

**PERAN HUMAS DISKOMINFO DALAM MEMBANGUN CITRA  
WALIKOTA METRO PEDULI ANAK MELALUI WEBSITE PEMKOT  
METRO**

**(Skripsi)**

**Oleh**

**ANGGITA DARA JELITA  
NPM 2016031071**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2025**

## ABSTRAK

### PERAN HUMAS DISKOMINFO DALAM MEMBANGUN CITRA WALIKOTA METRO PEDULI ANAK MELALUI WEBSITE PEMKOT METRO

Oleh

ANGGITA DARA JELITA

Penelitian ini bertujuan memahami bagaimana Humas Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Metro membangun citra Walikota Metro sebagai pemimpin peduli anak melalui *website* resmi Pemerintah Kota Metro (*info.metrokota.go.id*). Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif studi kasus dengan paradigma konstruktivis dan teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann (1966), yang memandang realitas sosial dibentuk melalui eksternalisasi, obyektivasi, dan internalisasi. Data diperoleh melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam semi-terstruktur, dan dokumentasi konten media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Diskominfo secara aktif mengeksternalisasikan makna kepedulian anak melalui pemilihan agenda, narasi berita, diksi, dokumentasi visual, dan *headline*. Obyektivasi terjadi ketika pesan-pesan tersebut dipublikasikan secara konsisten dan diterima publik sebagai realitas sosial sementara internalisasi masih terbatas akibat rendahnya literasi digital dan keterbatasan akses informasi masyarakat. *Website* tetap berperan sebagai sarana potensial dalam produksi makna dan legitimasi sosial meskipun efektivitasnya dalam membangun citra kepemimpinan peduli anak belum optimal. Penelitian ini menegaskan bahwa media digital pemerintah, khususnya *website*, tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi tetapi juga sebagai alat produksi makna dan legitimasi sosial dalam konstruksi citra kepemimpinan.

**Kata kunci:** konstruksi sosial, humas pemerintah, citra kepemimpinan, *website*, konstruktivis.

## **ABSTRACT**

### **THE ROLE OF DISKOMINFO PUBLIC RELATIONS IN BUILDING THE IMAGE OF THE METRO MAYOR WHO CARE ABOUT CHILDREN THROUGH THE METRO CITY GOVERNMENT WEBSITE**

**By**

**ANGGITA DARA JELITA**

*This study aims to understand how the Public Relations (PR) Division of the Communication and Informatics Office (Diskominfo) of Metro City constructs the image of the Mayor of Metro as a child-friendly leader through the official government website ([info.metrokota.go.id](http://info.metrokota.go.id)). The study employs a qualitative descriptive case study approach within the constructivist paradigm, using Berger and Luckmann's (1966) social construction theory, which views social reality as shaped through externalization, objectivation, and internalization. Data were collected through participatory observation, semi-structured in-depth interviews, and media content documentation. The findings indicate that Diskominfo PR actively externalizes the meaning of child-centered care through agenda setting, news narratives, word choice, visual documentation, and headlines. Objectivation occurs when these messages are consistently published and accepted by the public as social reality, while internalization remains limited due to low digital literacy and restricted access to information. The website continues to serve as a potential medium for meaning-making and social legitimacy, although its effectiveness in shaping the image of a child-friendly leadership is not yet optimal. This study highlights that government digital media, particularly the website, not only function as channels of information but also as instruments for producing meaning and social legitimacy in constructing leadership image.*

**Keywords:** social construction, government public relations, leadership image, website, constructivist.

**PERAN HUMAS DISKOMINFO DALAM MEMBANGUN CITRA  
WALIKOTA METRO PEDULI ANAK MELALUI WEBSITE PEMKOT  
METRO**

**Oleh**

**ANGGITA DARA JELITA**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

**Pada**

**Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2025**

Judul Skripsi : PERAN HUMAS DISKOMINFO DALAM  
MEMBANGUN CITRA WALIKOTA METRO  
PEDULI ANAK MELALUI WEBSITE PEMKOT  
METRO

Nama Mahasiswa : *Anggita Dara Jefita*

Nomor Pokok Mahasiswa : 2016031071

Progam Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**Dr. Nanang Trenggono., M.Si.**  
NIP. 196212041989021002

2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

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

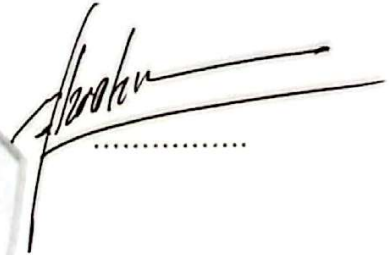
## MENGESAHKAN

### 1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Nanang Trenggono., M.Si.**

  
.....

Anggota : **Dr. Ibrahim Besar., M.Si.**

  
.....

### 2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos, M.Si.**  
NIP. 197608212006032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: **16 Juli 2025**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anggita Dara Jelita  
NPM : 2016031071  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Alamat : Purwoasri, Metro Utara  
No. Handphone : 082375187886

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Peran Humas Diskominfo dalam Membangun Citra Walikota Metro Peduli Anak Melalui Website Pemkot Metro”** adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) atau pun dibuat oleh orang lain. Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 16 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Anggita Dara Jelita  
NPM. 2016031071

## RIWAYAT HIDUP



Anggita Dara Jelita lahir di Hadimulyo pada 20 Desember 2001 dan berdomisili di Kota Metro. Anggita merupakan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), Universitas Lampung yang diterima melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN) tahun 2020. Pendidikan formal sebelumnya ditempuh di SD Negeri 10 Metro Pusat (2008–2014), SMP Negeri 10 Metro Pusat (2014–2017), dan SMA Negeri 3 Metro Utara (2017–2020). Selama masa perkuliahan, Anggita aktif dalam Forum Studi Pengembangan Islam (FSPI) FISIP UNILA (2020–2022) dengan menempati posisi sebagai Laskar Muda FSPI, Staf, dan Ketua Bidang Kemuslimahan. Saat ini, Anggita terlibat dalam kepengurusan ACM Bolt (2024–2027) yang bergerak dalam bidang dakwah dan kemanusiaan di Kota Metro.

Selama menjalankan perkuliahan, Anggita berhasil meraih berbagai prestasi, di antaranya menjadi *awardee Bright Scholarship Batch 6 Putri UNILA* dari YBM BRILiaN (2021–2023), lolos pendanaan wirausaha tingkat fakultas sebagai ketua tim (2023) dan anggota tim (2024), menerima beasiswa penelitian dari Ikatan Keluarga Alumni (IKA) UNILA pada tahun 2025. Anggita juga memiliki pengalaman kerja, di antaranya mengikuti pelatihan *Talent Scouting Academy (TSA)* Kominfo x FISIP UNILA selama tiga bulan pada tahun 2023 serta melaksanakan magang di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro pada tahun 2024 di bagian Humas. Memiliki keterampilan di bidang *copywriting*, desain grafis, jurnalistik, dan kepenulisan kreatif serta dikenal memiliki kemampuan adaptasi dan komunikasi yang baik.



## MOTTO

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal Ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal Ia amat buruk bagimu; Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.”

(Al-Quran, 2:216)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya, bersama kesulitan ada kemudahan.” Satu kesulitan mustahil mengalahkan dua kemudahan.

(Al-Quran, 94:5-6)

Setiap bunga itu indah namun setiap bunga mekar di musim yang berbeda. Jangan merasa rapuh hanya karena belum tiba waktumu tumbuh. Percayalah, saat tiba masanya kamu akan merekah dengan utuh.

(Anggita Dara Jelita)

Bintang bersinar bukan untuk bersaing, tapi untuk menerangi. Bersinarlah kapanpun, meski kecil, cahayamu punya makna bagi semesta.

(Anggita Dara Jelita)

## PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhammdulillahirabbil'alamiin telah Engkau Ridhoi Ya Allah segala ikhtiar hamba-Mu sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan.

Skripsi ini ku persembahkan sepenuhnya kepada:

Kedua orangtua yang membesarkanku dengan penuh cinta,  
Lilis suryani dan Eko Wahyudi.

Keluarga YBM BRILiaN yang selama ini selalu memberikan bantuan, dukungan, dan menjadi peran penting dalam setiap langkah perjuangan saya.

Keluarga Besar Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Almamater yang sangat kucintai dan kubanggakan,  
**UNIVERSITAS LAMPUNG.**

## SANWACANA

*Bismillahirrahmanirrahiim*

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah *Azza wa Jallaa* yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis mampu menyelesaikan tugas akhir Skripsi dengan judul "**Peran Humas Diskominfo dalam Membangun Citra Walikota Metro Peduli Anak Melalui *Website* Pemkot Metro**". Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari banyaknya keterbatasan yang teratasi berkat bimbingan, saran, dan nasihat dari berbagai pihak. Dengan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Rektor Universitas Lampung, Prof. Dr. Ir Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M., ASEAN Eng., beserta Dekan FISIP UNILA, Dr. Anna Gustina, M.Si., atas kesempatan menempuh pendidikan di Universitas Lampung.
2. Ketua dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UNILA, Bapak Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si., dan Bapak Ahmad Rudy Fardiyan, M.Si., atas dukungan dalam proses akademik.
3. Bapak Vito Frasetya, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing, memberikan arahan, dan mendampingi penulis selama masa perkuliahan dengan penuh perhatian dan dedikasi.
4. Dosen Pembimbing dan Penguji, Dr. Nanang Trenggono, M.Si., Bapak dan Bapak Ibrahim Besar, M.Si., atas arahan, bimbingan, dan evaluasi yang berharga dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staf Jurusan Ilmu Komunikasi atas bimbingan dan bantuan administratif selama masa perkuliahan.

6. Orang tua tercinta, Lilis Suryani dan Eko Wahyudi yang telah mendukung dengan penuh kasih sayang, kesabaran, dan mengorbankan begitu banyak hal baik dalam bentuk materi, tenaga, maupun doa yang tulus hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan ini dengan baik. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan menjadi amal jariyah yang terus mengalir.
7. Bapak dan Ibu, Yuliantoro dan Nur Halimah, yang turut memberikan doa dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan pendidikan. Semoga kebaikan yang diberikan menjadi keberkahan dalam hidupnya.
8. Oma Euis Supiati (Almarhumah), Opa Aceng Romli, Mama Ratna Suryani (Nana) yang telah memberikan begitu banyak cinta, perhatian, dan pengorbanan yang tulus dalam merawat, membimbing, dan menemani setiap langkah hidup penulis dengan kasih sayang yang tak terhingga.
9. Keluarga Besar Penulis, terimakasih atas doa dan dukungan yang terus mengalir.
10. Ustadz Amir Mudaris, seluruh pengurus YBM BRILiaN, dan para muzakki, yang telah memberikan dukungan finansial serta pembinaan yang berharga sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan ini dengan baik. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dengan pahala yang berlipat ganda.
11. Mentor, Kepala Asrama, dan teman-teman *Bright Scholarship Batch 6* Putri UNILA atas kebersamaan, dukungan yang tulus, serta pengalaman berharga yang menemani penulis selama masa asrama.
12. Ustadzah dan teman-teman RQM 2, terutama Putri, Chikal, Dewi, Firda, Maya, Mira, dan Hesti, atas bantuan, kepedulian, serta kebersamaan yang menguatkan selama di RQM.
13. Teman-teman seperjuangan, A'yun, Hendra, Dinda, Izzul, Risa, Amanina, Deya, Ihsan, Mifta, Vina, Bian, Irul atas bantuan, dukungan, motivasi, dan kesediaannya membantu layaknya dosen pembimbing dalam proses penyusunan skripsi ini.
14. Sahabat-sahabat tersayang, Zahra, Tari, Chelsy, Aam, Hanif, dan Marko, atas dukungan, semangat, dan kehadiran tulus dalam setiap langkah perjalanan penulis.

15. Kakak tingkat yang membantu, Kak Abshor, Kak Nanda, Kak Firsty, Kak Della atas bantuan dan motivasi yang diberikan selama masa penyelesaian skripsi.
16. Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Metro beserta seluruh staf atas kesempatan magang yang berharga dan ilmu yang bermanfaat selama masa praktik.
17. IKA UNILA (Ikatan Alumni Universitas Lampung) atas bantuan dana yang telah diberikan untuk mendukung penelitian ini.
18. Teman-teman FSPI FISIP UNILA serta Mba dan Abang yang namanya tidak dapat disebutkan satu per-satu, terimakasih telah menjadi rumah ternyaman selama masa perkuliahan dan pengalaman berharga yang akan selalu dikenang.
19. Teman-teman ACM Bolt, Mba Isna, Mba Sinta, Aura, Novan, Faishal, Ridho, Agil, serta seluruh rekan yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang telah kalian berikan selama proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun semoga bermanfaat bagi banyak pihak. Terima kasih kepada semua yang telah membantu, semoga menjadi amal yang bermanfaat.

Bandar Lampung, 16 Juli 2025  
Penulis,

Anggita Dara Jelita  
NPM. 2016031071

## DAFTAR ISI

|   | Halaman     |
|---|-------------|
| <b>DAFTAR ISI.....</b>  | <b>iv</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>   | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>  | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>  | <b>viii</b> |
| <b>I. PENDAHULUAN .....</b>   | <b>1</b>    |
| 1.1. Latar Belakang.....  | 1           |
| 1.2. Rumusan Masalah.....   | 10          |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....   | 10          |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....  | 11          |
| 1.5 Kerangka Pikir Penelitian.....                                  | 11          |
| <b>II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                                    | <b>14</b>   |
| 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....                             | 14          |
| 2.2 Hubungan Masyarakat ( <i>Public Relation</i> ) .....            | 17          |
| 2.2.1 Pengertian dan Esensi Humas .....                             | 17          |
| 2.2.2 Karakteristik Humas Pemerintah .....                          | 19          |
| 2.3 Citra ( <i>Image</i> ).....                                     | 20          |
| 2.4 <i>Website</i> .....  | 22          |
| 2.4.1 Pengertian <i>Website</i> .....                               | 22          |
| 2.4.2 Website Info.metrokota.go.id sebagai Website Pemerintah ..... | 23          |
| 2.4.3 Teori Konstruksi Sosial Peter Berger & Thomas Luckmann.....   | 25          |
| <b>III. METODE PENELITIAN.....</b>                                  | <b>30</b>   |
| 3.1 Tipe Penelitian .....   | 30          |
| 3.2 Fokus Penelitian.....   | 32          |
| 3.3 Sumber Data.....  | 34          |
| 3.4.1 Data Primer .....   | 34          |

|  |            |
|--|------------|
| 3.4.2 Data Sekunder .....  | 35         |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data.....   | 36         |
| 3.5 Teknik Penentuan Informan.....   | 41         |
| 3.6 Teknik Analisis Data .....   | 42         |
| 3.7 Teknik Keabsahan Data .....  | 44         |
| <b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>  | <b>46</b>  |
| 4.1 Gambaran Umum .....  | 46         |
| 4.1.1 Kota Metro.....  | 46         |
| 4.1.2 Sejarah Umum Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro ..                                  | 48         |
| 4.1.3 Logo dan Makna .....   | 51         |
| 4.2 Hasil Penelitian .....   | 53         |
| 4.2.1 Peran Humas Diskominfo dalam Membangun Citra Walikota<br>Peduli Anak .....                   | 55         |
| 4.2.1.1 Tahap Eksternalisasi: Produksi Makna oleh Humas<br>Diskominfo Kota Metro .....             | 55         |
| 4.2.1.2 Tahap Obyektivasi: Instutisionalisasi dan Penyebaran<br>Citra melalui <i>Website</i> ..... | 65         |
| 4.2.1.3 Tahap Internalisasi: Penerimaan dan Persepsi<br>Masyarakat .....                           | 73         |
| 4.2.2 Faktor Penghambat dan Pendukung .....  | 77         |
| 4.2.2.1 Faktor Pendukung .....   | 77         |
| 4.2.2.2 Faktor Penghambat.....   | 81         |
| 4.3 Pembahasan .....   | 85         |
| 4.3.1 Peran Humas Diskominfo dalam Membangun Citra Walikota<br>Peduli Anak .....                   | 85         |
| 4.3.1.1 Tahap Eksternalisasi: Produksi Makna oleh Humas<br>Diskominfo Kota Metro .....             | 86         |
| 4.3.1.2 Tahap Obyektivasi: Instutisionalisasi dan Penyebaran<br>Citra melalui <i>Website</i> ..... | 102        |
| 4.3.1.3 Tahap Internalisasi: Penerimaan dan Persepsi<br>Masyarakat .....                           | 125        |
| 4.3.2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat .....  | 129        |
| 4.3.2.1 Faktor Pendukung .....   | 129        |
| 4.3.2.2 Faktor Penghambat.....   | 131        |
| <b>V. SIMPULAN DAN SARAN.....</b>  | <b>133</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....   | 133        |
| 5.2 Saran .....  | 134        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>   | <b>137</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>   | <b>139</b> |

## DAFTAR TABEL

| Tabel                              | Halaman |
|------------------------------------|---------|
| 1. Penelitian Terdahulu.....       | 14      |
| 2. Luas Wilayah Kota Metro .....   | 47      |
| 3. Jumlah Penduduk Kota Metro..... | 47      |



## DAFTAR GAMBAR

| Gambar  | Halaman |
|---|---------|
| 1. Kerangka Pikir .....   | 12      |
| 2. Peta Wilayah Kota Metro .....  | 46      |
| 3. Kantor Diskominfo Kota Metro .....   | 48      |
| 4. Struktur Organisasi Diskominfo Kota Metro .....  | 49      |
| 5. Logo Diskominfo Kota Metro.....  | 51      |
| 6. Pemaparan Program JAMA-PAI.....  | 64      |
| 7. Penghargaan Prevalensi Stunting Terendah .....   | 72      |
| 8. Walikota Memberikan Sambutan di Panggung Apresiasi Pendidikan .....  | 109     |
| 9. Walikota Sedang Duduk Dan Menyapa Masyarakat.....  | 109     |
| 10. Walikota Sedang Duduk Bersama Jajarannya.....   | 110     |
| 11. Walikota Menghadiri Penampilan anak-anak disabilitas .....  | 111     |
| 12. Walikota Menghadiri Penampilan anak-anak disabilitas .....  | 111     |
| 13. Walikota Sedang Menghadiri Sekolah Ramah Anak .....   | 113     |
| 14. Walikota Menerima Penghargaan dari Kak Seto .....   | 113     |
| 15. Tampilan layar sesi webinar internasional bersama peserta dari Jepang,<br>Singapura, dan Indonesia, termasuk frame dr. Wahdi Siradjuddin..... | 114     |
| 16. Walikota Metro menyampaikan presentasi inovasi JAMAPAI dari ruang<br>kerja pemerintah secara daring .....                                     | 115     |
| 17. Siswi penerima manfaat menunjukkan Kartu Metro Ceria di depan<br>rumahnya .....   | 116     |
| 18. Walikota Metro bersama siswa, guru, dan perwakilan instansi dalam sesi<br>foto bersama usai launching program KMC di Lapangan Iringmulyo..... | 117     |
| 19. Tampilan Homepage Website <a href="http://info.metrokota.go.id">info.metrokota.go.id</a> .....  | 122     |
| 20. Tampilan Info Grafis Website <a href="http://info.metrokota.go.id">info.metrokota.go.id</a> .....   | 122     |

## DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran                                  | Halaman |
|---|---------|
| 1. Panduan Wawancara 1 .....              | 140     |
| 2. Transkrip wawancara informan 1 .....   | 143     |
| 3. Transkrip wawancara informan 2 .....   | 147     |
| 4. Transkrip wawancara informan 3 .....   | 151     |
| 5. Transkrip wawancara informan 4 .....   | 155     |
| 6. Transkrip wawancara informan 5 .....   | 159     |
| 7. Panduan wawancara 2 .....              | 161     |
| 8. Transkrip wawancara informan 6 .....   | 163     |
| 9. Transkrip wawancara informan 7 .....   | 165     |
| 10. Transkrip wawancara informan 8 .....  | 167     |
| 11. Transkrip wawancara informan 9 .....  | 169     |
| 12. Transkrip wawancara informan 10 ..... | 171     |
| 13. Dokumentasi .....                     | 173     |

## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Teknologi informasi saat ini telah menjadi komponen penting dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Perkembangannya telah mengakibatkan perubahan yang signifikan di berbagai sektor, seperti industri, pendidikan, pemerintahan, dan sektor-sektor lainnya. Salah satu teknologi informasi yang secara luas digunakan di era globalisasi informasi adalah internet dan *website*. Menurut Doni & Rahman (2020), *website* merupakan kumpulan dokumen yang disimpan di server dan dapat diakses oleh pengguna melalui *browser*. Dokumen tersebut dapat berisi berbagai halaman yang masing-masing menyajikan informasi atau interaksi dalam berbagai format termasuk teks, gambar, video, animasi, dan suara. *Website* merupakan sumber informasi yang dapat diakses melalui internet dan dapat dijangkau oleh pengguna di seluruh dunia asalkan terhubung ke jaringan internet. *Website* memiliki beragam komponen, seperti teks, gambar, suara, dan animasi, yang membuatnya menjadi media informasi yang menarik untuk dieksplorasi.

Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2024 penetrasi internet di Indonesia telah mencapai angka 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa pada tahun 2023. Tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 79,5% yang menunjukkan peningkatan sebesar 1,4% dibandingkan dengan periode sebelumnya. Hal ini mencerminkan tren positif yang konsisten selama lima tahun terakhir dengan pertumbuhan yang signifikan dalam penetrasi internet. Peningkatan penggunaan internet juga telah berdampak pada meningkatnya penggunaan *website*. Internet dan *website* memiliki hubungan yang

erat di mana *website* bergantung pada internet. Keduanya dapat dianggap sebagai satu paket yang sulit dipisahkan.

Menurut Rerung, dkk. (2019), penggunaan *website* dalam setiap sektor memiliki tujuan yang bervariasi. Di sektor industri, *website* digunakan untuk memperluas jangkauan pelanggan melalui *e-commerce*. Di sektor pendidikan, *website* digunakan sebagai sarana inovasi dalam proses pembelajaran seperti melalui *e-learning*. Sementara itu, di sektor pemerintahan *website* berperan dalam mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik melalui *e-government*.

Dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat, pemerintah biasanya melalui peran lembaga Hubungan Masyarakat (Humas) berinisiatif memanfaatkan layanan publik berbasis elektronik melalui *website*. Adapun yang dimaksud dengan humas ialah suatu fungsi manajemen yang bertujuan menjembatani antara organisasi dan *stakeholder* baik di luar maupun di dalam. Artinya, apapun yang terjadi di organisasi humas harus mengetahui segala kebijakan dari tujuan organisasi (Maulidia 2021).

Selain itu, tujuan utama dari inisiatif ini adalah untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas kinerja birokrasi demi mencapai tata kelola pemerintahan yang lebih baik dan transparan. Penggunaan *website* ini diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat seperti memudahkan akses informasi bagi masyarakat umum, mempercepat distribusi informasi oleh pihak pengelola *website*, dan memastikan kompatibilitas dengan berbagai platform teknologi. Keberhasilan implementasi *website* dalam berbagai sektor pemerintahan menandakan pentingnya peran teknologi informasi dalam membentuk tata kelola yang modern dan inklusif. Melalui kemudahan-kemudahan yang ditawarkan, *website* telah menjadi kebutuhan esensial bagi banyak instansi pemerintahan, membantu mengatasi kendala dalam penyebaran informasi, dan mencegah terjadinya kesenjangan informasi di masyarakat (Rerung, dkk. 2019). Contoh nyata dari implementasi layanan publik berbasis elektronik melalui *website* dapat dilihat pada upaya yang dilakukan oleh Walikota Metro di dalam Pemerintahan Kota Metro dalam memperluas akses dan

meningkatkan transparansi pelayanan publik melalui *website* resmi Pemerintah Kota Metro.

Di Kota Metro, penggunaan teknologi informasi juga menjadi fokus utama dalam membangun tata kelola pemerintahan yang transparan dan inklusif. Walikota Metro melalui Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Metro telah meluncurkan *website info.metrokota.go.id* sebagai platform digital resmi yang menghubungkan pemerintah dengan masyarakat. Pengembangan *website* ini didorong oleh kebutuhan untuk meningkatkan transparansi kegiatan dan kebijakan pemerintah Kota Metro terutama Walikota Metro dalam pemerintahan serta mendorong partisipasi publik dalam program-program pembangunan daerah.

Berdasarkan observasi peneliti selama sekitar enam bulan, *website info.metrokota.go.id* berfungsi sebagai penghubung informasi antara Walikota Metro dengan masyarakatnya. *Website* ini dirancang agar masyarakat dapat dengan mudah dan transparan mengakses informasi penting mengenai kegiatan pemerintahan, layanan publik, pengumuman resmi, berita terbaru, dan program-program pembangunan daerah. Kehadiran *website* ini juga bertujuan untuk menciptakan akses informasi yang mudah dan terbuka bagi masyarakat. Secara keseluruhan *website info.metrokota.go.id* adalah alat penting bagi pemerintah Kota Metro untuk meningkatkan efisiensi, transparansi, dan partisipasi publik dalam proses pemerintahan dan pembangunan daerah. Dalam segi fundamental, *website* ini berperan sebagai agen informasi yang menghubungkan sektor pemerintahan dengan publiknya.

Pada tahun 2024 dengan menjalankan perannya sebagai penghubung informasi, *website info.metrokota.go.id* dioptimalkan sebagai bagian dari upaya modernisasi layanan publik dan komunikasi pemerintahan. Berdasarkan pengamatan peneliti, *website* ini dijalankan sebagai agen informasi dari pemerintah Kota Metro dengan tujuan utama menyediakan akses informasi yang berkualitas tinggi, mudah diakses, dan inklusif bagi seluruh lapisan masyarakat. Selain itu, *website* ini dirancang untuk mencerminkan citra positif sesuai dengan kegiatan pemerintah Kota Metro, khususnya Walikota Metro. Isi dari konten-konten yang disajikan di dalam *website*

ini adalah informasi dalam bentuk *press release* yang secara konsisten diunggah oleh Humas Diskominfo Kota Metro untuk menunjang pembangunan citra positif Walikota Metro.

Berdasarkan temuan pra-riset yang dilakukan oleh peneliti bersama Pengelola Layanan Kehumasan Diskominfo Kota Metro pada tanggal 30 Maret 2024, terungkap bahwa pentingnya *website* ini dalam membangun citra positif seorang Walikota Metro terletak pada kemampuannya untuk menyediakan informasi yang transparan dan akurat. *Website* ini dirancang tidak hanya untuk meningkatkan kepercayaan publik tetapi juga untuk mendorong partisipasi masyarakat dalam berbagai program dan kebijakan pemerintah. Melalui *website info.metrokota.go.id* masyarakat dapat mengakses pengumuman kebijakan, hasil rapat, dan informasi penting lainnya secara langsung dan terpercaya sehingga pada akhirnya memperkuat legitimasi dan reputasi Walikota Metro di hadapan publik.

Dalam konteks penelitian ini, hasil observasi menunjukkan bahwa membangun citra Walikota Metro sebagai pemimpin yang peduli terhadap anak-anak memiliki signifikansi yang besar dalam aspek sosial dan pembangunan. Hal ini mengindikasikan bahwa perhatian terhadap kesejahteraan anak-anak tidak hanya memiliki implikasi langsung pada level individu tetapi juga berdampak luas pada dinamika sosial dan kemajuan pembangunan di Kota Metro. *Website* ini berfungsi sebagai sarana yang efektif untuk menyebarluaskan informasi mengenai program-program yang berfokus pada kesejahteraan anak. Dengan menyoroti inisiatif yang mendukung pendidikan, kesehatan, dan perlindungan anak, *website* ini menunjukkan komitmen Walikota Metro terhadap generasi muda. Hal ini tidak hanya meningkatkan citra Walikota Metro sebagai pemimpin yang peduli terhadap anak-anak tetapi juga menginspirasi kepercayaan dan dukungan dari masyarakat luas.

Kota Metro sendiri telah meraih pengakuan sebagai Kota Layak Anak (KLA) dalam beberapa tahun terakhir dengan pencapaian berulang kali di berbagai kategori mulai dari Pratama hingga Nindya. Sebagaimana yang tercantum di dalam *website info.metrokota.go.id* berikut ini:

1. Perolehan Gelar Kota Layak Anak (KLA) Kategori Pratama Tahun 2017
2. Perolehan Gelar Kota Layak Anak (KLA) Kategori Madya Tahun 2018
3. Perolehan Gelar Kota Layak Anak (KLA) Kategori Nindya Tahun 2021
4. Perolehan Gelar Kota Layak Anak (KLA) Kategori Nindya Tahun 2022
5. Perolehan Gelar Kota Layak Anak (KLA) Kategori Nindya Tahun 2023

Dengan meraih pengakuan sebagai Kota Layak Anak (KLA) secara berulang, Kota Metro memperoleh dasar yang kuat untuk menegaskan komitmen pemerintah Kota Metro dalam menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan dan perkembangan anak-anak. Prestasi ini tidak terlepas dari peran aktif Walikota Metro dalam menginisiasi berbagai program yang berfokus pada pemenuhan hak anak dan perlindungan mereka. Program-program ini perlu dikenalkan kepada masyarakat luas dan di sinilah peran media, khususnya *website info.metrokota.go.id* menjadi sangat krusial.

Selain itu, memberikan perhatian khusus pada anak-anak di dalam konteks penelitian ini dipandang sebagai ekspresi dari kepedulian terhadap kesejahteraan sosial dan prinsip kesetaraan dalam masyarakat. Dengan memastikan bahwa semua anak memiliki akses yang sama terhadap fasilitas umum, pendidikan yang bermutu, dan lingkungan yang aman, Kota Metro berkomitmen untuk mengurangi kesenjangan sosial di dalam Kota Metro. Karena tidak dapat dipungkiri, kondisi anak-anak di Kota Metro menunjukkan bahwa upaya Pemerintah Kota Metro dalam memperoleh gelar Kota Layak Anak (KLA) tidaklah terlepas dari realitas kondisi anak-anak di kota tersebut.

Berdasarkan hasil Survei Status Gizi Indonesia (SSGI) tahun 2020, diketahui bahwa angka balita stunting di Kota Metro mencapai 19,8 persen. Namun pada akhir tahun 2022, tercatat sebanyak 49 balita yang mengalami stunting di Kota Metro. Meskipun jumlah tersebut menunjukkan penurunan sebesar 8,7 persen dibandingkan tahun sebelumnya, Kota Metro masih belum mencapai titik yang dianggap sejahtera dengan bebas dari kasus stunting. Walikota Metro berinisiatif bahwa target pemerintah Kota Metro adalah menurunkan angka stunting sebesar

6,4 persen pada tahun 2024. Hal ini sesuai dengan arahan dari presiden untuk mengurangi angka stunting menjadi 14 persen.

Data mengenai siswa yang mengalami putus sekolah juga diperoleh dari Portal Satu Data yang diakses melalui *website* resmi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (*Kemdikbud.go.id*) pada tahun 2024. Data ini menunjukkan bahwa terdapat 16 anak yang mengalami putus sekolah di Kota Metro. Dari jumlah tersebut, 13 orang mengalami putus sekolah pada Sekolah Dasar (SD), 1 orang pada jenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP), 1 orang pada jenjang Sekolah Menengah Atas (SMA), dan 1 orang pada jenjang Sekolah Menengah Kejuruan (SMK).

Data-data tersebut menggambarkan kondisi anak-anak di Kota Metro yang masih dihadapkan pada berbagai tantangan terutama terkait akses pendidikan yang layak dan ketersediaan fasilitas serta pelayanan kesehatan yang memadai. Meskipun Kota Metro telah meraih pengakuan sebagai Kota Layak Anak (KLA) namun masih terdapat kesenjangan yang membutuhkan penanganan lebih lanjut untuk memastikan bahwa setiap anak dapat tumbuh dan berkembang secara optimal. Hal ini menunjukkan bahwa Kota Metro masih memiliki langkah yang harus ditempuh untuk mencapai status Kota Layak Anak (KLA) yang sepenuhnya memadai. Dalam hal ini, Walikota Metro terus berupaya untuk meningkatkan status Kota Layak Anak (KLA) Kota Metro ke tingkat yang lebih tinggi dengan menjalankan berbagai kebijakan dan program-program yang berkelanjutan. Oleh karena itu, selain menunjukkan pencapaian Kota Layak Anak (KLA) secara simbolis, pemerintah Kota Metro juga harus terus berupaya meningkatkan kualitas hidup anak-anak melalui langkah-langkah konkret. Ini mencakup pembangunan citra Walikota Metro sebagai sosok yang peduli dan berkomitmen terhadap kesejahteraan anak-anak di wilayahnya.

Dalam situasi yang diuraikan di atas, menjadi jelas bahwa Walikota Metro perlu memprioritaskan penonjolan citranya sebagai sosok pemimpin yang memperhatikan kebutuhan anak-anak terlebih dahulu. Dengan menonjolkan citra sebagai walikota yang peduli terhadap anak-anak maka akan tercermin komitmen



Walikota Metro dalam memimpin pembangunan Kota Metro menuju arah yang berkelanjutan. Pembangunan ini tidak hanya untuk memperhatikan kepentingan saat ini tetapi juga untuk masa depan generasi yang akan datang. Adapun karakteristik dari citra adalah persepsi yang mencerminkan pandangan masyarakat terhadap sebuah perusahaan, individu, kelompok, atau kegiatan tertentu. Citra ini berdampak pada persepsi masyarakat terhadap suatu instansi di mana citra yang baik dapat meningkatkan kepercayaan publik. Oleh karena itu, citra merupakan salah satu aset utama bagi sebuah organisasi yang harus senantiasa dipelihara dan dikelola (Kazt dalam Soemirat & Ardianto, 2012).

Dalam konteks penelitian ini, fokus pada "citra walikota peduli anak" menunjukkan bagaimana persepsi masyarakat terhadap sikap dan tindakan Walikota Metro dalam memperhatikan kebutuhan, kesejahteraan, dan hak-hak anak-anak di wilayah pemerintahannya. Citra tersebut mencakup berbagai aspek, termasuk kebijakan yang diambil, program-program yang diterapkan, serta upaya konkret yang dilakukan oleh pemerintah Kota Metro dibawah kepemimpinan Walikota Metro untuk mendukung perkembangan dan kesejahteraan anak-anak. Penelitian ini bertujuan untuk menggali bagaimana citra tersebut dibangun serta bagaimana peran Humas Diskominfo Kota Metro dengan pemanfaatan *website* resmi pemerintah Kota Metro, yaitu *info.metrokota.go.id* dalam membangun citra tersebut.

Melalui *website info.metrokota.go.id*, Humas Diskominfo Kota Metro memiliki peluang strategis untuk membentuk citra walikota sebagai sosok yang peduli terhadap anak-anak. Dalam pengelolaan kontennya, humas memiliki kewenangan untuk menentukan materi yang relevan dan berdampak, serta menyusunnya dalam bentuk yang menarik, informatif, dan mudah dipahami oleh seluruh lapisan masyarakat. Idealnya, keberadaan *website* ini memungkinkan masyarakat untuk memperoleh informasi yang akurat, aktual, dan dapat dipercaya mengenai kegiatan-kegiatan walikota yang menunjukkan keberpihakannya terhadap isu anak. Informasi yang konsisten dan berkesinambungan diharapkan dapat memperkuat persepsi publik tentang kepemimpinan walikota yang humanis dan inklusif, khususnya dalam memperhatikan kesejahteraan anak-anak.

Namun demikian, hasil observasi awal menunjukkan bahwa harapan tersebut belum sepenuhnya terealisasi sehingga menjadi gap masalah dalam penelitian ini. Citra Walikota sebagai pemimpin yang peduli terhadap anak-anak belum terbentuk secara optimal melalui platform digital ini. Meskipun Humas Diskominfo secara rutin mengunggah informasi mengenai kegiatan-kegiatan yang bersifat ramah anak, kenyataannya masih banyak masyarakat yang belum menyadari keberadaan *website info.metrokota.go.id*. Bahkan, tidak sedikit yang merasa asing atau tidak familiar dengan platform ini sebagai sumber informasi utama dari pemerintah daerah. Rendahnya tingkat aksesibilitas publik terhadap *website* menjadi indikasi bahwa strategi komunikasi yang dijalankan belum cukup efektif dalam menjangkau dan membangun koneksi dengan masyarakat.

Kondisi ini memunculkan pertanyaan penting mengenai bagaimana sesungguhnya peran humas diskominfo dalam memanfaatkan *website* tersebut sebagai alat komunikasi strategis. Selain itu, menjadi penting pula untuk mengidentifikasi strategi komunikasi seperti apa yang telah dan seharusnya diterapkan oleh Humas Diskominfo agar *website* benar-benar berfungsi sebagai media pembentuk citra Walikota Metro yang peduli terhadap anak-anak. Dengan kata lain, perlu ditelusuri lebih jauh bagaimana praktik komunikasi kehumasan diterapkan dalam konteks digital, serta sejauh mana pesan-pesan yang dikonstruksi oleh Humas mampu diterima, dipahami, dan diinternalisasi oleh publik.

Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat menjadi penghambat atau pendukung bagi Humas Diskominfo Kota Metro dalam upayanya membangun dan menjaga citra walikota yang peduli terhadap anak-anak melalui *website* tersebut. Dengan memperdalam pemahaman tentang dinamika ini, penelitian kualitatif deskriptif ini bertujuan untuk menggali strategi yang efektif dalam memanfaatkan *website* tersebut untuk memperkuat citra positif walikota dan mempererat hubungan antara pemerintah dan masyarakat, khususnya dalam kepedulian terhadap kesejahteraan anak-anak di Kota Metro.

Dalam penelitian ini, fokus pada peran Humas Diskominfo Kota Metro dalam membangun citra walikota peduli anak melalui *website info.metrokota.go.id* adalah

tentang bagaimana realitas sosial terkonstruksi di dalamnya sehingga membentuk suatu citra yang diinginkan. Teori Peter L. Berger dan Thomas Luckmann (1996) yang terkenal dengan teori konstruksi realitas sangat relevan dalam konteks penelitian ini karena dalam teori Berger dan Luckmann, realitas sosial tidak terbentuk secara objektif melainkan melalui interaksi dan tindakan manusia. Mereka berpendapat bahwa realitas sosial dibentuk melalui proses konstruksi sosial yang terjadi melalui interaksi dan komunikasi antar manusia. Dengan demikian, realitas sosial tidaklah tetap dan objektif melainkan dapat berubah dan dibentuk kembali melalui interaksi dan tindakan manusia. Teori ini mengajukan bahwa realitas sosial dibangun melalui proses interaksi sosial yaitu ketika individu dan kelompok manusia secara aktif menginterpretasikan makna dan menciptakan makna bersama dalam kehidupan sehari-hari.

Humas Diskominfo Kota Metro berperan dalam menyajikan informasi dan pesan yang mempengaruhi persepsi publik tentang citra walikota peduli anak. Mereka juga bertanggung jawab untuk menafsirkan respons masyarakat terhadap informasi tersebut. Dalam hal ini, teori Peter L. Berger dan Thomas Luckmann (1996) dapat membantu untuk memahami bagaimana realitas sosial tentang citra walikota peduli anak terbentuk melalui interaksi antara humas, masyarakat, dan berbagai pemangku kepentingan lainnya. Penggunaan teori ini juga memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi penghambat atau pendukung dalam upaya humas membangun dan menjaga citra tersebut. Hal ini karena teori ini mengarahkan untuk melihat bagaimana makna dan persepsi tentang citra walikota tersebut dikonstruksi dalam interaksi sosial, serta bagaimana faktor-faktor tertentu dapat mempengaruhi proses konstruksi tersebut.

Dengan demikian, penelitian ini menggunakan teori Realitas Sosial oleh Peter L. Berger dan Tohomas Luckmann (1996) sebagai kerangka kerja untuk memahami bagaimana realitas sosial tentang citra walikota yang peduli terhadap anak-anak di Kota Metro dibangun dan dipertahankan melalui interaksi sosial. Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi yang efektif dalam memanfaatkan *website* sebagai alat untuk memperkuat citra tersebut. Selain itu, melalui analisis konten *website* dan tanggapan publik terhadap informasi yang disajikan, penelitian

kualitatif ini juga bertujuan untuk memberikan wawasan mendalam tentang dampak kebijakan publik yang berorientasi pada anak terhadap persepsi masyarakat dan partisipasi publik. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat diidentifikasi bagaimana strategi komunikasi yang efektif melalui *website* dapat membangun citra positif walikota peduli anak secara lebih luas. Hal ini tercermin dalam penelitian yang diarahkan pada sebuah skripsi dengan judul **“Peran Humas Diskominfo dalam Membangun Citra Walikota Metro Peduli Anak Melalui Website Pemkot Metro”**.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan informasi diatas, peneliti akan membuat rumusan berikut:

1. Bagaimanakah peran Hubungan Masyarakat Diskominfo Kota Metro dalam membangun citra walikota peduli anak melalui *website* Pemkot Metro (*info.metrokota.go.id*)?
2. Apa saja faktor penghambat dan faktor penghubung Hubungan Masyarakat Diskominfo Kota Metro dalam upayanya membangun dan mempertahankan citra walikota peduli anak melalui *websitte* Pemkot Metro (*info.metrokota.go.id*)?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memperoleh gambaran secara mendalam terkait peran Hubungan Masyarakat Diskominfo Kota Metro dalam membangun citra walikota peduli anak melalui *website* Pemkot Metro (*info.metrokota.go.id*)
2. Teridentifikasinya faktor penghambat dan faktor penghubung Hubungan Masyarakat Diskominfo Kota Metro dalam upayanya membangun dan mempertahankan citra walikota peduli anak melalui *website* Pemkot Metro

*(info.metrokota.go.id.)*

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan manfaat secara teoritis dan praktis untuk hal-hal berikut:

##### **a. Secara Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan dan perbaikan Humas Kota Metro dalam penyebaran informasi serta dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

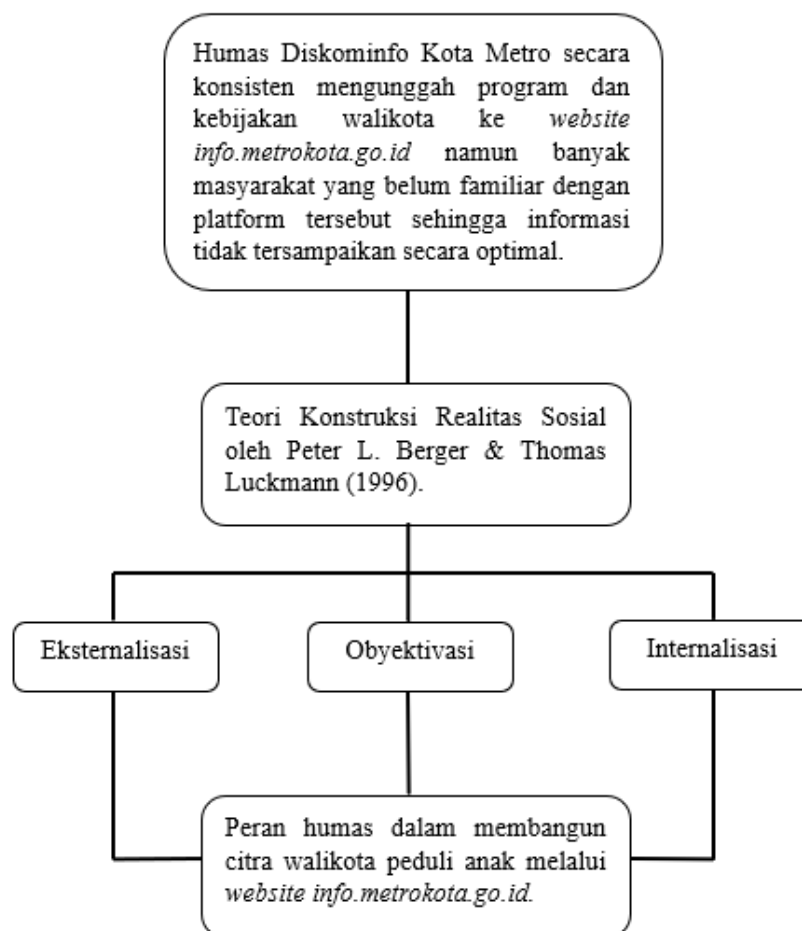
##### **b. Secara Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi dan bahan pertimbangan dalam melakukan aktivitas kehumasan dengan memanfaatkan media massa sebagai saluran komunikasi dan informasi antara pemerintah dan masyarakat dalam membangun citra positif mengenai seorang walikota di mata publik.

#### **1.5 Kerangka Pikir Penelitian**

Kerangka Berpikir merupakan pandangan mendalam yang menjadi landasan bagi peneliti dalam menguatkan fokus penelitian yang menjadi dasar studi ini. Dalam penelitian kualitatif, sangat penting memiliki landasan yang kokoh untuk memberikan arah yang jelas bagi penelitian tersebut. Oleh karena itu, diperlukan suatu kerangka berpikir yang dapat membantu memperluas pemahaman tentang konteks dan gagasan-gagasan yang akan diteliti sehingga dapat memberikan penjelasan yang lebih terinci tentang konteks penelitian, metode yang digunakan, serta penerapan teori. Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah-masalah yang menjadi fokus dalam penelitian ini.

Kerangka berpikir dalam suatu penelitian dibutuhkan ketika penelitian tersebut memiliki keterkaitan yang erat dengan fokus penelitian. Tujuan dari penyusunan kerangka pemikiran adalah untuk memastikan terbentuknya suatu alur penelitian yang logis dan dapat diterima secara akal (Sugiyono, 2017 dalam Yunianto, 2018). Berdasarkan hal ini, terdapat sejumlah konsep yang akan menjadi pedoman bagi peneliti dalam menerapkan penelitian ini adalah sebagai berikut:



**Gambar 1. Kerangka Pikir**

(Sumber: Diolah Peneliti, 2024)

Kerangka pikir penelitian di atas membahas bagaimana Humas Diskominfo Kota Metro membangun citra walikota melalui *website info.metrokota.go.id*. Meskipun humas secara rutin mengunggah program dan kebijakan walikota ke *website* tersebut realitanya masih banyak masyarakat yang masih belum mengetahui adanya

platform ini. Akibatnya, informasi yang disampaikan tidak selalu diterima dengan baik oleh masyarakat. Untuk memahami masalah ini, penelitian ini menggunakan teori Konstruksi Realitas Sosial dari Peter L. Berger & Thomas Luckmann (1996).

Teori ini menjelaskan bagaimana realitas sosial dibentuk melalui tiga tahap, yaitu eksternalisasi, obyektivasi, dan internalisasi. Pada tahap eksternalisasi, humas menyebarkan informasi kebijakan walikota melalui website. Ini adalah proses di mana kebijakan dan program dipublikasikan agar diketahui oleh masyarakat. Selanjutnya, pada tahap obyektivasi, informasi yang disebarkan mulai diterima oleh masyarakat sebagai sesuatu yang nyata dan dapat dipercaya sehingga website tersebut mulai diakui sebagai sumber informasi yang valid. Tahap terakhir adalah internalisasi, di mana masyarakat mulai menerima dan menginternalisasi informasi tersebut sebagai bagian dari pandangan mereka terhadap walikota. Informasi yang diterima ini dapat membentuk citra walikota di hadapan publik, terutama dalam kaitannya dengan program "peduli anak."

Dengan demikian, penelitian ini ingin mengkaji bagaimana humas memanfaatkan website untuk membangun citra walikota peduli anak. Hasil penelitian akan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana citra tersebut terbentuk dan dapat ditingkatkan melalui *website* sebagai media komunikasi. Selain itu, setiap langkah dan informasi dalam kerangka berpikir kualitatif ini saling terkait dan mendukung satu sama lain dalam upaya memahami dan menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu telah menjadi landasan bagi peneliti dalam mencari perbandingan serta mendapatkan inspirasi untuk penelitian selanjutnya. Selain itu, kajian pada penelitian terdahulu juga membantu dalam penempatan penelitian ini dan menunjukkan kebaruan dari penelitian yang dilakukan. Pada tahap ini, peneliti akan menyertakan hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian yang sedang dijalankan kemudian merangkumnya dalam tabel berikut ini:

**Tabel 1. Penelitian Terdahulu**

| NO | NAMA  | TINJAUAN                   | KETERANGAN  |
|----|---|----------------------------|---|
| 1  | M. Aqhsal Edria,<br>Universitas Lampung<br>(2022) | Judul                      | “Strategi <i>Media Relation</i> Dinas Komunikasi Informatika dan Statistika Provinsi Lampung dalam Publikasi Pembangunan Daerah”  |
|    |   | Bentuk                     | Skripsi   |
|    |   | Metode Analisis            | Strategi <i>Media Relation</i> - Kualitatif   |
|    |   | Kontribusi Pada Penelitian | Kontribusi pada penelitian ini adalah memberikan referensi dan gambaran terkait bagaimana Humas Diskominfo menyusun strategi publikasi melalui media massa untuk membangun citra  |
|    |   | Perbedaan Penelitian       | Penelitian terdahulu membahas mengenai strategi <i>media relation</i> dalam publikasi pembangunan daerah menggunakan teori strategi <i>media relation</i> sedangkan pada penelitian saat ini menggunakan teori konstruksi realitas sosial. Namun keduanya masih saling berkaitan mengingat media massa merupakan hal penting yang harus dikuasai humas dalam menjalankan perannya di era digital saat ini |



Tabel 1 (lanjutan)

| NO | NAMA   | TINJAUAN                   | KETERANGAN  |
|----|--|----------------------------|---|
| 2  | Hesti Wijayanti, Universitas Lampung (2022)                          | Judul                      | “Peran Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro dalam Publikasi Kegiatan Walikota dan Wakil Walikota Metro melalui Media Sosial”   |
|    |  | Bentuk                     | Tugas Akhir   |
|    |  | Metode Analisis            | Publikasi Sosial Media - Kualitatif   |
|    |  | Kontribusi Pada Penelitian | Kontribusi pada penelitian ini terletak pada penempatan lokasi yang sama dengan penelitian sebelumnya sehingga memberikan gambaran yang lebih jelas   |
|    |  | Perbedaan Penelitian       | Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada platform yang digunakan. Penelitian sebelumnya memanfaatkan media sosial, penelitian ini mengkhususkan pada penggunaan <i>website</i> .  |
| 3  | Maria Mutiara Claudia Nada, Max R. Rembang, Reiner R. Onsu, (2018)   | Judul                      | “Peran Humas dalam Membangun Citra Pemerintah Daerah Kabupaten Minahasa Selatan”  |
|    |  | Bentuk                     | Jurnal  |
|    |  | Metode Analisis            | Teori Peran Humas (Dozier dan Broom dalam Ruslan, 2016) - Kualitatif  |
|    |  | Kontribusi Pada Penelitian | Kontribusi pada penelitian ini adalah sebagai referensi untuk memahami apa itu humas dan <i>website</i>   |
|    |  | Perbedaan Penelitian       | Penelitian terdahulu menggunakan teori peran humas oleh Dozier dan Brom sedangkan penelitian saat ini menggunakan teori konstruksi realitas sosial oleh Berger dan Luckman.   |
| 4  | Novita Paradina, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung (2022) | Judul                      | “Peran humas dalam kegiatan peliputan dan pembuatan <i>press release</i> di Dinas Kominfo Kabupaten Lampung Barat”  |
|    |  | Bentuk                     | Skripsi   |
|    |  | Metode Analisis            | Analisis Peran Humas – Kualitatif   |
|    |  | Kontribusi Pada Penelitian | Kontribusi pada penelitian ini adalah sebagai referensi bagaimana peran humas mengenai proses pembentukan citra   |
|    |  | Perbedaan Penelitian       | Fokus penelitian terdahulu hanya terbatas pada peranan humas Diskominfo dalam peliputan dan pembuatan <i>press release</i> yang merupakan merupakan tugas pokok humas Diskominfo dalam perannya membangun citra Pemerintah Daerah sedangkan penelitian saat ini mengkaitkannya dengan pembangunan citra walikota peduli anak. |

(Sumber: Diolah Peneliti, 2024)

Pada tabel yang telah peneliti olah menunjukkan adanya perbedaan antara penelitian yang sudah ada dengan penelitian yang sedang dilakukan, baik dari segi fokus, pendekatan, teori, maupun objek kajian. Penelitian sebelumnya telah mengangkat tema yang serupa namun memiliki keterbatasan tertentu, baik dalam cakupan maupun dalam penggunaan teori atau metode penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini berfungsi untuk mengisi celah tersebut dengan pendekatan yang lebih spesifik atau dengan perspektif yang lebih mendalam.

Pada bagian ini, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan namun memiliki perbedaan fokus dengan penelitian ini. Misalnya, penelitian oleh M. Aqhsal Edria (2022) yang membahas strategi media relation Diskominfo Provinsi Lampung lebih terfokus pada aspek umum strategi *media relation* tanpa mengaitkan secara spesifik dengan teori konstruksi sosial dalam konteks pembentukan citra walikota melalui *website*. Begitu pula dengan penelitian Hesti Wijayanti (2022) yang memfokuskan pada peran media sosial dalam publikasi kegiatan walikota, sedangkan pada penelitian ini lebih menyoroti penggunaan *website* sebagai platform utama dalam membangun citra walikota sebagai sosok yang peduli terhadap anak-anak.

Selain itu, penelitian Maria Mutiara Claudia Nada, dkk. (2018) menggunakan teori peran Humas (Dozier dan Broom) dalam meneliti citra pemerintah daerah. Meskipun relevan, pendekatannya berbeda dengan penelitian ini yang mengadopsi teori konstruksi sosial, terutama dalam menjelaskan proses eksternalisasi, obyektivasi, dan internalisasi dalam membangun citra walikota. Selanjutnya, penelitian oleh Novita Paradina (2022) yang lebih fokus pada teknik peliputan dan pembuatan press release memiliki keterbatasan dalam membahas secara mendalam tentang penggunaan platform digital untuk membentuk citra, suatu aspek yang menjadi inti dari penelitian ini.

Dengan menggabungkan teori konstruksi sosial dan fokus pada *website* resmi Pemerintah Kota Metro yaitu *info.metrokota.go.id*, penelitian ini mengisi gap (celah) penelitian sebelumnya dengan menawarkan perspektif baru mengenai bagaimana platform digital, khususnya *website* dapat digunakan secara strategis

untuk membangun dan membentuk persepsi publik terhadap citra walikota. Penelitian ini juga memberikan kontribusi yang signifikan dalam konteks komunikasi publik di mana media digital semakin memainkan peran yang krusial dalam membentuk opini dan citra publik.

## **2.2 Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)**

### **2.2.1 Pengertian dan Esensi Humas**

Hubungan Masyarakat (Humas) adalah disiplin ilmu yang berfokus pada pengelolaan komunikasi antara organisasi dan publiknya. Menurut *British Institute of Public Relations*, humas merupakan upaya untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang positif antara organisasi dan masyarakat umum. Sementara itu, *Chartered Institute of Public Relations (CIPR)* menekankan bahwa humas berhubungan erat dengan reputasi yang dihasilkan dari tindakan, komentar, dan pendapat orang lain (Butterick, 2012).

Dalam perspektif manajerial, humas adalah fungsi penting dalam pengelolaan organisasi. Cutlip et al. (2016, dalam Butterick, 2012) menyatakan bahwa humas membantu organisasi dalam menemukan, membangun, dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan dengan publiknya. Ini menandakan bahwa keberhasilan atau kegagalan suatu organisasi sangat bergantung pada efektivitas fungsi humas ini. Humas tidak hanya mendukung penjualan tetapi juga memainkan peran penting dalam menumbuhkan kredibilitas dan pengaruh organisasi.

Sementara Frank Jefkins (1992) menggambarkan humas sebagai semua komunikasi yang direncanakan baik masuk maupun keluar, antara organisasi dan semua pihak yang terlibat. Tujuan utama dari komunikasi ini adalah untuk mencapai pemahaman dan perubahan yang positif. Humas melibatkan penyusunan pesan yang jelas dan strategis untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh publik.

Banyak para ahli dan cendekiawan telah mengemukakan beragam pengertian mengenai humas. Dari berbagai pandangan tersebut dapat diperoleh kesimpulan bahwa humas adalah fungsi manajemen dari sebuah organisasi untuk menciptakan citra positif dari publik terhadap organisasi atau lembaga yang diwakilinya atas dasar mencapai kepentingan bersama. Humas adalah disiplin strategis yang berfokus pada pengelolaan dan pengendalian komunikasi antara organisasi dan publiknya. Esensinya terletak pada upaya membangun, memelihara, dan memperbaiki citra serta reputasi melalui komunikasi yang efektif, jujur, dan transparan.

Dalam ilmu humas, kejujuran adalah pondasi utama dalam membangun citra dan reputasi organisasi. Seorang humas yang jujur memastikan komunikasi yang disampaikan kepada publik adalah akurat, transparan, dan sesuai dengan fakta. Jika seorang humas memilih untuk tidak jujur, hal itu bisa merusak kepercayaan publik dan reputasi organisasi secara signifikan. Oleh karena itu, dalam praktik humas, kejujuran adalah nilai yang tidak bisa ditawar. Dengan memegang teguh prinsip kejujuran, seorang humas dapat membangun citra yang kuat dan positif bagi organisasi yang ia wakili.

Adapun makna humas mencakup pemahaman mendalam terhadap persepsi dan kebutuhan audiens serta kemampuan untuk menyampaikan pesan yang relevan dan meyakinkan. Dalam praktiknya, humas melibatkan berbagai kegiatan seperti penyusunan siaran pers, pengelolaan media sosial, pelaksanaan acara, hingga manajemen krisis, semuanya dengan tujuan utama untuk menciptakan dan menjaga hubungan yang harmonis antara organisasi dan berbagai pemangku kepentingannya. Selain itu, humas juga berperan dalam mendengarkan umpan balik dari publik, menganalisis tren dan isu yang berkembang, serta merancang strategi komunikasi yang proaktif dan reaktif.

Dengan pendekatan ini, humas bertujuan untuk menciptakan hubungan yang harmonis, memperkuat kepercayaan, dan memastikan keterlibatan positif dari publik terhadap organisasi sehingga tercapai dukungan dan loyalitas yang berkelanjutan. Pada intinya, humas adalah jembatan yang menghubungkan

organisasi dengan dunia luar, memastikan bahwa pesan yang disampaikan sejalan dengan nilai-nilai dan tujuan organisasi serta diterima dengan baik oleh audiensnya.

### **2.2.2 Karakteristik Humas Pemerintah**

Humas pemerintah adalah bagian dari humas yang berkaitan langsung dengan aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh lembaga pemerintah. Esensi dari humas pemerintah adalah untuk menyampaikan informasi yang akurat, transparan, dan relevan kepada publik terkait kebijakan, program, dan kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah. Karakter humas pemerintah mencakup kepatuhan pada etika dan standar komunikasi yang telah ditetapkan, keterbukaan terhadap umpan balik dari masyarakat, serta kemampuan untuk mengelola krisis dan situasi yang sensitif dengan bijaksana.

Sedangkan pengertian humas pemerintah hampir identik dengan pengertian humas secara umum. Bagian Humas pemerintah memiliki tanggung jawab fungsional dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat tentang kebijakan, program, dan aktivitas lembaga pemerintah (Rahmadi, 1999). Sementara Ardianto (2014) menyatakan bahwa tujuan humas di dalam konteks pemerintahan yaitu untuk mengembangkan, meningkatkan, dan mempertahankan citra serta reputasi positif melalui berbagai program pemerintah dengan harapan mendapatkan pandangan positif dari masyarakat umum.

Humas Diskominfo (Dinas Komunikasi dan Informatika) Kota Metro merupakan humas pemerintah yang berada di bawah kepemimpinan Walikota Metro. Peran mereka serupa dalam hal menyediakan informasi kepada masyarakat. Diskominfo Metro bertanggung jawab untuk menyampaikan berbagai informasi terkait program dan kegiatan pemerintah kota Metro kepada masyarakat. Mereka harus menjaga akurasi dan transparansi informasi yang disampaikan serta memastikan bahwa pesan-pesan yang mereka sampaikan sesuai dengan visi dan misi pemerintah Kota Metro. Selain itu, Humas Diskominfo Metro juga harus mampu beradaptasi dengan

perkembangan teknologi informasi dan media baru untuk memastikan pesan-pesan pemerintah tersampaikan secara efektif kepada masyarakat.

Dengan demikian, Humas Diskominfo Kota Metro sebagai humas pemerintah memiliki tanggung jawab dalam hal menyediakan informasi yang relevan dan akurat kepada publik dengan tujuan untuk membangun hubungan yang harmonis antara pemerintah dan Masyarakat serta membangun citra positif Walikota Metro sebagai kepala pemerintahan Kota Metro.

### **2.3 Citra (*Image*)**

Secara umum, citra adalah ide yang abstrak dan tidak dapat diukur secara matematis. Namun citra dapat dirasakan melalui penilaian positif atau negatif, seperti bagaimana mereka diterima atau ditolak oleh khalayak sasaran atau masyarakat umum. Tanggapan positif dan negatif terutama berasal dari masyarakat (khalayak sasaran) atau masyarakat umum (Ardianto, 2009). Cara ini mencakup tanggapan masyarakat umum terhadap sebuah perusahaan atau lembaga. Rasa hormat dan persepsi positif terhadap lembaga yang disebarkan oleh pihak hubungan masyarakat dapat muncul sebagai hasil penilaian atau tanggapan masyarakat tersebut, Webster (1993, dalam Satlita, 2006). Kotler (1995) mendefinisikan citra sebagai jumlah dari gambaran-gambaran, keyakinan, dan kesan yang dimiliki seseorang tentang sesuatu. Namun, dia mendefinisikan citra sebagai gambaran atau konsep tentang sesuatu. Secara objektif dapat berupa individu, organisasi, kelompok orang, atau orang lain yang dia kenal. Misalnya, seseorang memiliki citra organisasi jika objeknya adalah organisasi.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa citra merupakan pendapat-pendapat baik positif atau negatif dari masyarakat kepada suatu organisasi atau lembaga. Secara umum citra dibentuk dari kumpulan nilai dan kepercayaan dari publik yang spesifiknya diberikan secara personal. Citra adalah hasil dari proses akumulasi keyakinan yang dipercayakan oleh masyarakat pada suatu lembaga, dan akan mengalami transformasi lambat atau cepat menjadi pandangan publik yang lebih

luas dan abstrak. Selain itu, pada dasarnya citra bukanlah hanya sekedar bayangan atau reputasi yang melekat pada sesuatu atau seseorang. Ia adalah cerminan dari bagaimana orang-orang melihat dan menilai hal tersebut didasarkan pada apa yang mereka lihat, dengar, dan rasakan. Citra bukanlah sesuatu yang statis tetapi berkembang seiring dengan interaksi dan pengalaman yang dialami oleh individu atau organisasi.

Dalam kehidupan sehari-hari, citra memainkan peran penting dalam membentuk hubungan dan interaksi sosial. Misalnya, ketika seseorang memiliki citra yang baik, orang tersebut akan lebih mudah diterima dalam lingkungan sosialnya dan mendapatkan dukungan dari orang lain. Sebaliknya, citra yang negatif dapat menghambat kemampuan seseorang untuk membangun hubungan yang positif dan memengaruhi pandangan orang lain terhadapnya. Jadi, secara keseluruhan citra bukanlah sekedar gambaran yang sederhana tetapi sesuatu yang kompleks dan dinamis yang memainkan peran penting dalam berbagai aspek kehidupan. Ia membentuk bagaimana seseorang dilihat oleh orang lain, bagaimana seseorang berinteraksi dengan dunia di sekitar kita, dan bahkan memengaruhi kesuksesan orang tersebut dalam berbagai bidang kehidupan.

Adapun di dalam lembaga pemerintahan, citra menjadi salah satu elemen penting yang harus diperhatikan dan dikelola dengan cermat. Walikota Metro dan Pemerintah Kota Metro memiliki kepentingan besar dalam membangun dan menjaga citra positif di mata publik. Citra yang baik bukan hanya sekedar keinginan tetapi menjadi aset vital yang memengaruhi dukungan dan kepercayaan masyarakat serta berbagai pihak terkait. Untuk itu Humas Diskominfo Kota Metro sebagai humas pemerintahan perlu memahami bahwa citra bukanlah sesuatu yang statis tetapi merupakan hasil dari interaksi yang berkelanjutan antara pemerintah dan masyarakat. Citra positif sebuah lembaga pemerintahan, khususnya bagi seorang walikota akan membawa dampak yang signifikan terhadap reputasi dan kredibilitas pemerintah daerah tersebut. Dengan memiliki citra yang baik, pemerintah daerah dapat lebih mudah mendapatkan dukungan dari berbagai pihak baik itu dalam hal kebijakan publik, investasi, maupun kerjasama dengan sektor swasta dan masyarakat sipil.

Lebih jauh lagi, citra yang positif bagi seorang walikota dan pemerintah daerah dapat memperkuat proses pembangunan dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat di wilayah tersebut. Meningkatnya reputasi pemerintah daerah juga dapat menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan ekonomi, peningkatan investasi, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Dengan demikian, penting bagi humas pemerintahan untuk mengakui peran strategis citra dalam konteks pembangunan dan pengelolaan pemerintahan di tingkat lokal. Melalui upaya yang berkelanjutan dalam membangun dan merawat citra yang positif pemerintah daerah dapat menciptakan fondasi yang kuat untuk kesuksesan dan keberlanjutan pembangunan di Kota Metro dan wilayah sekitarnya. Dalam hal ini, salah satu citra positif yang hendak dibangun adalah citra walikota peduli anak.

## **2.4 Website**

### **2.4.1 Pengertian Website**

*Website* dalam pengertiannya adalah sebuah wadah informasi yang membuka akses daring melalui internet, memungkinkan jangkauan global bagi siapa pun yang terhubung secara *online*. Menurut Nada dkk., (2018), *website* tidak hanya terdiri dari teks saja tetapi juga melibatkan berbagai komponen seperti gambar, suara, dan animasi yang menjadikannya sebagai media informasi yang menarik. Secara umum, *website* dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis utama.

Pertama, terdapat *website* statistik yang merupakan jenis situs dengan halaman yang statis dan kontennya tidak berubah secara otomatis. Perubahan konten pada jenis *website* ini harus dilakukan secara manual dengan mengubah kode yang membentuk struktur *website*. Kedua, ada *website* dinamis yang didesain untuk diperbarui secara berkala. Selain memiliki halaman *web* yang dapat diakses oleh pengguna, *website* dinamis juga memiliki halaman *backend* yang memungkinkan pengelola untuk mengubah konten yang ada secara mudah. Contoh *website* dinamis



adalah situs berita yang memberikan pembaruan secara berkala kepada pengunjungnya.

Kemudian, terdapat *website* interaktif, yaitu sebuah jenis *website* yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi satu sama lain. Contoh dari *website* interaktif adalah forum dan *blog*, dimana pengguna dapat berbagi pendapat dan berinteraksi tentang topik tertentu. Dari segi teknis, *website* adalah kumpulan halaman *website* yang berada di *World Wide Web* (WWW) dan biasanya tergabung dalam satu domain atau subdomain. Setiap halaman *website* adalah dokumen yang ditulis dalam format HTML (*Hyper Text Markup Language*) dan biasanya dapat diakses melalui protokol HTTP yang mengirimkan informasi ke server *website* untuk ditampilkan oleh *browser*. Dengan adanya *website*, informasi dapat dengan mudah tersebar dan membentuk jaringan informasi yang luas di seluruh dunia.

#### **2.4.2 Website Info.metrokota.go.id sebagai Website Pemerintah**

Melalui Inpres nomor 3 tahun 2003 tentang Kebijakan dan Strategi Nasional Pengembangan *E-Government*, pemerintah Indonesia mendorong penggunaan media baru. Inpres tersebut mewajibkan semua lembaga negara untuk membangun *website* untuk mengembangkan *e-government*. Tujuan dari pengembangan ini adalah untuk meningkatkan kualitas layanan publik secara efektif dan efisien. *Website* juga dapat menyampaikan berbagai hal yang menjadi kebutuhan masyarakat yang kian meningkat (Wiratmo dkk., 2017).

Dikutip dari *virus.co.id*, situs resmi pemerintah, yakni kumpulan informasi penting yang berbentuk halaman-halaman elektronik (*website page*) milik pemerintah. Tujuan adanya *website* ini tak lain adalah untuk memudahkan masyarakat mendapatkan informasi penting dan meningkatkan pelayanan. *Website* resmi juga hadir sebagai usaha untuk menerapkan prinsip yang harus dimiliki oleh instansi pemerintah, yaitu kecepatan dan transparansi. Karena semua informasi di dalamnya sangat penting bagi masyarakat, misalnya untuk mengelola dokumen penting.

Situs *website* resmi Pemerintah Kota Metro adalah *info.metrokota.go.id*, yang dikelola oleh Humas Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Metro. Situs ini berfokus pada kegiatan pemerintah terutama Walikota Metro. Kehadiran situs *website* resmi ini juga merupakan upaya untuk mematuhi standar kecepatan dan transparansi yang harus dimiliki oleh lembaga pemerintah. Karena semua data yang ada di dalamnya sangat penting bagi masyarakat seperti untuk menjaga dokumen penting. Selain itu, isi situs *website* harus singkat, padat, dan mudah dipahami serta memenuhi standar masyarakat.

*Website* resmi ini harus dibuat sesuai dengan peraturan pemerintah karena tujuannya adalah untuk meningkatkan pelayanan masyarakat. Situs resmi instansi pemerintah harus mematuhi peraturan yang ditetapkan oleh Peraturan Menteri Komunikasi dan Informasi Nomor 28/PER/M.KOMINFO/9/2006. Regulasi ini mengatur penggunaan domain *go.id* untuk situs *website* resmi pemerintah pusat dan daerah. Setiap situs *website* kabupaten memiliki domain unik. Subdomain institusi diikuti oleh nama domain. Misalnya, domain *metrokota.go.id* adalah domain resmi pemerintah Kota Metro dan subdomain *info.metrokota.go.id* adalah domain khusus rilis berita yang dimiliki oleh Humas Dinas Kominfo Kota Metro. Begitu juga dengan lembaga-lembaga tingkat bawah seperti kecamatan dan lainnya.

*Website* Pemerintah Kota Metro menegaskan keberadaannya melalui domain eksklusif *go.id*. Domain ini merupakan sebuah langkah strategis yang menandai legitimasi dan otoritas resmi. Dengan penggunaan domain khusus ini pemerintah menggambarkan komitmen dalam membangun sistem pemerintahan elektronik yang transparan dan terpercaya. Keputusan ini sejalan dengan upaya Indonesia untuk menciptakan tatanan pemerintahan yang modern dan terbuka yang melayani kebutuhan masyarakat secara efektif dan efisien. Lebih dari sekadar representasi formal, *website* tersebut menjadi pintu gerbang informasi yang menghubungkan pemerintah dengan masyarakatnya. Oleh karena itu, dalam perancangan dan pengelolaan *website*, kesederhanaan, aksesibilitas, dan kemudahan pemahaman menjadi fokus utama. Setiap elemen dan konten yang disajikan di *website* Pemerintah Kota Metro didesain agar mudah diakses dan dimengerti oleh seluruh lapisan Masyarakat dan memastikan bahwa informasi penting tentang kebijakan,

layanan publik, dan berbagai program pemerintah dapat dijangkau oleh semua orang tanpa hambatan.

#### **2.4.3 Teori Konstruksi Sosial Peter Berger & Thomas Luckmann**

Peter L. Berger dan Thomas Luckmann adalah dua ahli yang memperkenalkan teori tentang bagaimana realitas sosial terbentuk. Ide ini mereka bahas dalam buku *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* yang diterbitkan pada tahun 1966. Dalam buku tersebut, mereka menjelaskan bahwa realitas sosial sebenarnya tidak muncul begitu saja, melainkan dibentuk oleh manusia melalui berbagai proses.

Proses ini terjadi ketika individu berinteraksi dengan orang lain dalam kehidupan sehari-hari. Melalui tindakan dan komunikasi, individu menciptakan makna atau pengertian tertentu yang lama-kelamaan diakui bersama oleh masyarakat. Dengan kata lain, realitas sosial adalah hasil dari konstruksi manusia yang dilakukan secara terus-menerus. Setelah terbentuk, realitas ini kemudian diterima sebagai "fakta" yang dianggap nyata dan menjadi bagian dari kehidupan bersama. Dalam pandangan Berger dan Luckmann, setiap individu memegang peran penting dalam menciptakan realitas ini, karena prosesnya sangat bergantung pada subjektivitas dan cara pandang individu dalam memahami dunia sosialnya (Eriyanto, 2011: 13-15).

Berger dan Luckmann (1990: 61, dalam Eriyanto, 2011: 15) menyatakan bahwa struktur sosial terbentuk melalui pemahaman subjektif yang dibangun dan dipertahankan melalui interaksi serta tindakan manusia, meskipun struktur sosial tersebut pada akhirnya tampak objektif. Secara sederhana, hal ini menggambarkan adanya hubungan timbal balik antara individu dan masyarakat, di mana keduanya saling membentuk realitas sosial melalui tiga tahap utama: eksternalisasi, obyektivasi, dan internalisasi. Berikut adalah penjelasan mengenai ketiga proses tersebut:

1. **Eksternalisasi** adalah proses di mana individu atau kelompok menciptakan atau mengungkapkan ide, nilai, atau norma dalam bentuk nyata di dunia sosial. Dalam konteks ini, individu berinteraksi dengan lingkungan sosialnya dan berusaha menyesuaikan diri dengan budaya atau norma yang ada. Proses eksternalisasi ini membuat apa yang awalnya bersifat subjektif atau pribadi menjadi sesuatu yang diterima dan diakui dalam masyarakat, seperti melalui perilaku, tindakan, atau simbol-simbol yang ada di sekitarnya. Dengan eksternalisasi, pemikiran atau ide individu bisa menjadi bagian dari realitas sosial yang lebih luas.

Dalam konteks komunikasi, eksternalisasi bisa terjadi ketika seseorang atau kelompok mengungkapkan ide atau nilai mereka kepada orang lain melalui berbagai bentuk komunikasi, seperti percakapan, media sosial, iklan, atau bahkan gerakan sosial. Seperti kampanye anti-rokok atau kampanye pemanasan global, ide atau nilai yang awalnya hanya dimiliki oleh kelompok tertentu (aktivis atau ilmuwan) dipromosikan ke masyarakat luas melalui media massa, iklan, atau komunikasi publik. Melalui eksternalisasi ini, pesan-pesan tersebut menjadi bagian dari diskursus sosial dan akhirnya diterima oleh masyarakat.

2. **Obyektivasi** adalah proses di mana hasil dari eksternalisasi (seperti ide, norma, atau nilai) menjadi sesuatu yang tampak nyata dan objektif di mata masyarakat. Artinya, hal-hal yang awalnya hanya hasil dari interaksi sosial atau pemikiran individu, lama-kelamaan diterima dan dianggap sebagai "kenyataan" atau "fakta" yang bersifat umum. Dengan kata lain, melalui obyektivasi, ide-ide yang sebelumnya bersifat subjektif dan pribadi menjadi bagian dari struktur sosial yang lebih besar dan dianggap sebagai sesuatu yang sudah ada dan harus diterima oleh semua orang.

Dalam konteks komunikasi, obyektivasi terjadi ketika ide atau nilai yang awalnya hanya dianggap sebagai pandangan pribadi atau hasil dari interaksi kelompok, perlahan-lahan diterima oleh masyarakat luas sebagai kenyataan yang tidak perlu dipertanyakan lagi. Ini terjadi setelah ide tersebut disebarluaskan.

melalui berbagai saluran komunikasi, seperti media massa, kampanye publik, atau gerakan sosial yang pada akhirnya menjadi bagian dari realitas sosial yang diterima secara luas.

Contohnya, pada kampanye anti-rokok. Pada awalnya, pesan tentang bahaya merokok mungkin hanya diterima oleh kelompok tertentu, seperti ahli kesehatan atau aktivis. Namun melalui media massa, iklan layanan masyarakat, dan kampanye yang melibatkan tokoh masyarakat, pesan ini mulai diterima oleh masyarakat secara umum. Lama-kelamaan narasi bahaya merokok menjadi kenyataan sosial yang dianggap sebagai fakta dan masyarakat secara luas menerima bahwa merokok dapat membahayakan kesehatan tanpa perlu dipertanyakan lagi.

Contoh lainnya adalah pemanasan global. Pada awalnya isu pemanasan global atau perubahan iklim sebelumnya hanya dipahami oleh ilmuwan atau aktivis lingkungan saja. Namun seiring berjalannya waktu, melalui dokumenter, laporan ilmiah, dan pemberitaan media, ide tersebut mulai diterima oleh banyak orang di seluruh dunia sebagai kenyataan yang tidak bisa diabaikan. Pemanasan global kini dianggap sebagai fakta yang diakui oleh masyarakat luas. Akhirnya isu ini menjadi bagian dari diskursus sosial yang penting dalam perencanaan kebijakan global.

Dengan kata lain, melalui obyektivasi pesan-pesan yang awalnya hanya berupa pandangan atau ide dari kelompok tertentu, seperti bahaya merokok atau dampak pemanasan global, telah diterima oleh masyarakat secara umum sebagai bagian dari kenyataan sosial yang harus diakui dan diterima oleh semua orang.

3. **Internalisasi** adalah proses di mana individu menginternalisasi atau menerima nilai, norma, dan aturan yang ada dalam masyarakat sehingga menjadi bagian dari diri mereka. Pada tahap ini, individu atau kelompok tidak hanya mengetahui atau memahami nilai atau norma tertentu tetapi juga menganggapnya sebagai bagian dari identitas mereka sendiri dan menjalankannya tanpa paksaan.

Contoh internalisasi setelah melalui proses eksternalisasi (seperti kampanye publik dan penyebaran informasi) dan obyektivasi (dimana merokok dianggap sebagai hal yang berbahaya dan tidak dapat dipertanyakan lagi), internalisasi terjadi ketika individu mulai memandang merokok sebagai kebiasaan yang buruk dan tidak sehat, bukan hanya karena itu dinyatakan oleh orang lain atau oleh hukum tetapi karena mereka percaya bahwa merokok itu tidak sesuai dengan nilai kesehatan pribadi mereka. Misalnya, seseorang yang terbiasa merokok mulai merasa bahwa merokok bertentangan dengan nilai-nilai hidup sehat yang mereka anut. Akhirnya, mereka berhenti merokok karena itu sudah menjadi bagian dari identitas mereka sebagai individu yang peduli kesehatan.

Adapun melalui kampanye pemanasan global, informasi tentang dampak lingkungan dan perubahan iklim disebarkan kepada masyarakat. Setelah melalui proses eksternalisasi (penyebaran gagasan dan informasi) dan obyektivasi (pemanasan global diakui sebagai kenyataan yang tidak bisa dipertanyakan lagi), internalisasi terjadi ketika individu atau kelompok mulai menganggap bahwa menjaga bumi dan mengurangi emisi karbon adalah bagian dari tanggung jawab pribadi mereka. Misalnya, seseorang yang sebelumnya tidak peduli tentang penggunaan plastik mulai merasa bahwa mengurangi penggunaan plastik adalah bagian dari identitas mereka sebagai individu yang peduli dengan keberlanjutan lingkungan. Mereka kemudian mengubah kebiasaan mereka, seperti menggunakan tas belanja ramah lingkungan atau memilih produk yang ramah lingkungan sebagai bagian dari nilai pribadi mereka.

Dalam kedua contoh tersebut, nilai-nilai yang awalnya diperkenalkan dari luar (kampanye sosial) akhirnya diterima sepenuhnya oleh individu dan menjadi bagian dari identitas serta perilaku mereka dalam kehidupan sehari-hari.

Teori konstruksi sosial realitas yang dikemukakan oleh Berger dan Luckmann sangat relevan dalam penelitian berjudul "Peran Humas Diskominfo dalam

Membangun Citra Walikota Peduli Anak (Studi Deskriptif pada *Website* Pemkot Metro)" ini karena menawarkan kerangka konseptual untuk memahami bagaimana citra seorang walikota dibangun, disampaikan, dan diterima oleh masyarakat melalui media komunikasi seperti *website*. Melalui teori ini, peneliti dapat menganalisis proses pembentukan realitas sosial yang melibatkan tiga tahapan utama: eksternalisasi, obyektivasi, dan internalisasi. Dalam tahap eksternalisasi, peneliti dapat mengamati bagaimana Humas Diskominfo menciptakan dan menyebarluaskan berbagai informasi terkait program-program walikota yang peduli anak. Informasi tersebut dapat berupa publikasi kebijakan, dokumentasi kegiatan, hingga pelaporan keberhasilan program yang secara strategis dirancang untuk membangun kesan positif pada masyarakat. Proses ini mencerminkan upaya humas dalam mengomunikasikan realitas sosial yang ingin ditonjolkan kepada publik.

Selanjutnya, tahap obyektivasi memungkinkan peneliti untuk menganalisis bagaimana informasi yang telah disampaikan melalui *website info.metrokota.go.id* diinterpretasikan dan diterima oleh masyarakat sebagai fakta objektif. Hal ini dapat dilihat dari penerimaan publik terhadap data keberhasilan program anak yang ditampilkan atau dokumentasi aktivitas walikota yang konsisten dalam mendukung isu-isu terkait anak. Proses obyektivasi ini bisa menjadikan realitas yang diciptakan humas melalui *website* tampak nyata dan dipercaya oleh masyarakat.

Tahap terakhir, yaitu internalisasi. Melalui proses ini peneliti dapat terbantu untuk memahami sejauh mana masyarakat tidak hanya menerima informasi tersebut tetapi juga menginternalisasinya ke dalam keyakinan pribadi mereka. Peneliti dapat melihat apakah citra walikota yang peduli anak telah menjadi bagian dari persepsi masyarakat yang ditunjukkan oleh peningkatan kepercayaan publik terhadap kepemimpinan walikota dan pengakuan terhadap peran aktifnya dalam isu-isu anak. Dengan demikian, teori konstruksi sosial realitas memberikan panduan konseptual yang sistematis bagi peneliti untuk merancang penelitian yang lebih terarah, sekaligus mengidentifikasi hubungan antara strategi komunikasi humas dengan pembentukan citra yang diinginkan.

### III. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif studi kasus dengan paradigma konstruktivis untuk memahami lebih dalam fenomena peran humas diskominfo dalam membangun citra walikota peduli anak melalui *website*. Metode penelitian kualitatif dipilih karena memberikan ruang bagi peneliti untuk menggali makna, proses, dan persepsi yang dibangun oleh individu atau kelompok terhadap suatu fenomena yang diteliti. Menurut Sarwono (2006), penelitian kualitatif lebih menekankan pemahaman mendalam terhadap realitas sosial yang terjadi di lapangan tanpa berfokus pada angka atau data statistik. Dalam konteks ini, peneliti ingin mengungkap bagaimana proses komunikasi yang dilakukan oleh humas melalui *website* membentuk citra walikota yang peduli terhadap anak-anak, serta bagaimana pesan-pesan yang disampaikan diterima dan dipahami oleh audiens.

Oleh karena itu, peneliti tidak hanya akan mengungkap apa yang terjadi dalam komunikasi tersebut tetapi juga menggali bagaimana dan mengapa hal tersebut terjadi. Peneliti akan menggambarkan secara rinci proses komunikasi yang terjadi antara humas dan audiens melalui platform digital seperti *website*. Selain itu, penelitian ini akan mencoba untuk menggali faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas komunikasi humas, seperti pemilihan pesan, media yang digunakan dan cara penyampaian informasi. Adapun desain studi kasus dipilih karena penelitian ini berfokus pada satu objek yang spesifik, yaitu Humas Diskominfo Kota Metro dengan media, yaitu *website* Pemkot Metro (*info.metrokota.go.id*). Studi kasus adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti secara mendalam suatu



fenomena, peristiwa, atau subjek tertentu dalam konteks kehidupan nyata, dengan tujuan memahami secara menyeluruh bagaimana dan mengapa sesuatu terjadi. Metode ini memungkinkan peneliti memahami strategi komunikasi yang digunakan, mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat, serta melihat hubungan antara proses komunikasi dengan citra yang terbentuk pada audiens.

Paradigma konstruktivisme akan diterapkan untuk memahami bagaimana makna terhadap citra walikota dibangun melalui komunikasi yang disampaikan. Paradigma konstruktivisme menekankan bahwa makna terhadap suatu fenomena dibangun melalui interaksi sosial yang terjadi dalam konteks tertentu (Creswell 2010). Pendekatan ini digunakan karena peneliti ingin mengetahui secara mendalam bagaimana Humas Diskominfo Kota Metro membentuk citra walikota sebagai sosok yang peduli terhadap anak. Peneliti akan mengamati bagaimana informasi yang disampaikan oleh humas dapat membentuk persepsi terhadap citra walikota. Peneliti akan melihat bagaimana humas, sebagai aktor dalam komunikasi publik, membangun makna terhadap citra walikota melalui proses konstruksi informasi yang ada di *website* serta bagaimana faktor-faktor eksternal lainnya dapat memengaruhi atau justru menghambat kesuksesan dalam membentuk citra tersebut.

Melalui pendekatan konstruktivis, peneliti memandang bahwa realitas sosial, termasuk citra kepemimpinan tidak bersifat tetap dan objektif, melainkan dibentuk melalui proses interaksi, komunikasi, dan pengalaman sosial. Oleh sebab itu, peneliti berfokus pada pemahaman dari sudut pandang informan, terutama pihak humas, serta berupaya menggambarkan strategi komunikasi dan narasi yang digunakan dalam membangun citra tersebut, khususnya melalui media publikasi seperti *website*. Pendekatan studi kasus memperkuat hal ini karena memberikan ruang bagi peneliti untuk melihat realitas secara komprehensif pada satu konteks yang spesifik sehingga hasil penelitian tidak hanya menjawab rumusan masalah tetapi juga menghadirkan pemahaman mendalam yang relevan dan aplikatif terhadap fenomena yang sedang diteliti.

### 3.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada peran Humas Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Metro dalam membangun citra Walikota Metro sebagai pemimpin peduli anak melalui pemanfaatan *website* resmi *info.metrokota.go.id* sebagai media komunikasi publik. Fokusnya adalah memahami bagaimana humas menyusun, mempublikasikan, dan mengelola informasi terkait kebijakan dan program peduli anak, serta menilai efektivitas strategi komunikasi tersebut dalam membentuk persepsi masyarakat. Selain itu, penelitian menelaah kesesuaian antara pesan yang disampaikan dengan tujuan membangun citra positif walikota, sekaligus mengidentifikasi faktor pendukung (dukungan pimpinan, keterampilan tim, kualitas konten) dan faktor penghambat (keterbatasan sumber daya, kompetensi pengelola, kendala teknis) dalam proses komunikasi. Semua faktor ini akan dianalisis untuk menggambarkan secara utuh bagaimana tantangan yang dihadapi oleh humas dalam menyampaikan pesan dan membangun citra walikota yang peduli anak.

Penelitian ini juga akan menggali sejauh mana masyarakat dapat mengakses dan memahami informasi yang ada di *website*, serta apakah ada perubahan dalam persepsi mereka terhadap walikota setelah mengakses informasi tersebut. Kemudian memperhatikan bagaimana interaksi masyarakat dengan platform digital seperti *website* ini berlangsung, apakah terdapat umpan balik seperti komunikasi dua arah yang membantu memperjelas pemahaman masyarakat atau hanya berjalan satu arah.

#### Batas Penelitian

1. Waktu : publikasi tahun 2023–2024
2. Lokasi : Kantor Diskominfo, Kota Metro, Lampung
3. Aktor : Humas Diskominfo Kota Metro
4. Media : *website* resmi *info.metrokota.go.id*
5. Isu : publikasi program dan kegiatan walikota terkait kepedulian anak

## Penggunaan Teori

Penelitian ini menggunakan teori *Konstruksi Realitas Sosial* (*The Social Construction of Reality*) oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann (1966), yang menjelaskan bahwa realitas sosial dibentuk melalui proses komunikasi, interaksi, dan pemaknaan bersama, bukan terbentuk secara alami. Dalam konteks penelitian, realitas yang dikonstruksi adalah citra walikota peduli anak yang dibentuk dan disampaikan melalui website Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro. Teori ini, melalui tiga tahap utama, yakni eksternalisasi, obyektivasi, dan internalisasi dapat memberikan kerangka untuk menganalisis bagaimana pesan diproduksi, diterima sebagai kenyataan objektif, lalu diadopsi menjadi persepsi masyarakat terhadap walikota.

Teori ini tidak hanya dapat menjelaskan “apa” yang dilakukan humas tetapi juga “bagaimana” dan “mengapa” strategi komunikasi tertentu berhasil atau gagal memengaruhi persepsi publik serta kemampuannya menjelaskan proses pembentukan citra secara kontekstual. Dengan demikian, teori Berger dan Luckmann (1996) menjadi landasan yang tepat untuk melihat pembentukan realitas melalui peran humas melalui tiga tahap:

1. **Eksternalisasi**, humas memproduksi dan mempublikasikan konten kebijakan/program peduli anak di *website*. Dalam tahap ini, peneliti akan menganalisis bagaimana humas berperan dalam membentuk "realitas" yang ingin disampaikan kepada publik.
2. **Obyektivasi**, masyarakat menerima konten tersebut sebagai informasi yang sah dan menjadi bagian dari realitas objektif yang dapat diterima dan dipercaya oleh masyarakat. Objektivitas ini akan terlihat dari seberapa besar masyarakat menerima dan mengakui informasi yang diberikan oleh humas sebagai fakta yang sah.
3. **Internalisasi**, masyarakat membentuk pemahaman dan persepsi pribadi tentang citra walikota berdasarkan informasi yang diterima. Proses ini melibatkan dampak komunikasi yang disampaikan melalui *website* terhadap

cara pandang masyarakat terhadap walikota. Jika pesan yang disampaikan sesuai dengan harapan humas, masyarakat akan menginternalisasi citra positif tersebut. Namun, jika terdapat ketidaksesuaian antara pesan dan persepsi memungkinkan akan muncul perbedaan pendapat atau bahkan persepsi negatif di kalangan masyarakat.

Kerangka teori ini membantu peneliti memahami bagaimana pesan dibangun, diterima, dan dimaknai dalam konteks kasus yang diteliti, sekaligus menilai kesesuaian komunikasi dengan tujuan membentuk citra positif walikota.

### **3.3 Sumber Data**

Untuk memastikan keakuratan data yang diperoleh, penelitian ini membutuhkan jenis data yang berasal dari:

#### **3.4.1 Data Primer**

Menurut Jonathan Sarwono dalam bukunya *Metode Penelitian Kualitatif* (2006), data primer merujuk pada data yang diperoleh langsung dari sumber pertama yang belum mengalami proses pengolahan atau interpretasi lebih lanjut. Data ini biasanya dikumpulkan melalui wawancara, observasi, atau kuesioner yang dilakukan oleh peneliti. Dalam penelitian kualitatif, data primer lebih mengarah pada informasi yang diambil langsung dari narasumber yang relevan dengan topik penelitian.

Secara lebih rinci, data primer merupakan informasi yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk tujuan penelitian tertentu, yang mencakup pengalaman, pandangan, atau pendapat individu atau kelompok yang terkait dengan fenomena yang diteliti (Sarwono 2006). Oleh karena itu, data primer sangat penting dalam penelitian kualitatif karena memberikan wawasan mendalam dan kontekstual terkait dengan fenomena yang sedang dikaji.

Dalam penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan data primer melalui beberapa metode, yaitu wawancara semi terstruktur, observasi, dan dokumentasi. Wawancara semi terstruktur akan dilakukan dengan berbagai informan, seperti petugas humas, protokol walikota, dan masyarakat Kota Metro untuk mendapatkan pemahaman tentang strategi komunikasi yang diterapkan. Selain itu, peneliti akan melakukan observasi terhadap pola komunikasi yang terjadi di *website* serta menganalisis konten yang dipublikasikan untuk mengetahui bagaimana pesan disampaikan dan diterima oleh publik.

### **3.4.2 Data Sekunder**

Menurut Sarwono (2006), data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang telah ada sebelumnya dan telah dikumpulkan oleh pihak lain untuk tujuan yang berbeda. Data sekunder ini tidak dikumpulkan langsung oleh peneliti untuk kepentingan penelitian yang sedang dilakukan, melainkan merupakan data yang telah tersedia di berbagai sumber, seperti arsip, laporan, penelitian sebelumnya, publikasi, dan dokumen lainnya.

Dalam konteks penelitian ini, data sekunder yang relevan meliputi artikel di media massa, dokumen kebijakan atau peraturan yang terkait dengan program pembangunan anak, data statistik atau demografi yang menggambarkan kondisi anak di Kota Metro, serta tinjauan literatur atau penelitian terdahulu yang dapat memberikan wawasan tentang peran humas diskominfo dalam membangun citra walikota melalui media digital. Data sekunder ini akan berupaya peneliti kumpulkan untuk memberikan konteks tambahan yang penting untuk memperkaya pemahaman peneliti mengenai faktor-faktor yang memengaruhi komunikasi publik yang dilakukan oleh humas dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap walikota peduli anak.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2020) mengatakan ada empat jenis pengumpulan data umum, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan gabungan atau triangulasi (observasi, wawancara, dan dokumentasi). Untuk penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik gabungan ini:

#### a) Observasi

Nasution, seperti yang dikutip oleh Sugiyono (2020), menggambarkan observasi sebagai suatu proses di mana peneliti secara langsung terlibat dalam situasi atau konteks sosial untuk memperoleh pemahaman yang mendalam dan komprehensif. Observasi tidak hanya berfungsi sebagai metode pengumpulan data tetapi juga memungkinkan peneliti untuk merasakan dan memahami berbagai dinamika sosial yang terjadi dalam kelompok atau situasi tertentu. Peneliti mengadopsi observasi partisipan digunakan sebagai pendekatan utama untuk memperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang peran humas Diskominfo Kota Metro dalam membangun citra walikota peduli anak melalui *website info.metrokota.go.id*.

Dalam observasi partisipan, peneliti berperan aktif dalam mengamati berbagai aktivitas yang berkaitan dengan pengelolaan dan publikasi informasi di *website*. Proses ini mencakup peliputan langsung bersama tim humas, penyusunan dan penyuntingan berita sebelum dipublikasikan, serta koordinasi dengan berbagai pihak terkait, termasuk instansi pemerintah, media massa, dan organisasi masyarakat. Dengan keterlibatan ini, peneliti dapat memahami bagaimana strategi komunikasi diterapkan dalam menyusun narasi dan pesan yang disampaikan kepada publik serta bagaimana humas memastikan informasi yang dipublikasikan tetap relevan, faktual, dan mendukung citra walikota sebagai pemimpin yang peduli terhadap anak.

Selain itu, observasi ini juga memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam proses penyebaran informasi. Hal ini mencakup hambatan teknis dalam pengelolaan *website*, keterbatasan sumber daya manusia, serta tantangan dalam menjangkau dan menarik perhatian

audiens yang lebih luas. Dengan memahami aspek-aspek tersebut secara langsung, peneliti dapat menganalisis efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan oleh humas dalam membangun citra walikota serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung maupun menghambat keberhasilan komunikasi publik melalui media digital.

Melalui observasi partisipan, peneliti dapat memahami konteks sosial secara menyeluruh dan memperoleh *insight* yang tidak akan terungkap melalui metode lain. Dengan menjadi bagian dari kelompok atau situasi yang diamati, peneliti dapat merasakan nuansa, nilai-nilai, dan norma-norma yang berlaku dalam lingkungan tersebut. Hal ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam dan kaya akan konteks yang mempengaruhi fenomena yang diamati. Dengan demikian, observasi partisipan bukan hanya sekadar alat untuk mengumpulkan data tetapi juga merupakan cara untuk merasakan, memahami, dan menghargai kompleksitas kehidupan sosial yang terjadi di dalam kelompok atau situasi tertentu. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menganalisis realitas sosial dengan lebih mendalam.

Melalui observasi partisipan ini, peneliti tidak hanya memperoleh data empiris mengenai praktik komunikasi yang dilakukan oleh humas tetapi juga dapat mengeksplorasi bagaimana interaksi dan dinamika internal dalam tim humas memengaruhi kualitas dan efektivitas penyebaran informasi. Dengan demikian, pendekatan ini memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang realitas sosial yang terjadi dalam proses pembangunan citra pemimpin daerah melalui media digital.

#### **b) Wawancara**

Sternberg (dalam Sugiyono, 2020) menjelaskan bahwa wawancara merupakan interaksi antara dua pihak yang bertujuan untuk berbagi ide dan informasi melalui diskusi tanya jawab guna memahami suatu topik tertentu. Dalam penelitian ini, wawancara digunakan untuk menggali bagaimana Humas Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Metro memanfaatkan *website* [info.metrokota.go.id](http://info.metrokota.go.id) dalam membangun citra walikota sebagai pemimpin yang

peduli terhadap anak-anak. Melalui wawancara, peneliti dapat mengakses perspektif langsung dari informan mengenai efektivitas penggunaan *website* dalam menyampaikan pesan kepemimpinan yang pro terhadap anak.

Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam semi-terstruktur sebagai teknik utama pengumpulan data. Menurut Yin (2018), wawancara dalam studi kasus berfungsi sebagai salah satu sumber bukti yang paling penting karena mampu menggali informasi kontekstual dan mendalam mengenai fenomena yang sedang diteliti. Format semi-terstruktur digunakan agar peneliti memiliki panduan pertanyaan, namun tetap memberi ruang fleksibilitas untuk mengeksplorasi isu-isu yang muncul selama percakapan dengan informan. Menurut Sugiyono (2019), wawancara semi terstruktur merupakan metode wawancara yang telah memiliki panduan pertanyaan tetapi tetap memberikan ruang bagi informan untuk menjelaskan secara lebih mendalam berdasarkan pengalaman mereka. Teknik ini memungkinkan eksplorasi yang lebih luas terhadap isu-isu yang muncul selama wawancara sambil memastikan aspek utama penelitian tetap dibahas. Wawancara dilakukan secara tatap muka maupun daring, menyesuaikan kondisi dan ketersediaan informan. Pertanyaan difokuskan pada proses komunikasi yang dilakukan oleh Humas Diskominfo Kota Metro, penerimaan masyarakat terhadap informasi di *website*, serta faktor pendukung dan penghambat pembentukan citra Walikota Metro peduli anak.

Dalam penelitian ini, wawancara semi terstruktur diterapkan dengan menyusun daftar pertanyaan utama terkait penggunaan *website info.metrokota.go.id* oleh Humas Diskominfo dalam membangun citra walikota. Pertanyaan yang diajukan mencakup strategi komunikasi yang digunakan, tahapan penyusunan serta publikasi konten berita di *website*, apakah ada interaksi dengan audiens, dan tantangan apa saja yang ada dalam pemanfaatan *website* sebagai alat komunikasi publik. Fleksibilitas diberikan dengan memungkinkan informan memberikan tanggapan yang lebih luas serta mengemukakan perspektif tambahan di luar pertanyaan yang telah disiapkan sehingga wawancara dapat menggali lebih dalam aspek-aspek yang mungkin belum teridentifikasi sebelumnya.



Sejalan dengan panduan Yin (2018), informan dalam studi kasus dipilih berdasarkan keterlibatan langsung dan relevansi terhadap fenomena yang diteliti. Penelitian ini melibatkan 10 informan untuk memastikan kedalaman data sekaligus menjaga fokus penelitian. Jumlah ini dianggap memadai untuk studi kasus tunggal karena memungkinkan peneliti menggali perspektif yang beragam namun tetap mendalam. Informan terdiri dari Sekretaris Diskominfo Metro, Kepala Bidang Humas dan Dokumentasi, Tenaga Peliputan, Editor Berita, Wartawan, Protokol Walikota Metro, dua mahasiswa, dan dua masyarakat non-mahasiswa, yang seluruhnya memiliki pemahaman dan keterlibatan langsung terkait pembentukan citra walikota peduli anak.

Setiap wawancara ini akan dilakukan dengan pendekatan semi terstruktur di mana peneliti menggunakan daftar pertanyaan panduan tetapi tetap fleksibel dalam mengeksplorasi jawaban informan lebih lanjut. Wawancara dapat berlangsung selama 30-60 menit per sesi, tergantung pada kompleksitas informasi yang diberikan oleh masing-masing informan. Semua wawancara akan direkam dengan izin informan kemudian ditranskripsikan (diubah menjadi teks) untuk memastikan keakuratan data.

Setelah semua wawancara direkam dan ditranskripsikan (diubah menjadi teks), peneliti akan mengorganisir data tersebut dengan cara mengelompokkannya berdasarkan tema-tema utama yang telah ditentukan sebelumnya atau tema yang muncul secara alami selama proses wawancara. Proses kategorisasi ini dilakukan untuk memudahkan peneliti dalam melihat pola atau kesamaan yang muncul dari jawaban para informan. Misalnya, jika banyak informan menyebutkan hal yang sama terkait strategi komunikasi humas maka informasi tersebut akan dikelompokkan dalam satu kategori. Dengan cara ini, peneliti bisa lebih mudah menemukan temuan utama atau kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan.

Tujuan dari kategorisasi ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif atau menyeluruh mengenai topik penelitian. Dalam hal ini, peneliti ingin memahami bagaimana peran humas diskominfo dalam membangun citra wali kota sebagai pemimpin yang peduli terhadap anak di

Kota Metro. Dengan melibatkan berbagai informan yang berasal dari berbagai latar belakang, seperti pejabat pemerintah, wartawan, mahasiswa, dan masyarakat umum, penelitian ini berupaya untuk menggali pandangan yang lebih luas dan mendalam mengenai topik tersebut.

### c) **Dokumentasi**

Dokumentasi, menurut Sugiyono (2020), merupakan suatu proses yang penting dalam konteks pengumpulan catatan mengenai peristiwa atau kejadian yang telah terjadi. Catatan tersebut dapat berupa tulisan, gambar atau foto atau karya-karya besar yang dibuat oleh individu atau organisasi tertentu. Dalam konteks analisis berita pemerintahan Kota Metro yang dilakukan peneliti terutama melalui *website* resmi *info.metrokota.go.id* yang memperkuat citra Walikota Metro, proses dokumentasi memegang peran yang krusial.

Dalam rangka menjalankan proses analisis pada penelitian ini, diperlukan berbagai bentuk dokumentasi, mencakup transkripsi wawancara yang diperoleh dari berbagai informan yang terlibat dalam penelitian. Transkripsi ini menjadi sumber utama untuk memverifikasi dan menganalisis informasi yang didapat melalui wawancara. Selain itu, peneliti juga mencatat catatan lapangan yang diperoleh selama proses observasi, yang mencakup pengamatan langsung terhadap interaksi atau peristiwa yang relevan dengan citra walikota. Pengumpulan foto juga dilakukan selama observasi untuk merekam momen atau bukti visual yang mendukung analisis.

Selain itu, dalam rangka mendalami konteks dan kebijakan yang lebih luas, peneliti juga akan mengumpulkan dokumen sekunder yang bisa berupa kebijakan pemerintah dan berbagai dokumen lainnya yang dikeluarkan oleh Diskominfo atau lembaga terkait. Dokumen-dokumen ini menjadi bagian integral dari proses dokumentasi karena memberikan landasan yang kuat dan menyeluruh untuk memahami bagaimana kebijakan dan keputusan pemerintah tercermin dalam komunikasi publik.

Dengan adanya dokumentasi yang cermat dan sistematis, peneliti dapat memastikan bahwa data yang dikumpulkan adalah tepercaya dan akurat.

Dokumentasi memungkinkan peneliti untuk memiliki referensi yang solid dalam melakukan analisis dan interpretasi data, serta mengidentifikasi pola-pola yang dapat mendukung kesimpulan dalam penelitian. Proses dokumentasi ini juga memfasilitasi peneliti untuk mengingat dan mengacu kembali pada peristiwa-peristiwa penting yang terjadi selama pengumpulan data yang sangat berguna dalam menyusun narasi penelitian yang jelas dan terstruktur.

### 3.5 Teknik Penentuan Informan

Mengacu pada panduan studi kasus dari Robert K. Yin (2018), pemilihan informan dalam penelitian studi kasus tidak dilakukan secara acak melainkan didasarkan pada relevansi dan keterlibatan mereka terhadap fenomena yang diteliti. Dalam hal ini, informan dipilih karena dianggap memiliki pengalaman langsung, pengetahuan mendalam atau perspektif yang signifikan dalam proses pembentukan citra Walikota Kota Metro sebagai pemimpin peduli anak. Pemilihan ini menggunakan pendekatan *criterion-based selection*, yaitu memilih individu yang memenuhi kriteria tertentu yang relevan dengan fokus penelitian, seperti keterlibatan dalam aktivitas kehumasan atau sebagai penerima pesan komunikasi publik pemerintah. Pendekatan ini selaras dengan prinsip studi kasus yang menekankan pada kedalaman data dan pemahaman kontekstual, bukan pada generalisasi statistik.

Adapun pemilihan 10 informan ini dianggap mewakili beragam sudut pandang terkait fenomena yang diteliti. Pemilihan jumlah ini mempertimbangkan kebutuhan untuk menggali data secara mendalam sekaligus memperoleh variasi pandangan dari pihak internal pemerintah, media, dan masyarakat. Informan tersebut adalah:

1. **Empat informan dari Diskominfo Kota Metro**, terdiri dari Sekretaris, Kepala Bidang Humas dan Dokumentasi, tenaga peliputan, dan editor berita. Mereka memiliki pemahaman mendalam terkait strategi komunikasi dan kebijakan kehumasan dalam membangun citra Walikota. Wawancara difokuskan pada perancangan strategi komunikasi, pemilihan media publikasi,

penyusunan berita, dan evaluasi efektivitas penyampaian informasi kepada masyarakat.

2. **Satu informan protokol Walikota**, berperan dalam mengatur agenda dan mendukung pencitraan pada acara resmi. Wawancara difokuskan pada koordinasi protokol dengan Humas Diskominfo dalam membentuk kesan publik terhadap Walikota Metro serta pandangannya mengenai kinerja Humas Diskominfo Metro dan *website info.metrokota.go.id*.
3. **Satu informan wartawan media eksternal**, rutin meliput kegiatan Walikota. Wawancara mengeksplorasi pandangan wartawan terhadap peran Humas Diskominfo Metro, kesesuaian informasi yang disampaikan dengan realitas lapangan, fungsi *website info.metrokota.go.id* bagi jurnalis, serta kontribusi media eksternal dalam membentuk citra kepemimpinan peduli anak.
4. **Empat warga dari masyarakat**, terdiri dari 2 mahasiswa (dinilai lebih kritis terhadap kebijakan pemerintah) dan 2 warga non-mahasiswa (merepresentasikan pandangan masyarakat umum). Wawancara bertujuan menilai pengetahuan publik tentang *website info.metrokota.go.id*, tanggapan terhadap informasi di situs tersebut, serta persepsi mereka terhadap citra walikota sebagai pemimpin peduli anak. Pemilihan dua kelompok ini dimaksudkan untuk membandingkan perbedaan persepsi antara masyarakat terpelajar dan umum.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman (1992, dalam Sugiyono, 2020), analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan sampai data dianggap mencapai titik kejenuhan. Adapun Langkah-langkah melakukannya adalah sebagai berikut:

#### 1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah tahap pertama yang sangat penting dalam analisis data kualitatif. Proses ini melibatkan penyaringan, penyederhanaan, dan

pengorganisasian data agar fokus hanya pada hal-hal yang relevan dengan tujuan penelitian. Reduksi data bukan berarti menghilangkan informasi yang penting, melainkan memilih dan meringkas informasi yang paling esensial untuk menjawab rumusan masalah.

Sebagai contoh, dalam penelitian ini, data yang terkumpul dari wawancara dan catatan lapangan akan disaring untuk mencari pola-pola umum yang berkaitan dengan peran humas diskominfo dalam membangun citra walikota. Data yang tidak relevan, seperti obrolan yang tidak berkaitan dengan topik akan dibuang. Misalnya, percakapan mengenai teknologi terbaru dalam komunikasi yang tidak berkaitan langsung dengan citra walikota akan dikeluarkan untuk menjaga fokus pada tema utama. Dengan demikian, setelah proses reduksi data, informasi yang tersisa akan lebih terfokus dan memudahkan langkah analisis berikutnya.

## **2. Penyajian Data (*Data Display*)**

Stelah data direduksi, langkah berikutnya adalah penyajian data. Penyajian data dalam penelitian kualitatif biasanya dilakukan dalam bentuk narasi atau uraian yang sistematis. Hal ini bertujuan untuk menyusun dan mengorganisasi data agar dapat dengan mudah dipahami dan dianalisis. Penyajian data bisa berupa naskah naratif yang menghubungkan informasi dari berbagai sumber atau bisa juga menggunakan bagan, diagram, atau peta konsep yang menggambarkan hubungan antar kategori atau tema.

Dalam penelitian ini, data yang telah direduksi tentang strategi komunikasi humas akan dipaparkan dalam bentuk narasi yang menghubungkan peran *website info.metrokota.go.id* dengan citra positif walikota peduli anak.

## **3. Penarikan Kesimpulan (*Verification*)**

Langkah terakhir dalam analisis data adalah penarikan kesimpulan yang mencakup penafsiran dan verifikasi atas temuan-temuan yang sudah diperoleh dari reduksi dan penyajian data. Pada tahap ini, peneliti akan menganalisis apakah temuan yang diperoleh dari data sudah cukup untuk menjawab

pertanyaan penelitian dan mengkonfirmasi hipotesis awal.

Kesimpulan yang ditarik dalam penelitian ini dapat berbentuk pemahaman tentang bagaimana strategi komunikasi humas dapat membangun citra walikota peduli anak sebagai pemimpin yang peduli terhadap anak dengan didukung faktor-faktor pendukung ataukah sebaliknya karena terdapat kendala berupa faktor-faktor penghambat. Peneliti akan memastikan bahwa kesimpulan yang diambil terbukti secara data dan bukan hanya berdasarkan asumsi. Proses verifikasi ini penting untuk memastikan bahwa analisis yang dilakukan tidak hanya valid tetapi juga reliable. Sebagai contoh, jika data menunjukkan bahwa *website info.metrokota.go.id* memainkan peran penting dalam membangun citra walikota, peneliti akan mencari konsistensi dalam informasi yang disampaikan oleh berbagai informan dan mendukungnya dengan bukti dari laporan media atau berita yang dipublikasikan.

### 3.7 Teknik Keabsahan Data

Teknik ini digunakan untuk memeriksa kredibilitas data yang terkumpul melalui perbandingan dan konfirmasi dari beberapa sudut pandang (Sugiyono, 2020). Triangulasi digunakan untuk memperkuat validitas temuan penelitian dengan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber yang relevan.

Ada empat metode triangulasi yang umum digunakan dalam penelitian kualitatif adalah triangulasi sumber, triangulasi waktu, dan triangulasi teori. Penelitian ini berfokus pada triangulasi sumber yang berarti peneliti akan mengumpulkan data dari berbagai sumber informasi yang ada dan membandingkannya untuk memperoleh temuan yang lebih valid dan kredibel. Peneliti dapat menggunakan berbagai teknik untuk mengumpulkan data dari sumber-sumber yang bervariasi dan menilai kesesuaian antara temuan yang diperoleh (Alfansyur & Mariyani, 2020). Triangulasi sumber dalam penelitian ini melibatkan data yang dikumpulkan melalui beberapa teknik dan dari berbagai sumber, yaitu wawancara dengan Humas Diskominfo Kota Metro, analisis informasi yang ada di *website*

*info.metrokota.go.id*, serta pengumpulan dokumen terkait yang bisa mendukung pemahaman tentang bagaimana citra walikota peduli anak dibangun.

Proses Triangulasi Sumber dalam penelitian ini dimulai dengan melakukan wawancara dengan Humas Diskominfo Kota Metro. Melalui wawancara ini, peneliti bisa mendapatkan informasi mengenai kebijakan komunikasi yang diterapkan oleh Diskominfo dalam membangun citra walikota peduli anak. Selain wawancara, peneliti juga mengumpulkan data dari *website info.metrokota.go.id*, yang berfungsi sebagai sumber publikasi resmi terkait kegiatan dan inisiatif yang mendukung program walikota peduli anak. Data tambahan diperoleh dari dokumen-dokumen terkait yang mungkin mencakup artikel, atau dokumen terkait yang digunakan oleh Diskominfo untuk mengkomunikasikan pencapaian-pencapaian tersebut kepada masyarakat.

Peran Triangulasi Sumber adalah untuk membandingkan dan memverifikasi temuan dari berbagai sumber yang berbeda. Misalnya, hasil wawancara dengan pihak Humas Diskominfo akan dibandingkan dengan informasi yang tersedia di *website info.metrokota.go.id* untuk memastikan kesesuaian pesan yang disampaikan kepada publik. Selain itu, dokumen yang diperoleh juga akan dianalisis untuk melihat apakah informasi yang ada di sana konsisten dengan data yang diperoleh dari wawancara dan *website*. Dengan cara ini, triangulasi sumber memastikan bahwa data yang diperoleh tidak bias dan lebih kredibel karena berasal dari beberapa sudut pandang yang saling melengkapi.

Dengan penerapan triangulasi sumber ini, keabsahan data dalam penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan, serta meningkatkan kualitas penelitian secara keseluruhan. Proses ini akan memperkuat kepercayaan terhadap hasil penelitian karena temuan yang diperoleh telah diperiksa dan diverifikasi melalui berbagai sumber yang dapat dipercaya.

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann (1996), dapat disimpulkan bahwa Humas Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Metro memiliki peran yang strategis dalam membangun citra Walikota Metro sebagai pemimpin yang peduli terhadap anak. Proses ini berlangsung melalui tiga tahap, yaitu eksternalisasi, obyektivasi, dan internalisasi. Pada tahap eksternalisasi, Humas Diskominfo secara sadar memproduksi dan menyebarkan makna kepedulian terhadap anak melalui pemilihan agenda peliputan, penyusunan narasi berita, dokumentasi visual kegiatan, termasuk di dalamnya pemilihan diksi dalam narasi berita serta *headline* berita. Humas tidak sekadar menyampaikan informasi tetapi secara aktif membingkai realitas sosial melalui pesan-pesan simbolik yang disampaikan dalam media digital resmi Pemerintah Kota Metro (*website info.metro.go.id*).

Proses obyektivasi terjadi ketika pesan-pesan tersebut tidak lagi dipandang sebagai bentuk promosi institusional semata melainkan mulai diterima publik sebagai realitas sosial yang sah dan wajar. Melalui publikasi yang konsisten di *website info.metrokota.go.id*, seperti pemberitaan tentang program JAMAPAI, Kartu Metro CERIA, Sekolah Ramah Anak, dan penghargaan Walikota Sahabat Anak, citra kepemimpinan peduli anak yang dibangun oleh humas secara perlahan diinstitusionalisasikan dalam kesadaran publik. Produk komunikasi seperti rilis berita, dokumentasi visual, *headline*, dan tampilan *website* berfungsi sebagai alat



obyektivasi yang melepaskan makna dari penciptanya dan menjadikannya bagian dari struktur simbolik yang diterima masyarakat.

Namun, pada tahap internalisasi ditemukan bahwa proses penerimaan dan penghayatan nilai oleh masyarakat masih belum merata. Sebagian besar informan dari masyarakat umum dan mahasiswa mengaku belum terbiasa mengakses *website* Pemerintah Kota Metro dan belum sepenuhnya memahami substansi program yang dipublikasikan. Literasi digital yang rendah, gaya bahasa yang formal dan birokratis, serta kurangnya promosi melalui lintas kanal menjadi penghambat utama dalam menjangkau kesadaran kolektif masyarakat secara lebih luas. Meski demikian, simbol visual seperti dokumentasi walikota bersama anak-anak, serta konsistensi pesan yang ditampilkan tetap memberikan kontribusi terhadap terbentuknya persepsi publik tentang figur walikota yang peduli anak meskipun belum sepenuhnya terinternalisasi sebagai nilai yang diyakini secara luas.

Proses konstruksi citra ini didukung oleh beberapa faktor penting, seperti konsistensi strategi komunikasi humas, pengakuan eksternal dari lembaga kredibel seperti Bappenas dan LPAI, serta kualitas konten yang menonjolkan nilai empati, inklusi sosial, dan perlindungan anak. Program-program yang berdampak nyata seperti JAMAPAI dan KMC juga memperkuat legitimasi simbolik kepemimpinan walikota. Di sisi lain, proses internalisasi masih menghadapi tantangan berupa keterbatasan akses dan distribusi informasi yang belum merata. Dengan demikian, meskipun Humas Diskominfo Kota Metro telah berhasil mengonstruksi citra kepemimpinan peduli anak secara sistematis melalui media digital, *website* Pemerintah Kota Metro, proses penerimaan nilai di masyarakat masih memerlukan penguatan, khususnya melalui perluasan kanal komunikasi termasuk media sosial dan media massa, serta peningkatan literasi publik.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar Humas Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Metro dapat lebih mengoptimalkan penggunaan

*website info.metrokota.go.id* sebagai media untuk membangun citra kepemimpinan yang peduli terhadap anak. Salah satu hal yang perlu diperhatikan adalah cara penyampaian informasi yang lebih komunikatif dan mudah dipahami oleh masyarakat umum. Bahasa yang digunakan dalam berita sebaiknya tidak terlalu formal dan kaku agar lebih menarik dan mudah dicerna oleh pembaca dari berbagai kalangan. Selain itu, pemilihan foto dan tampilan visual juga perlu disusun secara lebih menarik dan bermakna sehingga dapat memperkuat pesan kepedulian yang ingin disampaikan melalui *website*.

Meskipun dalam praktiknya Humas Diskominfo Kota Metro juga menggunakan media sosial, penelitian ini hanya berfokus pada media *website*. Namun, ke depannya keberadaan media sosial dapat dimanfaatkan untuk mendukung penyebaran konten yang sudah dipublikasikan di *website* agar menjangkau lebih banyak masyarakat. Secara umum, penelitian ini menunjukkan bahwa *website* pemerintah tidak hanya berfungsi sebagai tempat menyampaikan informasi tetapi juga sebagai alat untuk membentuk persepsi dan citra seorang pemimpin. Oleh karena itu, penting bagi humas untuk menjaga konsistensi pesan dan kualitas konten yang disampaikan di dalamnya.

Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar dapat mencakup media lain seperti media sosial resmi Pemerintah Kota Metro, yakni *Instagram* atau kanal *YouTube* agar diperoleh gambaran yang lebih lengkap mengenai strategi komunikasi yang dilakukan. Penelitian selanjutnya juga dapat menggali bagaimana pandangan anak-anak sebagai pihak yang menjadi sasaran utama dari pesan kepedulian yang dibangun. Dengan pendekatan yang lebih luas dan metode yang beragam, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih utuh tentang bagaimana komunikasi pemerintah melalui Humas Diskominfo membentuk citra kepemimpinan di era digital.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ardianto, E., & Soemirat, S. (2012). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1996).  
*The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Jakarta: LP3ES.
- Creswell, J. W. (2013).  
*Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Eriyanto. (2012).  
*Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Rahmadi, F. (1999). *Public Relations dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Ruslan, R. (2010). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi di Indonesia*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sarwono, J. (2006).  
*Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

### Jurnal

- Alfansyur, A., & Mariyani, M. (2020). Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial. *HISTORIS: Jurnal Kajian Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2): 146-150.

Doni, R., & Rahman, M. (2020). "Sistem Monitoring Tanaman Hidroponik Berbasis Iot (*Internet of Thing*) Menggunakan Nodemcu ESP8266". *J-SAKTI: Jurnal Sains Komputer Dan Informatika*, 4(2).

Nada, M. M. C., Rembang, M. R., & Onsu, R. R. (2018). Peran Humas Dalam Membangun Citra Pemerintah Daerah Kabupaten Minahasa Selatan. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 7(4).

### Skripsi

Edria, M., A. 2022. *Strategi Media Relation Dinas Komunikasi Informatika dan Statistika Provinsi Lampung Dalam Publikasi Pembangunan Daerah*. Universitas Lampung.

Paradina, Novita. 2022. *Peran Humas Dalam Kegiatan Peliputan Dan Pembuatan Press Release Di Dinas Kominfo Kabupaten Lampung Barat*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Wijayanti, Hesti. 2022. *Peran Humas Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Metro Dalam Publikasi Kegiatan Walikota Dan Wakil Walikota Metro Melalui Media Sosial*. Universitas Lampung.

### Internet

ANTARA News Lampung. (2024, Mei 19). Pemkot Metro targetkan angka stunting turun 6,4 persen di tahun 2024. *ANTARA News*. <https://lampung.antaranews.com/berita/674067/pemkot-metro-targetkan-angka-stunting-turun-64-persen-di-tahun-2024> (Diakses pada 19 Mei 2024, pukul 12.47)

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *Laporan penetrasi & perilaku pengguna internet Indonesia 2024*. <https://apjii.or.id> (Diakses pada 19 Mei 2024, pukul 10.40 WIB).

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2006). *Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 28 Tahun 2006 tentang Penggunaan Nama Domain go.id untuk Website Resmi Pemerintahan Pusat dan Daerah*. [https://jdih.kominfo.go.id/storage/files/1445323128PM\\_28\\_2006\\_domain\\_go\\_id.pdf](https://jdih.kominfo.go.id/storage/files/1445323128PM_28_2006_domain_go_id.pdf) (Diakses pada 28 Februari 2024).

Virus.co.id. (2023). *Apa itu website pemerintah?* <https://virus.co.id/apa-itu-website-pemerintah/> (Diakses pada 31 Agustus 2023).

Pemerintah Kota Metro. (2022–2024). *Website resmi Pemerintah Kota Metro – info.metrokota.go.id*. Sumber dokumentasi visual dan kutipan berita resmi Pemerintah Kota Metro. <https://info.metrokota.go.id> (Diakses pada 20 Mei 2024).