

**MANAJEMEN HUMAS DISKOMINFOTIK PROVINSI LAMPUNG
DALAM MENYEDIAKAN SUMBER BERITA RESMI DAN
TERPERCAYA PADA WEBSITE @diskominfotik.lampungprov.go.id**

(Tugas Akhir)

Oleh :

Oyenda Maretha Gp

NPM 2106071004



**PROGRAM STUDI DIPLOMA III HUBUNGAN MASYARAKAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

**MANAJEMEN HUMAS DISKOMINFOTIK PROVINSI LAMPUNG
DALAM MENYEDIAKAN SUMBER BERITA RESMI DAN
TERPERCAYA PADA WEBSITE @diskominfotik.lampungprov.go.id**

Oleh :

Oyenda Maretha Gp

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 Universitas Lampung**



**PROGRAM STUDI DIPLOMA III HUBUNGAN MASYARAKAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG**

2024

ABSTRAK

Manajemen Humas Diskominfo Provinsi Lampung Dalam Menyediakan Sumber Berita Resmi dan Terpercaya Pada Website @diskominfo.lampungprov.go.id

Oleh

Vyerda Maretha Gp

Keberadaan internet sebagai media online membuat informasi yang belum terverifikasi benar atau tidaknya tersebar dengan sangat cepat. Hanya dalam hitungan detik, maka suatu peristiwa sudah bisa langsung tersebar dan diakses oleh pengguna internet melalui media sosial. Berdasarkan peraturan Gubernur Nomor 11 Tahun 2014, Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik (Diskominfo) Provinsi Lampung mempunyai tugas menyelenggarakan sebagian urusan pemerintahan provinsi di bidang komunikasi dan informatika berdasarkan asas otonomi yang menjadi kewenangan, dekon-sentrasi dan tugas pembantuan serta tugas lain sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan oleh Gubernur berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi Pustaka. Hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa Manajemen Humas Diskominfo Provinsi Lampung meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengendalian, sampai dengan tahap evaluasi untuk memastikan kepercayaan publik terhadap diakses dengan mudah oleh masyarakat khususnya melalui website resmi @diskominfo.lampungprov.go.id, serta memastikan pesan-pesan yang disampaikan konsisten dan tepat waktu.

Kata kunci : Manajemen Humas, Sumber Berita, Humas Pemerintah, Diskominfo Provinsi Lampung

ABSTRACT

Public Relations Management of the Lampung Provincial Communication and Information Technology Office in Providing Official and Reliable News Sources on the Website @diskominfotik.lampungprov.go.id

By

Vyerda Maretha Gp

The existence of the internet as an online medium enables unverified information to spread very quickly, whether it is true or not. In a matter of seconds, an event can be disseminated and accessed by internet users through social media. According to Governor Regulation Number 11 of 2014, the Department of Communication, Informatics, and Statistics (Diskominfotik) of Lampung Province has the task of administering certain provincial government affairs in the fields of communication and informatics based on principles of autonomy within the authority of decentralization, support, and other tasks in accordance with policies set by the Governor based on prevailing laws and regulations. This research employs a qualitative method with data collection techniques including interviews, observations, and literature studies. The results and discussions indicate that the Public Relations Management of Diskominfotik Lampung Province encompasses planning, organizing, executing, controlling, and evaluating stages to ensure public trust. Information is easily accessed by the community, particularly through the official website @diskominfotik.lampungprov.go.id, and ensures that the messages conveyed are consistent and timely.

Keywords: Public Relations Management, News Sources, Government Public Relations, Lampung Provincial Communication and Information Technology Office

Judul Tugas Akhir : **Manajemen Humas Diskominfo Provinsi Lampung Dalam Menyediakan Sumber Berita Resmi dan Terpercaya Pada Website @diskominfo.lampungprov.go.id**

Nama Mahasiswa : **Oyenda Maretha Gp**

Nomor Pokok Mahasiswa : **2106071004**

Program Studi : **DIII Hubungan Masyarakat**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

MENYETUJUI

1. Dosen Pembimbing



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

2. Ketua Program Studi Diploma III Hubungan Masyarakat



Dr. Ibrahim Besar, S.Sos., M.Si.
NIP. 196803212002121001

MENGESAHKAN

1. Penguji Tugas Akhir

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



Penguji Umum : Bangun Suharti, S.Sos., M.IP.



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si
NIP. 196108071987032001

Tanggal Lulus Ujian Tugas Akhir : 17 Juli 2024

PERNYATAAN

Nama Mahasiswa : Vyerda Maretha Gp
NPM : 2106071004
Program Studi : DIII Hubungan Masyarakat
Alamat : Perum Wisma Mas, Blok D4/6, Kemiling

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang berjudul :

**“MANAJEMEN HUMAS DISKOMINFOTIK PROVINSI LAMPUNG
DALAM MENYEDIAKAN SUMBER BERITA RESMI DAN
TERPERCAYA PADA WEBSITE @diskominfotik.lampungprov.go.id”**

Adalah benar hasil karya saya sendiri bukan plagiat (milik orang lain) atau dibuatkan oleh orang lain. Apabila ini dikemudian 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, 5 Juli 2024
Yang Membuat Pernyataan



Vyerda Maretha Gp
2106071004

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Bogor pada 15 Maret 2003. Anak tunggal dari pasangan Bapak Abdullatif dan Ibu Salamah. Penulis menempuh Pendidikan pada Taman Kanank-kanak (TK) Kenari Cibinong, Bogor yang diselesaikan pada tahun 2009.

Menempuh Pendidikan formal antara lain Sekolah Dasar Negeri (SDN) 1 Ciriung Bogor yang diselesaikan pada tahun 2015. Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 2 Sukaraja Bogor yang diselesaikan pada tahun 2018. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Taruna Terpadu 1 Bogor yang diselesaikan pada tahun 2021.

Pada tahun 2021 penulis terdaftar sebagai Mahasiswi Diploma III Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung melalui jalur Simanila Vokasi. Pada akhir perkuliahan, penulis melaksanakan magang di Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Lampung pada Bagian Pengelolaan Komunikasi Publik (PKP) selama 40 hari dari 27 Desember 2023 – 26 Februari 2024.

MOTTO

*“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.
Dia mendapat (pahala) dari (kebajikan) yang dikerjakannya dan mendapat
(siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya.”*

(Q.S Al-Baqarah : 286)

*“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.
Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”*

(Q.S Al-Insyirah, 94 :5-6)

*“Jangan rendah diri dengan kawan-kawan yang sudah lebih dulu bersinar. Seperti
langit yang lapang membentang, dunia masih cukup menampung banyak bintang
menanti kamu yang punya keberanian. ”*

-Najwa Shihab-

“It will pass, everything you’ve gone through it will pass.”

-Rachel Vennya-

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 saya persembahkan untuk :

Bapak dan ibu tercinta yang tanpa Lelah selalu mendukungku, yang telah merawatku dengan segala kesabarannya, kebesaran hatinya, serta kasih sayangnya yang tiada henti dan begitu tulus. Terimakasih atas segenap cinta dan kasih sayang yang tiada henti, semua restu yang kau berikan di setiap langkahku, segala doa yang tentu 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 sekeliling saya 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

Bismillahirrohmanirrohim Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan hidayah-Nya Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.

Tugas Akhir dengan judul “**Manajemen Humas Diskominfo Provinsi Lampung Dalam Menyediakan Sumber Berita Resmi dan Terpercaya Pada Website @diskominfo.lampungprov.go.id**” adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) Ilmu Komunikasi pada program studi Diploma Hubungan Masyarakat di Universitas Lampung.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Ibrahim Besar, M.Si selaku Ketua Program Studi Diploma III Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial Universitas Lampung.
2. Bapak Agung Wibawa ,S.Sos.I, M.Si selaku pembimbing tugas akhir yang dengan penuh kesabaran telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan bimbingannya dan pengarahan dalam menyusun tugas akhir ini.
3. Ibu Bangun Suharti, S.Sos.,M.IP. selaku dosen penguji yang meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan dan saran dalam tugas akhir ini.
4. Seluruh dosen pengajar Program Studi DII Hubungan Masyarakat Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya kepada penulis selama di bangku perkuliahan dan seluruh staf serta karyawan Program Studi DIII Hubungan Masyarakat.
5. Untuk Ayah dan Umi, terima kasih telah menjadi orang tua yang penuh kasih sayang dan cinta serta selalu memberikan dukungan dan semangat. Semoga Allah SWT selalu melindungi Ayah dan Umi serta diberikan kesehatan, rezeki, panjang umur, dan hal-hal baik lainnya.
6. Sub. Koordinator PKP Bapak Dandi Nursetia S.ST dan Kepala Bidang PLIP Diskominfo Provinsi Lampung, Bapak Zainal Mutaqim, S.IP., MM.

yang telah berkenan memberikan informasi dan data untuk kebutuhan penulis, sehingga penulisan Tugas Akhir ini dapat di selesaikan.

7. Teman-teman seperjuangan Program Studi D3 Hubungan Masyarakat Angkatan 2021, khususnya Rachel Yunika, Pitri Suci Maharani, Neny Syahrani, Amanda Febrina. P, Machiko Maritza, Adis Triana, Lina Agustanti yang selalu mendukung, mengapresiasi, dan kebersamaan penulis selama menjalani perkuliahan.
8. Sahabat-sahabat perempuan tersayang yang selalu memberikan dukungan dan perhatiannya untuk penulis yaitu Meyzara Dinuriah, Siti Ajeng Kenari, Ade Mutia, dan Shesilia Rosita.
9. Kepada seseorang yang pernah bersama penulis dan tidak dapat penulis sebutkan namanya, terima kasih untuk kesedihan yang diberikan. Ternyata dengan semua kesedihan tersebut cukup memotivasi penulis untuk terus maju dan berproses menjadi pribadi yang mengerti rasa sabar dan menerima arti kehilangan sebagai bentuk proses penempatan diri dalam menghadapi dinamika kehidupan.
10. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri yang sudah berjuang dan bertahan sejauh ini. Apresiasi sebesar-besarnya karena bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh...

Bandar Lampung, 5 Juli 2024
Hormat Saya,

Vyerda Maretha Gp
NPM. 2106071004

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MENGESAHKAN	v
PERNYATAAN.....	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
SANWACANA	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Metode Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan tentang Manajemen Humas	7
2.1.1 Pengertian Manajemen Humas.....	7
2.1.2 Fungsi Manajemen Humas	9
2.1.3 Proses Manajemen Humas	10
2.1.4 Strategi Manajemen Humas	10
2.2 Tinjauan tentang <i>Public Relations</i>	11
2.2.1. Pengertian tentang <i>Public Relations</i>	11
2.2.2. Tujuan <i>Public Relations</i>	14
2.2.3. Fungsi <i>Public Relations</i>	15
2.3 Humas Dalam Pemerintahan.....	17
2.4 Tinjauan tentang Website Pemerintahan	18
	xii

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Diskominfo Provinsi Lampung.....	20
3.2 Sejarah Diskominfo Provinsi Lampung.....	20
3.3 Visi dan Misi Diskominfo Provinsi Lampung.....	21
3.4 Logo Diskominfo Provinsi Lampung	22
3.5 Gambaran Umum Bidang Pengelolaan Komunikasi Publik (PKP).....	22
3.6 Gambaran Umum Bidang Pengelolaan dan Layanan Informasi Publik (PLIP).....	23
3.7 Struktur Organisasi Diskominfo Provinsi Lampung	23
3.8 Tupoksi Diskominfo Provinsi Lampung	24

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil	28
4.1.1 Manajemen Humas Diskominfo Provinsi Lampung Dalam Menyediakan Sumber Berita Resmi dan Terpercaya	29
4.2 Hasil Observasi	35
4.2.1 Hambatan Diskominfo Dalam Menyediakan Sumber Berita Resmi dan Terpercaya	41
4.3 Bagan Manajemen Humas Diskominfo Provinsi Lampung	43
4.4 Pembahasan.....	44
4.4.1 Manajemen Humas Diskominfo Provinsi Lampung Dalam Menyediakan Sumber Berita Resmi dan Terpercaya	44
4.4.2 Hambatan Diskominfo Provinsi Lampung Dalam Menyediakan Sumber Berita Resmi dan Terpercaya	49

BAB V PENUTUP.

5.1 Kesimpulan	50
5.2 Saran	50

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN.

LAMPIRAN GAMBAR

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kantor Diskominfo Provinsi Lampung.....	37
Gambar 2 Logo Diskominfo Provinsi Lampung	39
Gambar 3 Struktur Organisasi Diskominfo Provinsi Lampung	40
Gambar 4 Rapat Perencanaan Sistem Website	54
Gambar 5 Anggota Tim Liputan	56
Gambar 6 Proses Pengambilan <i>Footage Video</i>	57
Gambar 7 Sub. Koordinator <i>Controlling</i> Peliputan	58
Gambar 8 Rapat Evaluasi Kinerja.....	59
Gambar 9 Bagan Manajemen Humas Diskominfo Provinsi Lampung	61
Gambar 10 Dokumentasi Wawancara Narasumber 1	78
Gambar 11 Dokumentasi Wawancara Narasumber 2	78
Gambar 12 Dokumentasi Penyerahan Cindera Mata	79
Gambar 13 Dokumentasi Kegiatan Apel Gabungan.....	79

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, penyebaran berita melalui media sudah dimana-mana bahkan media saat ini memiliki kualitas yang cukup tinggi. Dengan adanya media masyarakat dapat dengan mudah menerima informasi atau berita dengan waktu yang sangat singkat dan segala sesuatunya sangat mudah untuk dijangkau. Media sudah menjadi bagian kehidupan sehari-hari tiap orang pada umumnya sehingga mereka sulit membayangkan hidup tanpa keberadaan media cetak, media elektronik, maupun media *online* (internet), karena media massa merupakan sarana dalam mensosialisasikan informasi, hiburan, Pendidikan, dan kontrol sosial kepada masyarakat atau publik.

Effendy (1991:141) dalam *Teknik Mencari dan Menulis Berita* yang dikutip Andi Jaelani (2019:10) menjelaskan istilah berita dalam jurnalistik mempunyai arti tersendiri yang bermakna luas, tidak sebagaimana dalam pengertian umum. Dalam pengertian umum, berita berarti kabar, yakni pemberitahuan oleh seseorang kepada orang lain mengenai suatu hal atau kejadian. Pengertian berita dalam jurnalistik tidak sesederhana itu, karena yang menyampaikannya adalah seseorang yang mewakili suatu lembaga yang kompleks, yang disampaikannya adalah mengenai hal atau peristiwa yang terjadi di seluruh dunia dan menyangkut kepentingan umum sedangkan yang menerimanya adalah orang banyak. 'News' atau bahasa Indonesianya 'berita', sebagai singkatan dari *North* (Utara), *East* (Timur), *West* (Barat), dan *South* (Selatan); ini diartikan laporan peristiwa-peristiwa dari mana-mana, dari berbagai tempat di seluruh dunia.

Andi Jaelani (2019:12) juga mengutip pengertian berita dari Dja'far H Assegaf yang mengartikan berita sebagai laporan tentang fakta atau ide yang termasa dan dipilih oleh staf redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang kemudian dapat menarik perhatian pembaca. Entah karena luar biasa,

karena penting, atau karena mencakup segi-segi *human interest* seperti humor, emosi, dan ketegangan.

Merujuk pada sejumlah definisi yang telah ada, Sumadiria (2014:65) yang dikutip dalam *Teknik Mencari dan Menulis Berita* oleh Andi Jaelani (2019:12) mendefinisikan berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media *online* internet.

Perkembangan internet, media sosial, dan teknologi komunikasi lainnya telah menghadirkan kemudahan yang belum pernah terjadi sebelumnya dalam menyebarkan informasi secara global dalam hitungan detik. Fenomena ini menandai transisi dari media konvensional yang terpusat dan terbatas, seperti surat kabar dan televisi, menuju platform-platform yang lebih terdesentralisasi dan interaktif. Keefektifan serta perannya yang begitu hebat menjadikan media massa menjadi salah satu komponen penting bagi pembentukan kepribadian masyarakat, serta perilaku dan pengalaman kesadaran masyarakat. Dengan kecepatan dan jangkauan yang luas dari media digital memungkinkan siapa pun dapat dengan mudah mengakses internet untuk membuat konten, mengunggahnya, dan langsung menghubungkan dengan audiens. Meskipun dengan keuntungan tersebut banyak kelompok masyarakat yang berupaya menjadikan media massa sebagai sarana propaganda ide, cita-cita, nilai dan norma yang ingin mereka ciptakan. Bahkan, pesan-pesan yang dibawa tidak hanya bersifat positif, namun juga bersifat negatif. Seringkali pemberitaan media lepas kontrol dan tidak memperhitungkan nilai-nilai etis sehingga tak jarang muncul berita palsu (*hoax*) (Fabriar, 2014:72).

Keberadaan internet sebagai media online membuat informasi yang belum terverifikasi benar atau tidaknya tersebar dengan sangat cepat. Hanya dalam hitungan detik, maka suatu peristiwa sudah bisa langsung tersebar dan diakses oleh pengguna internet melalui media sosial. Media sosial memang

memberikan kemerdekaan seluas-luasnya bagi para pengguna untuk mengekspresikan dirinya, sikapnya, pandangan hidupnya, atau mungkin pendapatnya. Termasuk memberikan kebebasan apakah media sosial akan digunakan secara positif atau negatif. Namun, di balik keuntungan tersebut di sisi lain bisa menjadi sebuah ancaman atau setidaknya malah memberikan dampak negatif yang mengarah pada perpecahan. Sebagaimana yang diketahui bahwa akhir-akhir ini penyebaran berita ujaran kebencian, bentuk-bentuk intoleransi dan informasi palsu (hoax) sedang marak menghiiasi jagad media sosial Indonesia. Sebagai contoh, hal ini berlangsung khususnya pada situasi politik tertentu, misalnya pada saat Pemilu, Pilpres dan pada masa Pilkada serentak di beberapa wilayah Indonesia, dimana terdapat indikasi adanya persaingan politik dan kampanye hitam yang juga dilakukan melalui media sosial (Vibriz, 2017:142-143).

Semakin canggihnya media, malah semakin banyak menimbulkan berita-berita palsu (hoax) yang tidak dapat dipungkiri dapat mempengaruhi masyarakat bahkan dinilai bisa berpotensi mengkonstruksi pemahaman publik mengenai suatu hal dalam kehidupan masyarakat. Kegaduhan di media sosial dapat berdampak dalam kehidupan nyata karena media sosial ini juga membentuk konstruksi pemaknaan tentang asumsi sosial (Vibriz, 2019:143).

Pada era informasi yang begitu dinamis, akses terhadap sumber berita resmi dan terpercaya menjadi sangat penting bagi masyarakat. Dalam merespon persoalan semacam itu, Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik (Diskominfotik) Provinsi Lampung yang memiliki tanggung jawab untuk memastikan ketersediaan informasi yang akurat dan terpercaya untuk masyarakat maka perlu dirancang manajemen humas yang efektif guna memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada masyarakat adalah akurat, jelas, dan tepat waktu. Hal ini juga sekaligus membantu dalam membangun keterbukaan dan transparansi dalam pemerintahan yang nantinya akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Pemerintah Provinsi Lampung.

Berdasarkan latar belakang ini, Diskominfo Provinsi Lampung dapat merancang strategi manajemen humas yang efektif dan inovatif untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat secara optimal, serta membangun kepercayaan yang kokoh dalam penyediaan sumber berita resmi dan terpercaya. Selain itu juga, Diskominfo Provinsi Lampung diharapkan dapat memperluas sekaligus memastikan keberhasilan dalam menyediakan sumber berita resmi dan terpercaya dengan cara bekerja sama dengan berbagai pihak seperti media lokal, lembaga pemerintah lainnya, serta masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka yang menjadi pokok permasalahan pada Tugas Akhir ini adalah “Bagaimana Manajemen Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Lampung Dalam Menyediakan Sumber Berita Resmi dan Terpercaya?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian Tugas Akhir ini adalah untuk mengetahui Manajemen Humas Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik (Diskominfo) Provinsi Lampung dalam menyediakan sumber berita resmi dan terpercaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penulisan yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat baik bagi penulis maupun bagi Diskominfo Provinsi Lampung dalam menyediakan sumber berita resmi dan terpercaya, maka manfaat penulisan Tugas Akhir ini adalah:

1. Secara Akademis

Dapat memperluas wawasan dan pengetahuan mengenai kegiatan kehumasan di Instansi Pemerintah dalam menyediakan sumber berita resmi dan terpercaya khususnya melalui website Pemerintah Provinsi.

2. Secara Praktis

Sebagai tolak ukur dan masukan pada Diskominfo Provinsi Lampung supaya meningkatkan kinerja dalam menyediakan sumber berita resmi dan terpercaya sehingga dapat meningkatkan reputasi sebagai lembaga yang bertanggung jawab dan peduli terhadap kebutuhan masyarakat dalam hal informasi, dan sebagai pengetahuan bagi penulis sekaligus menjadi bahan bacaan untuk menambah wawasan bagi mahasiswa lain.

1.5 Metode Penelitian

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

1. Teknik Observasi

Teknik observasi merupakan teknik pengumpulan data melalui pengamatan langsung pada objek penelitian dengan mencari data-data yang berhubungan dengan penelitian terhadap Manajemen Humas Diskominfo Provinsi Lampung dalam menyediakan sumber berita resmi dan terpercaya melalui website pemerintah provinsi. Penelitian ini dilakukan pada saat penulis melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) / Magang di Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Lampung yang berlokasi di Jl. WR. Monginsidi No. 69, Teluk Betung, Kota Bandar Lampung.

2. Teknik Wawancara

Wawancara merupakan pengumpulan data dan informasi secara langsung dengan penulis memberikan pertanyaan kepada narasumber. Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data dan informasi sebanyak-banyaknya dari narasumber, terutama bagaimana manajemen humas Diskominfo Provinsi Lampung dalam menyediakan sumber berita resmi dan terpercaya melalui website pemerintah provinsi. Penulis mewawancarai dua informan

yaitu Bapak Dandi Nursetia S.ST selaku Sub. Koordinator Pengelolaan Media Komunikasi Publik, dan Bapak Zainal Mutaqim, S.IP., M.M. selaku Kabid Pengelolaan Layanan Informasi Publik.

3. 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.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan tentang Manajemen Humas

2.1.1 Pengertian Manajemen Humas

Secara terminologi manajemen humas adalah suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan daya manusia dan sumber-sumber lainnya. Dikutip oleh Andri Winarto dalam *Manajemen Humas dalam Membangun Citra Lembaga* (2023:161) Fakhrurizae mengatakan bahwa meskipun terdapat berbagai definisi mengenai manajemen humas (*public relations management*) dari para ahli, akademisi, dan praktisi, namun secara garis besar, konsep, fungsi Humas bertujuan untuk membangun komunikasi dua arah yang saling menguntungkan (*reciprocal communication*), mempererat hubungan yang baik (*relationship building*), atau melakukan komunikasi persuasif yang satu arah (*one way persuasive communication*), semua ini diarahkan untuk menciptakan saling pengertian, saling menghargai, mendapatkan dukungan yang baik, serta membangun citra positif bagi organisasi atau lembaga.

Menurut sejarah, manajemen humas berkenaan dengan suatu metode public relations saat menghadapi puncak krisis pada tahun 1906. Saat itu terjadi pemogokan total buruh di industri pertambangan batu bara di Amerika Serikat. Sebagai akibatnya adalah terancamnya kelumpuhan total industri batu bara terbesar di Negara tersebut. Pada titik puncak yang berlangsung tersebut, muncul “Ivy Ledbetter lee seorang tokoh *public relations*/Humas pertama, yang berlatar belakang seorang jurnalis”. Beliau mengajukan “Manajemen Humas sebagai salah satu solusi atau sebagai jalan keluar untuk mengatasi krisis yang tengah terjadi di industri batu bara di Amerika Serikat sebagai akibat pemogokan

massal untuk meminta kenaikan upah” (Rahmat, 2016) dalam (Nadeak, dkk, 2020:18).

Menurut Cutlip and Center, dalam bukunya “*Effective Public Relations*” (1982) yang dikutip oleh Winarto, dkk (2023:159-161), *Public relations* dapat dibagi menjadi dua konsep, yaitu konsep manajemen melalui kegiatan administrasi dan fungsi staf khusus dalam pelayanan administrasi. Selain itu, dalam fungsi komunikasi, *public relations* bertugas untuk melakukan kegiatan komunikasi antara organisasi atau lembaga dengan publiknya. Tujuannya adalah untuk membangun hubungan yang baik dan menciptakan citra positif.

Dalam manajemen humas, terdapat fungsi-fungsi utama yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, pengelolaan sumber daya manusia, komunikasi, pengawasan, dan evaluasi. Definisi ini didasarkan pada McElreath dalam bukunya “*Managing Systematic and Ethical Public Relations*” yang dikutip oleh Winarto, dkk (2023:162) mengemukakan bahwa konsep manajemen humas (Public Relations Management) meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan humas secara sistematis dan etis. Konsep manajemen humas yang baik harus dapat mengintegrasikan berbagai fungsi humas seperti *media relations*, pengembangan citra, promosi, dan lain-lain dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Selain itu konsep manajemen humas juga harus memperhatikan aspek etika dalam setiap tindakan yang dilakukan, sehingga dapat membangun kepercayaan masyarakat terhadap organisasi dan produk atau layanan yang ditawarkan.

Dari beberapa definisi di atas, bahwa manajemen humas difungsikan untuk mendukung dan memelihara jalur bersama bagi komunikasi, pengertian, penerimaan, dan Kerjasama antara organisasi dengan publiknya. Hubungan masyarakat dapat didefinisikan sebagai komunikasi dua arah secara timbal balik antara organisasi dengan publik

dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerjasama dan memenuhi kepentingan bersama. Jadi hubungan masyarakat pada prinsipnya merupakan kegiatan komunikasi antara organisasi dengan masyarakat dalam arti luas.

2.1.2 Fungsi Manajemen Humas

Pengelolaan kegiatan humas dalam organisasi diperlukannya integrasi dari praktik kegiatan humas terhadap manajemen yang telah terprogram dalam suatu organisasi. Humas seringkali dipahami sebagai fungsi manajemen dalam melaksanakan tugas-tugas organisasi. Penerapan humas dalam melaksanakan fungsi manajemen ini berkaitan dengan identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi dalam segala kegiatan komunikasi dalam organisasi. Dalam konsep fungsi public relations ketika melaksanakan tugas dan operasionalnya baik sebagai organisator, komunikator, dan mediator menurut Prof Drs. Onong Uchajana Effendy dalam (Lukman, dkk, 2023:4-5) adalah sebagai berikut:

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi
2. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik internal dan publik eksternal
3. Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya dan menyalurkan opini publik kepada organisasi
4. Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum
5. Operasioanl dan organisasi *public relations* adalah bagaimana membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya, untuk mencegah terjadinya rintangan psikologis, baik yang ditimbulkan dari pihak organisasi maupun dari pihak publiknya.

2.1.3 Proses Manajemen Humas

Guna mencapai tujuan dan tugasnya secara efektif maka humas harus dikelola dengan baik melalui sebuah proses dan tahapan manajemen yang sistematis. Menurut Scott M Cutlip, Allen H. Center dan Glen M. Broom dalam bukunya *Effective Public Relations* dikutip oleh (Syafari, 2014:33-34) setidaknya terdapat empat tahap yang perlu dilalui dalam sebuah pengelolaan humas sebagai berikut:

- a. Penjelasan berbagai permasalahan humas (*Defining Public Relations Problems*);
- b. Perencanaan dan pembuatan program (*Planning and Programing*);
- c. Pelaksanaan dan mengkomunikasikan (*Action and Communicating*);
- d. Evaluasi program (*Evaluating the Program*).

Mengacu dari hal tersebut bahwa seorang humas atau public relations memiliki fungsi terpenting dalam suatu organisasi. Ketika seorang humas harus dapat menjadi penyambung antara organisasi dengan publiknya begitupun sebaliknya. Humas juga berfungsi dalam membina hubungannya dengan publik termasuk dalam melakukan backup management dalam mendukung fungsi manajemen organisasi perusahaan termasuk juga dalam hal membangun dan membentuk citra perusahaan dihadapan publik.

2.1.4 Strategi Manajemen Humas

Di dalam menjalankan fungsinya seorang humas atau public relations memerlukan strategic management agar organisasi dapat mencapai tujuannya. Sujanto, (2019) dalam Lukman, dkk (2023:6) mengatakan Langkah-langkah dari strategic management adalah sebagai berikut:

1. Menentukan misi perusahaan/organisasi, termasuk di dalamnya adalah pernyataan umum mengenai maksud pendirian organisasi, filosofi, dan tujuan organisasi

2. Mengembangkan company profile yang mencerminkan kondisi internal organisasi perusahaan serta kemampuan yang dimilikinya
3. Melakukan penilaian terhadap lingkungan eksternal organisasi perusahaan, baik dari segi semangat untuk kompetisi maupun dalam berbagai persoalan lainnya
4. Mengidentifikasi pilihan yang diinginkan perusahaan serta apa saja yang tidak dapat dilakukan untuk memenuhi tuntutan organisasi
5. Mengimplementasikan program, serta tindakan-tindakan di atas sesuai dengan budget (anggaran),
6. Me-review dan mengevaluasi hal-hal yang telah dicapai dalam setiap periode jangka pendek sebagai proses untuk kontrol serta digunakan untuk masukan bagi keputusan masa yang akan datang.

Berdasarkan enam hal yang disampaikan di atas bahwa di dalam menentukan dan merealisasikan Langkah-langkah strategic management tersebut diperlukan dalam penentuan visi dan misi perusahaan karena dari visi dan misi akan melahirkan kaitan dengan dasar terpenting bagi suatu organisasi dalam mencapai tujuannya (Lukman, dkk, 2023:7).

2.2 Tinjauan tentang *Public Relations*

2.2.1. Pengertian tentang *Public Relations*

Perubahan teknologi, kemajuan ilmu pengetahuan dan informasi telah menciptakan saling ketergantungan yang luar biasa antara publik dan organisasi. Hal itu tentunya menjadi perhatian dan kepentingan bagi organisasi saat ini. Hal utamanya, seorang pimpinan perusahaan/lembaga/organisasi harus menyadari betapa pentingnya berhubungan dengan publik (Akbar dkk, 2021:16).

Public relations yaitu fungsi manajemen tertentu yang membantu membangun dan menjaga lini komunikasi, pemahaman bersama, penerimaan mutual dan kerja sama antara organisasi dan publiknya

(Yogatama, 2020: 1). *Public relations* melibatkan manajemen *problem* atau manajemen isu, *public relations* membantu manajemen agar tetap responsif dan mendapat informasi terkini tentang opini publik, *public relations* membantu manajemen tetap mengikuti perubahan dan memanfaatkan perubahan secara efektif, dan *public relations* dalam hal ini adalah sebagai sistem peringatan untuk mengantisipasi arah perubahan (*trends*), dan *public relations* menggunakan riset dan komunikasi yang sehat dan etis sebagai alat utamanya.

Definisi lain mengenai Public Relations dikemukakan oleh Roberto Simoes dalam (Bambang Herimanto dkk, 2007:5) yaitu;

- a. *Public relations* merupakan proses interaksi. *Public relations* menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan kedua belah pihak.
- b. *Public relations* adalah fungsi manajemen. *Public relations* menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga atau organisasi dengan publiknya, baik internal maupun eksternal.
- c. *Public relations* merupakan aktivitas di berbagai bidang ilmu (multidisiplin ilmu). *Public relations* menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik, bertujuan menanamkan *goodwill*, kepercayaan, saling adanya pengertian dan citra yang baik dari publik.
- d. *Public relations* merupakan profesi profesional dalam bidangnya. *Public relations* merupakan faktor yang sangat penting dalam pencapaian tujuan organisasi secara tepat dan secara terus menerus.
- e. *Public relations* merupakan penggabungan berbagai ilmu. *Public relations* merupakan penerapan kebijaksanaan dan pelaksanaannya melalui interpretasi yang peka atas berbagai peristiwa.

Pendapat lain mengenai *Public relations* di kemukakan oleh Hermawan (2012:152-153) dalam buku *Public Relations* (Armayanti dkk, 2021:2) bahwa *public relations* adalah fungsi manajemen yang memiliki ciri yang terencana dan kontiniu melalui organisasi untuk memperoleh pengertian, simpati, dan dukungan. *Public relations* bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan masyarakat untuk menerima sebuah situasi. *Public relations* diharapkan untuk membuat program-program dalam mengambil tindakan secara sengaja dan terencana dimana secara operasional humas bertugas membina lingkungan yang harmonis antara organisasi dan publiknya.

Sedangkan Jefkins (1980) dalam buku *Public Relations* (Akbar dkk, (2021:16) mendefinisikan “*public relations*” adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu kedalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan saling pengertian. Hal ini berarti bahwa *public relations* lebih terperinci yang tidak hanya terbatas pada saling pengertian saja, melainkan juga berbagai macam tujuan khusus lainnya yang berkaitan dengan saling pengertian. Tujuan khusus yang dimaksud adalah penanggulangan masalah-masalah komunikasi yang memerlukan suatu perubahan tertentu, misalnya mengubah sikap yang negatif menjadi positif.

Jadi konsep *Public relations* pada dasarnya berkenaan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui pengetahuan, dan melalui kegiatan-kegiatan tersebut akan muncul perubahan yang berdampak. Selain itu inti dari konsep *Public Relations* adalah memelihara hubungan baik dengan publiknya sehingga timbul suatu kegiatan yang timbal balik antara institusi *Public Relations* tersebut dengan publiknya dan semua bentuk komunikasi yang terencana antara suatu organisasi dengan khalayaknya. Timbal balik berarti tidak hanya dari pihak *Public Relations* saja yang

melakukan kegiatan untuk publik, tetapi publiknya juga memberikan sesuatu atau melakukan kegiatan kepada institusi *Public Relations* tersebut, sehingga terciptalah sebuah hubungan dan pengertian bersama untuk meraih kepentingan bersama.

2.2.2. Tujuan *Public Relations*

Pada umumnya *public relations* menekankan tujuan pada aspek citra. Charles S. Steinberg dalam Silviani (2020:35) mengemukakan bahwa tujuan *Public relations* adalah menciptakan opini publik yang menyenangkan tentang kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh badan atau perusahaan yang bersangkutan

Edward, dkk dalam bukunya yang berjudul *Public Administration* (1070:21) yang dikutip oleh Silviani (2020:35), membagi tujuan *Public relations* atas dua bagian:

1. Secara positif berusaha mendapatkan dan menambahkan penilaian serta jasa baik suatu organisasi ataupun perusahaan
2. Secara defensive berusaha untuk membela diri terhadap pendapat masyarakat yang bernada negatif, bilamana diserang dan serangan itu kurang wajar, padahal organisasi atau perusahaan tidak salah (terjadi kesalahpahaman). Dengan demikian, tindakan ini merupakan salah satu aspek penjagaan atau pertahanan.

Frida Kusumastuti (2002: 20) menjelaskan bahwa tujuan humas adalah sebagai berikut:

- a. Terpelihara dan terbentuknya saling pengertian (Aspek Kognisi)
Tujuan humas pada akhirnya adalah membuat publik dan organisasi/lembaga saling mengenal. Baik mengenal kebutuhan, kepentingan, harapan, maupun budaya masing-masing. Dengan demikian, aktivitas kehumasan harus menunjukkan adanya usaha komunikasi untuk mencapai saling kenal dan mengerti tersebut.

- b. Menjaga dan membentuk saling percaya (Aspek Afeksi)
Di sinilah humas menggunakan prinsip-prinsip komunikasi persuasif. Dia mempersuasi publik untuk percaya kepada organisasi/lembaga, sebaliknya juga organisasi/lembaga untuk percaya kepada publiknya.
- c. Memelihara dan menciptakan kerja sama (Aspek Psikomotoris)
Dalam contoh hubungan dengan pers (*external public relations*), aspek psikomotoris dapat dilihat dari usaha humas sebagai wakil organisasi/lembaga untuk senantiasa terbuka terhadap pers yang menginginkan fakta, tidak mempersulit kerja pers dalam mendapat informasi dan menghubungi sumber berita, bahkan bila mungkin humas memberi ide kepada pers (*take media initiative*).

Secara universal, tujuan *public relations* adalah untuk menciptakan, memelihara dan meningkatkan citra yang baik dari organisasi kepada publik yang bersangkutan, dan memperbaiki citra jika citra itu menurun/rusak. Kegiatan *public relations* bertujuan untuk mempengaruhi pendapat, sikap, sifat dan tingkah laku publik dengan jalan menumbuhkan penerimaan dan pengertian publik. Sebagai abdi masyarakat, *public relations* harus selalu mengutamakan moral atau kebiasaan yang baik, guna terpeliharanya komunikasi yang menyenangkan di dalam masyarakat (Silviani, 2020:36).

(Andri Winarto, Eka Mahmud, Akhmad Muadin, 2023: 161) (Winarto, dkk, 2023:161).

2.2.3. Fungsi *Public Relations*

Menurut F. Rachmadi dalam buku *Public Relations Sebagai Solusi Komunikasi Krisis* (Silviani, 2020:36) fungsi utama humas atau *public relations* adalah : “menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga atau organisasi dengan publiknya, intern maupun ekstern, dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan

partisipasi dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga atau organisasi”

Fungsi Public relations menurut Prof. Drs. Onong Uchajana Effendy, M.A. dalam bukunya, Hubungan Masyarakat Suatu Komunikologis yang dikutip oleh Silviani (2020:41) adalah sebagai berikut:

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi
2. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik internal dan publik eksternal
3. Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya dan menyalurkan opini publik kepada organisasi
4. Melayani publik dan menasihati pimpinan organisasi demi kepentingan umum
5. Operasional dan organisasi public relations adalah bagaimana membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya, untuk mencegah terjadinya rintangan psikologis, baik yang ditimbulkan dari pihak organisasi maupun dari pihak publiknya.

Dapat dikatakan bahwa fungsi *Public relations* adalah memelihara, mengembang-tumbuhan, mempertahankan adanya komunikasi timbal balik yang diperlukan dalam menangani, mengatasi masalah yang muncul atau meminimalkan munculnya masalah. *Public relations* bersama-sama mencari dan menemukan kepentingan organisasi yang mendasar dan menyampaikan kebijaksanaan manajemen pada publik dan juga kepada semua pihak yang terkait dalam menciptakan adanya saling pengertian yang didasarkan pada kenyataan, kebenaran dan pengetahuan yang jelas dan lengkap dan perlu diinformasikan secara jujur, jelas dan objektif (Silviani, 2020).

2.3 Humas Dalam Pemerintahan

Humas pada prinsipnya adalah sebagai suatu fungsi manajemen, komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik secara timbal balik dalam meningkatkan pembinaan kerja sama dan mempermudah kebutuhan bersama, baik ke dalam maupun keluar dari lembaga, Umran (2023).

Menurut Frida (2002), humas pemerintahan pada dasarnya tidak bersifat politis. Bagian humas di institusi pemerintah dibentuk untuk mempublikasikan atau mempromosikan kebijakan-kebijakan mereka. Memberi informasi secara teratur tentang kebijakan, rencana-rencana, serta hasil-hasil kerja institusi serta memberi pengertian kepada masyarakat tentang peraturan dan perundang-undangan dan segala sesuatunya yang berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat. Selain keluar, humas pemerintah dan politik juga harus memungkinkan untuk memberi masukan dan saran bagi para pejabat tentang segala informasi yang diperlukan dan reaksi atau kemungkinan reaksi masyarakat akan kebijakan institusi, baik yang sedang dilaksanakan, akan dilaksanakan, ataupun yang sedang diusulkan (Frida, 2002:37).

Menurut Ruslan (2005:339) kedudukan atau keberadaan humas dalam lembaga pemerintah adalah merupakan suatu keharusan secara fungsional dan operasional dalam upaya menyebarluaskan atau mempublikasikan kegiatan instansi yang ditujukan kepada hubungan masyarakat kedalam maupun keluar. Oleh karena itu, humas di dalam suatu organisasi atau lembaga institusi harus mampu menjalin hubungan baik dengan publik sasaran untuk menumbuhkan rasa saling percaya dan pengertian sehingga antara organisasi dengan publik terjalin kerja sama yang baik.

Keberadaan unit kehumasan (hubungan masyarakat) di sebuah lembaga atau instansi milik pemerintah. Perbedaan pokok antara fungsi dan tugas Hubungan Masyarakat (Humas) yang terdapat di instansi pemerintah dengan non pemerintah (lembaga komersial) adalah tidak adanya unsur komersial walaupun Humas Pemerintah juga melakukan hal yang sama dalam kegiatan

publikasi, promosi dan periklanan. Humas pemerintah lebih menekankan pada *public services* atau demi meningkatkan pelayanan umum. Melalui unit atau program kerja humas tersebut, pemerintah dapat menyampaikan informasinya atau menjelaskan mengenai kebijaksanaan dan tindakan-tindakan tertentu serta aktivitas dalam melaksanakan tugas-tugas atau kewajiban-kewajiban ke pemerintahannya. Menurut John D. Millett dalam bukunya, *Management in Public Service the Quest for Effective Performance*, artinya Humas/PR dalam dinas instansi/lembaga pemerintahan terdapat beberapa hal untuk melaksanakan tugas utamanya, yaitu sebagai berikut :

1. Mengamati dan mempelajari tentang hasrat, keinginan-keinginan dan aspirasi yang terdapat dalam masyarakat (*learning about public desires and aspiration*).
2. Kegiatan memberikan nasihat atau sumbang saran untuk menanggapi apa yang sebaiknya dilakukan oleh instansi/lembaga pemerintah seperti yang dikehendaki oleh pihak publiknya (*advising the public about what is should desire*).
3. Kemampuan untuk mengusahakan terjadinya hubungan memuaskan yang diperoleh antara hubungan publik dengan para aparat pemerintahan (*ensuring satisfactory contact between public and government official*).

Memberikan penerangan dan informasi tentang apa yang telah diupayakan oleh suatu lembaga/instansi pemerintahan yang bersangkutan (*informing and about what an agency is doing*).

2.4 Tinjauan tentang Website Pemerintahan

Hasibuan (2007) dalam Masyhur (2014:9) menyatakan saat ini teknologi informasi dan komunikasi (TIK) berkembang sangat cepat sehingga memicu terjadinya persaingan antar wilayah yang semakin ketat. Pemerintah Daerah (Pemda) sebagai penguasa wilayah berusaha memanfaatkan TIK secara optimal untuk mendukung berbagai kegiatannya. Hal ini terlihat dari berbagai inisiatif penerapan TIK (*electronic government – e Gov*) yang muncul di beberapa Pemda maupun instansi pemerintah lainnya.

Pemerintah daerah telah banyak melakukan berbagai upaya peningkatan kualitas layanan publik selama otonomi daerah berlangsung. Salah satunya adalah mengaplikasikan berbagai teknologi informasi dalam proses penyelenggaraan pelayanan publik atau *e-Government*. Sejak terbitnya Instruksi Presiden Republik Indonesia No.3 Tahun 2003 tentang Kebijakan dan Strategi Nasional Pengembangan *e-Gov*, berbagai instansi pemerintah termasuk pemerintah daerah mulai menggunakan *e-Government* tersebut dengan berbagai metode dan tahapan (Junaedi, 2011) dalam Masyhur (2014:9).

(Hasibuan, dkk, 2005) dalam Masyhur (2014) proses implementasi *e-Government* di Indonesia masih menghadapi kendala-kendala seperti eksisnya pulau-pulau informasi, sistem keamanan tidak memadai dan tidak ada audit, inkonsistensi data dan informasi, serta infrastruktur yang tidak memadai, sehingga diperlukan strategi untuk mengatasinya, yaitu standarisasi *e-Government*. Pelaksanaan *e-Gov* tahap pertama, sesuai Inpres No. 3 Tahun 2003, dimana salah satu poin di dalamnya adalah pembuatan situs (*website*) informasi di setiap lembaga.

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Diskominfo Provinsi Lampung



Gambar 1 Kantor Diskominfo Provinsi Lampung



Berdasarkan Peraturan Gubernur Lampung Nomor 75 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tatakerja Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Lampung mempunyai fungsi:

- a. Perumusan kebijakan di bidang komunikasi informatika, pos dan telekomunikasi, bidang statistik, bidang persandian, pengelolaan penyiaran dan informasi publik;
- b. Pelaksanaan kebijakan di bidang komunikasi informatika, pos dan telekomunikasi, bidang statistik, bidang persandian, pengelolaan penyiaran dan informasi publik;
- c. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan di bidang komunikasi informatika, dan telekomunikasi, bidang statistik, bidang persandian, pengelolaan penyiaran dan informasi publik.

3.2 Sejarah Diskominfo Provinsi Lampung

Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik (Diskominfo) Provinsi Lampung merupakan Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) baru, yang dibentuk untuk memenuhi ketentuan Peraturan Pemerintah nomor 41 Tahun 2007 tentang Organisasi Perangkat Daerah serta memperhatikan kebutuhan pelayanan masyarakat sebagaimana hasil analisa Tim Analisis Jabatan dan Pengukuran Beban Kerja dalam rangka pengembangan dan pengelolaan

Teknologi Informasi dan Komunikasi, maka dibentuklah Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Lampung. Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Lampung beralamat di Jl. Wolter Robert Monginsidi No. 69 Teluk betung, Bandar Lampung.

Tugas pokok Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Lampung adalah melaksanakan kewenangan daerah di bidang komunikasi dan informatika sesuai dengan kebijakan Kepala Daerah. Untuk mencapai hasil yang optimal dalam pelaksanaan tugas pokok tersebut, perlu disusun suatu perencanaan strategi yang meliputi keseluruhan pembagian tugas dari masing-masing bidang di lingkungan Dinas Komunikasi Informatika dan statistik Provinsi Lampung, guna dijadikan sebagai pedoman dan arahan bagi seluruh pegawai/staf dalam melaksanakan tugas dan fungsinya dalam mewujudkan visi, misi dan tujuan Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Lampung yang akan dicapai, sekaligus untuk dijadikan tolok ukur dalam melakukan evaluasi kinerja dalam setiap tahunnya sebagaimana ketentuan yang ditetapkan dalam Inpres Nomor 7 Tahun 1999 tentang Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (AKIP).

Berdasarkan peraturan Gubernur Nomor 11 Tahun 2014, Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Lampung mempunyai tugas menyelenggarakan sebagian urusan pemerintahan provinsi di bidang komunikasi dan informatika berdasarkan asas otonomi yang menjadi kewenangan, dekon-sentrasi dan tugas pembantuan serta tugas lain sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan oleh Gubernur berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

3.3 Visi dan Misi Diskominfo Provinsi Lampung

a. Visi

Terwujudnya Pusat Informasi Dari Komunikasi Untuk Menunjang Pembangunan Daerah Menuju Lampung Unggul dan Berdaya Saing.

b. Misi

1. Meningkatkan Daya Dukung Infrastruktur Teknologi Komunikasi dan Informasi untuk Memperluas Akses Masyarakat terhadap Informasi Pembangunan Daerah.
2. Meningkatkan Kompetensi Sumber Daya Manusia bidang Komunikasi dan Informatika secara Profesional.
3. Meningkatkan Kualitas Layanan Komunikasi dan Informasi kepada Masyarakat dalam rangka Mewujudkan Masyarakat Berbudaya Informasi.

3.4 Logo Diskominfo Provinsi Lampung



*Gambar 2 Logo Diskominfo Provinsi Lampung
Sumber: Diskominfo Provinsi Lampung*

3.5 Gambaran Umum Bidang Pengelolaan Komunikasi Publik (PKP)

Bidang Pengelolaan dan Layanan Informasi Publik mempunyai tugas melaksanakan penyiapan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur dan kriteria, dan pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta pemantauan, evaluasi, dan pelaporan di bidang Pengelolaan Opini Publik, Pengelolaan Informasi Publik dan Layanan Informasi Publik untuk mendukung kebijakan nasional dan Pemerintah Provinsi, serta Pelayanan Informasi Publik di lingkup Pemerintah Provinsi serta memberikan pelayanan administratif terhadap tugas-tugas Komisi Informasi Provinsi.

3.8 Tupoksi Diskominfo Provinsi Lampung

a. Tugas

Berdasarkan Peraturan Gubernur Nomor 59 Tahun 2021 tentang Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi Serta Tatakerja Perangkat Daerah, Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik mempunyai tugas membantu Gubernur melaksanakan Urusan Pemerintahan di bidang Komunikasi, Informatika, bidang Persandian dan bidang Statistik berdasarkan asas otonomi yang menjadi kewenangan, tugas dekonsentrasi dan tugas pembantuan serta tugas lain sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan oleh Gubernur berdasarkan peraturan perundang-undangan.

b. Fungsi

Berdasarkan Peraturan Gubernur Nomor 59 Tahun 2021 tentang Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi Serta Tatakerja Perangkat Daerah, Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik mempunyai fungsi:

- a. Perumusan kebijakan di bidang Komunikasi, Informatika, Persandian dan Statistik;
- b. Pelaksanaan kebijakan di bidang Komunikasi, Informatika, Persandian dan Statistik;
- c. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan di bidang Komunikasi, Informatika, Persandian dan Statistik
- d. Pelaksanaan administrasi dinas di bidang Komunikasi, Informatika, Persandian dan Statistik; dan
- e. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Gubernur.

c. Tugas dan Fungsi Bidang

1. Bidang Pengelolaan dan Layanan Informasi Publik

Bidang Pengelolaan dan Layanan Informasi Publik mempunyai tugas melaksanakan penyiapan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur dan kriteria, dan pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta pemantauan,

evaluasi, dan pelaporan di bidang Pengelolaan Opini Publik, Pengelolaan Informasi Publik dan Layanan Informasi Publik untuk mendukung kebijakan nasional dan Pemerintah Provinsi, serta Pelayanan Informasi Publik di lingkup Pemerintah Provinsi serta memberikan pelayanan administratif terhadap tugas-tugas Komisi Informasi Provinsi. Bidang Pengelolaan dan Layanan Informasi Publik, dipimpin oleh seorang Kepala Bidang (Kabid) yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas (Kadis).

2. Bidang Pengelolaan Komunikasi Publik

Bidang Pengelolaan Komunikasi Publik mempunyai tugas melaksanakan tugas penyiapan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur dan kriteria, dan pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta pemantauan, evaluasi, dan pelaporan di bidang Pengelolaan Komunikasi Publik, Layanan Hubungan Media serta Penguatan Kapasitas Sumber Daya Komunikasi Publik dan Penyediaan Akses Informasi di Provinsi, dan memberikan pelayanan administratif terhadap tugas-tugas Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Provinsi. Bidang Pengelolaan Komunikasi Publik sebagaimana dimaksud, dipimpin oleh seorang Kepala Bidang (Kabid) yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas (Kadis).

3. Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi

Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi mempunyai tugas melaksanakan penyiapan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur dan kriteria, dan pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta pemantauan, evaluasi, dan pelaporan di bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi, Disaster Recovery Center dan TIK Pemerintah Daerah Provinsi, Layanan Pengembangan Intranet dan Penggunaan Akses Internet, Layanan Manajemen Data Informasi e-Government, Integrasi Layanan

Publik dan Pemerintahan, Layanan Keamanan Informasi eGovernment dan Layanan Sistem Komunikasi Intra Pemerintah Daerah Provinsi

4. Bidang Tata Kelola Pemerintahan Berbasis Elektronik

Bidang Tata Kelola Pemerintahan Berbasis Elektronik mempunyai tugas melaksanakan penyiapan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur dan kriteria, dan pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta pemantauan, evaluasi, dan pelaporan di bidang Tata Kelola Pemerintahan Berbasis Elektronik, Spesifik dan Suplemen yang terintegrasi, Penyelenggaraan Ekosistem TIK Smart Province, Layanan Nama Sub Domain bagi Lembaga, Pelayanan Publik dan Kegiatan, Penyelenggaraan Government Chief Information Officer (GCIO) Pemerintah Daerah Provinsi, Pengembangan Sumber Daya TIK Pemerintah Daerah Provinsi dan Masyarakat di Provinsi. Bidang Tata Kelola Pemerintahan Berbasis Elektronik sebagaimana dimaksud, dipimpin oleh seorang Kepala Bidang yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas.

5. Bidang Persandian dan Statistik

Bidang Persandian dan Statistik mempunyai tugas menyelenggarakan penyusunan dan pelaksanaan kebijakan daerah dalam bidang Persandian dan Statistik. Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud, Bidang Persandian dan Statistik mempunyai fungsi:

- a) Perumusan kebijakan keamanan informasi di lingkungan Pemerintah Daerah;
- b) Perumusan peraturan teknis tata kelola persandian untuk pengamanan informasi;
- c) Pengelolaan informasi berklasifikasi;
- d) Pengelolaan sumber daya persandian;

- e) Pengawasan dan evaluasi pelaksanaan tata kelola persandian
- f) Koordinasi pelaksanaan kegiatan jabatan fungsional Sandiman;
- g) Perumusan peraturan teknis operasional pengelolaan dan pengamanan komunikasi sandi;
- h) Pelaksanaan operasional pengelolaan komunikasi sandi;
- i) Pelaksanaan operasional pengamanan komunikasi sandi;
- j) Pengawasan dan evaluasi pelaksanaan operasional pengamanan persandian;
- k) Perumusan kebijakan statistik sektoral di lingkungan Pemerintah Daerah;
- l) Perumusan peraturan teknis tata kelola statistik sektoral;
- m) Pengelolaan administratif;
- n) Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh atasan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan di atas mengenai manajemen humas Diskominfo Provinsi Lampung dalam menyediakan sumber berita resmi dan terpercaya maka dapat disimpulkan bahwa Diskominfo Provinsi Lampung dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan masyarakat dengan memberikan berita yang akurat, terverifikasi, dan resmi, mengurangi kemungkinan berita palsu atau hoaks menyebar di masyarakat. Dengan memberikan informasi yang jelas dan terbuka tentang kebijakan, program, dan keputusan pemerintah, Diskominfo Provinsi Lampung juga membantu dalam menjaga transparansi pemerintah. Dalam hal ini juga sekaligus meningkatkan pemahaman masyarakat tentang tindakan pemerintah dan akibatnya. Diskominfo Provinsi Lampung melakukan pekerjaannya dalam lima tahapan manajemen humas: perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengendalian, dan evaluasi. Ini dilakukan agar Diskominfo Provinsi Lampung dapat menjalankan tugasnya secara efisien dan efektif dalam menyediakan informasi yang akurat, terpercaya, dan bermanfaat bagi masyarakat. Tahap ini mencakup persiapan awal sebelum pelaksanaan berita; melakukan riset mendalam untuk mendapatkan data dari berbagai sumber; merancang struktur berita; dan memeriksa

5.2 Saran

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

1. Diskominfo Provinsi Lampung sebaiknya mempertimbangkan untuk menyediakan akses yang mudah terhadap peralatan liputan, seperti mikrofon dengan kualitas audio yang baik. Audio yang jernih dan berkualitas tinggi sangat penting untuk memastikan bahwa wawancara direkam dengan baik dan dapat dipahami dengan jelas.

2. Agar Diskominfo Provinsi Lampung semakin cepat dalam menghasilkan bahan pendukung *release* seperti video, menambahkan fasilitas untuk editor seperti komputer dengan spesifikasi yang memadai untuk proses pengeditan untuk memungkinkan editor bekerja dengan lebih efisien, terutama saat mengedit video dalam skala besar.
3. Dengan menyediakan fasilitas seperti mobil dinas tambahan untuk penugasan tim liputan, Diskominfo Provinsi Lampung dapat meningkatkan mobilitas, efisiensi, dan efektivitas anggota tim liputan dalam menjalankan tugas-tugas yang terkait. Hal ini juga akan membantu memastikan bahwa liputan media pemerintah dapat dilaksanakan dengan lancar dan berhasil.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. F., Evadiani, Y., & Asniar, I. (2021). *Public Relations*. Ikatan Guru Indonesia.
- Ananda, C., Toni, H., & Verolyna, D. (2022). *Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Positif (Studi Humas Pemerintah Kabupaten Lebong)* (Doctoral dissertation, IAIN CURUP).
- Armayanti, N., Pramana, D., & Sos, S. (2022). *Public Relation*. Merdeka Kreasi Group.
- Diana, D., & Veronika, N. D. M. (2018). Analisis Kualitas Website Provinsi Bengkulu Menggunakan Metode Webqual 4.0. *Pseudocode*, 5(1), 10-17.
- Fabriar, S. R. (2014). Etika Media Massa Era Global. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 6(1).
- Frida, Kusumastuti. 2002. "Dasar-Dasar Humas, Edisi Pertama, PT." *Ghalia Indonesia, Jakarta Selatan*.
- Herimanto, B. (2007). *Public Relations dalam Organisasi*. Yogyakarta: Santusta.
- Kardini, N. L., Sudomo, A., GS, A. D., Arifin, Z., & Sallu, S. (2023). *Manajemen Public Relation*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Kusumastuti, F. (2002). *Dasar-dasar humas*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Lukman, N. P. S. D. F., Sari, A. M. S. W. P., & Evadiani, A. K. M. Y. (2023). *MANAJEMEN HUMAS*. CV. AZKA PUSTAKA
- Masyhur, F. (2014). Kinerja Website Resmi Pemerintah Provinsi di Indonesia. *Jurnal Pekommas*, 17(1), 9-14.
- Nadeak, B., Adiarsi, G. R., Hanika, I. M., Mustafa, M., Arifudin, O., Tanjung, R., & Choiriyati, W. (2020). *Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan*.
- Rannu, A., & Kunni, J. (2019). *Teknik mencari dan menulis berita: Jariah Publishing*. Jariah Publishing Intermedia.
- Rochmaniah, A., Dharma, F. A., & Utomo, D. M. B. (2021). *Buku Ajar Dasar-dasar Public Relations*. Umsida Press, 1-63.

- Ruslan, Rosady. 2005. *Manajemen Public Relations & Manajemen Komunikasi: Konsep Dan Aplikasi. Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Silviani, I. (2020). *Public relations sebagai solusi Komunikasi Krisis*. Scopindo Media Pustaka.
- Syafari, F. H. (2014). Manajemen Humas Pemerintah dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat. *AL MUNIR: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*.
- Winarto, A., Mahmud, E., & Muadin, A. (2023). Manajemen Humas dalam Membangun Citra Lembaga: Studi Multisitus di STAI Sangatta dan STIPER Sangatta Kutai Timur. *Sustainable Jurnal Kajian Mutu Pendidikan*, 6(1), 159-169.
- Yogatama, A. (2020). Strategi Komunikasi Online Public Relations Tourism Information Center (TIC) Surabaya dalam Melakukan Komunikasi Pariwisata di Kota Surabaya. *Jurnal e-Komunikasi*, 2.

Sumber lain:

Website Diskominfo Provinsi Lampung

<https://diskominfo.lampungprov.go.id/>

Website Badan Pembinaan Hukum Nasional

<https://bphn.go.id/data/documents/03ip003.pdf>