

NASKAH PUBLIKASI

**IMPLEMENTASI *CYBER PUBLIC RELATIONS* DPRD DIY MELALUI
WEBSITE SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN KOMUNIKASI
PADA TAHUN 2017-2018**



Disusun Oleh:

**RAFIDA HASNA NABILA
20150530056**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2019

**IMPLEMENTASI *CYBER PUBLIC RELATIONS* DPRD DIY MELALUI
WEBSITE SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN KOMUNIKASI
PADA TAHUN 2017-2018**

Rafida Hasna Nabila

Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Jalan Lingkar Selatan, Tamantirto, Kasihan, Bantul Yogyakarta 55183
Email: fidahasna97@gmail.com, Telepon: 087862273514

ABSTRAK

Pada tahun 2005 Bagian Humas dan Protokol Sekretariat DPRD DIY membuat *website* DPRD DIY sebagai media informasi dan media penyalur aspirasi masyarakat. *Website* DPRD DIY yang dikelola oleh Sub Bagian Humas Data dan TI Sekretariat DPRD DIY pernah mendapatkan penghargaan dari CEPP UI pada tahun 2016 sebagai DPRD Provinsi paling modern dan terbuka serta DPRD Provinsi dengan fungsi kedewanan terbaik. Sub Bagian Humas Data dan TI Sekretariat DPRD DIY menggunakan *website* sebagai media informasi dan komunikasi utama dibandingkan dengan media sosial DPRD DIY. Pengelolaan *website* DPRD DIY pada tahun 2017 - 2018 mulai konsisten dalam melaksanakan aktivitasnya secara *update* dan *real time*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi *cyber public relations* DPRD DIY melalui *website* sebagai media informasi dan komunikasi pada tahun 2017 - 2018 serta faktor pendukung dan penghambatnya. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa wawancara mendalam dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa *website* DPRD DIY belum sepenuhnya menjalankan peran sentral *PR* sebagai *producer* dan *publisher*. Kegiatan *paid media* dilaksanakan dengan menerapkan *SEO* serta kegiatan *shared media* dilakukan dengan mengintegrasikan *website* dan media sosial resmi DPRD DIY. Melalui kegiatan *owned media*, *website* DPRD DIY dikelola sebagai media informasi dan media komunikasi, meskipun belum terjalin komunikasi dua arah. Sedangkan *website* DPRD DIY belum menjalankan kegiatan *earned media* karena belum bekerjasama dengan media massa terkait publikasi konten *website* DPRD DIY. Faktor pendukung dan penghambat pengelolaan *website* DPRD DIY berasal dari internal dan eksternal Bagian Humas dan Protokol Sekretariat DPRD DIY.

Kata Kunci: *Cyber Public Relations, Informasi dan Komunikasi, Website*

ABSTRACT

In 2005 the Public Relations and Protocol Section of the DPRD DIY Secretariat made the website for DPRD DIY as an information media and media aspirations channel of the people. DPRD DIY website managed by the Public Relations Data and IT Sub-Section of the DPRD DIY Secretariat. It received an award from CEPP UI in 2016 as the

most modern and open of Provincial DPRD and Provincial DPRD with the best functioning of legislative. Public Relations Data and IT Sub-Section the DPRD DIY Secretariat uses the website as the main information and communication media compared to the DPRD DIY's social media. The management of the DPRD DIY website in 2017 - 2018 began consistent in its activities updated and real time.

This study was to know the implementation cyber public relations DPRD DIY through the website as an information and communication media in 2017-2018 and the supporting factors and barriers. This research is a qualitative descriptive study with data collection methods in the form of in-depth interviews and documentation.

Based on the results of the study, it known that the DPRD DIY website has not completely implemented the PR central role as a producer and publisher. Paid media activities by implementing SEO and shared media activities by integrating the official website and social media of the DPRD DIY. Through the activities of owned media, the website of the DPRD DIY as an information and communication media, even though two-way communication has not established. The DPRD DIY website has not be an earned media because it not collaborated with the mass media for publication of DPRD DIY website content. Supporting and inhibiting factors for managing the DPRD DIY website are from internal and external Public Relations and Protocol of the DPRD DIY Secretariat.

Key Words: Cyber Public Relations, Information and Communication, Website

A. Pendahuluan

Berdasarkan data survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pengakses internet pada tahun 2017 tumbuh 7,9% dari tahun sebelumnya. Pada era perkembangan teknologi internet ini, seorang hubungan masyarakat (humas) berperan dalam pengelolaan informasi dan komunikasi dengan *stakeholder* suatu instansi atau perusahaan. Oleh karena itu, humas berperan penting dalam pengelolaan strategi dan pelaksanaan fungsi kehumasan untuk meningkatkan kinerja organisasi maupun menciptakan citra positif organisasi.

Saat ini sudah banyak organisasi yang menggunakan teknologi internet seperti membuat *email*, *website* bahkan yang terbaru saat ini adalah metode internet sebagai fungsi untuk mempermudah kegiatan *PR* melalui

dunia maya atau sering disebut dengan *PR* digital yaitu penyampaian informasi melalui media internet atau disebut dengan *cyber PR* (Hidayat, 2014: 95).

Memasuki era *cyber* seperti saat ini, pemerintah mulai mengimplementasikan kegiatan *cyber PR* untuk meningkatkan kinerja pemerintah dan komunikasi dengan masyarakat. Sistem informasi yang memanfaatkan layanan internet ini digunakan pemerintah dalam rangka memberikan informasi, pelayanan publik, meningkatkan partisipasi publik, mempermudah komunikasi dengan publik, dan lain sebagainya.

Lembaga legislatif dalam hal ini yaitu Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) baik tingkat provinsi, kabupaten atau kota, merupakan bagian dalam tatanan pemerintah yang membutuhkan adanya pemanfaatan teknologi informasi dalam

kegiatan kehumasannya. Sebagai sebuah wakil rakyat, DPR membutuhkan media – media menggunakan teknologi internet untuk dapat menjalin komunikasi dengan masyarakat. Adanya media komunikasi dengan masyarakat tentu menunjang fungsi Anggota Dewan sebagai bentuk dari representasi rakyat. Dalam hal ini Anggota Dewan memiliki tugas untuk untuk menyerap dan menghimpun aspirasi masyarakat.

Kebutuhan komunikasi dua arah (*two ways communications*) antara Anggota Dewan dengan masyarakat menuntut adanya implementasi kegiatan humas secara *online*. Melalui media-media *online* dan internet, masyarakat dapat menyampaikan aspirasi kepada Anggota Dewan, mengetahui tindak lanjut, serta mengetahui kebijakan-kebijakan yang telah diambil berdasarkan hasil pembahasan terkait aspirasi yang telah disampaikan.

Di Indonesia masih banyak Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) yang belum memanfaatkan media *online* dan internet dengan baik. Berdasarkan data hasil audit *website* DPRD Provinsi se-Indonesia yang dilakukan oleh Tunas Indonesia Raya (TIDAR) pada tahun 2011, menyatakan bahwa hanya 18 dari 33 DPRD Provinsi di Indonesia memiliki *website* yang dapat diakses (Data Hasil Audit *Website* DPRD Provinsi Se-Indonesia Tahun 2011, diakses melalui <http://tidar.or.id/app/tidar-media-center/riset/173-audit-website-dprd-se-indonesia>, diakses pada 13 Januari 2019).

Berdasarkan data hasil audit *website* DPRD Provinsi se-Indonesia diketahui bahwa terdapat empat DPRD Provinsi paling *update* dengan aktivitas pemberitaan kegiatan internal, yaitu DPRD Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), DPRD Jawa Timur, DPRD Kalimantan Tengah, dan DPRD Sulawesi

Selatan. Dari keempat DPRD Provinsi tersebut, DPRD DIY telah memenuhi seluruh indikator dari *website* terbaik berdasarkan audit *website* DPRD Provinsi yang dilakukan oleh TIDAR.

Data di atas menunjukkan bahwa situs *website* DPRD DIY memiliki keunggulan daripada *website* resmi DPRD Provinsi lainnya, karena sudah memenuhi keseluruhan indikator *website* yang baik. Situs *website* DPRD DIY dengan domain www.dprd-diy.go.id diresmikan pada 30 Juli 2005 sebagai situs resmi DPRD DIY untuk media komunikasi dan penyalur aspirasi rakyat. Hadirnya situs *website* ini menjadi inisiasi awal bagi penyelenggaraan *website* dan teknologi informasi oleh lembaga legislatif di Indonesia saat itu. Mengusung nama sebagai sebuah E-Parlemen DIY, pada tampilan awal dimuat tulisan ‘E-Parlemen DIY – Menjalinkan Komunikasi Rakyat dan Wakilnya’. Melalui *website* resminya, DPRD DIY berupaya untuk menghadirkan saluran komunikasi kepada masyarakat dengan kemudahan aksesnya.

Pada tahun 2016 lalu DPRD DIY mendapat penghargaan dari *Centre for Election and Political Party* Universitas Indonesia (CEPP UI), sebagai DPRD Provinsi paling modern dan terbuka, serta DPRD Provinsi dengan fungsi kedewanan terbaik berbasis *website*. (Resya Firmansyah, "DPRD DIY Raih Penghargaan Terbaik Se-Indonesia dalam Hal Keterbukaan Informasi", dalam <http://jogja.tribunnews.com/2016/02/19/dprd-diy-raih-penghargaan-terbaik-se-indonesia-dalam-hal-keterbukaan-informasi>, diakses pada 6 November 2018).

Penghargaan tersebut menjadi tolak ukur bagi penyelenggaraan kegiatan *cyber PR* DPRD DIY serta pengadaan

website DPRD DIY. Bahwasanya DPRD DIY sudah cukup mampu dalam menerapkan kegiatan *cyber PR* dibandingkan dengan DPRD Provinsi lainnya.

Sejak dibuat pada tahun 2005, *website* DPRD DIY sudah beberapa kali mengalami pembaharuan. Hal tersebut dilakukan dalam rangka memperbaiki tampilan dan ketersediaan fitur-fitur *website* serta sub menu tertentu untuk penataan tampilan informasi menu. Sebagai pelaksana kegiatan *cyber PR*, DPRD DIY terus melakukan upaya pembaharuan untuk mempermudah akses publik dan kelengkapan informasi melalui *website*. *Website* DPRD DIY memuat berbagai informasi seperti *news release* atau berita kegiatan DPRD DIY, agenda kegiatan, penjelasan secara detail mengenai anggota DPRD DIY, profil Sekretariat DPRD DIY, Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID), selayang pandang, kontak, dan *link* yang terhubung menuju media sosial DPRD DIY.

Website DPRD DIY juga menyediakan kanal komunikasi seperti fitur kolom komentar dan formulir aspirasi rakyat *online*, dengan tujuan untuk mempermudah komunikasi dari masyarakat kepada DPRD DIY. Media komunikasi dibuat untuk mempermudah penyaluran aspirasi masyarakat kepada Anggota DPRD DIY serta memberikan ruang untuk menerima masukan dan memberikan tanggapan secara langsung kepada masyarakat.

Terhitung sejak tahun 2016 *website* DPRD DIY mulai mengalami perubahan yang cukup pesat, dimana sejak tahun tersebut *website* DPRD DIY mulai dikelola oleh internal Humas dan Protokol Sekretariat DPRD DIY dalam pembuatan dan pemuatan konten *website*. Pada tahun 2016 *website* DPRD DIY

mulai diperbaiki pada bagian tampilan dan kelengkapan fitur-fitur pendukung. Akan tetapi perkembangan konten dan konsistensi *updating* baru mulai dilaksanakan pada 2017. Pada tahun 2017 sampai 2018 *website* DPRD DIY mulai konsisten dalam aktivitas *website* secara *update* dan *real time* sebagaimana yang dijelaskan oleh Pat Nugraha sebagai Kepala Sub Bagian Humas Data dan TI Sekretariat DPRD DIY.

Adanya perubahan dan perbaikan tersebut menunjukkan upaya Humas dan Protokol Sekretariat DPRD DIY untuk meningkatkan kegiatan *cyber PR* melalui *website* resminya. Implementasi *cyber PR* yang dilakukan DPRD DIY ini tentunya perlu diketahui secara detail untuk mengetahui proses dan juga faktor pendukung atau penghambat kegiatan *cyber PR* DPRD DIY. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti proses implementasi *cyber PR* DPRD DIY melalui *website* sebagai media informasi dan komunikasi pada tahun 2017 - 2018.

Pada penelitian ini peneliti mencoba untuk meneliti implementasi *cyber PR* melalui *website* sebagai media informasi dan komunikasi pada era disrupsi dengan menggunakan teori tentang peran sentral *PR* sebagai *producer* dan *publisher*. Peneliti mengambil rumusan masalah terkait implementasi *cyber PR* DPRD DIY serta faktor pendukung dan pengambatnya.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan studi kasus. Peneliti fokus terhadap objek penelitian yaitu *website* resmi DPRD DIY. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah wawancara mendalam dan dokumen. Peneliti mengambil empat kriteria narasumber yaitu Kepala Bagian Humas dan Protokol, Kepala Sub Bagian

Humas Data dan TI, Staf pengelola *website* DPRD DIY, serta masyarakat yang membaca dan mengunjungi *website* DPRD DIY.

Peneliti menganalisis hasil temuan dengan menggunakan teknik analisis deskriptif. Analisis diawali dengan kegiatan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan di akhir penelitian. Peneliti menggunakan metode triangulasi data sebagai uji keabsahan data.

C. Kerangka Teori

1. Manajemen *Public Relations*

Manajemen humas adalah suatu komunikasi dua arah antara suatu lembaga dengan masyarakat untuk melakukan kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan serta evaluasi dalam usaha pencapaian tujuan organisasi. Manajemen *public relations* juga berarti melakukan riset, perencanaan, pelaksanaan kegiatan, serta mengawasi dan mengevaluasi kegiatan yang dilakukan oleh organisasi.

Manajemen humas merupakan komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik (masyarakat) secara timbal balik untuk mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan cara meningkatkan pembinaan kerja sama serta pemenuhan kepentingan bersama (Ruslan, 2008 : 119). Menurut Cutlip dan Center dalam buku *Dasar-Dasar Public Relations* (Soemirat & Ardianto, 2003 : 90), proses *public relations* mengacu pada kegiatan pendekatan manajerial. Dan proses ini terdiri dari *fact finding*, *planning*, *communication*, dan *evaluation*.

a) *Fact finding* (menemukan fakta atau riset)

Fact finding yaitu mengumpulkan data atau fakta sebelum mengumpulkan tindakan. Yakni sebelum melakukan

suatu tindakan maka praktisi *public relations* hendaknya mengetahui apa yang diperlukan oleh publiknya, siapa saja yang termasuk dalam publik, dan bagaimana keadaan publik dilihat dari berbagai faktor.

Pada tahap ini, penelitian yang dilakukan berkaitan dengan opini, sikap dan reaksi yang terkait dengan aksi dan kebijakan organisasi, selanjutnya mengevaluasi fakta-fakta dan informasi yang masuk untuk menentukan keputusan berikutnya. Pada tahap ini akan ditetapkan suatu fakta dan informasi yang berkaitan dengan kepentingan organisasi, yaitu “Apa yang menjadi masalah?” (Ruslan, 2010: 148).

b) *Planning* (perencanaan)

Planning adalah membuat rencana tentang apa yang dilakukan oleh praktisi *public relations* dalam menghadapi masalah berdasarkan fakta yang ada.

Perencanaan (*Planning*) pada dasarnya adalah menentukan kegiatan yang hendak dilakukan, agar hasil yang dicapai sesuai dengan harapan. Perencanaan merupakan fungsi awal dari seluruh fungsi manajemen. Rencana strategis meliputi tindakan memperkirakan atau membangun tujuan masa depan yang diinginkan, menentukan kekuatan - kekuatan yang akan membantu atau akan menghalangi tercapainya tujuan, serta merumuskan rencana untuk mencapai keadaan yang diinginkan (Morissan, 2008 : 152).

c) *Communication* (komunikasi)

Setelah menyusun rencana dengan baik sebagai hasil dari pemikiran tadi kemudian dikomunikasikan atau dilakukan kegiatan secara operasional. Rencana - rencana di atas harus dikomunikasikan dengan semua pihak yang bersangkutan dengan metode yang sesuai. Dalam tahap ini kita “menerangkan (menjelaskan) tindakan

yang diambil dan apa alasan jatuhnya pilihan tersebut” (Tunggal, 2008 : 56).

d) **Evaluation (evaluasi)**

Evaluation adalah mengadakan evaluasi kegiatan yang telah dilakukan, apakah tujuan yang diinginkan sudah tercapai atau belum. Dari hasil evaluasi yang dilakukan ini menjadi dasar kegiatan *public relations* berikutnya.

Pada tahap ini, pihak *Public Relations* mengadakan penilaian terhadap hasil - hasil dan program - program kerja atau aktivitas *PR* yang telah dilakukan, termasuk mengevaluasi keefektifitasan teknik manajemen dan komunikasi yang telah digunakan: “Bagaimana yang telah kita lakukan?” (Ruslan, 2010: 149).

2. **Cyber Public Relations**

Cyber PR adalah *public relations* yang menggunakan media internet sebagai sarana publisitas dan komunikasinya. *Cyber PR* atau *E-PR* adalah penerapan dari perangkat teknologi informasi dan komunikasi yang digunakan untuk keperluan aktivitas *public relations*. Tujuannya untuk mempercepat penyampaian informasi dan memberikan respon cepat terhadap permasalahan yang muncul dalam organisasi (Onggo, 2004 : 2).

Melalui media *cyber PR* atau internet, peranan *PR* akan lebih dirasakan seiring berjalannya fungsi *PR* yaitu mengelola informasi yang penting bagi publiknya. Demikian pula pada tingkat efektifitasnya, media *cyber PR* atau *E-PR* jangkauannya lebih cepat dan luas, maka secara otomatis dampaknya cepat dirasakan jika dibandingkan media konvensional (Hidayat, 2014 : 106 - 107).

Peran *public relations* melalui media internet memiliki peran yang lebih besar dan luas dibandingkan peran *PR* di dunia fisik. Dengan *PR online* seorang *PRO* tidak perlu lagi mengirimkan bahan

press release atau *press conference* kepada wartawan. Dengan begitu *PR online* lebih hemat karena tidak perlu mengeluarkan dana untuk media massa yang akan memuat (Sulandjari, 2009 : 3).

Pada era digital, peran sentral *PR* bukan lagi semata soal *media relations*. Sekalipun *media relations* tetap penting, sekarang *PR* harus menjangkau lebih dari itu.



(Sumber: Laksamana, 2018 : 46)

Diagram tersebut menunjukkan posisi *PR* berada di tengah, dengan penjelasan sebagai berikut:

PAID: *PR* mengucurkan dana untuk advertorial di media massa atau untuk meningkatkan *brand awareness* secara *online* melalui *search engine optimization (SEO)* dalam mesin pencari di internet.

EARN: *PR* mempresentasikan suatu gagasan dan kisah ke media cetak ataupun *online*.

SHARED: ini terkait dengan penggunaan *platform* media sosial seperti *youtube*, *facebook*, *twitter*, *linked In*, sebagai sarana untuk membagikan informasi organisasi dan mempermudah komunikasi dengan publik.

OWNED: *PR* menggunakan media milik korporasi, baik *website* maupun blog internal sebagai media informasi dan komunikasi untuk meningkatkan ketertarikan dan interaktivitas publik.

Dengan posisi sentral saat ini, praktisi *PR* harus bisa menjadi *producer* yang menyajikan *story*, artikel, konten,

engaging contents, baik berupa artikel, video, vlog, maupun cerita sukses kepada *key stakeholders* dan *target audience*. Selain itu *PR* berperan sebagai *publisher*. Konten yang dihasilkan bisa dipublikasikan ke beragam *channel*, baik lewat media sosial seperti *linked In*, *Youtube*, dan *Facebook*, maupun situs *website* dan blog milik korporasi. (Laksamana, 2018 : 47).

Media baru untuk *PR* disebut pula sebagai media *cyber public relations*. Biasanya tidak sekedar meliputi media sosial atau jejaring sosial, tapi media *cyber* lain, *email*, blog, web perusahaan, dan lainnya (Hidayat, 2014 : 113).

Berikut ini adalah media baru dapat dimanfaatkan oleh *PR* perusahaan dalam kegiatan kehumasannya (Angwarmase, 2014 : 19-22):

- a) *Website* atau situs resmi
- b) *Social network* atau *social media*
- c) Internet
- d) *Email* atau surat elektronik
- e) Blog
- f) *Instant Messaging*

3. *Website*

Website pemerintah daerah merupakan *website* informasi dan sarana komunikasi yang menjadi penghubung pemerintah daerah sebagai pengelola segala kegiatan dan potensi yang ada di daerah dengan publik pengguna yang ingin memperoleh informasi tentang daerah tersebut. Sebagai media informasi dan komunikasi kelengkapan informasi serta kemudahan akses publik lebih penting diatas kemenarikan tampilan (Wiratmo dkk, 2017 : 337).

Dalam (Sulaiha, 2018 : 13-15) situs web mempunyai fungsi sebagai berikut:

- a) Fungsi Komunikasi
- b) Fungsi Informasi
- c) Fungsi *Entertainment*
- d) Fungsi Transaksi
- e) Fungsi Promosi

Terciptanya sebuah keterbukaan (transparansi) diharapkan akan terjadi proses demokratisasi dan transparansi politik serta administrasi. Dengan demikian cara ini akan mampu meminimalisir penyelewengan kebijakan pemerintah, karena transparansi kebijakan dan pelaksanaan otonomi daerah akan makin mudah dikelola dan diawasi (Sosiawan, 2008 : 89 - 90).

Untuk kasus *website* pemerintah Indonesia bisa dikatakan sudah berkualitas apabila memenuhi standar isi minimal *website* yang telah ditetapkan oleh Kominfo dalam buku Panduan Penyelenggaraan Situs Web Pemerintah Daerah yaitu:

1. Mencantumkan Selayang Pandang (sejarah, motto, daerah, lambang dan arti lambang, lokasi dalam bentuk peta, visi dan misi).
2. Menjelaskan struktur organisasi yang ada di pemerintah daerah bersangkutan.
3. Menjelaskan antara lain tentang keadaan topografi, demografi, cuaca dan iklim, sosial dan ekonomi, budaya dari daerah bersangkutan.
4. Menyajikan batas administrasi wilayah dalam bentuk peta.
5. Menjelaskan peraturan daerah (perda) yang telah dikeluarkan oleh pemerintah daerah bersangkutan.
6. Menuliskan berita yang langsung diterbitkan dari lembaga setempat.
7. Memberikan ruang untuk menerima masukan dari pengguna situs web pemerintah daerah bersangkutan.

Kebutuhan atas *SEO* juga semakin meningkat. Tujuan dari *SEO* adalah menempatkan sebuah situs web pada posisi teratas atau halaman pertama hasil pencarian berdasarkan kata kunci tertentu (Santoso, 2009 : 133).

D. Hasil Penelitian

1. Peran Humas dan Protokol Sekretariat DPRD DIY dalam Pengelolaan *Cyber Public Relations*

Humas dan Protokol Sekretariat DPRD DIY merupakan sebuah bagian yang mengemban tugas dan fungsi dalam hal pelayanan masyarakat, pelayanan informasi, publikasi dan dokumentasi, keprotokolan, dan pelayanan aspirasi masyarakat. Terkait dengan kegiatan *cyber public relations*, maka Sub Bagian Humas Data dan TI Sekretariat DPRD DIY menjadi penanggungjawab, pengelola, serta pelaksana kegiatan ini.

Pelaksanaan kegiatan *cyber public relations* DPRD DIY sudah dilaksanakan sejak tahun 2005 dengan media *website*. Pada tahun 2018 Humas dan Protokol Sekretariat DPRD DIY membuat media sosial resmi DPRD DIY sebagai media *cyber public relations*. Sesuai teori yang disampaikan Basit & Rahmawati (2017 : 201) bahwa *cyber public relations* merupakan penerapan dari perangkat *ICT* bagi keperluan *public relations*, kegiatan *cyber public relations* DPRD DIY dilaksanakan oleh Humas dan Protokol Sekretariat DPRD DIY sebagai bentuk representasi DPRD DIY di dunia maya.

Keterbukaan informasi juga dinilai penting oleh Humas dan Protokol Sekretariat DPRD DIY sebagai bentuk pelayanan informasi publik serta cara untuk menunjukkan akuntabilitas Anggota DPRD DIY. Berdasarkan pernyataan di atas, peneliti menemukan bahwa Bagian Humas dan Protokol Sekretariat DPRD DIY telah melaksanakan tugas dan fungsinya dengan baik melalui kegiatan *cyber public relations*.

Sesuai dengan yang disampaikan oleh Onggo (2004: 6) bahwa untuk menggali potensi - potensi ketugasan *PR*, fokus utama *E-PR* yaitu membidik media

online. Melalui Sub Bagian Humas Data dan TI Sekretariat DPRD DIY, Bagian Humas dan Protokol Sekretariat DPRD DIY telah berupaya untuk melaksanakan tugas pelayanan informasi, pelayanan aspirasi masyarakat, serta publikasi dan dokumentasi dengan kegiatan humas *online* atau *cyber public relations*.

Peneliti menemukan bahwa Kepala Bagian Humas dan Protokol Sekretariat DPRD DIY turut berperan penting sebagai penentu arah kebijakan terselenggaranya kegiatan *cyber public relations* bersama Sub Bagian Humas Data dan TI Sekretariat DPRD DIY sebagai pelaksana kegiatan ini. Peneliti melihat bahwa pelaksanaan kegiatan *cyber public relations* tidak serta merta hanya untuk menjalankan tugas dan fungsi Sub Bagian Humas Data dan TI Sekretariat DPRD DIY, namun turut membantu tugas dan fungsi Sub Bagian Pelayanan Aspirasi Masyarakat Sekretariat DPRD DIY dalam penyerapan aspirasi masyarakat.

Terkait dengan fungsi kehumasan, Bagian Humas dan Protokol DPRD DIY turut menjalankan fungsi manajemen humas. Menurut penjelasan Mc Elreath (dalam Ruslan, 2008 : 31), manajemen humas adalah suatu komunikasi dua arah antara suatu lembaga dengan masyarakat untuk melakukan kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan serta evaluasi dalam usaha pencapaian tujuan organisasi.

Menurut Cutlip dan Center (dalam Soemirat & Ardianto, 2003 : 90), proses *public relations* mengacu pada pendekatan manajerial yang terdiri dari beberapa tahapan sebagai berikut:

a. *Fact finding* (menemukan fakta atau riset)

Berdasarkan konsep riset atau menemukan fakta oleh Ruslan (2010: 148), humas dan Protokol Sekretariat

DPRD DIY belum melaksanakan tahapan riset atau menemukan fakta. Pelaksanaan dan pengelolaan *cyber public relations* tidak diawali dengan kegiatan menemukan fakta atau riset dari Sub Bagian Humas Data dan TI Sekretariat DPRD DIY sebelum pembuatan konsep perencanaan dan pengambilan keputusan.

b. *Planning* (perencanaan)

Perencanaan yang dilakukan Humas dan Protokol Sekretariat DPRD DIY untuk kegiatan *cyber public relations* hanya sebatas menentukan indikator capaian yang tentatif atau tidak terukur. Menurut peneliti, pada tahapan perencanaan dan persiapan ini Humas dan Protokol Sekretariat DPRD DIY belum melaksanakannya dengan matang. Sesuai yang dikatakan oleh Morissan (2008 : 152) bahwa perencanaan (*planning*) pada dasarnya adalah menentukan kegiatan yang hendak dilakukan, agar hasil yang dicapai sesuai dengan harapan, tanpa adanya perencanaan tidak dapat diketahui usaha yang dilakukan mencapai hasil atau tidak. Humas dan Protokol Sekretariat DPRD DIY belum mampu mengambil keputusan kebijakan, strategi tujuan, dan taktik kegiatan.

c. *Communication* (pelaksanaan kegiatan komunikasi)

Pelaksanaan kegiatan *cyber public relations*, dilakukan Humas dan Protokol Sekretariat DPRD DIY dengan cara memadukan *website* dan media sosial DPRD DIY. Secara umum pelaksanaan dan pengelolaan *cyber public relations* DPRD DIY sudah dapat dijalankan dengan baik. Hanya saja perumusan taktik sebelumnya tidak dilaksanakan secara komperhensif, sehingga metode atau taktik yang dijalankan pada tahapan ini belum mampu mencapai tujuan kegiatan dengan efektif. Hal tersebut belum sesuai dengan yang diungkapkan

oleh Tunggal (2008 : 56) bahwa setelah menyusun rencana dengan baik, kemudian dikomunikasikan atau dilakukan kegiatan secara operasional dengan metode yang sesuai.

d. *Evaluation* (evaluasi)

Kegiatan *monitoring* dilaksanakan dengan melihat aktivitas *website* dan media sosial DPRD DIY. Menurut Ruslan (2010: 149) pada tahap ini *Public Relations* mengadakan penilaian terhadap hasil - hasil dan program - program kerja atau aktivitas *PR* yang telah dilakukan, termasuk mengevaluasi keefektivitasan teknik manajemen dan komunikasinya. Peneliti mengambil kesimpulan bahwa Humas dan Protokol Sekretariat DPRD DIY belum melaksanakannya secara maksimal. Karena pada tahap perencanaan, tidak dirumuskan indikator capaian, sehingga pada bagian ini tidak dapat ditentukan secara pasti keberhasilan program kegiatan *cyber public relations*.

Pada dasarnya Humas dan Protokol Sekretariat DPRD DIY sudah melakukan kegiatan manajemen humas, hanya saja pelaksanaannya belum dilakukan dengan tepat. Menurut peneliti kegiatan *cyber public relations* dapat terlaksana dengan baik dan mencapai tujuan kegiatan apabila Humas dan Protokol Sekretariat DPRD DIY dapat melakukan fungsi manajemen kehumasannya dengan baik dan optimal.

2. Implementasi *Cyber Public Relations* sebagai Media Informasi dan Komunikasi DPRD DIY

Sesuai penjelasan dari Laksamana (2018 : 47) bahwasannya praktisi *PR* harus memiliki peran sentral, yaitu bisa menjadi *producer* yang menyajikan konten kepada *target audience* serta berperan sebagai *publisher* dapat menyebarluaskan informasi dan media

komunikasi publik. Sebagai sebuah *website* lembaga legislasi, tentunya keahlian memproduksi sekaligus menyebarkan konten penting untuk *website* yang digunakan sebagai media informasi publik dan media komunikasi dua arah dengan masyarakat.

Menurut Laksamana (2018 : 46) humas harus memiliki peran sentral sebagai *producer* dan *publisher*. Untuk mencapai peran sentral tersebut, ada empat kegiatan yang harus dilakukan oleh humas, yaitu:

a. *Paid Media*

Website DPRD DIY telah melaksanakan kegiatan ini melalui layanan *Search Engine Optimization (SEO)*. Penggunaan layanan *SEO* ini dapat meningkatkan jumlah kunjungan menuju *website* DPRD DIY melalui pencarian dengan kata kunci dan metadata konten *website*. Penggunaan layanan ini tidak dioptimalkan oleh Sub Bagian Humas Data dan TI karena keterbatasan kemampuan SDM pengelola *website*.

Peneliti menemukan bahwa penggunaan *SEO* pada *website* DPRD DIY belum mampu menampilkan hasil pencarian pada situs www.dprd-diy.go.id secara menyeluruh. Hal ini berarti pemanfaatan layanan *SEO website* DPRD DIY belum sesuai dengan tujuan dari penerapan *SEO* menurut Santoso (2009 : 133) yakni untuk menempatkan sebuah situs web pada posisi teratas atau setidaknya halaman pertama hasil pencarian. Menurut peneliti, dibutuhkan waktu dan keterampilan khusus untuk menunjang penerapan *SEO*.

b. *Earned Media*

Sub Bagian Humas Data dan TI Sekretariat DPRD DIY belum mengaplikasikan kegiatan ini terkait dengan pengelolaan *website* DPRD DIY. Konten yang dimuat dalam *website*

DPRD DIY belum pernah dimuat dan dibagikan oleh media massa lainnya. Kegiatan ini seharusnya dilakukan dengan menyebarkan konten dalam *website* DPRD DIY ke media massa dengan mencantumkan *link* atau alamat *website* menuju halaman *website* DPRD DIY. Menurut peneliti tahapan awal dalam pelaksanaan kegiatan ini dalam pengelolaan *website* adalah kerja sama dengan media massa dalam hal penyebaran konten *website*.

c. *Shared Media*

Sub Bagian Humas Data dan TI Sekretariat DPRD DIY sangat memperhatikan kegiatan ini sebagai taktik untuk meningkatkan ketertarikan dan jangkauan *website* DPRD DIY. Konten yang dimuat dalam *website* DPRD DIY akan dibagikan ke media sosial DPRD DIY seperti *instagram*, *facebook*, *twitter*, dan *youtube* dengan melampirkan visualisasi berupa gambar atau video.

Integrasi dilakukan dengan menyebarkan informasi dalam *website* pada setiap media sosial melalui postingannya dengan mencantumkan *link* menuju halaman *website* DPRD DIY yang dimaksud. Pada halaman utama *website* DPRD DIY juga tercantum *widget link* menuju media sosial DPRD DIY yaitu *instagram*, *facebook*, *twitter*, dan *youtube* untuk mempermudah pengunjung untuk mengetahui informasi terkini dari media sosial DPRD DIY sekaligus mengunjunginya secara langsung melalui *link* tersebut.

d. *Owned Media*

Sub Bagian Humas Data dan TI Sekretariat DPRD DIY menggunakan media milik DPRD DIY seperti *website* media sosial sebagai media informasi dan komunikasi untuk meningkatkan ketertarikan dan interaktivitas publik.

Peneliti melihat bahwa *website* DPRD DIY belum sepenuhnya mengikuti standar *website* pemerintah menurut Kementerian Kominfo, yaitu:

1. Mencantumkan Selayang Pandang

Adanya kelengkapan poin - poin di atas tentunya penting bagi keterbukaan informasi dari Sekretariat DPRD DIY. Menurut peneliti, *website* DPRD DIY sudah memuat poin utama dari selayang pandang *website* DPRD DIY, hanya saja belum menampilkan kelengkapan poin tambahan seperti sejarah, arti lambang, dan peta lokasi.

2. Menjelaskan struktur organisasi

Terkait struktur organisasi Sekretariat DPRD DIY, secara tampilan dan informasi jabatan *website* DPRD DIY sudah cukup jelas dan informatif. Dimana pada bagian ini ditampilkan gambar foto, nama, dan jabatan pengurus dan ditampilkan secara hierarki.

3. Menjelaskan tentang keadaan dari daerah bersangkutan

Website DPRD DIY sama sekali tidak melengkapi konten *website* dengan keadaan topografi, demografi, cuaca dan iklim, sosial dan ekonomi, serta budaya dari DIY. Menurut peneliti informasi seperti ini bukanlah informasi utama selebihnya pengelola dapat menambah informasi ini dapat mencantumkan *link* menuju *website* atau situs resmi dari pihak yang bersangkutan.

4. Menyajikan batas administrasi wilayah

Tidak dicantumkan batas administrasi wilayah dalam bentuk peta. Sebab secara umum DPRD yang berada di tingkatan provinsi ini telah cukup diketahui batasan ranahnya yaitu untuk seluruh Provinsi DIY. Terkait batasan kewenangan, menurut peneliti Sekretariat DPRD DIY tidak dapat ditampilkan dalam bentuk peta, melainkan berupa batasan tanggungjawabnya.

5. Menjelaskan peraturan daerah yang diproduksi

Website DPRD DIY telah mencantumkan laman Jaringan Data dan Informasi Hukum (JDIH) DPRD DIY. Informasi yang ada pada JDIH tidak lengkap dan belum *update*, tentunya menghambat dalam menemukan produk hukum terbaru dari DPRD DIY. Menurut peneliti, kondisi seperti ini dapat menjadi kendala keterbukaan informasi pada *website* DPRD DIY.

6. Menuliskan berita

Penulisan berita atau artikel menjadi aktivitas utama *website* DPRD DIY. Peneliti melihat bahwa standar ini sudah sangat dipenuhi *website* DPRD DIY dengan cara transparansi kegiatan Anggota DPRD DIY dan Sekretariat DPRD DIY, serta memberikan informasi yang cukup atau visualisasi pendukung.

7. Memberikan ruang untuk menerima masukan

Website DPRD DIY telah memberikan ruang untuk menerima masukan dan tanggapan pengunjung atas konten yang ditampilkan. Ruang ini diberikan dengan cara memberikan kolom komentar pada setiap konten yang telah dimuat. Kekurangan dari pelaksanaan kegiatan ini adalah tidak adanya upaya dari pengelola *website* DPRD DIY untuk menanggapi atau merespon tanggapan yang disampaikan pada kolom komentar.

Menurut Sulaiha (2018 : 13-15) secara umum situs *website* mempunyai fungsi komunikasi, informasi, *entertainment*, transaksi, dan promosi. *Website* pemerintah memiliki tujuan utama yaitu pelayanan publik. Berdasarkan penjelasan di atas, *website* DPRD DIY memiliki fungsi sebagai media informasi dan komunikasi. Fungsi komunikasi digunakan untuk komunikasi dua arah dan sarana penyampaian aspirasi masyarakat.

a) *Website sebagai Media Informasi*

Pemilihan *website* sebagai media informasi dilakukan berdasarkan tujuan Humas Data dan TI Sekretariat DPRD DIY untuk menunjukkan akuntabilitas Anggota DPRD DIY. Transparansi kegiatan DPRD DIY dinilai mampu menunjukkan akuntabilitas Anggota DPRD DIY. Hal ini turut membantu transparansi dari tugas Anggota Dewan dalam menindaklanjuti aspirasi masyarakat melalui *website*.

Pada bagian berita *website* DPRD DIY ditampilkan berbagai agenda kegiatan DPRD DIY sesuai dengan agenda DPRD DIY. Seperti rapat paripurna, rapat kerja, kunjungan kerja, tinjauan lapangan dan pengawasan, serta penerimaan audiensi masyarakat.

Menurut pengamatan peneliti, upaya Humas Data dan TI Sekretariat DPRD DIY menampilkan kegiatan Anggota DPRD DIY melalui berita cukup membantu transparansi kinerja Anggota DPRD DIY sekaligus mampu menunjukkan akuntabilitas DPRD DIY. Peneliti juga menemukan fakta bahwa cara tersebut mampu membantu masyarakat mendapatkan informasi untuk mengikuti dan memantau pembahasan-pembahasan yang sedang dibahas. Sehingga masyarakat tidak hanya mengetahui kinerja Anggota DPRD DIY, namun juga mengetahui rangkaian pembahasan DPRD DIY.

Website DPRD DIY juga memuat berita tentang aspirasi masyarakat dan tindak lanjut dari DPRD DIY. Peneliti melihat bahwa pengelola *website* DPRD DIY telah berupaya menampilkan informasi tindak lanjut dari DPRD DIY atas aspirasi masyarakat yang telah disampaikan. Upaya seperti ini tentunya sangat berguna bagi masyarakat terkait untuk mengetahui seperti apa kelanjutan dari aspirasi yang disampaikannya, juga

bagi masyarakat umum agar turut mengawal aspirasi masyarakat ini.

Berita yang dimuat pada *website* DPRD DIY sebagian besar sudah menekankan pada kualitas bagian kontennya yang dilengkapi oleh teks berita informatif, dokumen pendukung yang dapat diunduh, dan visualisasi berupa gambar atau grafik yang mendukung. Sejauh ini peneliti melihat *website* DPRD DIY belum mampu menyeimbangkan informasi kegiatan dengan pemberitaan lainnya, seperti kegiatan audiensi, aksi massa, kunjungan tamu, dan Sekretariat DPRD DIY.

Sebagai *website* yang memiliki fungsi informasi, terdapat beberapa kriteria sesuai penjelasan Angwarmase (2014 : 33), yaitu:

Clear. *Website* DPRD DIY memiliki konten yang mudah dimengerti. *Website* DPRD DIY menampilkan informasi dengan teks berita berjenis *straight news* dengan penulisan yang singkat dan lugas. Sehingga pembaca memahami informasi berita dengan mudah.

Exclusive. Pencarian informasi untuk berita *website* DPRD DIY didapat secara mandiri oleh pengelola *website* tanpa melalui media massa lain. Pencarian berita dilakukan dengan liputan langsung sekaligus mencari dokumen pelengkap dan visualisasi informasi.

Relevant. Informasi yang disampaikan melalui berita *website* DPRD DIY disajikan sesuai kebutuhan masyarakat. Berita yang disampaikan dalam *website* DPRD DIY sejauh ini sudah mampu menjawab pertanyaan publik.

Accurate. Berita yang dimuat dalam *website* DPRD DIY merupakan informasi murni yang diambil secara langsung pada saat kegiatan berlangsung atau diambil secara langsung melalui data - data asli terkait berita yang disampaikan.

b) Website sebagai Media Komunikasi

Sub Bagian Humas Data dan TI Sekretariat DPRD DIY memanfaatkan *website* untuk membantu tugas Anggota DPRD DIY dalam menyerap dan menghimpun aspirasi masyarakat. Sub Bagian Humas Data dan TI Sekretariat DPRD DIY memanfaatkan *website* sebagai sarana untuk mempermudah komunikasi dua arah antara DPRD DIY dengan masyarakat.

Kominfo dalam buku Panduan Penyelenggaran Situs Web Pemerintah Daerah menyebutkan ciri *website* pemerintah yang berkaitan dengan fungsi komunikasi, adanya komunikasi dua arah dan pelayanan yang diatur dengan baik. Upaya melakukan komunikasi dua arah pada *website* DPRD DIY dibuktikan dengan adanya formulir aspirasi *online* dan kolom komentar yang aktif. *Website* DPRD DIY memuat formulir *online* untuk penyampaian aspirasi masyarakat kepada DPRD DIY secara *online*. Pengelola *website* turut mengaktifkan kolom komentar untuk memberikan ruang penyampaian kritik maupun saran dari setiap konten yang diunggah.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti melihat bahwa layanan formulir aspirasi *online* belum mampu mendukung tugas Humas dan Protokol Sekretariat DPRD DIY dan Anggota DPRD DIY dalam penyerapan aspirasi masyarakat. Peneliti melihat kurangnya pemahaman masyarakat terhadap layanan aspirasi *online* serta rendahnya kesadaran masyarakat mengakses *website* DPRD DIY. Sama halnya dengan fasilitas kolom komentar *website* DPRD DIY yang belum mendapat perhatian dari masyarakat. Peneliti juga melihat bahwa komentar yang telah disampaikan pada *website* DPRD DIY tidak direspon oleh pengelola *website* DPRD DIY.

Adanya kolom komentar dalam *website* DPRD DIY dimanfaatkan sebagai fungsi komunikasi tambahan bagi masyarakat untuk menyampaikan kritik dan saran. Upaya pengelola untuk merespon komentar tersebut sangat bermanfaat untuk menjalin interaktivitas dengan masyarakat melalui *website*. Peneliti juga menemukan fakta bahwa penerapan *website* sebagai media komunikasi belum mendapatkan perhatian khusus dari Sub Bagian Humas Data dan TI Sekretariat DPRD DIY. Temuan ini dibuktikan dengan tidak adanya konsep pengelolaan *website* DPRD DIY sebagai media komunikasi.

Peneliti mengambil kesimpulan bahwa pelayanan Humas Data dan TI Sekretariat DPRD DIY terkait dengan fungsi komunikasi *website* DPRD DIY belum diatur dengan baik. Alur dan pembagian tugas pelaksanaan fungsi komunikasi belum disampaikan dengan jelas oleh Kepala Bagian Humas dan Protokol Sekretariat DPRD DIY serta Kepala Sub Bagian Humas Data dan TI Sekretariat DPRD DIY.

Fungsi komunikasi melalui *website* DPRD DIY dinilai belum cukup efektif, sebab interaktivitasnya masih sangat kurang. Hanya sedikit masyarakat yang menyampaikan aspirasi serta tanggapannya melalui *website* DPRD DIY. Secara umum kendala yang dihadapi adalah kurangnya kesadaran masyarakat mengakses *website* DPRD DIY serta koordinasi internal yang tidak diatur dengan jelas.

c) Tanggapan Masyarakat Terhadap Website DPRD DIY

Pengelolaan *website* DPRD DIY ditujukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi dan media komunikasi yang mudah dan cepat. Hasil pencapaian suatu *website* bisa dilihat dari

respon masyarakat yang pernah mengunjungi dan membaca *website* DPRD DIY.

Masyarakat menilai *website* DPRD DIY belum memiliki transparansi terkait fungsi *budgetting* dan anggaran dana yang digunakan. Komposisi menu yang ditampilkan *website* DPRD DIY dinilai sudah cukup tepat, namun masih membutuhkan perbaikan kontennya. Beberapa berita tidak melampirkan dokumen atau berkas pendukung, sehingga mengurangi nilai kelengkapan informasi yang disampaikan. Hal yang menjadi kendala besar masyarakat dalam mengakses informasi *website* DPRD DIY yaitu adanya beberapa menu kosong.

Sebagai media informasi, *website* DPRD DIY dianggap sudah mampu menjalankan perannya, hal ini berbanding terbalik dengan fungsi komunikasi *website* DPRD DIY. Peran media komunikasi *website* DPRD DIY belum cukup menampilkan fungsi *website* sebagai media komunikasi dua arah antara DPRD DIY dengan masyarakat. Hal ini disebabkan tidak adanya respon dari pengelola *website* DPRD DIY atas aspirasi dan komentar yang masuk.

3. Faktor Pendukung & Penghambat Implementasi *Cyber Public Relations*

Pengelolaan *website* DPRD DIY didukung oleh kemampuan dasar pengelola *website* DPRD DIY serta kemampuan tim dokumentasi Humas dan Protokol Sekretariat DPRD DIY dalam mendokumentasikan agenda kegiatan DPRD DIY berupa foto dan video. Kemampuan dasar yang sudah dimiliki oleh pengelola *website* DPRD DIY yaitu kemampuan menulis berita *straight news* dan kemampuan mengoperasikan *website*, dan kemampuan menyunting

gambar. Pihak eksternal juga turut mendukung pengelolaan *website* DPRD DIY, yaitu dengan adanya bantuan dari pihak ketiga.

Faktor penghambat dari eksternal berawal dari ketidaksadaran masyarakat akan perkembangan teknologi informasi. Kendala juga datang dari internal Humas dan Protokol Sekretariat DPRD DIY, yaitu dari segi kuantitas dan kualitas SDM pengelola *website* DPRD DIY. Kurangnya kemampuan pendukung pengelola untuk mengoptimalkan tujuan dan fungsi *website* DPRD DIY seperti mengoptimalkan *SEO*, desain grafis, dan kemampuan mengolah *database* dapat menghambat pengelolaan *website* DPRD DIY sesuai fungsi informasi dan fungsi komunikasi.

E. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang diuraikan di atas tentang implementasi *cyber public relations* sebagai media informasi dan komunikasi DPRD DIY, diketahui bahwa *website* DPRD DIY belum melaksanakan dan mengelola *website* sesuai teori peran sentral *PR* sebagai *producer* dan *publisher*. Dalam hal produksi konten kehumasan, pengelola *website* DPRD DIY cukup menerapkannya dengan baik melalui *owned media* dengan pengelolaan dan pelaksanaan *website* DPRD DIY. Upaya publikasi dilakukan pengelola *website* DPRD DIY dengan menerapkan layanan *SEO* melalui kegiatan *paid media* dan mengintegrasikan *website* dengan media sosial DPRD DIY melalui kegiatan *shared media*. Jika dilihat dari teori ini *website* DPRD DIY memiliki kekurangan yaitu tidak melakukan kerja sama dengan media massa untuk mempublikasikan hasil gagasan atau laporan kegiatan melalui kegiatan *earned media*.

Sebagai media informasi, *website* DPRD DIY telah melaksanakan fungsinya dengan baik dengan menginformasikan transparansi kegiatan Anggota DPRD DIY dan tindak lanjut aspirasi masyarakat dalam pembahasan oleh DPRD DIY. Kelemahan dari fungsi *website* yaitu informasi statis *website*, karena pengelola kurang memperhatikan keterbaruan dan kelengkapan informasi statis tersebut. Pengelola *website* DPRD DIY terlalu fokus dengan produksi informasi dinamis seperti berita dan undangan atau pengumuman.

Website DPRD DIY belum mampu memenuhi fungsinya sebagai media komunikasi dua arah sehingga tidak mencapai keterbukaan dan transparansi dalam fungsi komunikasi. Hal ini disebabkan hanya sedikit masyarakat yang menyampaikan aspirasinya melalui layanan aspirasi *online* dan kolom komentar *website*. Fungsi *website* DPRD DIY sebagai media komunikasi memiliki hambatan yang disebabkan karena kurangnya kesadaran masyarakat untuk mengakses *website* DPRD DIY dan lemahnya koordinasi Sub Bagian Humas Data dan TI Sekretariat DPRD DIY dalam menindaklanjuti aspirasi atau komentar yang masuk melalui *website* DPRD DIY.

2. Saran

Bagian Humas dan Protokol Sekretariat DPRD DIY perlu meningkatkan fungsi manajemen kehumasan terkait pengelolaan *website* dengan melakukan analisis situasi, merumuskan detail strategi dan taktik pengelolaan *website*, serta mengadakan evaluasi pengelolaan *website* dan ketercapaiannya secara sistematis.

Website DPRD DIY harus dioptimalkan fungsi komunikasinya dengan meningkatkan publikasi informasi adanya aspirasi *online* dalam

website serta meningkatkan interaktivitas pengelola untuk menanggapi dan menindaklanjuti aspirasi dan komentar yang masuk agar tercipta komunikasi dua arah.

Sub Bagian Humas Data dan TI Sekretariat DPRD DIY perlu mengadakan pelatihan pengelolaan *website* dan *SEO* kepada pengelola *website* untuk mengoptimalkan fungsi *website*, daya tarik *website*, dan meningkatkan pengunjung *website*.

F. Daftar Pustaka

BUKU

- Hardiman, I. (2006). *400 Istilah PR, Media dan Periklanan*. Jakarta: Gagas Ulung Publisher.
- Hidayat, D. (2014). *Media Public Relations*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Inadia Aristyavani, S. D. (2018). *PR dan Disrupsi: Apa yang Harus Dilakukan Praktisi PR Menghadapi Perubahan Era Digital*. Jakarta: Majalah PR Indonesia.
- Laksamana, A. (2018). *Public Relations In The Age of Disruption*. Yogyakarta: Bentang Pustaka.
- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda.
- Morissan. (2008). *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana.
- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Onggo, B. J. (2004). *E-PR Menggapai Publisitas di Era Interaktif Lewat Media Online*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Raco, J. R. (2010). *Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

- Ruslan, R. (2008). *Manajemen Public Relations & Media*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Ruslan, R. (2010). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Scott M. Cutlip, A. H. (2009). *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Soleh Soemirat, E. A. (2003). *Dasar-Dasar Publik Relation*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiha, N. A. (2018). Pengelolaan Website Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta Sebagai Media Publikasi dan Informasi Tahun 2017-2018. *Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, 1-2.
- Tunggal, A. W. (2008). *Dasar-Dasar Customer Relationship Management (CRM)*. Jakarta: Harvindo.
- Yuhfizar, H. A. (2009). *Cara Mudah Membangun Website Interaktif Menggunakan Content Management System Joomla*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

JURNAL

- Abdul Basit, T. H. (September 2017). Cyber Public Relations (E-PR) dalam Brand Image Wardah Kosmetik dengan Pedekatan Mixed Method. *Journal of Communication (Nyimak)*, Vol. 1 No. 2.
- Lilie Budiastuti Wiratmo, N. I. (2017). Website Pemerintah Daerah Sebagai Sarana Online Public Relations. *Jurnal Aspikom*, Vol 3 No 2 .

- Santoso, D. B. (Juli 2009). Pemanfaatan Teknologi Search Engine Optimazion sebagai Media untuk Meningkatkan Popularitas Blog Wordpress. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK* , Volume XIV No 2 .
- Sosiawan, E. A. (2008). Evaluasi Implementasi E-Government Pada Situs Web Pemerintah Daerah di Indonesia : Prespektif Content dan Manajemen. *Seminar Nasional Informatika 2008 (semnasIF 2008)*, Vol 1 No 5.
- Sulandjari, R. (2009). Cyber Public Relations, Sudah Perlu kah ? *Majalah Ilmiah Universitas Pandanaran*, Vol 7 No 14.

SKRIPSI

- Angwarmase, A. Y. (2014). Implementasi Cyber Public Relations Dalam Meningkatkan Reputasi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta Sebagai Universitas Riset Berkelas Dunia. *Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.
- Sulaiha, N. A. (2018). Pengelolaan Website Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai Media Publikasi dan Informasi Tahun 2017 - 2018. *Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.

INTERNET

- <https://analytics.google.com/analytics/web/?authuser=1#/report-home/a128976366w188150897p184808752>, diakses pada 28 Februari 2019
- <http://jogja.tribunnews.com/2016/02/19/dprd-diy-raih-penghargaan-terbaik-se-indonesia-dalam-hal-keterbukaan->

[informasi](#), diakses pada 6 November 2018
<https://twitter.com/humasdprddiy?lang=en>, diakses pada 28 Februari 2019
<https://www.dprd-diy.go.id/>, diakses pada 6 November 2018
<https://www.instagram.com/p/BoGqJrBAP4n/>, diakses pada 28 Februari 2019
<https://www.smartinsights.com/online-pr/>, diakses pada 18 Januari 2019

Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta
Periode 2014-2019.

DOKUMEN RESMI

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2017. Infografis Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017. Jakarta: Teknopreneur Indonesia

Depkominfo RI. 2003. Panduan Penyelenggaraan Situs Web Pemerintah Daerah. Jakarta: DEPKOMINFO

Tunas Indonesia Raya. 2011. Data Hasil Audit *Website* DPRD Provinsi Se-Indonesia Tahun 2011

Peraturan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah DIY Nomor 1 Tahun 2018 tentang Perubahan Tata Tertib Nomor 1 Tahun 2014 tentang Tugas dan Wewenang Dewan Perwakilan Rakyat Daerah DIY

Peraturan Gubernur Nomor 50 Tahun 2015 tentang Rincian dan Fungsi Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah DIY

Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 30 Tahun 2011 tentang Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi Pemerintah

Sekretariat DPRD DIY. 2018. Buku Kecil Dewan Perwakilan Rakyat