

**STRATEGI PEMERINTAH PROVINSI LAMPUNG
DALAM MENGELOLA INFORMASI PUBLIK
MELALUI MEDIA SOSIAL**

(Tugas Akhir)

Oleh:

Amanda Febrina Putri

2106071014



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

**STRATEGI PEMERINTAH PROVINSI LAMPUNG
DALAM MENGELOLA INFORMASI PUBLIK
MELALUI MEDIA SOSIAL**

Oleh:

Amanda Febrina Putri

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

STRATEGI PEMERINTAH PROVINSI LAMPUNG DALAM MENGELOLA INFORMASI PUBLIK MELALUI MEDIA SOSIAL

Oleh:

Amanda Febrina Putri

2106071014

Pemerintah Provinsi Lampung sebagai Pengelola Informasi Publik memiliki tugas dan wewenang untuk mengelola informasi publik. Pengelolaan informasi publik melalui media sosial merupakan salah satu tantangan yang dihadapi oleh pemerintah daerah di era digital saat ini. Pemerintah Provinsi Lampung, sebagai salah satu pemerintah daerah di Indonesia, telah mengembangkan strategi untuk mengelola informasi publik secara efektif di platform media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi Pemerintah Provinsi Lampung dalam mengelola informasi publik di media sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi Pemerintah Provinsi Lampung dalam mengelola informasi publik harus memastikan bahwa informasi yang disampaikan tetap aman dan tidak disalahgunakan. Tantangan yang dihadapi dalam mengelola informasi publik antara lain ancaman kebocoran informasi, manipulasi data, penyalahgunaan informasi dan berita yang menimbulkan kontroversi. Namun dengan adanya pendekatan komperhensif, Pemerintah Provinsi Lampung diharapkan menjadi garda terdepan dalam menjaga keamanan informasi, sehingga terhindar dari potensi kontroversi dan dapat memberikan layanan informasi yang terpercaya kepada masyarakat.

Kata Kunci: Pemerintah Provinsi Lampung, keamanan informasi, strategi pemerintah

ABSTRACT

LAMPUNG PROVINCE GOVERNMENT STRATEGY IN MANAGING PUBLIC INFORMATION ON SOCIAL MEDIA

By:

Amanda Febrina Putri

2106071014

The Lampung Provincial Government as Public Information Manager has the duty and authority to manage public information. Managing public information through social media is one of the challenges faced by local governments in the current digital era. The Lampung Provincial Government, as one of the regional governments in Indonesia, has developed a strategy to effectively manage public information on social media platforms. This research aims to analyze the Lampung Provincial Government's strategy in managing public information on social media. This research uses qualitative methods with data collection techniques through interviews, observation and literature study. The results of this research show that the Lampung Provincial Government's strategy in managing public information must ensure that the information conveyed remains safe and is not misused. Challenges faced in managing public information include the threat of information leakage, data manipulation, misuse of information and news that causes controversy. However, with a comprehensive approach, the Lampung Provincial Government is expected to be at the forefront of maintaining information security, so as to avoid potential controversy and be able to provide reliable information services to the public.

Keywords: *Lampung Province Government, information security, government strategy*

Judul Tugas Akhir : **Strategi Pemerintah Provinsi Lampung dalam Mengelola Informasi Publik Melalui Media Sosial**

Nama Mahasiswa : **Amanda Febrina Putri**

Nomor Pokok Mahasiswa : 2106071014

Program Studi : **DIII Hubungan Masyarakat**

Fakultas : **Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik**

MENYETUJUI

1. Dosen Pembimbing



Eka Yuda Gunawibawa, S.I.Kom., M.Med.Kom
NIP. 198909162019031015

2. Ketua Program Diploma III Hubungan Masyarakat



Dr. Ibrahim Besar, S.Sos., M.Si
NIP. 198109262009121004

MENGESAHKAN

1. Penguji Tugas Akhir

Ketua : Eka Yuda Gunawibawa, S.I.Kom., M.Med.Kom



Penguji Umum : Dr. Ibrahim Besar, S.Sos.,M.Si



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si
NIP. 196108071987032001

Tanggal Lulus Ujian Tugas Akhir: 23 Juli 2024

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Amanda Febrina Putri
NPM : 2106071014
Program Studi : DIII Hubungan Masyarakat
Alamat : Jalan Ratu Dibalau Gg. Teratai Way Kandis

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang berjudul: **“Strategi Pemerintah Provinsi Lampung Dalam Mengelola Informasi Publik Melalui Media Sosial”** 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, 23 Juli 2024
Yang membuat pernyataan,



Amanda Febrina Putri
NPM 2106071014

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Amanda Febrina Putri yang biasa di panggil Amanda Lahir di Bandar Lampung pada tanggal 26 February 2003 merupakan anak kedua dari tiga bersaudara yang merupakan putri dari pasangan Bapak Fery Handi dan Maya Asliyana.

Jenjang pendidikan penulis bermula dari TK Al – Bustan Bandar Lampung pada tahun 2008 sampai dengan 2009 , lalu duduk di bangku Sekolah Dasar di SD Negeri 1 Prumnas Wayhalim Bandar Lampung pada Tahun 2009 sampai tahun 2015. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Pertama atau SMP Negeri 29 Bandar Lampung pada tahun 2015 sampai tahun 2018 dan melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Atas atau SMA Negeri 05 Bandar Lampung pada tahun 2018 sampai tahun 2021. Pada tahun 2021 penulis melanjutkan studi kejenjang yang lebih tinggi dan tercatat di salah satu Perguruan Tinggi Negeri yaitu Universitas Lampung (UNILA) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan Konsentrasi Jurusan Ilmu Komunikasi Program Studi D3 Hubungan Masyarakat melalui jalur Vokasi.

MOTTO

“Jangan takut Gagal, karena yang tidak pernah gagal hanyalah Orang – orang yang tidak pernah melangkah”

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah: 5-6)

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah – lelah itu, lebarkan lagi rasa sabar itu, semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tetapi, gelombang – gelombang itu yang bisa kau ceritakan”

(Boy Candra)

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada mereka yang sangat berarti dalam hidup saya sampai saya menutaskan pendidikan di Universitas Lampung :

1. Kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran kepada hambanya, dan selalu memberi nikmat yang tak termilai.
2. Untuk kedua orang tuaku, Papi Fery Handi & Mami Maya Asliyana yang selalu mendukungku dalam segala hal dan mendoakan setiap langkahku agar kelak aku menjadi manusia yang baik.
3. Untuk Abang dan Adik ku yaitu M. Ricardo Handyantama Saputra dan Kayla Febtriana Putri yang selalu mendukung dan memotivasi agar aku semangat untuk mengejar cita – citaku.
4. Kepada keluarga besarku yang senantiasa mendukung dan mendoakan.
5. Untuk sahabat seperjuanganku, Public Relations 2021 dan semua teman – teman yang selalu mendoakan.

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 “**Strategi Pemerintah Provinsi Lampung Dalam Mengelola Informasi Publik Melalui Media Sosial**” 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. Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Dra. Ida Nurhaida, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Bapak Dr. Ibrahim Besar, S.Sos.,M.Si selaku ketua Program Studi Diploma III Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
4. Bapak Eka Yuda Gunawibawa, S.I.Kom., M.Med.Kom selaku pembimbing tugas akhir yang penuh kesabaran telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan bimbingannya dan pengarahan dalam menyusun tugas akhir ini.
5. Dr. Ibrahim Besar, S.Sos.,M.Si selaku dosen penguji yang meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan dan saran dalam tugas akhir ini.
6. Bapak Vito Frasetya, S.Sos., M.Si. selaku Pembimbing Akademik selama penulis berkuliah di D3 Hubungan Masyarakat.
7. Sub. Koordinator PKP Bapak Dandi Nursetia S.ST, Kepala Bidang PLIP Diskominfotik Provinsi Lampung, Bapak Zainal Mutaqim, S.IP., MM. dan staf Diskominfotik Provinsi Lampung yang telah berkenan memberikan informasi dan data untuk kebutuhan penulis, sehingga penulisan Tugas Akhir ini dapat di selesaikan.

8. Teman – teman seperjuangan Program Studi D3 Hubungan Masyarakat angkatan 2021, khususnya Vyerda Maretha, Machiko Maritza, Rachel Yunika yang selalu mendukung, mengapresiasi dan kebersamai penulis selama menjalankan perkuliahan.
9. Sahabat – sahabat penulis yang selalu mendukung dan memberikan perhatian kepada penulis Astrid Putri Pratiwi dan Mutia Maharani.
10. Kepada seseorang yang tidak bisa penulis sebutkan namanya beliau selalu mendukung dan mengingatkan penulis untuk terus semangat dalam mengerjakan Tugas Akhir ini, terima kasih sudah selalu ada dalam suka maupun duka.
11. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri Amanda Febrina Putri yang sudah berjuang dan bertahan sejauh ini. Apresiasi sebesar-besarnya karena bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai.

Wassalamualaikum warahmatulahi wabarakatuh...

Bandar Lampung, 5 Juli 2024
Hormat saya,

Amanda Febrina Putri
NPM. 2106071014

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MENGESAHKAN	v
PERNYATAAN.....	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN.....	x
SANWACANA	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang dan Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan penelitian ini adalah :	3
1.4 Manfaat penulisan	4
1.5 Metode pengumpulan data	4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Ilmu Komunikasi	6
2.1.1 Proses komunikasi	7
2.2 Komunikasi Publik	8
2.3 Informasi Publik	9
2.4 <i>Public Relations</i>	10
2.4.1 Pengertian <i>Public Relations</i>	10
2.4.2 Tujuan <i>Public Relations</i>	11
2.5 Humas Pemerintahan	13
2.5.1 Strategi Humas Pemerintah	14

2.6 Keterbukaan Informasi Publik.....	15
2.7 Media Sosial	18

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

3.1 Profil Instansi	20
3.2 Visi dan Misi	22
3.3. Makna Logo	24
3.4 Struktur Organisasi.....	25
3.5 Tupoksi Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Lampung..	26

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil.....	34
4.1.1 Strategi Pemerintah Provinsi Lampung Dalam Mengelola Informasi Publik Melalui Media Sosial	34
4.1.2 Strategi Pemerintah Provinsi Lampung Dalam Mengelola Informasi Publik berdasarkan UU Keterbukaan Informasi Publik	38
4.1.3 Hambatan Diskominfo dalam menjaga keamanan Informasi Publik	45
4.2 Pembahasan	46
4.2.1. Humas Pemerintah Provinsi Lampung.....	46
4.2.2. Strategi Pengelolaan Informasi Publik.....	47

BAB V PENUTUP.

5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Saran	50

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Gamabr 1 Kantor Dinas Kominfo dan Statistik Provinsi Lampung	20
Gamabr 2 Logo Kemkominfo	24
Gamabr 3 Struktur Organisasi.....	25
Gamabr 4 Wawancara untuk mengumpulkan data.....	42
Gamabr 5 Hasil pengumpulan data yang akan diverifikasi	42
Gamabr 6 website diskominfotik	43
Gamabr 7 Instagram diskominfotik	43
Gamabr 8 Tiktok diskominfotik.....	44
Gamabr 9 Twetter diskominfotik.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

Gambar 7. Dokumentasi wawancara dengan Bapak Dandi Nursetia S.ST	61
Gambar 8. Dokumentasi wawancara dengan Bapak Zainal Mustaqim,S.IP.,M.M	61
Gambar 9. Dokumentasi wawancara dengan Bapak Rugby wahid	62
Gambar 10. Dokumentasi penyerahan plakat kepada perwakilan Diskominfotik Provinsi Lampung	62
Gambar 11. Dokumentasi bersama Tim Liputan Diskominfotik Provinsi Lampung	61

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang dan Masalah

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara pemerintah daerah dalam berinteraksi dan menyampaikan informasi kepada masyarakat. Media sosial menjadi salah satu platform yang semakin penting bagi pemerintah daerah untuk mengelola informasi publik secara efektif. Melalui media sosial, pemerintah daerah dapat memperluas jangkauan, meningkatkan transparansi, dan mendorong partisipasi masyarakat. Oleh karena itu, Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Lampung memainkan peran kunci dalam mengelola informasi publik di Provinsi Lampung. Deni Darmawan & Kunkun Nur Fauzi (2013:2) mengatakan bahwa informasi merupakan hasil dari pengolahan data, akan tetapi tidak semua hasil dari pengolahan tersebut bisa menjadi informasi, hasil pengolahan data yang tidak memberikan makna atau arti serta tidak bermanfaat bagi seseorang bukanlah merupakan informasi bagi orang tersebut.

Pada tahun 2022, Pemerintah Provinsi Lampung telah menerbitkan Peraturan Gubernur Nomor 36 Tahun 2022 tentang Pengelolaan Informasi dan Dokumentasi Publik. Peraturan ini mengatur secara komprehensif mengenai pengelolaan informasi publik, mulai dari klasifikasi informasi berdasarkan tingkat sensitivitas dan kerahasiaan, penyimpanan dan pengamanan data, hingga mekanisme akses informasi bagi masyarakat. Salah satu fokus utama dari peraturan ini adalah mengupayakan perlindungan yang memadai terhadap informasi publik yang bersifat sensitif dan rahasia.

Pemerintah Provinsi Lampung juga telah membentuk Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik (Diskominfotik) sebagai leading sector dalam pengelolaan teknologi informasi dan komunikasi, termasuk di dalamnya menjaga keamanan informasi publik. Diskominfotik bertugas untuk menyusun

kebijakan, mengoordinasikan, dan mengawasi implementasi pengelolaan informasi publik di seluruh Organisasi Perangkat Daerah (OPD) di lingkungan Pemerintah Provinsi Lampung.

Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik mewajibkan pemerintah daerah, termasuk Provinsi Lampung, untuk mengelola informasi publik secara efektif dan transparan. Dalam konteks ini, pemanfaatan media sosial oleh Pemerintah Provinsi Lampung merupakan salah satu upaya strategis untuk memenuhi kewajiban tersebut. Media sosial menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam penyebaran informasi, serta dapat meningkatkan keterlibatan dan partisipasi masyarakat dalam isu-isu pemerintahan. Namun, pada kenyataannya, optimalisasi penggunaan media sosial untuk tujuan keterbukaan informasi publik masih belum terwujud secara optimal di Provinsi Lampung.

Permasalahan yang dihadapi oleh Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Lampung dalam mengelola informasi publik meliputi ancaman kebocoran informasi, manipulasi data, penyalahgunaan informasi dan berita yang menimbulkan kontroversi. Keberhasilan dan reputasi pemerintah dalam pengelolaan informasi publik dapat terancam jika tidak ada strategi yang efektif untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah belum adanya strategi dan pedoman yang jelas dalam pemanfaatan media sosial oleh Pemerintah Provinsi Lampung. Penyebaran informasi publik melalui media sosial masih bersifat parsial dan belum terkoordinasi dengan baik, sehingga dampaknya belum optimal. Selain itu, kualitas konten informasi yang disajikan seringkali masih kurang interaktif dan kurang memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Permasalahan lainnya adalah adanya isu-isu dan berita palsu (hoaks) di media sosial yang dapat mengurangi kepercayaan publik terhadap informasi yang disampaikan oleh pemerintah. Masyarakat pun terkadang masih kurang memahami dan sadar dalam memverifikasi informasi yang beredar di media sosial.

Mengelola informasi publik di Provinsi Lampung sangatlah penting, karena informasi publik yang sensitif dan rahasia harus dilindungi agar tidak jatuh ke tangan yang salah. Kehilangan informasi yang penting dapat merusak reputasi dan kepercayaan publik terhadap pemerintah. Selain itu, dengan mengelola informasi publik dengan baik, pemerintah dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pengambilan keputusan dan pelaksanaan kebijakan. Masyarakat memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang akurat dan dapat dipercaya, sehingga mereka dapat membuat keputusan yang tepat dan berpartisipasi secara aktif dalam proses pemerintahan.

Latar Belakang diatas menjelaskan pentingnya menjaga keamanan dan mengelola informasi publik di kalangan pemerintahan. Namun mengapa sampai sekarang masih ada saja informasi yang bocor dan disalahgunakan oleh orang yang tidak berwenang yang menimbulkan kontroversi di masyarakat. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti **“Strategi Pemerintah Provinsi Lampung Dalam Mengelola Informasi Publik Melalui Media Sosial”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka yang jadi rumusan masalah dalam penulisan tugas akhir ini adalah :

1. Bagaimana Strategi Pemerintah Provinsi Lampung Dalam Mengelola Informasi Publik?
2. Apa saja hambatan yang dihadapi Pemerintah Provinsi Lampung dalam menjalankan strategi tersebut?

1.3 Tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui strategi mengelola informasi publik melalui media sosial.
2. Untuk mengetahui hambatan yang dihadapi Pemerintah Provinsi Lampung dalam menjalankan strategi dalam menjaga keamanan Informasi Publik.

1.4 Manfaat penulisan

Dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat baik bagi penulis maupun bagi Diskominfo Provinsi Lampung dalam menjaga keamanan informasi dan privasi berita, Manfaat penelitian ini adalah :

1. Secara Akademis

Penulisan ini diharapkan mampu memberikan pemahaman dan menambah pengetahuan mengenai Strategi Pemerintah Provinsi Lampung dalam mengelola Informasi Publik melalui media sosial

2. Secara Praktis

Penulisan ini dapat membantu Pemerintah Provinsi Lampung dalam mengimplementasikan strategi yang efektif dalam mengelola informasi publik, sehingga meningkatkan integritas dan kepercayaan masyarakat terhadap media dan komunikasi digital.

1.5 Metode pengumpulan data

Metode – metode pengumpulan data yang diterapkan oleh penulis dalam melakukan penulisan tugas akhir ini adalah metode penulisan sebagai berikut :

1. Metode Observasi

Metode observasi merupakan teknik pengumpulan data melalui pengamatan langsung oleh objek penelitian dengan mencari data – data yang berhubungan dengan penelitian terhadap Strategi Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Lampung. 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. Metode Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan untuk pengumpulan data apabila

peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.

Teknik wawancara dilakukan oleh peneliti dengan cara berdialog langsung kepada informan tentang berbagai masalah yang terkait dengan penelitian. Dalam penelitian ini terdapat beberapa informan diantaranya, Bapak Dandi Nurstia S.ST (kasi pengelola komunikasi publik), Bapak Zainal Mustakim (Selaku Kepala Bidang pengelola layanan informasi publik), dan Bapak Rugby Wahib (selaku Staff pengelola komunikasi publik)

3. Metode Studi Pustaka

Metode Studi Pustaka merupakan cara pengumpulan data dengan mengambil informasi berasal dari bahan tertulis yang mencakup buku – buku yang dianggap penting dan berhubungan dengan kehumasan dari para ahli sebagai penuntun untuk menuju pada suatu sasaran yang sedang diamati. Studi kasus ini dilakukan dengan cara mencari, membaca, mencatat dan mempelajari data yang berhubungan dengan kehumasan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Ilmu Komunikasi

Sebagai makhluk sosial, komunikasi merupakan unsur penting dalam kehidupan manusia. Kegiatan komunikasi akan timbul jika seorang manusia mengadakan interaksi dengan manusia lain, jadi dapat dikatakan bahwa komunikasi timbul sebagai akibat dari adanya hubungan social. Pengertian tersebut mengandung arti bahwa komunikasi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan umat manusia, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok.

Kata komunikasi atau communication dalam bahasa inggris berasal dari bahasa latin communis yang artinya “sama”, communico, communication, atau communicare yang berarti “membuat sama” (to make common). Istilah pertama (communis) adalah istilah yang paling sering sebagai asal usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. (Mulyana, 2005:4)

Untuk dapat berkomunikasi dengan baik dan efektif, kita dituntut untuk tidak hanya memahami prosesnya, tetapi juga mampu menerapkan pengetahuan kita secara kreatif. Komunikasi dikatakan efektif apabila komunikasi yang terjadi bersifat dua arah yaitu dimana makna yang distimulasikan sama atau serupa dengan yang dimaksudkan oleh komunikator atau pengirim pesan.

Menurut Effendy, (1984:6). Komunikasi adalah peristiwa penyampaian ide manusia. Dari pengertian ini dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan yang dapat berupa pesan informasi, ide, emosi, keterampilan dan sebagainya melalui simbol atau lambang yang dapat menimbulkan efek berupa tingkah laku yang dilakukan dengan media-media tertentu.

Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society* (Effendy, 2005: 10), mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: “Who Says What in Which Channel To Whom With What Effect” atau “Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya”.

Paradigma Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni:

- a. Pengirim Pesan atau Komunikator (Communicator, Source, sender)
- b. Pesan (message)
- c. Media (channel)
- d. Penerima Pesan atau Komunikan (Communicant, Communicate, Receiver, Recipient)
- e. Efek atau Umpan Balik (Effect, Impact, Influence, Feedback)

Jadi berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Untuk lebih jelasnya, selanjutnya akan dibahas dalam proses komunikasi.

2.1.1 Proses komunikasi

Di dalam proses komunikasi terdapat dua tahap yaitu secara primer dan sekunder. Dalam hal ini yang dimaksud proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan) dengan menggunakan simbol sebagai media komunikasi. Lambang atau simbol digunakan sebagai bentuk komunikasi non-verbal yang dapat langsung mengartikan perasaan atau pikiran komunikator kepada komunikan.

Dalam proses komunikasi ini hal pertama yang dilakukan oleh komunikator adalah menjadi seseorang yang memproduksi pesan (*encode*) kemudian pesan akan disampaikan kepada komunikan dan komunikan memberikan makna dan

pengertian terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator (*decode*). Sedangkan proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua selain menggunakan media lambang. yang dimaksud dengan sarana atau alat yang dijadikan media kedua dalam proses komunikasi ini diantaranya adalah surat kabar, telepon, majalah, radio, film dan media *online/internet*.

Sejalan dengan hal tersebut menurut vardiansyah (2004:83) proses komunikasi dapat terjadi apabila adanya interaksi komunikasi antar manusia yang meliputi penyampaian pesan guna mewujudkan tujuan atau maksud dari komunikasi, sedangkan proses merupakan urutan peristiwa. Oleh karenanya dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi merupakan urutan peristiwa yang terjadi ketika manusia menyampaikan pesan kepada manusia lain.

2.2 Komunikasi Publik

Komunikasi publik sering pula disebut sebagai komunikasi dengan banyak orang. Prosesnya bisa secara langsung atau tidak langsung. Secara langsung maksudnya seorang komunikator komunikasi publik berbicara tanpa perantara atau media kepada khalayak yang besar. Sedangkan secara tidak langsung menunjukkan komunikator menggunakan media sebagai sarana penyampaian pesan untuk menjangkau khalayaknya.

Komunikasi publik menunjukkan suatu proses komunikasi di mana pesan-pesan disampaikan oleh pembicara dalam situasi tatap muka di depan khalayak yang lebih besar (Cangara, 2014:34) yang dikutip oleh Achmad Mucharam. Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi publik merupakan komunikasi yang terjadi antara seorang komunikator dengan sejumlah khalayak. Biasanya jumlah khalayak cukup besar, sehingga dikatakan publik. Dalam prosesnya, komunikasi publik bisa secara langsung atau tidak langsung (bermedia). Dengan demikian situasi tatap muka dalam komunikasi publik, dengan kemajuan teknologi saat ini, bisa melalui media.

2.3 Informasi Publik

Informasi publik adalah segala bentuk data, fakta, dan keterangan yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dan disampaikan oleh badan publik kepada masyarakat luas. Informasi ini mencakup berbagai aspek kehidupan yang berhubungan dengan kepentingan umum dan disediakan oleh pemerintah atau lembaga-lembaga yang dibiayai oleh dana publik. Tujuan utama dari penyediaan informasi publik adalah untuk menjamin transparansi, akuntabilitas, dan partisipasi masyarakat dalam proses pemerintahan dan pembangunan.

Elemen penting yang terkandung dalam konsep informasi publik meliputi data dan fakta seperti statistik, laporan keuangan, hasil penelitian, dan fakta-fakta relevan dengan kinerja dan aktivitas badan publik, kebijakan dan keputusan yang dibuat oleh badan publik termasuk peraturan perundang-undangan dan keputusan menteri, proses dan mekanisme pelayanan publik, kegiatan dan program pemerintah, anggaran dan pembiayaan yang mencakup rincian anggaran, laporan keuangan, dan audit, serta layanan publik seperti tata cara mendapatkan layanan dan biaya yang dikenakan.

Informasi publik penting karena membantu menciptakan pemerintahan yang transparan, di mana masyarakat dapat mengetahui dan memahami aktivitas dan keputusan yang diambil oleh badan publik. Dengan menyediakan informasi yang akurat dan dapat diakses, badan publik dapat mempertanggungjawabkan kinerja dan penggunaan sumber daya mereka kepada masyarakat, sehingga meningkatkan akuntabilitas. Selain itu, akses terhadap informasi publik memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan, memberikan masukan, dan mengawasi pelaksanaan kebijakan publik. Akses terhadap informasi juga diakui sebagai hak asasi setiap warga negara, yang diatur dalam berbagai instrumen hukum nasional dan internasional.

Di Indonesia, Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik mengatur hak dan kewajiban terkait informasi publik. Undang-undang ini menjamin hak masyarakat untuk mengakses informasi dan kewajiban badan publik untuk menyediakan informasi yang dibutuhkan. Melalui undang-undang ini, diharapkan dapat terwujud pemerintahan yang lebih terbuka, partisipatif, dan akuntabel, sehingga kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah dapat meningkat.

2.4 *Public Relations*

2.4.1 *Pengertian Public Relations*

Hubungan Masyarakat atau *Public Relations* sangat erat dengan peran menciptakan citra yang baik bagi perusahaan/instansinya. Dalam menciptakan citra yang baik dibutuhkan juga proses komunikasi yang baik agar dapat mencapai sepemahaman antara Perusahaan/instansi dengan pihak *stakeholder* eksternalnya. Ketika informasi disampaikan dengan cara yang tepat dan efektif maka akan menciptakan pemahaman yang lebih baik tentang tujuan, nilai, dan manfaat dari suatu program. Seorang yang berprofesi sebagai Humas memiliki peran penting bagi Perusahaan/instansi dalam mencapai sebuah tujuan yang terdapat di Perusahaan/instansi tersebut. Dalam hal ini Humas memiliki peran merencanakan strategi agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

Public relations (PR) atau dikenal juga dengan istilah Humas (Hubungan Masyarakat) adalah salah satu bidang spesialisasi dalam ilmu komunikasi yang menitikberatkan pada usaha menumbuhkan saling pengertian dan kerjasama antara publik pada suatu instansi atau perusahaan sehingga terbentuk citra yang baik pada perusahaan. Di lain pihak, public relations itu sebagai suatu ilmu dan keahlian, dalam kegiatannya sering menjalankan fungsi management. Public relations melekat pada eksistensi management, tidak dapat dipisahkan dari management. Konsekuensinya, dimana ada management di situ ada public relations, begitu juga sebaliknya ada public

relations pasti ada management (Yulianita, 2007:40). Oleh karenanya public relations sering disebut inheren dengan management.

Dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi (Widjaja, 2008) mengatakan Public relations adalah proses interaksi untuk menciptakan opini public sebagai input yang menguntungkan kedua belah pihak, dan menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi public, bertujuan menanamkan keinginan baik, kepercayaan saling adanya pengertian, dan citra yang baik dari publiknya. Crystallizing menyebutkan bahwa public relations adalah profesi yang mengurus hubungan antara suatu Perusahaan dan publiknya yang menentukan hidup Perusahaan itu. Sedangkan (Maria, 2002) dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi beranggapan Public relations adalah fungsi khusus manajemen yang membantu membangun dan memelihara komunikasi bersama, pengertian, dukungan, dan kerja sama antara organisasi dan public, melibatkan masalah manajemen, membantu manajemen untuk mengetahui dan merespon public, menjelaskan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani minat public, membantu manajemen untuk tetap mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, berguna sebagai system peringatan awal untuk membantu mengantisipasi tren, dan menggunakan penelitian dan Teknik suara yang layak dalam komunikasi sebagai alat utama.

2.4.2 Tujuan Public Relations

Menurut Suhandang (2012 :53), tujuan *Public Relations* adalah menciptakan opini publik yang menyenangkan tentang kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh instansi atau perusahaan. Menurut Danandjaja (2011:22), tujuan dari adanya *Public Relations* dibagi berdasarkan kegiatannya. Adapun pembagian dari kegiatan *Public Relations* sebagai berikut :

1. Internal *Public Relations*

Yang dimaksud dengan public internal adalah public yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri. Seorang humas harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang

menimbulkan gambaran negatif dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi.

Tujuan *Public Relations* berdasarkan kegiatan internal relations yaitu:

- a. Mengadakan suatu penilaian terhadap sikap tingkah laku dan opini publik terhadap perusahaan, terutama sekali ditujukan kepada kebijaksanaan perusahaan yang saling dijalankan;
- b. Mengadakan suatu analisa dan perbaikan terhadap kebijaksanaan yang sedang dijalankan, guna mencapai tujuan yang ditetapkan perusahaan dengan tidak melupakan kepentingan publik;
- c. Memberikan penerangan kepada publik karyawan mengenai suatu kebijaksanaan perusahaan yang bersifat obyektif serta menyangkut kepada berbagai aktivitas rutin perusahaan, juga menjelaskan mengenai perkembangan perusahaan tersebut. Dimana pada tahap selanjutnya diharapkan public karyawan tetap *well inform*.
- d. Merencanakan bagi penyusunan suatu staff yang efektif bagi penugasaan yang bersifat internal *Public Relations* dalam perusahaan.

2. Eksternal *Public Relations*

Yang dimaksud dengan public eksternal adalah public umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhkannya sikap dan gambaran public yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya.

Secara praktis tujuan dari eksternal *Public Relations* yaitu menyelenggarakan komunikasi yang efektif dimana mempunyai sifat informatif dan persuasif, guna memperoleh dukungan publik ataupun merubah pendapat publik sesuai dengan yang diinginkan oleh komunikator.

Berdasarkan uraian tersebut bahwa dalam mencapai tujuan yang diinginkan, seorang pemimpin harus selalu berorientasi kepada kepentingan publik. Seorang *Public Relations* harus bersifat objektif agar publik tetap mau menerima kebijakan perusahaan dengan sikap terbuka. Mengenai istilah informatif, dalam kegiatan komunikasi dimaksudkan agar seorang *Public Relations* harus dapat menumbuhkan pengertian yang jelas terhadap pesan

komunikasi yang disampaikan kepada publik, sehingga pada tahap selanjutnya tidak akan menimbulkan perbedaan pendapat pada diri publik ketika menerima pesan komunikasi itu.

Kemudian istilah persuasif dimaksudkan agar seorang petugas *Public Relations* dalam rangka mempengaruhi publik melalui penyajian pesan komunikasi yang disampaikannya tidak boleh dilakukan dengan paksaan. Artinya, perkataan ketika mempengaruhi publik, penyajian pesan komunikasi itu harus dapat menumbuhkan kesadaran dalam diri publik sehingga pada tahap selanjutnya, ketika publik mengadakan aksi, seolah-olah kegiatan yang dilakukannya timbul dari dalam dirinya berdasarkan kemauan sendiri, bukan akibat dari penerimaan pesan komunikasi itu.

Berdasarkan pendapat tersebut bahwa tujuan *Public Relations* pada intinya adalah menciptakan dan memelihara hubungan saling percaya dengan publik, baik publik internal maupun publik eksternal dalam rangka menjalin kerjasama yang baik.

2.5 Humas Pemerintahan

Derasnya arus informasi menjadi tantangan tersendiri bagi lembaga pemerintah, khususnya Humas pemerintahan, yang berperan penting dalam pengelolaan komunikasi publik. Dalam tugas pokok dan fungsinya, humas pemerintahan memiliki kewajiban untuk memastikan hak masyarakat atas informasi, meningkatkan partisipasi publik dalam kebijakan dan membantu jalannya pemerintah yang transparan (Idris, 2014) yang dikutip oleh Priyatna. Humas pemerintah memiliki peran yang penting dan strategis. humas pemerintah akan selalu dituntut untuk menghadapi perubahan di lingkungannya yang terjadi sangat cepat di tengah derasnya arus informasi dan perkembangan teknologi informasi (Risal, 2016) yang dikutip oleh Priyatna.

Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Pasal 1 ayat 3 No. 13 Tahun 2011, definisi humas pemerintah adalah aktivitas lembaga atau individu penyelenggara pemerintahan yang melakukan fungsi manajemen dalam bidang

komunikasi dan informasi kepada publik pemangku kepentingan dan sebaliknya. Fungsi humas pemerintah yaitu memastikan keamanan perihal kebijakan pemerintah, memberikan pelayanan pada publik, dan menyebarluaskan informasi mengenai program dan kebijakan pemerintah (Ruslan, 2014) yang dikutip oleh Priyatna. Selain itu humas pemerintah juga menjalankan peran sebagai komunikator dan mediator komunikasi untuk mendukung program pemerintah baik program jangka pendek maupun jangka panjang.

Melalui humas, pemerintah dapat menjelaskan program dan kebijakannya kepada publik sehingga muncul pemahaman serta partisipasi publik tentang program dan kebijakan tersebut. Selain itu humas berkewajiban untuk turut serta memantapkan program pemerintah dalam sebuah sistem politik agar menjadi semakin baik dan semakin mendukung pelaksanaan pemerintahan itu sendiri baik di tingkat Pusat, Provinsi, Kota, maupun Kabupaten. Kementerian Komunikasi dan Informatika yang menjalankan fungsi humas pemerintah melakukan koordinasi untuk perencanaan, penyiapan, dan pelaksanaan komunikasi publik terkait kebijakan dan program pemerintah (PRIndonesia, 2016) yang dikutip oleh Priyatna. Hal ini sesuai dengan Instruksi Presiden No. 09 Tahun 2015. Tentang keterbukaan informasi publik.

2.5.1 Strategi Humas Pemerintah

Era milenial yang bersamaan dengan tuntutan keterbukaan informasi publik, menjadi titik tolak humas pemerintahan untuk dapat mengoptimalkan berbagai peran dan fungsinya menuju lembaga dan pranata humas profesional. Tugas pokok dan fungsi yang dilakukan oleh humas pemerintahan selama ini di antaranya sebagai juru bicara lembaga, fasilitator, penyedia informasi kebijakan, pelaksanaan program komunikasi, diseminasi informasi produk dan jasa lembaga, serta menciptakan iklim positif hubungan kelembagaan publik internal eksternal secara kondusif dan harmonis.

Menurut (Cangara, 2014) yang di kutip oleh Nugraha, Sjoraida, Novianti. Mengingat tugas dan fungsi kehumasan yang strategis di bidang layanan

informasi dan komunikasi serta banyaknya publik yang perlu dilayani dalam berbagai kepentingan, humas di lembaga pemerintahan dapat melakukan optimalisasi strategi komunikasi dalam menghadapi revolusi industri serta perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang mendukung tercapainya objektif organisasi. Strategi komunikasi merupakan kiat atau taktik yang bisa dilakukan dalam melaksanakan perencanaan komunikasi.

Menurut (Martinelli, 2012) yang dikutip Nugraha, Sjoraida, Novianti. Strategi komunikasi sangat berperan penting untuk bisa membantu program kehumasan di lembaga pemerintahan agar lebih efektif. Sebab strategi komunikasi akan dapat membantu secara lebih efektif dalam mengembangkan hubungan, meningkatkan reputasi, dan membujuk orang untuk bertindak.

Menurut (Gasing & Suryanto, 2016) yang dikutip oleh oleh (Aat Ruchiat Nugraha, Diah Fatma Sjoraida, Evi Novianti) Penggunaan strategi komunikasi di humas pemerintahan mempertimbangkan aspek lingkungan sosial, operasional, dan internal organisasi untuk dapat melahirkan strategi yang inovatif dalam menjawab tantangan era milenial yang berbasis pada teknologi informasi. Supaya dapat bertindak strategis, kegiatan kehumasan harus menyatu dengan visi dan misi organisasi.

2.6 Keterbukaan Informasi Publik

Di era globalisasi sekarang ini suatu Informasi menjadi cepat tersebar dan sangat penting, selain itu masyarakat juga dapat dengan mudah mengakses segala macam bentuk Informasi, bahkan informasi dari luar negeri dapat diperoleh dengan begitu mudahnya. Dalam menyikapi era keterbukaan informasi ini sekaligus sebagai upaya demokratisasi maka pemerintah Indonesia menyiapkan dan menyelenggarakan suatu kebijakan untuk mengatur keterbukaan informasi tersebut, aturan keterbukaan informasi publik yang dibuat oleh pemerintah selain mengatur tentang kebebasan memperoleh informasi juga menyediakan segala macam informasi tentang pemerintahan agar masyarakat dapat mengetahui apa saja tindakan pemerintah dalam

penyelenggaraan negara sehingga transparansi dan tanggung jawab pemerintah kepada publik terealisasi dengan baik.

Konstitusi negara Indonesia telah secara jelas menegaskan bahwa “*Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia*” (Pasal 28 F UUD 1945). Hal tersebut mengambarkan bahwa setiap warga negara Indonesia memiliki hak untuk memperoleh informasi baik informasi biasa maupun informasi tentang pemerintahan melalui berbagai sumber. Keterbukaan informasi ini diharapkan dapat mewujudkan transparansi kepada masyarakat yang pada akhirnya akan menekan kemungkinan adanya praktik korupsi, kolusi dan nepotisme dalam penyelenggaraan negara.

Keterbukaan Informasi Publik yang diatur dalam UU no.14 tahun 2008 merupakan hasil dari usaha-usaha yang dilakukan oleh semua pihak yang mendukung tata pemerintahan yang baik (good governance) di Indonesia. Menurut Asshidiqie (2003) yang dikutip oleh Edwin Nurdiansyah, menyatakan dalam konsep negara hukum yang demokratis, keterbukaan informasi publik merupakan pondasi dalam membangun tata pemerintahan yang baik, yang transparan, terbuka dan partisipasi dalam seluruh proses kenegaraan, termasuk seluruh proses pengelolaan sumber daya publik sejak dari proses pengambilan keputusan, pelaksanaan serta evaluasi.

Charlick (dalam Santosa, 2008:133) yang dikutip oleh Edwin Nurdiansyah, mengartikan good governance sebagai pengelolaan segala macam urusan publik secara efektif melalui pembuatan peraturan dan/atau kebijakan yang sah demi untuk mempromosikan nilai-nilai kemasyarakatan. Dari beberapa pendapat diatas dapat terlihat jika good governance mempersyaratkan keterbukaan informasi serta urusan publik yang terbuka dan transparan sebagai salah satu syarat mewujudkannya.

Meskipun dalam UU KIP terdapat beberapa pengecualian untuk informasi yang dapat dibuka namun Badan Publik yang terdiri dari Lembaga Eksekutif, Legislatif, Yudikatif dan badan lain yang dibiayai oleh Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) dan atau Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) wajib membuka diri untuk menyampaikan informasi kepada publik.

Keterbukaan informasi publik yang diatur dalam UU no. 14 Tahun 2008 memiliki beberapa katagori informasi publik diantaranya sebagai berikut:

1. Informasi yang wajib disediakan dan diumumkan
 - a. Informasi yang Wajib Disediakan dan Diumumkan Secara Berkala.
 - b. Informasi yang Wajib Diumumkan secara Serta-merta.
 - c. Informasi yang Wajib Tersedia Setiap Saat.
2. Informasi yang dikecualikan
 - a. Informasi Publik yang apabila dibuka dan diberikan kepada Pemohon Informasi Publik dapat menghambat proses penegakan hukum.
 - b. Informasi Publik yang apabila dibuka dan diberikan kepada Pemohon Informasi Publik dapat mengganggu kepentingan perlindungan hak atas kekayaan intelektual dan perlindungan dari persaingan usaha tidak sehat.
 - c. Informasi Publik yang apabila dibuka dan diberikan kepada Pemohon Informasi Publik dapat membahayakan pertahanan dan keamanan negara.
 - d. Informasi Publik yang apabila dibuka dan diberikan kepada Pemohon Informasi Publik dapat mengungkapkan kekayaan alam Indonesia.
 - e. Informasi Publik yang apabila dibuka dan diberikan kepada Pemohon Informasi Publik, dapat merugikan ketahanan ekonomi nasional.
 - f. Informasi Publik yang apabila dibuka dan diberikan kepada Pemohon Informasi Publik, dapat merugikan kepentingan hubungan luar neger.
 - g. Informasi Publik yang apabila dibuka dapat mengungkapkan isi akta otentik yang bersifat pribadi dan kemauan terakhir ataupun wasiat seseorang
 - h. Informasi Publik yang apabila dibuka dan diberikan kepada Pemohon Informasi Publik dapat mengungkap rahasia pribadi.

- i. memorandum atau surat-surat antar Badan Publik atau intra Badan Publik, yang menurut sifatnya dirahasiakan kecuali atas putusan Komisi Informasi atau pengadilan.

2.7 Media Sosial

dengan sosial media dapat dilakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual. Sosial media diawali dari tiga hal, yaitu Sharing, Collaborating dan Connecting (Puntoadi, 2011). Yang dikutip oleh Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N

Sosial media mengalami perkembangan yang sangat signifikan dari tahun ke tahun, Jika pada tahun 2002 Friendster merajai sosial media karena hanya Friendster yang mendominasi sosial media di era tersebut, kini telah banyak bermunculan sosial media dengan keunikan dan karakteristik masing-masing. Sejarah sosial media diawali pada era 70-an, yaitu ditemukannya sistem papan buletin yang memungkinkan untuk dapat berhubungan dengan orang lain menggunakan surat elektronik ataupun mengunggah dan mengunduh perangkat lunak, semua ini dilakukan masih dengan menggunakan saluran telepon yang terhubung dengan modem.

Pada tahun 1995 lahirlah situs GeoCities, GeoCities melayani web hosting (layanan penyewaan penyimpanan data-data website agar website dapat diakses dari manapun). GeoCities merupakan tonggak awal berdirinya websitewebsite. Pada tahun 1997 sampai tahun 1999 munculah sosial media pertama yaitu Sixdegree.com dan Classmates.com. Tak hanya itu, di tahun tersebut muncul juga situs untuk membuat blog pribadi, yaitu Blogger. situs ini menawarkan penggunaanya untuk bisa membuat halaman situsnya sendiri. Sehingga pengguna dari Blogger ini bisa memuat hal tentang apapun.

Pada tahun 2002 Friendster menjadi sosial media yang sangat booming dan kehadirannya sempat menjadi fenomenal. Setelah itu pada tahun 2003 sampai saat ini bermunculan berbagai sosial media dengan berbagai karakter dan kelebihan masing-masing, seperti LinkedIn, MySpace, Facebook, Twitter,

Wiser, Google+ dan lain sebagainya. Sosial media juga kini menjadi sarana atau aktivitas digital marketing, seperti social media maintenance, social media endorsement dan social media activation.

Ada beberapa karakteristik dari media sosial yakni:

1. Jaringan (network), adalah infrastruktur yang menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras lainnya. Koneksi ini diperlukan karena komunikasi bisa terjadi jika antar komputer terhubung, termasuk di dalamnya perpindahan data.
2. Informasi (informations), menjadi entitas penting di media sosial karena pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan.
3. Arsip (archive), bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bias diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun.
4. Interaksi (interactivity), media sosial membentuk jaringan antar pengguna yang tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (follower) semata, tetapi harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut.
5. Simulasi sosial (simulation of society), media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (society) di dunia virtual. Media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang real.
6. Konten oleh pengguna (user-generated content). Di Media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi. Hal ini berbeda dengan media lama (tradisional) dimana khalayaknya sebatas menjadi objek atau sasaran yang pasif dalam distribusi pesan.

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

3.1 Profil Instansi

Dinas Komunikasi dan Informatika (Kominfo) 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 dan Informatika Provinsi Lampung. Dinas Komunikasi dan Informatika yang beralamat di WR Monginsidi No. 69 Telukbetung.

Berikut adalah Gambar kantor Dinas Komunikasi Informatika Dan Statistik (Diskominfo) Provinsi Lampung :



Gamabr 1 Kantor Dinas Kominfo dan Statistik Provinsi Lampung

Tugas pokok Diskominfo 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 strategik yang meliputi keseluruhan pembagian tugas dari masing-masing bidang di

lingkungan Diskominfo Provinsi Lampung, guna dijadikan sebagai pedoman dan arahan bagi seluruh pegawai/staf dalam melaksanakan tugas dan fungsinya dalam mewujudkan visi, misi dan tujuan Dinas Kominfo 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.

Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud di atas, Dinas Komunikasi dan Informatika mempunyai fungsi:

- a. Perumusan kebijaksanaan, pengaturan dan penetapan standar bidang telekomunikasi skala provinsi;
- b. Pemberian bimbingan teknis di bidang sarana, pelayanan, kinerja operasi telekomunikasi khusus dan kewajiban pelayanan universal skala wilayah;
- c. Pelaksanaan koordinasi dan pengawasan layanan dan pemberian rekomendasi pertimbangan teknis terhadap permohonan izin penyelenggaraan jaringan tetap lokal cakupan provinsi;
- d. Pemberian rekomendasi galian untuk keperluan penggelaran kabel telekomunikasi lintas kabupaten/kota;
- e. Fasilitasi pelaksanaan koordinasi penyelenggaraan pos dan telekomunikasi serta penggunaan frekwensi radio di daerah perbatasan negara tetangga;
- f. Pelaksanaan evaluasi persyaratan administrasi dan data teknis terhadap permohonan rekomendasi penyelenggaraan penyiaran;
- g. Pelaksanaan koordinasi dan fasilitasi pemberdayaan komunikasi sosial dan pengembangan kemitraan media skala provinsi;

- h. Pelaksanaan koordinasi dan fasilitasi di bidang kehumasan, pengkajian dan pengembangan informasi, pengolahan data dan informatika;
- i. Pelayanan administratif;
- j. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Gubernur sesuai dengan tugas dan fungsinya

3.2 Visi dan Misi

Menurut Wibisono visi adalah serangkaian kata-kata atau kalimat yang mengungkapkan impian, cita-cita, rencana, harapan suatu perusahaan, organisasi yang ingin dicapai di masa yang akan datang. Visi juga bisa dikatakan sebagai sesuatu yang sangat dibutuhkan bagi organisasi demi menjamin kesuksesan dan kelestarian perusahaan atau organisasi jangka panjang. Dengan kata lain bisa bahwa visi merupakan “want to be” dari perusahaan ataupun organisasi.

Sedangkan misi adalah ungkapan maksud dan tujuan yang unik atau yang mampu membedakan Institusi satu dengan yang lainnya, singkatnya misi harus mencerminkan keunikan atau keunggulan dari suatu Institusi (Dr Fitri L & M Hamdani, 2011). Berikut ini visi dan misi dari Dinas Komunikasi informatika dan Statistik Provinsi Lampung.

a. Visi

Terwujudnya Pusat Informasi Dan 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.

Makna yang terkandung dalam rumusan Misi Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Lampung yaitu :

1. Layanan komunikasi dan informatika adalah pembangunan bidang komunikasi dan informatika yang meliputi :
 - a. Pembangunan infrastruktur (penyediaan sarana teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan aksesibilitas serta layanan informasi dan komunikasi yang mendukung ekonomi masyarakat di Provinsi Lampung)
 - b. Pembangunan Suprastruktur (yang difokuskan kepada Pengembangan dan Kelembagaan Kelompok Informasi sosial agar memiliki kesiapan untuk memanfaatkan infrastruktur yang telah disediakan dan mendayagunakan informasi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat),
 - c. Pembangunan infrastruktur (Penyediaan konten positif yang mendidik, mencerahkan, memberdayakan dan meningkatkan nasionalisme masyarakat).
2. Penyelenggaraan pelayanan publik yang aman, nyaman, faktual, cepat, tepat, transparan, dapat dipercaya dan diandalkan serta efektif dan efisien sehingga meningkatkan produktivitas dan kualitas layanan.
3. Berdaya saing adalah Suatu kondisi Pemerintah dan Masyarakat yang tangguh, unggul dan memiliki kemampuan untuk tumbuh dan berkembang terhadap dinamika perubahan dengan tetap berpegang pada nilai-nilai budaya, tatanan sosial yang agamis
4. Lampung maju dan sejahtera adalah visi Provinsi Lampung yang akan didukung oleh visi Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Lampung.

3.3. Makna Logo

Logo merupakan sebuah tulisan, sketsa, atau gambar yang mempunyai makna tertentu dan bisa mewakili identitas atas suatu bentuk entitas, seperti lembaga organisasi, perusahaan, daerah, negara, atau produk. Biasanya, suatu logo mengandung filosofi tertentu dan kerangka dasar berbentuk konsep yang bertujuan guna menciptakan sifat mandiri. Selain itu, setiap bentuk logo juga wajib mempunyai suatu ciri khas tertentu untuk membedakan logo yang satu dengan logo yang lainnya, baik itu dari segi bentuk maupun warnanya.



Gamabr 2 Logo Kemkominfo

- 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 darisatu titik pusat memutar menyebar/melebar, mengandung pengertian bahwa Depkominfo mempunyai tugas untuk meningkatkan akses komunikasi dan posyang berkualitas, merata dan terjangkau, juga menggambarkan unsur kegiatan penyiaran Bentuk ini pun menyiratkan kesan 'berkembang', sesuai dengan visiDepkominfo dalam peningkatan litbang dan industri bentuk ini pun 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.

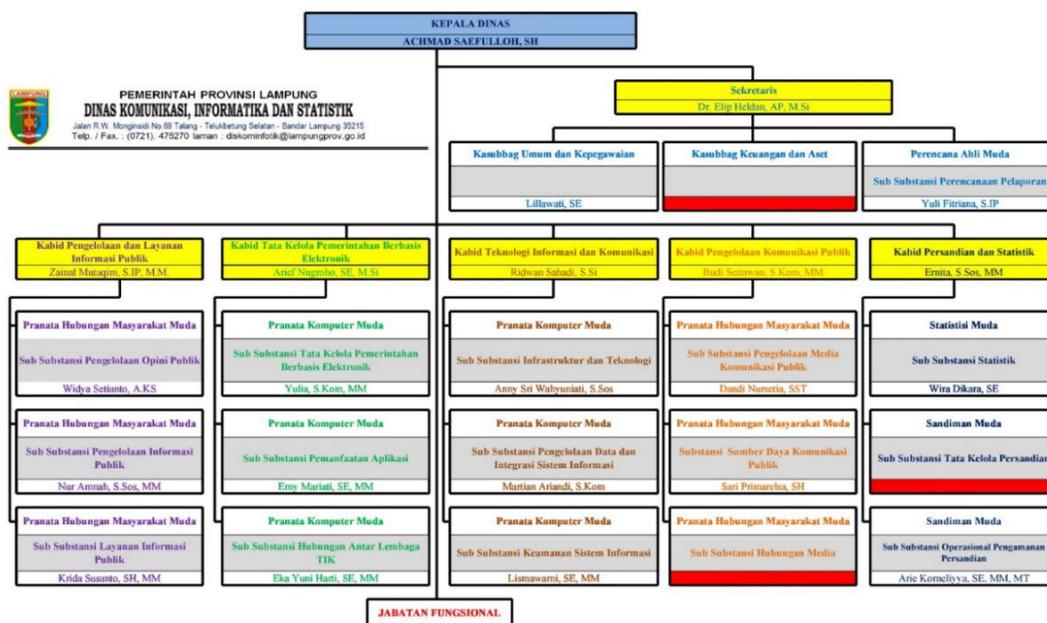
b. Warna:

1. Merupakan kombinasi warna biru, yang mempunyai karakter, Lugas, Kokoh, Teknologis, Dinamis, Optimis dan profesionalisme.
2. Aksesoris 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).

3.4 Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah kerangka yang menggambarkan hubungan antara fungsi yang terdapat dalam suatu organisasi. Struktur organisasi sangat penting sekali bagi perusahaan karena dengan adanya struktur organisasi memudahkan dalam mengkoordinir pelaksanaan tugas dan tanggung jawab. Dalam Menyusun struktur organisasi hendaklah jelas tujuan dan sasaran dari perusahaan, dan siapa yang mempunyai wewenang atas setiap bagian dari pekerjaan.

Berikut ini adalah Struktur dari Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Lampung (DiskominfoProvinsi Lampung).



Gambar 3 Struktur Organisasi

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

- a. Kepala Dinas;
- b. Sekretariat;
- c. Bidang Pengelolaan dan Layanan Informasi Publik;
- d. Bidang Pengelolaan Komunikasi Publik;.
- e. Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi;
- f. Bidang Tata Kelola Pemerintahan Berbasis Elektronik;
- g. Bidang Persandian dan Statistik;
- h. Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD); dan
- i. Kelompok Jabatan Fungsional.

3.5 Tupoksi Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik 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:

1. perumusan kebijakan di bidang Komunikasi, Informatika, Persandian dan Statistik;
2. pelaksanaan kebijakan di bidang Komunikasi, Informatika, Persandian dan Statistik;
3. pelaksanaan evaluasi dan pelaporan di bidang Komunikasi, Informatika, Persandian dan Statistik;

4. pelaksanaan administrasi dinas di bidang Komunikasi, Informatika, Persandian dan Statistik; dan
5. pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Gubernur.

c. Tugas dan Fungsi Bidang

1. Bidang Pengelolaan dan Layanan Informasi Publik

- a. 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 memberika
- b. Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud, Bidang Pengelolaan dan Layanan Informasi Publik mempunyai fungsi:
 1. Penyiapan bahan perumusan kebijakan di bidang Pengelolaan Opini dan Layanan Informasi Publik di lingkup Pemerintah Provinsi, Pengelolaan Informasi untuk mendukung kebijakan nasional dan Pemerintah Provinsi, serta Pelayanan Informasi Publik di Provinsi;
 2. Penyiapan bahan pelaksanaan kebijakan di bidang pengelolaan opini dan layanan informasi publik di lingkup pemerintah provinsi, pengelolaan informasi untuk mendukung kebijakan nasional dan pemerintah provinsi, serta pelayanan informasi publik di Provinsi;
 3. Penyiapan bahan penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria penyelenggaraan di bidang pengelolaan opini dan layanan informasi publik di lingkup pemerintah provinsi, pengelolaan informasi untuk mendukung kebijakan nasional dan pemerintah provinsi, serta pelayanan informasi publik di Provinsi;
 4. Penyiapan bahan pemberian bimbingan teknis dan supervisi di bidang pengelolaan opini dan layanan informasi publik di lingkup pemerintah

- provinsi, pengelolaan informasi untuk mendukung kebijakan nasional dan pemerintah provinsi, serta pelayanan informasi publik di Provinsi;
5. Pemantauan, evaluasi, dan pelaporan di bidang pengelolaan opini dan layanan informasi publik di lingkup pemerintah provinsi, pengelolaan informasi untuk mendukung kebijakan nasional dan pemerintah provinsi, serta pelayanan informasi publik di Provinsi; dan
 6. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh atasan.
- c. Bidang Pengelolaan dan Layanan Informasi Publik, dipimpin oleh seorang Kepala Bidang yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas. Pengelolaan dan Layanan Informasi Publik, dipimpin oleh seorang Kepala Bidang yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas.
2. Bidang Pengelola Komunikasi Publik
- a. 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.
 - b. Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud, Bidang Pengelolaan Komunikasi Publik mempunyai fungsi:
 1. Penyiapan bahan perumusan kebijakan di bidang Pengelolaan Komunikasi Publik, Layanan Hubungan Media serta Penguatan Kapasitas Sumber Daya Komunikasi Publik dan Penyediaan Akses Informasi di Provinsi;
 2. penyiapan bahan pelaksanaan kebijakan di bidang Pengelolaan Komunikasi Publik, Layanan Hubungan Media serta Penguatan Kapasitas Sumber Daya Komunikasi Publik dan Penyediaan Akses Informasi di Provinsi;

3. penyiapan bahan penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria pengelolaan komunikasi publik, layanan hubungan media dan penguatan kapasitas sumber daya komunikasi publik dan penyediaan akses informasi di Provinsi;
4. penyiapan bahan pemberian bimbingan teknis dan supervisi di bidang Pengelolaan Komunikasi Publik, Layanan Hubungan Media serta Penguatan Kapasitas Sumber Daya Komunikasi Publik dan Penyediaan Akses Informasi di Provinsi;
5. 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
6. pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

c. Bidang Pengelolaan Komunikasi Publik sebagaimana dimaksud, dipimpin oleh seorang Kepala Bidang yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas.

3. Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi

- a. 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 Kepemerintahan, Layanan Keamanan Informasi Government dan Layanan Sistem Komunikasi Intra Pemerintah Daerah Provinsi.
- b. Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud, Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi mempunyai fungsi:
 1. Penyiapan bahan perumusan kebijakan 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 Kepemerintahan, Layanan Keamanan Informasi e-Government dan Layanan Sistem Komunikasi Intra Pemerintah Daerah Provinsi;

2. Penyiapan bahan pelaksanaan kebijakan 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 Kepemerintahan, Layanan Keamanan Informasi eGovernment dan Layanan Sistem Komunikasi Intra Pemerintah Daerah Provinsi;
3. Penyiapan bahan penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria penyelenggaraan 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 Kepemerintahan, Layanan Keamanan Informasi e-Government dan Layanan Sistem Komunikasi Intra Pemerintah Daerah Provinsi;
4. Penyiapan bahan pemberian bimbingan teknis dan supervisi 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 Kepemerintahan, Layanan Keamanan Informasi e-Government dan Layanan Sistem Komunikasi Intra Pemerintah Daerah Provinsi;
5. 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 Kepemerintahan, Layanan Keamanan Informasi eGovernment dan Layanan Sistem Komunikasi Intra Pemerintah Daerah Provinsi; dan

6. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh atasan.

d. melaksanakan fungsi lain yang diberikan oleh atasan

4. Bidang Tata Kelola Pemerintahan Berbasis Elektronik

a. 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.

b. Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud, Bidang Tata Kelola Pemerintahan Berbasis Elektronik mempunyai fungsi:

1. Penyiapan bahan perumusan kebijakan 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;
2. Penyiapan bahan pelaksanaan kebijakan 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;

3. Penyiapan bahan penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria penyelenggaraan 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;
 4. Penyiapan bahan pemberian bimbingan teknis dan supervisi 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;
 5. 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; dan
 6. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh atasan.
- c. Bidang Tata Kelola Pemerintah Berbasis Elektronik sebagaimana dimaksud, dipimpin oleh seorang kepala bidang yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada kepala dinas.
5. Bidang Persandian dan Statistik
- a. Bidang persandian dan statistik mempunyai tugas menyelenggarakan penyusunan dan pelaksanaan kebijakan daerah dalam bidang persandian dan statistik.
 - b. Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud, Bidang Persandian dan Statistik mempunyai fungsi:

1. Perumusan kebijakan keamanan informasi di lingkungan Pemerintah Daerah;
 2. Perumusan peraturan teknis tata kelola persandian untuk pengamanan informasi;
 3. Pengelolaan informasi berklasifikasi;
 4. Pengelolaan sumber daya persandian;
 5. Pengawasan dan evaluasi pelaksanaan tata kelola persandian
 6. Koordinasi pelaksanaan kegiatan jabatan fungsional Sandiman;
 7. Perumusan peraturan teknis operasional pengelolaan dan pengamanan komunikasi sandi;
 8. Pelaksanaan operasional pengelolaan komunikasi sandi;
 9. Pelaksanaan operasional pengamanan komunikasi sandi;
 10. Pengawasan dan evaluasi pelaksanaan operasional pengamanan persandian;
 11. Perumusan kebijakan statistik sektoral di lingkungan Pemerintah Daerah;
 12. Perumusan peraturan teknis tata kelola statistik sektoral;
 13. Pengelolaan administratif;
 14. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh atasan.
- c. Bidang Persandian dan Statistik sebagaimana dimaksud, dipimpin oleh seorang Kepala Bidang yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah penulis uraikan maka dapat disimpulkan bahwa Strategi Pemerintah Provinsi Lampung dalam mengelola informasi publik melalui media sosial Penggunaan media sosial merupakan salah satu strategi penting dalam pengelolaan informasi publik yang efektif. Melalui platform media sosial, Humas Pemerintah Provinsi Lampung dapat dengan cepat dan interaktif menyebarluaskan informasi kepada masyarakat.

Strategi pemanfaatan media sosial dapat dimulai dengan mengembangkan akun-akun resmi pemerintah daerah di berbagai kanal media sosial yang populer, seperti website, tiktok, Twitter, Instagram, dan YouTube. Akun-akun ini dapat digunakan untuk menyajikan informasi dalam berbagai format yang menarik, seperti teks, grafik, foto, dan video.

Selain itu, pemerintah juga perlu membangun engagement dan interaksi yang aktif dengan masyarakat melalui media sosial. Hal ini dapat dilakukan dengan merespon pertanyaan dan tanggapan dari masyarakat secara cepat, serta melibatkan mereka dalam berbagi informasi dan diskusi. Dengan demikian, media sosial dapat menjadi saluran komunikasi dua arah yang efektif antara pemerintah dan masyarakat. Pemerintah juga harus memastikan konten informasi yang disebarkan melalui media sosial bersifat up-to-date, komprehensif, dan mudah dipahami. Penggunaan bahasa yang sederhana dan komunikatif juga menjadi kunci dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat luas. Melalui pemanfaatan media sosial yang strategis, Humas Pemerintah Provinsi Lampung dapat meningkatkan keterbukaan informasi, memperluas jangkauan penyebaran informasi, serta membangun kepercayaan dan partisipasi masyarakat dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang sudah diuraikan, penulis memiliki beberapa saran untuk dijadikan bahan pertimbangan yaitu sebagai berikut:

1. Untuk Pemerintah Provinsi Lampung

Pemerintah Provinsi Lampung perlu membangun strategi komunikasi digital yang komprehensif. Hal ini mencakup penyusunan rencana strategis pengelolaan informasi publik melalui media digital, termasuk media sosial. Strategi ini harus menetapkan tujuan, target audiens, pesan kunci, dan saluran komunikasi yang sesuai. Selain itu, pemerintah juga perlu mengalokasikan sumber daya yang memadai, baik SDM, anggaran, maupun infrastruktur. Untuk mempercepat pengelolaan informasi yang akan disampaikan ke publik melalui media sosial

2. Untuk Ilmu Pengetahuan

perlu ada kajian yang mendalam mengenai pola penggunaan media sosial oleh masyarakat Provinsi Lampung. Hal ini mencakup analisis demografi pengguna, platform media sosial yang paling populer, jenis konten yang disukai, serta waktu dan frekuensi penggunaan media sosial. Hal ini akan memberikan pemahaman yang komprehensif tentang karakteristik dan preferensi target audiens pemerintah daerah.

3. Untuk Universitas Lampung

Universitas dapat menawarkan program magang atau kerja lapangan bagi mahasiswa di Diskominfo Provinsi Lampung sehingga mereka bisa terlibat langsung dalam mengelola informasi publik melalui media sosial. Mengelola informasi yang akurat dengan menggunakan tahapan yang ada di Diskominfo Provinsi Lampung.

DAFTAR PUSTAKA

- Dani Vardiansyah. 2004. Pengantar Ilmu Komunikasi. Bodongkerta :Ghalia Indonesia.
- Danandjaja. 2011. Peranan Humas dalam Perusahaan. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Effendy, Onong Uchjana. 1984. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, Bandung:Rosda Karya
- Mulyana Deddy. 2005. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mucharam, A. (2022). Membangun Komunikasi publik yang efektif. *Ikon--Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(1), 71-82.
- Nugraha, A. R., Sjoraida, D. F., & Novianti, E. (2022). Analisis strategi humas pemerintahan era milenial dalam menghadapi tata kelola informasi publik. *PRofesi Humas*, 6(2), 286-310.
- Nurdiansyah, E. (2016). Keterbukaan informasi publik sebagai upaya mewujudkan transparansi bagi masyarakat. *Jurnal Bhinneka Tunggal Ika*, 3(2), 147-151.
- Priyatna, C. C., Prastowo, F. A. A., Syuderajat, F., & Sani, A. (2020). Optimalisasi teknologi informasi oleh lembaga pemerintah dalam aktivitas komunikasi publik. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 114-127
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
- Suhandang, Kustadi, 2012, Public Relations Perusahaan. Penerbit Nuansa, Bandung.
- Widjaja, H.A.W. (2008). Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Yulianita, Neni. 2007. Dasar-dasar Public Relations. Penerbit : LPPM UNISBA, Bandung.

Sumber Lain:

https://eppid.kominfo.go.id/storage/uploads/1_9_2

[Undang Undang Nomor 14 Tahun 2008.pdf](#)

Website Diskominfotik Provinsi Lampung

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