dan Statistik.

### 3.5 Fungsi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro

Untuk melaksanakan tugas diatas, Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Metro menyelenggarakan fungsi :

- 1) Perumusan kebijakan teknis di bidang Komunikasi dan Informatika
- 2) Penyelenggaraan urusan pemerintahan dan pelayanan umum di bidang Komunikasi dan Informatika
- 3) Pembinaan dan pelaksanaan tugas di Bidang Komunikasi dan Informasi, Bidang Informatika serta penyelenggaraan Kesekretariatan Dinas
- 4) Penyelenggaraan pembinaan, pengawasan, pengelolaan Unit Pelaksanaan Teknis Dinas(UPTD)
- 5) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Walikota sesuai dengan tugas dan fungsinya

### 3.6 Visi dan Misi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro

#### A. Visi

“Menuju Dinas Komunikasi dan Informatika yang Inovatif dan Informatif”

#### B. Misi

“Mewujudkan pemerintahan Kota Metro yang *good governance* dan *clean INORMgovernment* melalui peningkatan kualitas pelayanan publik”

### 3.7 Logo dan Makna



**Gambar 1. 3 Logo Kominfo**

Arti Visualisasi Logo Departemen Komunikasi dan Informatika menurut KEPMENKOMINFO No. 144/KEP/M.KOMINFO/4/2007 tentang Penetapan Logo Departemen Komunikasi dan Informatika Menteri Komunikasi dan Informatika adalah sebagai berikut:

- A. Bentuk dasar mengambil dari unsur-unsur sebagai berikut :
- 1) Secara menyeluruh bentuk logo ini terbentuk dari susunan tiga huruf C yang merupakan singkatan dari : *Communication, Content and Computer*, yang merupakan bidang utama tugas Departemen Komunikasi dan Informatika.
  - 2) Bentuk geometris yang membentuk tiga bidang yang secara optis bersumber dari satu titik pusat memutar menyebar atau melebar, mengandung pengertian bahwa Kominfo mempunyai tugas untuk meningkatkan akses komunikasi dan pos yang berkualitas, merata dan terjangkau, juga menggambarkan unsur kegiatan penyiaran. Bentuk ini juga secara garis besar membentuk lingkaran, menyiratkan kemandirian.
  - 3) Secara sepintas bentuk logo ini menyerupai sebuah kerang, terinspirasi oleh Nafiri, alat komunikasi tradisional yang sering dipakai oleh leluhur bangsa Indonesia untuk berkomunikasi.

B. Warna:

- 1) Merupakan kombinasi warna biru, yang mempunyai karakter, Lugas, Kokoh, Teknologis, Dinamis, Optimis dan Profesionalisme.
- 2) Aksen warna biru muda, selain menambah kesan estetis, juga menyiratkan pengertian “perlindungan terhadap kepentingan public” (digambarkan dengan bidang biru muda yang ‘dipayungi’ oleh dua bidang biru).

C. Tipography:

- 1) Logotype menggunakan tipe huruf FUTURA MD Bt, yang mempunyai karakter Lugas, Berwibawa dan Modern.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa peran humas di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro, sebagai berikut:

- a. Peran Humas Diskominfo Kota Metro dalam proses publikasi sehingga menjadi informasi di media sosial yaitu terdiri dari enam tahap : (1) Agenda kegiatan, (2) Peliputan atau pengumpulan data, (3) Penulisan naskah berita, (4) Seleksi dan Editing Foto/Video, (5) Unggah ke situs web (6) Unggah di media sosial.
- b. Sebagai *Communicator* : Humas Diskominfo Metro sebagai komunikator menjadi jembatan komunikasi antar organisasi dengan publiknya yang mempunyai peranan sebagai pihak yang membawa pesan, dan informasi hal-hal yang ada dipemerintahan. Humas Diskominfo Metro melakukan publikasi kepada masyarakat tentang kegiatan pemerintahan, himbauan, ucapan hari besar dan belasungkawa, pembangunan dan prestasi Pemerintah Kota Metro melalui akun media sosial Pemerintah Kota Metro.
- c. Sebagai *Relationship* : Dalam menjalankan peran sebagai *relationship*, Humas Diskominfo Metro membangun hubungan baik dengan publik internal dan eksternal, publik internal seperti atasan dan bawahan didalam instansi pemerintahan, sedangkan eksternal memberikan informasi kepada masyarakat melalui akun media sosial Pemerintah Kota Metro, menjalin kerja sama dengan media, menjalin hubungan baik dengan organisasi kewartawanan yang ada di Metro.
- d. Sebagai *Backup Management*: Humas Diskominfo Metro dalam melakukan *backup management* memegang peranan penting dalam



meningkatkan kualitas dan reputasi pemerintahan. Untuk meningkatkan hal tersebut, Humas Diskominfo Metro menerapkannya melalui publikasi pada akun media sosial instagram, facebook dan youtube menggunakan akun @pemerintahkotametro. Diskominfo mempublikasikan rencana pembangunan daerah pemerintah Kota Metro, Diskominfo Metro berperan penting dalam membantu dan mensukseskan program kerja serta menjaga hubungan baik dengan masyarakat. Publikasi ini bertujuan untuk memberikan akses informasi yang memadai kepada masyarakat mengenai kebijakan, program kerja, dan pembangunan daerah agar masyarakat mengetahui kegiatan yang dilakukan oleh Walikota dan Wakil Walikota Kota Metro.

- e. Sebagai *Good Image Maker* : Dalam menjalankan perannya sebagai *good image maker*, Humas Diskominfo Kota Metro berusaha meningkatkan kualitas dalam publikasinya kepada masyarakat, serta menyampaikan kegiatan-kegiatan dan prestasi Pemerintah Kota Metro yang bertujuan untuk menciptakan citra baik organisasi di mata masyarakat agar mendapatkan respon dan citra yang positif, dengan itu masyarakat lebih mengenal dan lebih mengetahui bagaimana fungsi dan peran dari Walikota dan Wakil Walikota Metro dan pejabat pemerintahan dalam melakukan segala bentuk kegiatan yang dipublikasikan melalui akun media sosial Pemerintah Kota Metro.

## 5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian di Diskominfo Kota Metro, maka dapat diberikan beberapa saran atau masukan sebagai berikut:

- a. Dalam menggunakan media sosial sebagai media utama publikasi Diskominfo Metro, penulis berharap Diskominfo Metro bisa melakukan upaya menaikkan *followers* atau pengikut secara aktif dengan tujuan untuk meningkatkan popularitas media sosial Pemerintah Kota Metro dan Diskominfo Metro dengan mengadakan kuis berhadiah dengan tujuan lain agar pengikut media sosial Pemerintah Kota Metro terlihat aktif. Sehingga

masyarakat mengetahui keberadaan akun media sosial tersebut dan mendapatkan *feedback* yang lebih.

- b. Dalam setiap publikasi kegiatan Walikota dan Wakil Walikota Metro yang dilakukan Diskominfo Kota Metro melalui media sosial, penulis berharap Diskominfo membuka ruang publik seperti melakukan *QnA(Question and Answer)* pada *instastory* atau melakukan upaya interaksi dengan *followers* dan membalas komentar para *followers* yang ada pada postingan di media sosial tersebut. Karena pada dasarnya peran humas harus menjalin relasi yang baik dan membutuhkan *feedback* dari masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Cutlip, Scott M., dkk. 2007. *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana.

Evadianti, Yuli. dkk. 2021. *Public Relation*. Bantul:Penerbit Ikatan Guru Indonesia (IGI) DIY.

Hairunnisa. 2015. *Public Relations*. Yogyakarta:Graha Ilmu

Nabila, Dhifa, dkk.2020. *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*. (n.p.): Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang bekerjasama dengan Inteligencia Media (Intrans Publishing Group).

Ruslan, Rosady. 2005. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation*. Jakarta:PT Rajagrafindo Persada

Ruslan, Rosady. 2012. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi konsepsi dan aplikasi*. Jakarta:PT Rajagrafindo Persada

Rachmawati, Hilda.2021. *Komunikasi Merek Di Media Sosial & Penerapannya Pada TV Berita*. (n.p.): Deepublish.

Silviani, Irene. 2020. *Public Relations Sebagai Solusi Komunikasi Krisis*. Surabaya:Scopindo Media Pustaka.

Hidayat, Dasrun. 2014. *Media Public Relations: Pendekatan Studi Kasus Cyber Public Relations Sebagai Metode Kerja Public Relations Digital*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

## **Jurnal**

Abidin, Kaimala Zurnai dan Asep Soegiarto. 2021. Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Publikasi Subbagian Protokol Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Timur. *Jurnal Riset Komunikasi* Vol 9 No. 2 hal 239. Diakses pada tanggal 21 Mei 2022 melalui <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRKom/article/view/11928>

Cahyono, A. S. 2016. PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA. *Publiciana*, Vol 9 No.1. Diakses pada tanggal 13 Juni 2022 melalui <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79/73>

Kaplan, Andreas dan Michael Halein. 2010. Sekolah Sebagai Filter Komunikasi Budaya. *Jurnal Mahasiswa Program Bidikmisi Ilmu Komunikasi Fisip*. Semarang. Diakses pada tanggal 13 Juni 2022 melalui <http://repository.ut.ac.id>

Laksamana, Agung. (2015). Profesi *Public Relations* Indonesia dalam Era Digital. *Jurnal Public Relations Indonesia* Vol.2 No.3 hal. 6-16. Diakses Melalui [https://www.academia.edu/35944298/Jurnal PR Indonesia Vol. 2 No. 3 Nov](https://www.academia.edu/35944298/Jurnal_PR_Indonesia_Vol._2_No._3_Nov)

Mardhiah, Ainol. 2008. Eksistensi Public Relations (Hubungan Masyarakat) Pada Suatu Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Manajemen* Vol 6 No.2. Universitas Brawijaya. Diakses pada tanggal 09 Juni 2022 melalui <https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/1893/1415>

Nugroho, A. (2013). Strategi Humas Dalam Mempublikasikan Informasi Pelayanan Publik Pada Pt Pln (Persero) Rayon Di Samarinda Iilir. *Ejournal Ilmu Komunikasi*, 2013, 1 (2) : 324 – 340. Diakses pada tanggal 10 Juni 2022 melalui <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id>

Pienrasmi, Hanindyalaila. 2015. Pemanfaatan *Social Media* oleh Praktisi *Public Relations* di Yogyakarta. *Jurnal Komunikasi* Vol 9 hal 200. Diakses pada tanggal 20 Mei 2022 melalui <https://journal.uui.ac.id/jurnal-komunikasi/article/download/7179/6363>

Rifandi, Dimas Ahmad dan Irwansyah. 2021. Perkembangan Media Sosial pada Humas Digital dalam Industri 4.0. *Jurnal Simbolika*, 7(2) hal 143. Diakses pada tanggal 20 Mei 2022 melalui <https://ojs.uma.ac.id/index.php/symbolika/article/download/5376/3563>

Satira, Arini Ulfa dan Rossa Hidriani. 2021. Peran Penting Public Relations Di Era Digital. *Jurnal Internasional Sadida* Vol 1 No. 1. Diakses pada tanggal 13 Juni 2022 melalui <https://journal.arraniry.ac.id/index.php/sadida/article/download/1612/842>

Syahputra, D.I. Hendra, Y. & Hidayat, T.W. (2018). Peran Humas Dalam Membangun Citra Pemerintahan Sumatera Utara Pada Kantor Biro Humas Gubernur. *PERSPEKTIF*, 7 (1): 24-29

**Sumber lain:**

Peraturan Walikota Metro Nomor 39 Tahun 2019 Tentang Perubahan Ketiga Atas Peraturan Walikota Metro Nomor 31 Tahun 2016 Tentang Susunan Tugas dan Fungsi Perangkat Daerah Kota Metro, hal 115-121.