

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Keberadaan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP) yang disahkan oleh DPR RI pada tanggal 30 April 2008 mulai berlaku efektif pada tahun 2010. Undang-undang yang terdiri dari 64 pasal ini pada intinya memberikan kewajiban kepada setiap Badan Publik untuk membuka akses bagi setiap pemohon informasi publik untuk mendapatkan informasi publik, kecuali beberapa informasi tertentu. Adanya peraturan ini memberikan legalitas bagi masyarakat untuk mengakses informasi dari badan-badan publik, terutama yang terkait dengan tata penyelenggaraan negara.

Melvin I. Urofsky (2001) pada intinya mengemukakan, pemerintah seharusnya sebisa mungkin, bersikap terbuka, yang artinya gagasan dan keputusannya harus terbuka bagi pengujian publik secara seksama. Sudah barang tentu tidak semua langkah pemerintah harus dipublikasikan, namun penduduk punya hak untuk mengetahui bagaimana jalannya pemerintah yang dibiayai oleh uang negara.

Bagi masyarakat, UU KIP merupakan bentuk pengakuan hak masyarakat atas informasi dan bagaimana hak tersebut harus dipenuhi dan dilindungi oleh negara. Sedangkan bagi pemerintah maupun badan publik lainnya, UU KIP merupakan pedoman hukum untuk memenuhi dan melindungi hak atas informasi masyarakat. Pedoman hukum tersebut untuk menghindari terjadinya

pelanggaran hak masyarakat atas informasi sekaligus jaminan agar keterbukaan tidak merugikan kepentingan setiap orang dan kepentingan negara yang dilindungi oleh hukum.

Dengan berlakunya UU No.14 Tahun 2008 ini, terdapat banyak konsekuensi yang harus ditanggung bersama baik oleh penyelenggara negara maupun masyarakat. Implikasi dari berlakunya UU ini adalah adanya tuntutan kesiapan bagi penyelenggara pemerintahan dalam penyediaan informasi publik beserta media yang dapat dipergunakan masyarakat untuk mengakses informasi tersebut sebagai bentuk pemenuhan pelayanan kepada masyarakat sebagai pemohon informasi. Pemerintah pusat maupun pemerintah daerah di seluruh Indonesia didorong untuk mewujudkan keterbukaan informasi publik di setiap implementasi kebijakan. Berbagai upaya yang ditempuh untuk memenuhi tuntutan tata kelola pemerintahan yang baik (*Good Governance*) yang mensyaratkan adanya akuntabilitas, transparansi dan partisipasi masyarakat untuk mewujudkan reformasi birokrasi (*open government*).

Pada Pasal 2 ayat (3) UU No. 14 Tahun 2008 disebutkan bahwa Setiap Informasi Publik harus dapat diperoleh setiap Pemohon Informasi Publik dengan cepat dan tepat waktu, biaya ringan, dan cara sederhana. Sedangkan pada Pasal 13 ayat (1) mengamanatkan untuk mewujudkan pelayanan cepat, tepat, dan sederhana setiap Badan Publik untuk membuat dan mengembangkan sistem penyediaan layanan informasi secara cepat, mudah, dan wajar sesuai dengan petunjuk teknis standar layanan Informasi Publik yang berlaku secara nasional

Penjabaran yang lebih jelas dicantumkan dalam Peraturan Komisi Informasi Pusat No. 1 Tahun 2010 tentang Standar Layanan Informasi Publik, dimana pada Pasal 20 ayat (2) menyatakan bahwa Badan Publik negara wajib mengumumkan informasi yang wajib disediakan dan diumumkan secara berkala sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 sekurang-kurangnya melalui situs resmi dan papan pengumuman dengan cara yang mudah diakses oleh masyarakat.

Dalam PERKI tersebut dengan jelas menyatakan bahwa media situs (website) merupakan salah satu media penyedia layanan informasi yang wajib dimiliki oleh setiap Badan Publik Negara. Hal ini berarti bahwa pengembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dan penggunaan Internet sebagai kanal bagi setiap situs (website) untuk saling bertukar data dan informasi menjadi sangat penting dalam rangka mendukung penyebaran informasi yang cepat, tepat waktu, murah dan sederhana.

Namun demikian, data pemanfaatan internet dalam pemerintahan di Indonesia menunjukkan bahwa belum semua pemerintah daerah memanfaatkan internet sebagai media komunikasi. Berdasarkan data, dari 470 pemerintah daerah baik tingkat provinsi, kotamadya maupun kabupaten, hanya 224 pemerintah daerah (48%) yang memiliki situs web sebagai tahap pertama pembangunan e-government. Dari 224 situs web tersebut, 201 diantaranya dapat dibuka (aktif), sedangkan sisanya tidak dapat dibuka (*under construction*).

Tabel 1.1
Kondisi Situs Web Pemerintah Daerah di Indonesia

	Jumlah	Situs web	%	Bisa dibuka	Tdk bisa dibuka
Departemen/Kementrian/Lembaga Tinggi	37	37	100	37 (100%)	0
Lembaga Pemerintahan NonDepartemen	32	28	88	32 (100%)	0
Pemprov./Pemkab./Pemkot	470	224	48	201 (90%)	23 (10%)

(Sumber : www.kominfo.go.id, Soendjojo, Hadwi, "Kondisi Situs Web Pemerintah Daerah", 2006)

Menurut *ICT (Information and Communication Technology) Watch*, sebuah organisasi pemantau optimalisasi Pemerintah Daerah menyatakan kabupaten/kota yang telah memiliki situs web :

- a. 80% - 100%: DKI Jakarta, DI Yogyakarta, Jawa Timur, dan Bali
- b. 60% - 79%: Lampung, Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Kalimantan Timur
- c. 40% - 59%: Sumatera Barat, Riau, Banten, dan Sulawesi Utara
- d. 20% - 39%: Sumatera Utara, Sumatera Selatan, Kalimantan Barat, Kalimantan Selatan, Nusa Tenggara Timur, Nusa Tenggara Barat, Gorontalo, dan Sulawesi Selatan
- e. 1% - 19%: Nanggroe Aceh Darussalam, Jambi, Bengkulu, Kalimantan Tengah, Sulawesi Tengah, Sulawesi Tenggara, Papua, dan Maluku Utara.
- f. 0%: Bangka Belitung, dan Maluku.

Fakta tersebut menunjukkan bahwa penerapan teknologi informasi

secara umum dalam menjalankan fungsi dan peranan pemerintah daerah di

memberikan pelayanan kepada masyarakat di Indonesia khususnya di luar pulau Jawa masih belum optimal. Permasalahan sumberdaya, topografi wilayah, transportasi, kultur budaya masyarakat, dan teknologi menjadi penghambat yang harus segera dicari jalan keluarnya. Di sisi lain, meskipun sebagian besar pemerintah daerah di Pulau Jawa telah memanfaatkan teknologi informasi dalam setiap lini kegiatan pemerintah, namun hanya beberapa kabupaten/kota saja yang mampu memaksimalkan penggunaannya sebagai media pelayanan masyarakat dan penyebaran informasi yang efektif.

Pemerintah Daerah DI.Yogyakarta adalah salah satu pemerintah daerah yang cukup tegas dan secara nyata menunjukkan komitmennya untuk melaksanakan mandat UU KIP. Sejak tahun 2010 dimana UU KIP mulai berlaku aktif, 5 kabupaten/kotadi DI.Yogyakarta telah memulai pemberlakuan peraturan akan keterbukaan informasi. Pembentukan PPID dan pengembangan sistem penyediaan layanan informasi merupakan langkah awal yang diambil oleh masing-masing kabupaten/kota di DI.Yogyakarta dalam rangka mewujudkan pelayanan informasi yang cepat, tepat dan sederhana terhadap masyarakat. Akan tetapi pada prakteknya, meskipun masing-masing kabupaten/kota telah memiliki komitmen untuk mendukung transparansi dan keterbukaan informasi publik, namun beberapa kabupaten/kota telah tercatat dalam sengketa informasi.

Kabupaten Sleman merupakan salah satu pemerintah daerah di DI.Yogyakarta yang selalu berupaya untuk meningkatkan tingkat adopsi pelaksanaan UU KIP di ranah birokrasi. Melalui pemanfaatan dan penerapan teknologi informasi dan komunikasi di setiap bidang pelayanan publik dalam

rangka implementasi pelaksanaan UU KIP, Pemerintah Kabupaten Sleman mampu memberikan pelayanan yang prima bagi masyarakat melalui media Internet. Internet merupakan salah satu media yang dipercaya mampu merangkul masyarakat luas dalam satu waktu secara bersamaan. Internet, sebagai representasi dari teknologi informasi masa kini, telah menunjang efektifitas dan efisiensi operasional perusahaan, terutama peranannya sebagai sarana komunikasi serta sarana untuk mendapatkan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh sebuah usaha dan bentuk badan usaha atau lembaga lainnya. (Andi, 2003).

Situs web (*website*), surat warga online, sms center dan portal keluhan-saran merupakan beberapa media online melalui internet yang dikembangkan Pemkab Sleman sebagai kanal bagi masyarakat untuk menyampaikan tanggapan, keluhan atau bahkan aspirasi tentang kinerja pelaksanaan pemerintahan daerah. Melalui website www.slemankab.go.id, masyarakat dapat mengakses berbagai data dan informasi yang ada, menggunakan fasilitas layanan lainnya, maupun berinteraksi langsung dalam meminta data/informasi yang diperlukan. Di dalam struktur organisasi Pemerintah Kabupaten Sleman, Bagian Hubungan Masyarakat Sekretariat Daerah ditunjuk sebagai *leading sector* dalam penerapan UU KIP di lingkungan Pemerintah Kabupaten Sleman. Dalam menjalankan tupoksinya (tugas pokok fungsi), Bagian Humas banyak melakukan pembenahan-pembenahan guna memberikan akses bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan tentang birokrasi pemerintahan.

Berkaitan dengan penjabaran di atas, studi ini akan mempelajari tentang berbagai upaya yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Sleman dalam melakukan

manajemen penanggulangan tanggapan dan keluhan masyarakat, yang dalam hal ini dilakukan oleh Bagian Humas Sekretariat Daerah, sebagai salah satu perwujudan UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

Dengan banyaknya layanan yang dapat dipergunakan masyarakat untuk mengakses informasi publik di lingkungan Pemerintah Kabupaten Sleman, mendorong peneliti untuk mempelajari lebih lanjut bagaimana tata kelola pengelolaan tanggapan dan keluhan masyarakat di Kabupaten Sleman. Disamping itu, website www.slemankab.go.id sebagai portal utama yang menjembatani permintaan dan pelayanan informasi antara masyarakat dengan pemerintah Kabupaten Sleman telah memiliki SOP mengenai permintaan informasi dan penanganan yang murah, cepat dan mudah. Sebagai media kehumasan, melalui media website www.slemankab.go.id, Bagian Humas Setda Kabupaten Sleman berhasil meraih penghargaan sebagai Juara II Anugerah Media Humas 2012 kategori Kinerja Humas Pemda Tingkat Nasional pada 6 November 2012 dari Badan Koordinasi Kehumasan Pemerintah, dimana kelengkapan transparansi informasi publik menjadi salah satu indikator penilaian dalam penghargaan tersebut.

Hal lain yang menjadi pertimbangan adalah karena Pemkab Sleman menjadi pelopor pembuatan sub domain Pengelolaan Pelayanan Informasi dan Dokumentasi (PPID) di DI Yogyakarta mulai bulan September 2012 yang dapat diakses melalui alamat www.ppid.slemankab.go.id. Sub domain ini dibuat untuk memudahkan masyarakat mendapatkan data-data tentang kinerja Pemkab termasuk data data keuangan. Masyarakat dapat langsung mengunduh informasi

yang diperlukan, bahkan untuk informasi-informasi yang dikecualikan, masyarakat juga dapat mengajukan permintaan informasi hanya dengan mengisi blanko permintaan informasi yang disediakan. Melalui subdomain ini pula, masyarakat dapat menyampaikan berbagai pertanyaan, tanggapan atau bahkan keluhan melalui layanan "Kontak Kami" untuk ditanggapi langsung oleh admin yang berwenang.

Contoh penerapan UU KIP dapat dilihat dari beberapa usaha yang dilakukan diantaranya adalah adanya multi canal akses yang memudahkan masyarakat melakukan komunikasi dua arah dengan birokrasi pemerintahan daerah Kabupaten Sleman. Multi kanal akses terdiri dari website www.slemankab.go.id, *sms gateway*, surat warga online, serta portal keluhan-saran. Selain itu, Bagian Humas Setda Sleman juga memfasilitasi keluhan dan tanggapan masyarakat yang disampaikan melalui media massa baik cetak maupun elektronik seperti misalnya surat warga, interview langsung dengan pimpinan daerah melalui siaran Bupati menyapa di RRI yang disiarkan setiap Rabu, serta Dialog Sembada di TVRI Jogja setiap bulannya.

Setiap tanggapan dan keluhan yang masuk melalui berbagai media di atas baik yang berupa keluhan, tanggapan maupun pertanyaan dari warga akan difasilitasi Bagian Humas untuk dikoordinasikan dengan SKPD terkait yang berwenang menjawab tanggapan atau pertanyaan warga tersebut. Hal ini dilakukan melalui kegiatan monitoring media yang dilakukan setiap harinya. Selama Januari 2012 hingga akhir tahun 2013 saat dilaksanakannya penelitian ini ditemukan sejumlah 17.104 tanggapan dan keluhan yang masuk dan ditangani

oleh Bagian Humas Setda Sleman. Berikut merupakan rata-rata tanggapan dan keluhan yang masuk melalui berbagai media tanggapan yang dikelola Bagian Humas Setda Kabupaten Sleman selama Januari 2012 hingga Desember 2013 :

Tabel 1.2

Rata-Rata Tanggapan dan Keluhan yang Ditanggapi

Bagian Humas Setda Sleman tahun 2012 - 2013

No	Bulan	Surat Warga www.slemankab.go.id	Pemberitaan media	Portal keluhan- saran	SMS warga
1.	Januari	111	45	-	-
2.	Februari	88	47	5	-
3.	Maret 2012	103	44	6	-
4.	April 2012	95	46	5	1
5.	Mei 2012	118	38	2	-
6.	Juni 2012	98	40	2	-
7.	Juli 2012	91	47	2	3
8.	Agustus	69	25	3	-
9.	September	28	38	1	-
10.	Oktober	32	27	1	-
11.	November	31	32	2	-
12.	Desember	37	33	1	-
13.	Januari	28	44	-	-
14.	Februari	40	53	1	-
15.	Maret 2013	47	49	1	-
16.	April 2013	39	30	5	-
17.	Mei 2013	47	36	-	-
18.	Juni 2013	52	21	1	-
19.	Juli 2013	56	36	-	-
20.	Agustus	37	31	-	-
21.	September	61	44	-	-
22.	Oktober	49	25	-	-
23.	November	40	30	-	-
24.	Desember	41	11	-	-
Total		1438	872	38	4

Dari data pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa intensitas penggunaan fasilitas surat warga online di *www.slemankab.go.id* merupakan media yang paling sering dipergunakan warga untuk menyampaikan tanggapan atau keluhan kepada pemerintah daerah. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan internet sebagai media *customer relations* ternyata digemari oleh masyarakat. Menurut wawancara peneliti kepada salah satu pelaksana teknis tim penanggulangan tanggapan dan keluhan surat warga di *www.slemankab.go.id* menyatakan bahwa:

“Penggunaan internet untuk menyampaikan keluhan cukup digemari masyarakat karena prosedurnya yang lebih mudah dan lebih mudah diakses masyarakat. Melalui media ini masyarakat dapat segera mendapatkan jawaban atas pertanyaan relatif lebih cepat dibanding melalui surat kabar dengan prosedur yang lebih rumit.” (Tri Sunu Yulianto, S.Sos, Admin Surat Warga, Hasil wawancara pada 31 Agustus 2012)

Pengelolaan monitoring ini diawasi langsung oleh sekretaris daerah sebagai penanggung jawab dan tim pengelola aduan keluhan masyarakat yang beranggotakan staf dari satuan kerja perangkat daerah yang bersentuhan langsung dengan pelayanan masyarakat seperti misalnya Dinas Pendidikan dan Olahraga, Dinas Kesehatan, Dinas Pasar, Dinas Tenaga Kerja dan Sosial, Dinas Pekerjaan Umum, Kantor Pelayanan Perizinan dan berbagai instansi terkait lainnya.

Dilihat dari segi informasi *e-government*, website *www.slemankab.go.id* mempunyai konten yang cukup lengkap dan beragam. Mulai dari struktur organisasi, pariwisata, geografis, pelayanan publik hingga *e-learning*. Dalam hal pelayanan pemerintah kepada masyarakat (*government relations*) website pemkab Sleman memiliki berbagai kelebihan diantaranya :

a. Portal web *www.slemankab.go.id* berisi tentang data/informasi

mengenai Kabupaten Sleman diantaranya adalah berita-berita seputar

Sleman, informasi pariwisata, informasi perizinan, informasi pengadaan barang dan jasa, informasi prosedur administrasi kependudukan, informasi subdomain SKPD dan instansi vertikal, serta forum interaktif dengan warga yang berupa forum surat warga. Dalam forum ini, masyarakat dapat mengirim berbagai informasi, pendapat, usulan, pertanyaan, keluhan dan lain-lain yang akan ditanggapi langsung oleh admin dari tim internet Kabupaten Sleman.

- b. Layanan SMS – 2740 Sistem layanan keluhan masyarakat berbasis SMS. Masyarakat bisa menyampaikan keluhan ke Pemkab Sleman dengan mengirimkan SMS kenomor 2740. Masyarakat juga bisa mengakses informasi seputar hotel, *event* wisata, dan lain-lain dengan mengirim SMS ke nomor 2740.
- c. Sebagai salah satu bentuk pelayanan pengelolaan dokumentasi informasi, Pemkab Sleman hingga saat penelitian ini dilakukan tidak mengalami sengketa informasi seperti yang terjadi di pemerintah daerah lain di DI. Yogyakarta. Sengketa informasi publik adalah sengketa yang terjadi antara Badan Publik dan Pengguna Informasi Publik yang berkaitan dengan hak memperoleh dan menggunakan informasi berdasarkan perundang-undangan. Dengan demikian, dapat dilihat bahwa pengelolaan tanggapan dan keluhan di Sleman cukup baik dibanding pemerintah daerah lain.
- d. Sistem Administrasi Kependudukan (SAK) Sistem Administrasi

Kependudukan adalah suatu sistem informasi untuk pengolahan data

kependudukan dan pencetakan KTP, Kartu Keluarga, Kartu Identitas Penduduk Sementara. Sistem ini menggunakan *database* terdistribusi, *database* terletak di masing-masing kecamatan. Sinkronisasi data penduduk ke server-server di Dinas Penduduk dan Catatan Sipil dilakukan baik melalui jalur intranet maupun dengan metode *backup restore* dengan *USB Disk*.

- e. Website www.slemankan.go.id telah memiliki SOP mengenai permintaan informasi dan penanganan yang murah, cepat dan mudah, serta menyediakan meja informasi (*help desk*) dan layanan interaktif *chatting* dengan operator secara *real time*.
- f. Sebagai media kehumasan, *website www.slemankab.go.id* juga telah meraih penghargaan website pemerintah kabupaten terbaik kategori media kehumasan dari Bakohumas pada tahun 2012.

B. RUMUSAN MASALAH

Dengan melihat latar belakang diatas, maka peneliti dapat merumuskan masalah, sebagai berikut :

Bagaimana pengelolaan website www.slemankab.go.id yang merupakan sarana penanggulangan tanggapan dan keluhan masyarakat di Kabupaten Sleman sebagai upaya transparansi informasi publik terkait optimalisasi pelaksanaan UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian merupakan pencapaian kontekstual dari pencapaian kegiatan penelitian yang akan dilakukan. Karena penelitian ini adalah penelitian kualitatif, maka tujuan penelitian ini berkemampuan untuk mencapai penjelasan yang mendalam tentang bagaimana pemanfaatan website sebagai media pengelolaan keluhan dan tanggapan masyarakat yang dikelola oleh Bagian Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Sleman. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui upaya Pemkab Sleman dalam mewujudkan transparansi informasi publik sebagai implementasi amanat UU No. 14 Tahun 2008 tentang keterbukaan informasi publik
2. Mengetahui bagaimana mekanisme pengelolaan website www.slemankab.go.id mulai dari hulu ke hilir sebagai media pengelolaan tanggapan dan keluhan masyarakat di Kabupaten Sleman.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat teoritis

Diharapkan dapat memberikan kontribusi pada kajian kehumasan khususnya bagi humas pemerintah serta dapat turut andil memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya pada bidang humas pemerintah.

2. Manfaat praktis

Dapat memberikan masukan, khususnya tentang optimalisasi serta pemanfaatan website sebagai media pendukung humas pemerintah. Sehingga ke

depannya dapat memberikan masukan bagi institusi tentang pengelolaan tanggapan dan keluhan guna membentuk citra positif di mata publik.

E. KERANGKA TEORI

Kerangka teori dalam penelitian ini bertujuan untuk membangun kerasionalan permasalahan penelitian melalui penggunaan konsep, model dan teori yang diperoleh. Penggunaan kerangka teori ini juga merupakan kerangka pedoman peneliti dalam menjelaskan isi dari penelitian ini.

1. Batasan pemanfaatan media

Untuk memberi batasan mengenai apa yang dimaksud dengan pemanfaatan media website yang akan dikupas dalam penelitian ini diperlukan kerangka tentang apa saja yang dimaksud dengan “pemanfaatan” media dalam penelitian ini.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, “pemanfaatan” memiliki kata dasar manfaat yang berarti guna; faedah. Dengan imbuhan pe-an makna yang terkandung dalam kata tersebut menjadi : proses, cara, perbuatan memanfaatkan. Dengan demikian yang dimaksud dengan pemanfaatan website dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana proses penggunaan website dalam upaya pengelolaan tanggapan dan keluhan masyarakat di www.slemankab.go.id.

Fokus penelitian ini dititikberatkan pada bagaimana Pemerintah Kabupaten Sleman berupaya mengoptimalkan manfaat website sebagai media e-public relations yang efektif untuk menangani berbagai keluhan dan

tanggapan masyarakat Sleman. Peneliti akan mencari tahu tentang manajemen pengelolaan tanggapan dan keluhan mulai dari tahap penerimaan keluhan, pengklasifikasian keluhan, disposisi keluhan, teknis upload jawaban, termasuk standar operasional yang diterapkan dalam penanganan keluhan.

2. Public Relations di Internet

Masuknya internet dalam kehidupan kita memungkinkan terjadinya hiper komunikasi (*hypercommunications*) yang medianya memungkinkan terjadinya komunikasi antara komunikator massa dengan komunikan massa. Hal ini tentunya berpengaruh besar terhadap bagaimana sebuah institusi mengelola *bottom up message* dari publik atau *audience*-nya. Website merupakan salah satu aplikasi dari sebuah teknologi internet yang merupakan salah satu bentuk media baru. Media baru ini sedikit banyak mengubah praktik publik relation sehingga dikenal adanya *e-public relations*. Maka perlu untuk dipahami bagaimana praktek *e-public relations* dalam kehumasan khususnya kehumasan pemerintah.

Perkembangan teknologi serta situasi dan kondisi masyarakat yang terus berubah melahirkan suatu pendekatan baru dalam pekerjaan humas yang disebut *e-PR (electronic public relations)* atau humas elektronik. Hubungan yang diharapkan melalui hubungan yang lebih bersifat pribadi, *one to one*. Pendekatan *one to one* merupakan pendekatan yang dianggap paling efektif saat ini karena kondisi masyarakat yang sudah jenuh dengan pendekatan yang

e-PR merupakan cara yang dilakukan oleh humas untuk menjalin hubungan dengan khalayaknya dengan menggunakan media internet. e-PR adalah penerapan dari perangkat ICT (*information and communication technologies*) yang digunakan untuk keperluan tugas kehumasan. Hal inilah yang sering kita sebut dengan cyber public relations atau online public relations. Fokus utama e-PR adalah membidik media online dan mengadakan kerja sama dengan mereka untuk menyampaikan pesan-pesan humas.

Internet adalah salah satu media yang dapat dipergunakan dalam tugas kehumasan karena sifatnya yang interaktif. Melalui media online ini humas dapat memperluas publik dan mempergunakannya untuk menyampaikan berbagai info mengenai institusi seperti press release, advertorial dll. Keberadaan internet memudahkan humas untuk menyampaikan pesannya tanpa mediator. Selain itu kelebihan lain e-PR adalah sebagai berikut:

- a. Jangkauan luas : dengan menggunakan internet memungkinkan hubungan yang lebih luas tanpa terhalang perbedaan letak geografis.
- b. Informasi dapat diakses 24 jam
- c. Interaktif : internet memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara komunikan dan komunikator sehingga terjalin komunikasi yang interaktif.
- d. Respon cepat : karena komunikasi yang terjalin adalah komunikasi yang interaktif dan dua arah maka respon antar pasrtisipan berlangsung sangat cepat bahkan dalam hitungan detik

e. Banyak tersedia informasi yang selalu diperbaharui dan aktual

- f. Biaya yang terjangkau : bila dibandingkan media lain internet merupakan media yang murah dan terjangkau
- g. Kontak dengan media lebih mudah dilakukan : melalui internet, humas dapat menjalin hubungan dengan pers lebih mudah

Melalui internet, praktisi PR dapat menggunakan internet untuk berbagai aktivitas diantaranya sehingga dapat dihasilkan beberapa manfaat pemanfaatan internet sebagai berikut (Sumirat, 2010) :

- a. PR menyadari bahwa khalayak/publik dapat mengakses semua press release atau news release yang dikirimkan melalui internet atau server dengan menggunakan kata-kata yang mudah dicari dan dipahami
- b. Publik dapat mengakses press release dalam *home page* yang ada di *world wide web*
- c. PR dapat membuat *mailing list* dari publiknya. Mailing list adalah perangkat elektronik yang dapat menyebarkan press release kepada publiknya melalui kotak *email*.

Semua aktivitas PR tersebut memungkinkan PR menjalin hubungan baik untuk mempertahankan dukungan publik internal dan eksternalnya. Lebih jauh Shel Holtz (1999) dalam bukunya *Public Relations on the Net* menyebutkan pendekatan strategi PR diantaranya:

- a. Mengadakan *open house* untuk menginformasikan program-program perusahaan yang telah mempekerjakan karyawan lokal (komunitas terdekat) yang memiliki keahlian memadai
- b. Mengirim press release tentang investasi perusahaan sebagai informasi komunitas (lokal) dan dampaknya terhadap sosial ekonomi mereka
- c. Membuat situs (website) perusahaan membentuk citra positif di mata publiknya
- d. Berpartisipasi dalam kelompok diskusi tertentu dan membicarakan tentang perkembangan dan situasi negara.

Sebagaimana humas konvensional, fokus utama e-PR adalah membangun citra positif dari perusahaan atau institusi yang diwakili. Ada beberapa cara yang

dapat dilakukan humas dalam rangka membangun relasi dengan publik.

menggunakan media internet yakni sebagai berikut :

a. *One to one communication*

Komunikasi ini terjadi antara satu individu dengan satu individu lain. Komunikasi melalui internet dapat dilakukan dengan sarana e-mail atau chat

b. *One to many communication*

Komunikasi ini dilakukan antara seorang komunikator dengan komunikan yang jumlahnya lebih dari satu atau kelompok sekaligus. Sarana yang dapat digunakan adalah *Mailing List* dan *Newsgroup*. Komunitas dalam dunia maya dalam bentuk *Newsgroup* ini memberikan manfaat yang sangat besar dalam pekerjaan humas. Manfaat tersebut adalah sebagai berikut :

- Membantu humas untuk menjalin relasi yang lebih luas kepada khlayak dalam tingkatan lokal, tetapi khalayak dalam tingkatan internasional. Selain itu relasi positif dapat dibangun dengan khlayak dari latar belakang ilmu, budaya dan kepentingan yang berbeda
- Karena relasi yang dibangun oleh humas semakin luas, pasar yang akan tercipta juga semakin luas. Perluasan pasar merupakan salah satu imbas yang dihasilkan karena *Newsgroup*
- *Newsgroup* mempunyai peran yang sangat besar dalam membangun *image* yang positif tentang perusahaan atau institusi yang diwakili.
- Manfaat lain yang dapat diciptakan oleh *newsgroup* adalah survei pasar. Melalui komunikasi yang dilakukan dalam *newsgroup*, secara tidak langsung humas dapat melakukan survei pasar tentang produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan atau tentang citra perusahaan itu sendiri.

c. *Mass communication*

Mass communication merupakan kegiatan komunikasi yang dapat dilakukan oleh humas menggunakan fasilitas yang disediakan oleh internet. Kegiatan komunikasi ini merupakan kegiatan yang dilakukan oleh humas untuk menjangkau khalayak dalam jumlah yang besar (massa). Layanan yang dapat digunakan oleh humas dengan menggunakan fasilitas ini sering disebut sebagai layanan informasi. Contoh layanan informasi ini adalah *word wide web (www)*, *e-newsletter*, layanan jaringan internet dan *media relations*.

e-PR yang sering disebut online PR atau digital PR sering dibandingkan dengan public relations tradisional. Umumnya e-PR direncanakan berbasis internet dan berbagai alat media baru dan teknologi untuk membangun dan mempertahankan keberadaan *two way communications* atau komunikasi dua arah

antara organisasi dengan publiknya. e-PR juga menawarkan banyak kontribusi

dalam mengelola krisis dalam organisasi khususnya krisis yang disebabkan oleh media sosial dan reputasi organisasi di dunia maya.

Menurut Canadian Public Relations Society's PR tradisional adalah sebagai berikut :

"PR is the strategic management of relationships between an organization and its diverse publics, through the use of communication, to achieve mutual understanding, realize organizational goals, and serve the public interest."

Berdasarkan definisi tersebut tujuan e-PR tidak hanya untuk mendapatkan informasi melalui jaringan sosial dan blog namun juga untuk memberikan kontribusi untuk kehumasan secara keseluruhan dan bagi strategi komunikasi organisasi. Dengan demikian e-PR memegang peranan penting dalam memenangkan kompetisi dan strategi organisasi. Contoh penerapan e-PR yang dipergunakan organisasi untuk berkomunikasi dengan publiknya antara lain website, jejaring sosial, blog, forum online, RSS, *news feed*, *e-newsletter*, aplikasi *smartphone*, email dan lain sebagainya. Tujuan praktek e-PR diantaranya untuk menciptakan sinergi antara organisasi dengan publiknya, membangun dialog antara organisasi dengan publiknya, mengkonsolidasikan citra organisasi, mengontrol rumor serta sebagai salah satu alat manajemen krisis.

3. Website Sebagai Perangkat e-PR

Website atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar diam atau gerak, data animasi, suara, video dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana

masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (hyperlink). Bersifat statis apabila isi informasi website tetap, jarang berubah, dan isi informasinya searah hanya dari pemilik website. Bersifat dinamis apabila isi informasi website selalu berubah-ubah, dan isi informasinya interaktif dua arah berasal dari pemilik serta pengguna website.

Kelebihan-kelebihan yang dimiliki website menyebabkan makin tingginya penggunaan website sebagai salah satu sarana pendistribusian informasi dewasa ini. Oleh sebab itu membuat website yang menarik merupakan sebuah keharusan yang dibangun oleh pembuat website. Website yang baik harus memenuhi faktor-faktor sebagai berikut :

a. *Usability*

Usability adalah tingkat kemudahan bagi pengguna untuk menemukan cara penggunaan website tersebut dengan efektif. *Usability* memiliki beberapa karakteristik diantaranya adalah mudah untuk dipelajari penggunaannya oleh pengunjung website, efisien untuk digunakan, mudah diingat dan digunakan navigasinya oleh pengunjung, memperkecil tingkat kesalahan pemakaian dalam mengoperasikan website, memuaskan pengunjung web sehingga menarik untuk dikunjungi lagi.

b. Navigasi yang mudah dipelajari pengguna website

Sistem navigasi atau struktur menu yang ditampilkan dalam website yang baik memudahkan pengunjung untuk menemukan informasi yang

c. **Graphic design yang menarik pengguna**

Desain website adalah yang pertama dilihat dan dinilai oleh pengguna. Pemilihan grafis, layout dan warna, bentuk maupun tipografi yang menarik akan memikat pengguna website untuk kembali mengunjungi website tersebut.

d. **Content yang lengkap**

Content atau isi website merupakan hal terpenting dalam website. Isi dalam website harus merupakan sesuatu yang informatif dan berguna bagi pengguna.

e. ***Compatibility***

Kompatibilitas website adalah seberapa luas sebuah website didukung kompatibilitas peralatan yang ada. Website yang baik akan dilengkapi dengan plug in yang dibutuhkan pengguna untuk mengakses informasi di dalamnya. Untuk itu perlu disediakan *download plugin* yang memudahkan pengguna.

f. ***Loading time* yang tidak terlalu lama**

Loading time atau waktu panggil adalah penentu apakah pengguna memutuskan tetap mengakses web atau berpindah ke website yang lain.

Loading time yang terlalu lama akan membuat pengguna berpindah ke website lain yang tampilannya lebih ringan dan lebih mudah diakses.

g. ***Functionality***

Untuk menciptakan sebuah website yang dinamis, interaktif dan 'hidup'

seorang programmer harus mampu mengaitkan pengunjung

berkomunikasi secara langsung melalui aspek teknologikalnya dengan menggunakan berbagai *script* misal PHP,ASP,Java,CGI dsb.

Aktivitas pengelolaan website merupakan kegiatan yang dijalankan oleh seluruh pihak pelaksana media promosi pada website. Pengelolaan dari website terbagi menjadi dua jenis pengelolaan yaitu :

- a. Pengelolaan teknis yang merupakan pengelolaan yang berkaitan dengan pengoperasian website yang bersifat teknis agar website dapat berfungsi secara optimal
- b. Pengelolaan non teknis merupakan pengelolaan yang berkaitan dengan segala hal yang menjadi isi dari website tersebut seperti *content, design, menu-menu* utama dan lain-lain.

Kegiatan pengelolaan website perlu dilakukan secara berkala, dan berkesinambungan. Website yang tidak di update secara berkala maka isinya akan dianggap tidak aktual dan ditinggalkan penggunaannya.

4. Penerapan e-PR dalam Pembentukan *Good Governance*

Pemerintah sebagai lembaga non profit merupakan organisasi yang bersasaran pokok untuk mendukung suatu isu atau perihal dalam menarik perhatian publik untuk suatu tujuan yang tidak komersial, tanpa ada perhatian terhadap hal-hal yang bersifat mencari laba (moneter). Dari definisi tersebut terlihat jelas bahwa perbedaan yang paling mencolok adalah organisasi non profit tidak bertujuan mencari keuntungan dalam menjalankan organisasinya.

Meskipun orientasi organisasi non profit tidak mencari keuntungan, akan tetapi humas di organisasi non profit memiliki tugas yang tidak kalah pentingnya dengan yang dilakukan oleh humas di organisasi yang berorientasi untuk mencari keuntungan. Dalam konsepnya, fungsi *public relations officer* ketika menjalankan tugas dan operasionalnya baik sebagai komunikator dan mediator maupun organisator, menurut Prof. Dr. Onong Uchjana Effendy, MA dalam bukunya Hubungan Masyarakat Suatu Komunikologis (1992) adalah sebagai berikut :

- a. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi
- b. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik internal dan publik eksternal
- c. Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya dan menyalurkan opini publik kepada organisasi.
- d. Melayani publik dan menasihati pimpinan organisasi demi kepentingan umum
- e. Operasionalisasi dan organisasi public relations adalah bagaimana membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya, untuk mencegah terjadinya rintangan psikologis baik yang ditimbulkan dari pihak organisasi maupun dari pihak publiknya.

Dari uraian tersebut dapat ditarik kesimpulan mengenai peran utama

public relations yang pada intinya adalah sebagai berikut :

- a. Sebagai *communicator* atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili oleh publiknya,
- b. Membina *relationship* yaitu berupaya membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya,
- c. Peranan *back up management* yakni sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan,
- d. Membentuk *corporate image* artinya peranan public relations berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya.

Seperti dinyatakan oleh DeFleur dan Dennis (1988) yang menyatakan bahwa PR dari perspektif komunikasi merupakan sebuah proses komunikasi dimana individu atau unit-unit masyarakat berupaya untuk menjalin relasi yang terorganisasi dengan berbagai kelompok atau publik untuk tujuan tertentu. Menilik fungsi PR dalam definisi tersebut maka pemerintah sebagai sebuah institusi memiliki tugas dan fungsi yang sama yaitu untuk menjalin relasi yang baik dengan publiknya yang dalam hal ini merupakan publik eksternal yaitu masyarakat. Berdasarkan definisi dari World Bank, *e-Government* adalah penggunaan TI oleh Pemerintah yang memungkinkan untuk mentransformasikan hubungan dengan masyarakat, dunia bisnis dan pihak yang berkepentingan (Windraty, 2005). Secara ringkas tujuan implementasi e-Government adalah untuk menciptakan customer online

Menurut John D Millet dalam *Management in Public Service for*

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

Dalam implementasi guna mewujudkan prinsip-prinsip *good governance*, Pemerintah Kabupaten Sleman berupaya memberikan pelayanan publik dengan memberikan ruang bagi masyarakat untuk memberikan aspirasi, akses informasi dan juga melakukan kontrol terhadap jalannya pemerintahan. Untuk itu peranan Pemerintah Daerah harus terfokus pada upaya meningkatkan pelayanan kepada masyarakat selain pemberdayaan masyarakat dan pembangunan. Kebutuhan publik akan *good governance* selain efektivitas dan efisiensi pelayanan juga meliputi keterbukaan informasi dan transparansi penyelenggaraan pemerintahan.

Dilatarbelakangi hal tersebut, Pemerintah daerah perlu memberlakukan sebuah sistem yang memfasilitasi masyarakat untuk menyampaikan aspirasi, masukan, gagasan, kritikan, keluhan dan tanggapan yang berlangsung *bottom up* dari masyarakat ke pemerintah. Keberadaan media baru sangat berperan penting dalam mewedahi komunikasi dua arah antara masyarakat ke pemerintah. Salah satu bentuk media baru yang dapat dimanfaatkan adalah melalui website resmi

Millet J.J. (dalam Arifin Abdurrahman, 1971) mengemukakan bahwa, “dalam menjalankan aktivitas penerangan dan sebagainya digunakan suatu sistem komunikasi yang cocok yakni tergantung pada (1) keadaan dari yang menerima komunikasi; (2) adanya alat-alat komunikasi mencukupkan.”

Kenyataan di lapangan yang tampak dari berbagai studi komunikasi pemerintahan, relevan dengan enam karakteristik yang seharusnya berlaku dari berbagai organisasi termasuk pemerintahan yaitu :

- a. Para aparatur pemerintah harus menyadari pentingnya komunikasi
- b. Para aparatur pemerintah harus memiliki komitmen pada komunikasi dua arah
- c. Penekanan komunikasi lebih diutamakan pada bentuk komunikasi tatap muka
- d. Transparansi dan keterbukaan harus merupakan tujuan bersama dalam mencapai visi, misi, program dan strategi
- e. Kepiawaian dalam menangani kondisi seburuk apapun termasuk berita yang jelek dan tidak menguntungkan
- f. Memperlakukan komunikasi sebagai proses berkelanjutan.

Menilik dari penjelasan tersebut, humas pemerintah perlu menyesuaikan aktivitas kehumasan yang dilakukan dengan alat komunikasi yang sesuai dengan kondisi masyarakat sebagai audiensnya. Internet saat ini dinilai sebagai teknologi komunikasi yang cukup digemari masyarakat karena mampu menanggulangi hambatan geografis serta mengurangi dampak *misscommunication* dengan pendekatan faktual

Dengan menggunakan internet sebagai media informasi dan komunikasi, pemerintah mampu mewujudkan karakteristik komunikasi di era demokrasi dan reformasi yaitu : (1) sisi munculnya tuntutan pemerintahan yang betul-betul memberikan pelayanan kepada masyarakat; (2) tuntutan keterbukaan dan transparansi terhadap semua level kebijakan. (Hasan,2005)Humas pemerintah sebagai pelaku komunikator sekaligus agen pembangunan melalui internet dapat mewujudkan transparansi dari kebijakan-kebijakan yang diterapkan. Disamping itu melalui sistem penanggulangan keluhan masyarakat, humas pemerintah juga mampu memberikan pelayanan prima kepada masyarakat.

F. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yang hasilnya diharapkan dapat secara tepat dan rinci menjelaskan bagaimana pengelolaan serta pemanfaatan website sebagai sarana pengelolaan tanggapan dan keluhan oleh Bagian Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Sleman. Penelitian ini akan mengkaji fenomena-fenomena maupun perilaku pengelola website www.slemankab.go.id yang merujuk pada bagaimana teknis pengelolaan tanggapan dan keluhan masyarakat Sleman melalui media website.

Pada penelitian ini, peneliti akan mencoba menelaah tentang bagaimana kecenderungan admin pengelola web dalam menangani tanggapan dan keluhan masyarakat serta bagaimana efektivitas budaya kerja karyawan bagian humas mengelola website sebagai media komunikasi antara institusi dengan publiknya.

Dengan demikian penelitian ini akan mengkaji lebih mendalam tentang keseluruhan konteks pengelolaan tanggapan dan keluhan masyarakat melalui website www.slemankab.go.id.

Pendekatan kualitatif sendiri menurut Bogdan dan Taylor (Moleong, 2000) merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Karakter deskriptif atau metode deskriptif sendiri menurut Whitney (Nazir, 1988) adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan serta proses-proses yang sedang berlangsung.

Melalui metode observasi, peneliti akan mencari tahu faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi admin dalam mengelola keluhan atau tanggapan. Faktor tersebut dapat berupa aturan, SOP, budaya kerja, dan jenis keluhan yang disampaikan masyarakat. Untuk itu, peneliti perlu mengeksplor lebih dalam mengenai tata cara admin dalam menanggapi keluhan masyarakat.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian dilakukan pada bulan Januari hingga November 2013 dengan mengambil tempat di Bagian Humas Sekretariat daerah Kabupaten Sleman serta satuan kerja terkait seperti Bidang Kominfo dan dinas-dinas yang menanggapi tanggapan dan keluhan masyarakat

3. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui:

3.1 Studi Pustaka

Yaitu teknik pengumpulan data dari berbagai pustaka yang berhubungan dengan penelitian seperti buku-buku, surat kabar, majalah dan sebagainya (Nasution, 1995). Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan beberapa dokumen seperti misanya mekanisme penanganan tanggapan dan keluhan, SOP tanggapan keluhan, notulen rapat, SK Bupati dsb.

3.2 Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu. (Mulyana, 2001)

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara tak terstruktur atau wawancara mendalam yang dapat dilakukan spontan tanpa batasan variabel. Menurut Deddy Mulyana (2001) wawancara tidak terstruktur mirip dengan percakapan formal. Metode ini bertujuan memperoleh bentuk-bentuk tertentu informasi dari semua responden.

Dalam penelitian ini, wawancara akan ditujukan kepada pihak-pihak yang berkompeten serta memiliki informasi tentang pemanfaatan situs website tersebut yang dalam hal ini adalah tim pengelola website

Wawancara akan dilakukan egaliter baik dari Pemkab Sleman selaku komunikator maupun masyarakat yang menyampaikan tanggapan dan keluhan selaku komunikan. Informan yang akan diwawancarai meliputi administrator tanggapan, teknisi website, Kabag Humas selaku pembuat keputusan, dan tim tanggapan dan keluhan masyarakat yang berada di dinas terkait. Disamping itu akan dilakukan juga wawancara dengan masyarakat yang menyampaikan tanggapan dan keluhan tentang bagaimana tingkat kepuasan masyarakat atas penanganan tanggapan tersebut. sebagai upaya uji validitas data.

4. Teknik Analisis Data

a. Pengumpulan data

Pada tahap ini peneliti mengumpulkan data yang sesuai dengan teknik-teknik pengumpulan data yang digunakan. Yaitu menggunakan teknik berupa studi pustaka, serta wawancara

b. Reduksi data

Setelah mendapatkan data-data maka data tersebut dibaca dipelajari dan ditelaah dengan seksama, kemudian diambil sesuai dengan kebutuhan peneliti. Langkah selanjutnya kemudian melakukan pemilihan, pengkategorian, penyederhanaan dan pemusatan data yang ada di lapangan dengan yang relevan dengan permasalahan peneliti (mereduksi data). Reduksi data ini dilakukan dengan jalan abstraksi yaitu usaha untuk membuat kesimpulan dan pertanyaan-pertanyaan yang perlu dijawab sehingga

c. Penyajian data

Langkah selanjutnya adalah menggambarkan fenomena atau keadaan yang sesuai dengan data yang telah direduksi dalam bentuk deskriptif naratif.

d. Penarikan kesimpulan

Langkah terakhir adalah membuat kesimpulan dari hasil pemikiran dengan jalan melakukan perbandingan mengenai kenyataan di lapangan dengan teori berdasarkan data yang telah didapat (Nasution, 1992)

5. Validitas Data

Penelitian melalui triangulasi menurut Moleong (2000) adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan pengecekan sumber lain untuk perbandingan, yaitu penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori dalam penelitian secara kualitatif. Artinya teknik triangulasi adalah sebagai upaya untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks pengumpulan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan dengan kata lain bahwa pihak peneliti dapat melakukan *check* dan *recheck* temuan-temuannya (Ruslan, 2006)

Sumber data yang dikumpulkan dalam penelitian ini akan dilakukan perbandingan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara. Membandingkan hasil wawancara dengan isi dari pengamatan dan data-data lain yang berkaitan dengan penelitian ini sehingga data satu dengan data yang lain