

**IMPLEMENTASI *CYBER PUBLIC RELATIONS*  
PEMERINTAHAN KABUPATEN JEPARA DALAM MENINGKATKAN KUALITAS  
INFORMASI PUBLIK DI MASA PANDEMI**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia**

**Disusun Oleh :**

**Silvia Salma Ainun Nihayah**

**19321234**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA**

**2023**

**SKRIPSI**

**IMPLEMENTASI *CYBER PUBLIC RELATIONS*  
PEMERINTAHAN KABUPATEN JEPARA DALAM MENINGKATKAN KUALITAS  
INFORMASI PUBLIK DI MASA PANDEMI**

Disusun Oleh

**Silvia Salma Ainun Nihayah**

**19321234**



Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan  
dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi

Tanggal : 12 Mei 2023

Dosen Pembimbing Skripsi,

الجمعة المباركة  
الاستاذة الدكتورة  
الانيرة

  
**Dr. Subhan Afifi, S.Sos., M.Si**

**NIDN : 0528097401**

**SKRIPSI**

**IMPLEMENTASI *CYBER PUBLIC RELATIONS*  
PEMERINTAHAN KABUPATEN JEPARA DALAM MENINGKATKAN KUALITAS  
INFORMASI PUBLIK DI MASA PANDEMI**

Disusun oleh

**Silvia Salma Ainun Nihayah**

**19321234**

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Tanggal : 12 Mei 2023

Dewan Penguji:

1. Ketua: Dr. Subhan Afifi, S.Sos, M.Si  
NIDN 0528097401

2. Anggota: Puji Rianto, S.IP., MA  
NIDN 0503057601

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia



**Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si., Ph.D**

**NIDN: 0506038201**

## PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

*Bismillahirrahmanirrahim*

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Silvia Salma Ainun Nihayah

Nomor Mahasiswa : 19321234

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sendiri
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 15 Mei 2023

Yang Menyatakan,



Silvia Salma Ainun Nihayah

19321234

## **MOTTO**

“Petualangan terbesar dalam hidup adalah perjuangan meraih mimpi.”

## **PERSEMBAHAN**

Kedua Orang Tua

**Bapak Noor Rochmad, S.P. dan Ibu Sunahari, S.Pd.**

Saudaraku

**Novie Noer Ari Pratiwi dan Fachruddin Alfian Liulinnuha**

Terimakasih atas segala dukungan dan doa yang diberikan sehingga dapat selalu memotivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh*

*Alhamdulillahirabbil'alamin*, puji syukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat melaksanakan dan menuntaskan skripsi ini dengan judul “Implementasi Cyber Public Relations Pemerintahan Kabupaten Jepara Dalam Meningkatkan Kualitas Informasi Publik Di Masa Pandemi ” dengan baik dan lancar. Adapun tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai syarat pelengkap pernyataan, guna mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.

Selama proses pengerjaan skripsi ini banyak pihak-pihak yang terlibat didalamnya, baik dukungan berupa materi maupun non materi. Penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua, Bapak Noor Rochmad, S.P. dan Ibu Sunahari, S.Pd. yang telah membesarkan saya dengan penuh kasih sayang, pengorbanan, doa dan semangat yang tak ada habisnya agar penulis meraih pendidikan setinggi-tingginya.
2. Kakak-kakak saya, Novie Noer Ari Pratiwi dan Fachrudin Alfian Liulinnuha yang selalu memberikan motivasi kepada penulis
3. Ibu Dr.Phil. Qurotul Uyun,S.Psi., M.si.,Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya yang telah membantu saya selama proses pembelajaran dibangku perkuliahan di Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si., Ph.D Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia yang telah membantu saya selama proses pembelajaran dibangku perkuliahan.
5. Bapak Dr. Subhan Afifi, S.Sos.,M.Si. selaku Dosen pembimbing Skripsi sekaligus Dosen pembimbing akademik yang telah membantu serta memberikan bimbingan, ilmu, dan juga saran pada saya dalam proses kepenulisan skripsi.
6. Bapak Puji Rianto, S.I.P. M.A selaku Dosen Penguji yang telah menguji serta memberikan saran untuk melengkapi penelitian ini.
7. Terimakasih kepada seluruh Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama dibangku perkuliahan.
8. Bapak Arif Darmawan, S. Sos., M.H. sebagai Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara yang telah mengizinkan saya untuk memfasilitasi saya untuk mengambil data di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara
9. Bapak Muslichan, S. Kom., M.M. selaku Kepala Bidang Komunkasi yang telah menjadi narasumber dan membantu saya untuk mengkoordinasikan kepada para staf Dinas Komunikasi dan InformatikaKabupaten Jepara
10. Bapak Muhammad Safrudin, S. Sos., M. Si., Ibu Mas Sri Sulistiyaning Budi Rahayu, S. H., M.M., Ibu Farida Agustina, S. Sos Mbak Karisma Widya Kusuma, S. I. Kom., Mas Arizal

Dava Varistyan, S. Kom. Mas Anto Eko Wijaya, S. Kom yang telah menjadi narasumber untuk menyampaikan informasi terkait lingkup penelitian yang diteliti dari sudut pandang Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara.

11. Seluruh staf Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara. Terimakasih telah memberikan fasilitas bagi penulis dalam mengambil data untuk menyelesaikan penelitian ini
12. Bapak Noor Rochmad, Muhimmatarrisana, dan Fransiska yang telah menjadi narasumber untuk menyampaikan perspektif dari pihak masyarakat terkait lingkup penelitian.
13. Seluruh dosen dan staf Prodi Ilmu Komunikasi. Terimakasih atas semua ilmu dan pengetahuan yang diberikan selama ini kepada penulis dalam proses penyelesaian Tugas Akhir Skripsi.
14. Teman-teman penulis baik yang ada di Yogyakarta dan di kota lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih telah memberikan dukungan serta doa sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah berkenan untuk membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Peneliti juga menyadari bahwa masih ada kekurangan dalam penulisan skripsi ini, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan juga saran yang bersifat membangun dalam pengembangan di masa datang dan semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca lainnya. Amin

***Wassalamu 'alaikum Warrohmatullahi Wabarokatuh.***

Yogyakarta, 1 Februari 2023

Penulis

Silvia Salma Ainun Nihayah

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK	
MOTTO	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR .....	vii
ABSTRAK .....	viii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
1. Manfaat Teoritis .....	8
2. Manfaat Praktis .....	8
E. Penelitian Terdahulu .....	8
F. KERANGKA TEORI.....	14
1. <i>Cyber Public Relations</i> .....	14
2. <i>Government Public Relations</i> (Humas Pemerintahan) .....	16
3. Kualitas Informasi Publik .....	17
4. Komunikasi Strategis .....	18
5. Komunikasi Krisis .....	19

G. METODE PENELITIAN.....	21
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	21
2. Waktu dan Tempat Penelitian.....	22
3. Informan .....	22
4. Teknik Pengumpulan Data .....	23
5. Teknik Analisis Data .....	24
BAB II.....	27
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....	27
A. Profil Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara.....	27
1. Visi dan Misi .....	27
2. Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika .....	28
3. Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara .....	29
4. Kegiatan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara.....	32
5. Kebijakan Produksi Informasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara .....	38
B. Informasi yang Disajikan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara Di Masa Pandemi Dengan Menggunakan Konsep <i>Cyber Public Relations</i> .....	39
BAB III.....	42
TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	42
A. Temuan Penelitian.....	42
1. Implementasi <i>Cyber Public Relations</i> Update Data Penyebaran Covid-19 .....	42
a. <i>Strategic</i> .....	42
b. <i>Integrated</i> .....	44
c. <i>Targeted</i> .....	44
d. <i>Measurable</i> .....	45
e. Hambatan dan Penanganannya .....	46
2. Implementasi <i>Cyber Public Relations</i> Kebijakan Protokol Kesehatan .....	47
a. <i>Strategic</i> .....	47
b. <i>Integrated</i> .....	48
c. <i>Targeted</i> .....	48
d. <i>Measurable</i> .....	50
e. Hambatan Implementasi <i>Cyber Public Relations</i> Kebijakan Protokol kesehatan dan penanganannya.....	51

3. Implementasi <i>Cyber Public Relations</i> tentang Kebijakan Vaksinasi .....	52
a. <i>Strategic</i> .....	53
b. <i>Integrated</i> .....	56
c. <i>Targeted</i> .....	58
d. <i>Measurable</i> .....	59
e. Hambatan dan Penanganannya .....	61
4. Kualitas Informasi Publik .....	62
5. Kualitas Informasi Terkait Updat Data Penyebaran Covid-19 .....	64
a Intrinsik .....	64
b. Kontekstual .....	65
c Representasional .....	68
d Aksesibilitas .....	68
6. Kualitas Informasi Terkait Kebijakan Protokol Kesehatan .....	69
a Intrinsik .....	69
b. Kontekstual .....	69
c. Representasional .....	70
d Akesibilitas .....	71
7. Kualitas Informasi Kebijakan Vaksinasi .....	71
a Intrinsik .....	71
b. Kontekstual .....	72
c Representasional .....	74
d Aksesibilitas .....	75
8. Pendapat Masyarakat Terkait Kualitas Informasi Selama Masa Pandemi Yang Disajikan Pemerintah Kabupaten Jepara .....	76
a Pendapat Terkait Penyebaran Informasi Secara Online .....	76
b Persepsi Citra Pemerintah Kabupaten Jepara Di Mata Masyarakat Selama Masa Pandemi. ....	77
c Kepercayaan Masyarakat Terhadap Informasi Publik Yang Disajikan Pemerintah Kabupaten Jepara .....	78
d. Kebaruan Informasi Publik .....	79
f. Kebermanfaat Informasi Publik Bagi Masyarakat .....	80
g. Kejelasan Informasi Publik .....	81
h. Tampilan Informasi Publik .....	82

i. Aksesibilitas Informasi Publik.....	83
B. PEMBAHASAN .....	84
1. Implementasi <i>Cyber Public Relations</i> Pemerintahan Kabupaten Jepara Dalam Meningkatkan Kualitas Informasi Publik terkait Update Data Covid-19 Di Masa Pandemi....	86
2. Implementasi <i>Cyber Public Relations</i> Pemerintahan Kabupaten Jepara Dalam Meningkatkan Kualitas Informasi Publik Terkait Kebijakan Protokol Kesehatan Di Masa Pandemi .....	90
3. Implementasi <i>Cyber Public Relations</i> Pemerintahan Kabupaten Jepara Dalam Meningkatkan Kualitas Informasi Publik Terkait Kebijakan Vaksinasi Di Masa Pandemi. ....	94
4. Perbandingan Implementasi <i>Cyber Public Relations</i> Pemerintahan Kabupaten Jepara Dalam Meningkatkan Kualitas Informasi Publik Antara Kebijakan Update Data Covid-19, Protokol Kesehatan, Vaksinasi Di Masa Pandemi. ....	102
5. Pendapat Masyarakat Terkait Kualitas Informasi Selama Masa Pandemi Yang Disajikan Pemerintah Kabupaten Jepara .....	107
BAB IV .....	112
PENUTUP .....	112
A. Kesimpulan.....	112
B.Keterbatasan Penelitian.....	116
C.Saran .....	116
DAFTAR PUSTAKA .....	118
LAMPIRAN .....	122

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Komponen dalam analisis data (interactive model), (Sugiyono, 2010). .....	25
Gambar 2. 1 Bagan Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara.....	29
Gambar 2. 2 Dialog Interaktif Radio Kartini Jepara bersama IDI .....	34
Gambar 2. 3 Media social Instagram Pemerintah Kabupaten Jepara.....	35
Gambar 2. 4 Portal “Lapor Bupati”.....	36
Gambar 2. 5 Pelatihan Admin SKPD.....	37
Gambar 2. 6 Launching aplikasi SIPP-IMTA.....	38
Gambar 3. 1 Contoh salah satu infografis update data di media sosial.....	43
Gambar 3. 2 Artikel berita mengenai update data Covid-19.....	43
Gambar 3. 3 Contoh insight di media sosial Instagram konten informasi update data.....	46
Gambar 3. 4 Postingan Protokol Kesehatan berbentuk poster di media sosial .....	49
Gambar 3. 5 Iklan Layanan Masyarakat .....	50
Gambar 3. 6 Contoh insight di media sosial Instagram konten informasi protokol Kesehatan .....	51
Gambar 3. 7 Publikasi keliling yang telah terdokumentasi.....	52
Gambar 3. 8 Iklan media online vaksinasi .....	55
Gambar 3. 9 Pengintegrasian kanal internet Dinas Komunikasi dan Informatika .....	57
Gambar 3. 10 Pengintegrasian link pendaftaran vaksinasi di postingan Instagram.....	57
Gambar 3. 11 Pengintegrasian <i>Website</i> jepara.go.id dengan thumbnail di <i>Website</i> corona.jepara.go.id .....	58
Gambar 3. 12 Contoh insight di media sosial Instagram konten vaksinasi.....	61
Gambar 3. 13 Informasi update data penyebaran Covid-19 dalam <i>Website</i> corona.jepara.go.id ..	68

## ABSTRAK

**Nihayah, Silvia Salma Ainun (2023). *Implementasi Cyber Public Relations Pemerintahan Kabupaten Jepara Dalam Meningkatkan Kualitas Informasi Publik Di Masa Pandemi.* Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.**

Penelitian ini dilatar belakangi kondisi pandemi yang menimbulkan rasa takut dan kepanikan pada masyarakat karena mengancam kesehatan manusia. Ditambah lagi di saat pandemi, banyak berita palsu yang beredar di kalangan masyarakat Kabupaten Jepara khususnya di media internet . Dengan adanya permasalahan tersebut, Humas Pemerintah berperan untuk menyediakan informasi publik yang berkualitas agar dapat menenangkan masyarakat. Oleh karena itu peneliti ingin melihat bagaimana implementasi *Cyber Public Relations* Pemerintahan Kabupaten Jepara dalam meningkatkan kualitas informasi publik di masa pandemi pada lingkup kebijakan vaksinasi, protokol kesehatan dan update data Covid-19. Metode penelitian ini menggunakan kualitatif studi kasus instrumental tunggal yang menggambarkan dan menjelaskan suatu kasus melalui data yang diambil dari wawancara, observasi dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah staf 5 staf bidang komunikasi dan 1 staf bidang informatika Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara. Penelitian ini menggunakan teori Shel Holtz (2002) menyatakan bahwa implementasi *Cyber Public Relations* meliputi *Strategic, Integreted, Targeted, Measurable*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi *Cyber Public Relations* Pemerintah Jepara terkait informasi publik di masa pandemi dilihat pada lingkup vaksinasi, protokol kesehatan, dan update data Covid-19. Pada lingkup vaksinasi dan protokol kesehatan implementasi *Cyber Public Relations* informasi publik dilakukan dengan analisis menggunakan teori Shel Holtz. *Pertama*, dari segi *strategic* dilakukan dengan (1) Penyebaran dan pengembangan *media center*, (2) Melakukan *media relations* dengan media-media online,(3) Melakukan kerjasama dengan influencer, (4) Menggunakan KOL untuk menyampaikan Informasi. *Kedua*, segi *integreted* dengan pengintegrasian antara *Website* dan media sosial melalui pemasangan link di profil kedua kanal tersebut. Kemudian untuk pengintegrasian *Website* jepara.go.id dan corona.jepara.go.id melalui tampilan *thumbnail*. *Ketiga*, dari *targeted* menggunakan visual yang simpel, menarik, serta bahasa yang mudah dipahami, dan mengandung kata persuasi. *Keempat*, dari *measurable* belum ada evaluasi khusus yang rutin dan tersiapkan. Hambatan yang dialami adalah sebagian masyarakat belum melek teknologi. Oleh karena itu, untuk mengatasi hambatan, mereka menyebarkan informasi melalui kanal-kanal konvensional. Selain itu, pada lingkup update data Covid-19 implementasi *Cyber Public Relations* informasi publiknya berdasar teori Shel Hotlz yaitu *Pertama*, dilihat dari *strategic*, terdapat tiga strategi yaitu; (1) penyebaran dan pengembangan media center, (2)melakukan *Media Relations* dengan media-media online, (3) menggunakan KOL untuk menyampaikan Informasi. *Kedua*, segi *integreted* menggunakan sistem Application Programming Interface. *Ketiga*, segi *targeted* dengan menampilkan poster dan *Website* simpel dan sangat memperhatikan tata letak dalam penyajiannya. *Keempat*, segi *measurable* Engagement yang didapatkan tidak terlalu tinggi. Hambatan dari penyaji adalah *server down*. Untuk mengatasi hal

tersebut Dinas Komunikasi dan Informatika memiliki *Disaster Recover Plan* dan *Disaster Recovery Center* untuk mengurangi *server down* tersebut.

**Kata Kunci:** *Cyber Public Relations*, **Kualitas Informasi, Humas Pemerintah, Diskominfo Jepara.**

#### ABSTRACT

**Nihayah, Silvia Salma Ainun (2023). Implementation of Jepara Regency Government Cyber Public Relations in Improving the Quality of Public Information During the Pandemi. Communication Science Study Program, Faculty of Psychology and Socio-Cultural Sciences, Indonesian Islamic University.**

This research is motivated by the pandemi conditions which have caused fear and panic among the people because they threaten human health. In addition, during the pandemi, there was a lot of fake news circulating among the people of Jepara Regency, especially on the internet media. Given these problems, the role of government public relations is to provide quality public information in order to appeareas the public. Therefore the researcher wants to see how the Implementation of Cyber Public Relations of the Jepara Regency Government in Improving the Quality of Public Information During the Pandemi in the scope of Vaccination Policy, Health Protocols and Covid-19 Data Updates. This research method uses qualitative descriptive analysis, namely describing and explaining data that conducted by interviews, observation and documentation. The informants in this study were 5 staff members of the Communications Division and 1 staff member of the Information and Communications Office of the Jepara Regency Communication and Informatics Service. This study uses the theory of Shel Holtz (2002) states that the implementation of Cyber Public Relations includes Strategic, Integrated, Targeted, Measurable. The results of this study indicate that the implementation of Cyber Public Relations by the Government of Jepara on public information during a pandemi is seen in the scope of vaccination, health protocols, and Covid-19 data updates. In the scope of vaccination and health protocol implementation of Cyber Public Relations, public information is carried out by analysis using Shel Holtz theory. First, Strategic is carried out by (1) Deployment and development of media centers, (2) Conducting Media Relations with online media, (3) Collaborating with Influencers, (4) Using KOL to convey information. Second, Integrated with the integration between the website and social media through the installation of links on the profiles of the two channels. Then for the integration of the Jepara.go.id and corona.Jepara.go.id websites through the thumbnail view. Third, Targeted uses simple, attractive visuals, and easy to understand language, and contains words of persuasion. Fourth, Measurable does not have routine and archived special evaluations. The obstacle experienced is that some people are not technologically literate. Therefore, to overcome obstacles, they disseminate information through conventional channels. In addition, within the scope of the Covid-19 data update the implementation of Cyber Public Relations public information is based on Shel Hotlz theory, namely First, a strategy with three strategies (1) spreading and developing a media center, (2) conducting Media Relations with online media, (3) use KOL to convey Information. Second, Integrated uses the Application Programming Interface system. Third, Targeted by displaying simple posters and websites and paying great attention to the layout in their presentation. Fourth, the Measurable Engagement obtained is not too high. The bottleneck from the renderer is

server down. To overcome this, the Communication and Informatics Office has a Disaster recovery plan and a Disaster recovery center to reduce server downtime.

**Keywords: Cyber Public Relations, Information Quality, Government Public Relations, Diskominfo Jepara**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kehadiran teknologi mendorong perubahan aspek kehidupan termasuk juga pola komunikasi. Kemunculan internet semakin mempermudah manusia untuk mengakses informasi atau bahkan memproduksi informasi untuk khalayak. Di Indonesia sendiri, menurut laporan *We Are Social* pengguna internet sudah mencapai 204,7 juta jiwa per Januari 2022. Dari laporan ini juga menjelaskan bahwa jumlah kenaikan pengguna internet hanya 1,03% dari tahun sebelumnya dan tingkat penetrasi internetnya menyentuh angka 73,7% dari jumlah keseluruhan penduduk Indonesia. Masyarakat Indonesia berjumlah 277,3 juta jiwa pada Januari 2022 (Annur, 2022).

Adanya perkembangan teknologi ini telah mendorong perubahan pada aktivitas di bidang humas. Hal ini dibuktikan bahwa saat ini Humas sering menggunakan internet atau media baru dalam aktivitasnya. Kegiatan praktisi humas dengan menggunakan Internet seringkali disebut dengan istilah *Cyber Public Relations* atau *E-PR* (Onggo, 2004). Dengan adanya *Cyber Public Relations* ini lebih memudahkan humas untuk menjangkau khalayaknya karena internet bersifat fleksibel dan interaktif. Kegiatan *Cyber Public Relations* ini dapat mendobrak batasan juga penghalang sekaligus memudahkan praktisi humas untuk menyampaikan pesan atau informasi organisasi pada target yang mencakup publik internal maupun eksternal tanpa mengandalkan jurnalis media cetak atau elektronik (Darma & Suyanto, 2020). Oleh karena itulah, adanya *Cyber Public Relations* dapat dikatakan bila menunjukkan arah yang positif karena sejalan dengan kemajuan teknologi informasi di berbagai bidang.

Pada dasarnya humas memiliki peran penting dalam perusahaan, organisasi maupun instansi. Humas memiliki peran strategis dalam mengelola komunikasi internal dan eksternal lembaga (Maulana & Afifi, 2021). Humas merupakan kegiatan komunikasi yang dirancang untuk menumbuhkan kerjasama baik dengan eksternal atau khalayak dalam mendukung pencapaian tujuan yang direncanakan (Mulyadi, 2019). Adanya penggunaan internet yang tinggi menjadi tantangan tersendiri bagi praktisi humas karena memang sudah tidak dapat dihindarkan lagi. Maka dari itu, humas harus mampu menyesuaikan dirinya untuk mengikuti peradaban teknologi. Humas bukan hanya cakap keterampilan dalam komunikasi lisan atau tertulis tetapi juga harus memiliki

kemampuan interpersonal, analisis yang baik, serta keterampilan dalam menggunakan teknologi digital (Permatasari et al., 2021).

Adanya media baru mendorong kesadaran dalam penerapan *Cyber Public Relations* bukan hanya di dunia korporasi, tetapi juga lekat dengan institusi pemerintahan. Pemerintahan selalu dituntut agar dapat memberikan pelayanan publik yang efektif untuk khalayak. Humas pemerintahan memiliki peran dalam menjalankan kegiatan kebijakan serta pelayanan publik dengan cara mempermudah akses dan menyediakan informasi bagi masyarakat terkait kebijakan pemerintahan (Lubis, 2012). Adanya *Cyber Public Relations* menjadi cara yang efektif di masa sekarang untuk menyampaikan informasi terkait kebijakan publik, mensosialisasikan kebijakan pemerintah serta menjaga hubungan baik dengan berbagai pemangku kepentingan, sehingga tercipta citra dan opini publik yang baik (Sari, 2009).

Dunia diselimuti wabah Covid-19 yang sudah berlangsung hampir dua tahun lamanya, tidak terkecuali negara Indonesia. Adanya wabah Covid-19 ini mengakibatkan ketidakpastian karena berdampak negatif pada berbagai bidang sehingga memunculkan kepanikan di masyarakat (Arjadi:2021). Kondisi ini mengancam jutaan nyawa orang, sehingga merubah kebutuhan masyarakat terhadap informasi yaitu terkait cara menghadapi penyakit yang diharapkan dapat mencegah penularan penyakit dan kematian akibat penyakit tersebut (Rianto, Afifi, & Hariyanti, 2023). Bahkan publik pun cenderung mendesak pemerintahan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan terkait tindakan ataupun sikap pemerintah dalam menghadapi Covid-19 (birokesra.babelprov.go.id, 2020). Seperti halnya, bagaimana selanjutnya untuk menangani permasalahan ini? Apa yang harus kami lakukan? Bagaimana pemerintah bersikap selama masa pandemi dan lain sebagainya.

Banyak Pertanyaan-pertanyaan mengenai hal kebijakan pemerintah dan informasi lainnya di masa pandemi. Akan lebih baik jika masyarakat memiliki akses yang mudah, setidaknya akan meredakan kepanikan mereka. Sehingga, dalam mewujudkan keefektifan pelayanan informasi publik di masa pandemi humas pemerintahan dapat menggunakan aktivitas *Cyber Public Relations*. Hal ini dikarenakan aktivitas *Cyber Public Relations* bukan hanya mempermudah dalam aksesnya tetapi juga dapat langsung berinteraksi serta membuka dua arah komunikasi yang nantinya ketika ada keluhan dari masyarakat, Humas dapat meresponnya dengan cepat. Model

komunikasi yang menggunakan teknologi digital tentunya memerlukan kreativitas dalam memproduksi konten media digital dan membuat perencanaan untuk memproduksi dan mendistribusikan konten digital secara lebih ketat dan konsisten (Ghaisani & afifi, 2021). Sehingga sebagai seorang humas harus memiliki kreativitas dalam memproduksi informasi tersebut. Dengan begitu adanya penggunaan model komunikasi terbuka melalui praktik *Cyber Public Relations* ini dapat meningkatkan partisipasi publik dan meningkatkan kualitas pelayanan birokrasi publik (Sari, 2009).

Dalam praktik *Cyber Public Relations* sebenarnya humas tidak hanya memilih akan menggunakan media baru mana yang lebih efektif untuk publiknya tetapi juga memperhatikan kualitas informasi publik yang ia produksi. Kualitas informasi publik menjadi suatu hal yang dapat diukur. Hal ini dikarenakan adanya kaitan antara kualitas informasi yang disajikan dengan kebermanfaatannya yang akan dituai publik. Adapun Kualitas Informasi Menurut Wang & Strong (1996) dapat dilihat dari empat dimensi yaitu intrinsik, kontekstual, representasional, dan aksesibilitas. Apabila indikator yang telah diungkapkan tersebut telah terpenuhi maka informasi tersebut dapat dikatakan memiliki kualitas yang baik.

Pelayanan Informasi publik di masa pandemi membutuhkan perlakuan khusus karena antara komunikator dan komunikan sulit untuk bertemu langsung. Bahkan, Pemerintah Pusat sudah merilis Surat Edaran (SE) Nomor: 02 Tahun 2020 yang memuat adanya pedoman terkait pelayanan informasi di saat pandemi Covid-19, menyebutkan bahwa badan publik harus menyediakan informasi mengenai jenis penyakit, persebaran sumber penyakit, pencegahan, layanan kesehatan, penanganan jenazah pasien Covid-19, dan kebijakan lainnya selama pandemi. Penyampaian informasi mengenai Covid-19 diprioritaskan dan disebarluaskan secara berkala melalui basis internet (online) maupun media lainnya. Pedoman pelayanan informasi ini muncul akibat banyaknya hoax atau berita bohong yang beredar dan membuat masyarakat panik (Kominformasi, 2020).

Merujuk pada kegiatan *Cyber Public Relations*, penulis sudah melakukan pra penelitian yang menghasilkan bahwa Humas Kabupaten Jepara telah mengaplikasikan kegiatan tersebut melalui media sosial dan juga *Website* untuk media informasi publik. Adapun media sosial Humas Pemerintahan Kabupaten Jepara telah menggunakan Facebook, Instagram, Twitter, dan Youtube. Mereka cukup aktif mengunggah konten dan berinteraksi dengan para pengikutnya. Diantara empat

media sosial tersebut pemerintahan Kabupaten Jepara lebih aktif di Twitter dan Facebook hal ini dilihat dari aktivitas upload serta interaksi dengan pengguna lainnya. Hal yang menarik lagi di Twitter Pemerintahan Kabupaten Jepara telah terverifikasi atau centang biru. Hal menarik lainnya terdapat postingan di media sosial bahwa terdapat penyelenggaraan vaksinasi yang berhadiah motor dan hadiah lainnya untuk menarik minat vaksin. Ini menjadi menarik artinya Humas Pemerintahan Kabupaten cukup maju dalam menggunakan teknologi.

Selama masa pandemi Covid-19 di Kabupaten Jepara juga terdapat informasi palsu atau hoax yang membuat masyarakat bingung. Hoaks ini kebanyakan disebarakan melalui aplikasi chatting Whatsapp. Salah satu contohnya berita hoax mengenai protokol kesehatan yaitu, adanya informasi hoax terkait sidak masker pada 1-31 Desember dan menyebutkan apabila tidak memakai masker masyarakat harus menjalani rapid test atau swab di tempat. Dengan adanya hoaks ini Pemerintah Kabupaten Jepara mengklarifikasi melalui akun Instagram resmi @pemkabjepara bahwa informasi tersebut hoax karena tidak pernah menerbitkan hal tersebut. Tetapi, pemerintah Kabupaten Jepara menegaskan masyarakat harus tetap mematuhi protokol kesehatan (Suarjaya, 2020). Selain kasus hoax, Pemerintah Kabupaten Jepara juga pernah di kritik masyarakatnya terkait penyajian informasi data pasien positif Covid-19 dari Dinas Kesehatan Jawa tengah yang salah. Data ini sempat rilis di laman *Website* corona.jepara.go.id yang menyatakan terdapat dua pasien baru Covid-19 di Kecamatan Welahan Jepara. Pemerintah Kabupaten Jepara sudah mengklarifikasi apabila data yang diunggah sesuai surat dari Dinas Kesehatan Jawa tengah (Saputra, 2020). Adanya permasalahan-permasalahan seperti ini dapat ditinjau ulang oleh humas pemerintah Kabupaten Jepara agar tidak terulang kembali.

Pasalnya riset tentang implementasi *Cyber Public Relations* pada konteks komunikasi publik terkait informasi Covid-19 telah diteliti sebelumnya oleh beberapa peneliti. Pertama, riset yang dilakukan oleh Hidayat, Susilo, Monica, & Garcia dalam judul riset “*Handling Covid-19 in Sampang : Leadership and Local Elite Public Communication Strategy*” yang mengemukakan bahwa dimasa Covid-19 pemerintah Kabupaten Sampang melaksanakan *Cyber Public Relations* dengan menggunakan media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram. Selain itu, mereka pun menyediakan layanan informasi dalam *Website* dan grup Whatsapp. Cara ini dinilai efektif karena pemerintah Kabupaten sampang juga memberikan fasilitas internet di setiap Desa sehingga

peluang masyarakat mengikuti informasi yang disajikan secara online dapat tersampaikan. Kemudian, Damayanti & Ningsih dalam risetnya berjudul “ Digital Humas Pemerintah Dalam Menyampaikan Informasi Edukasi Pencegahan Covid-19 di Indonesia” menghasilkan pernyataan apabila penyebaran informasi terkait pencegahan Covid-19 yang dilakukan Kementerian Kesehatan, BUMN, Kemkominfo, dilakukan dengan mengimplementasikan *Cyber Public Relations*. Dapat dikatakan demikian, karena mereka gencar memproduksi konten terkait informasi tersebut dan dirilis di *Website* resmi dan akun Instagram resminya. Penelitian lainnya dilakukan oleh Pratiwi dan Dunan dengan judul “*Communication Strategy Of Government Public Relations Depok City In Managing Covid-19 Information During Pandemi On Instagram*” mengungkapkan bahwa penggunaan Instagram dalam menyebarkan informasi selama pandemi cukup efektif. Tetapi tetap terdapat tantangan tersendiri. Analisis yang digunakan riset ini adalah analisis SWOT. Dari aspek *Strangth* (kekuatan), adanya fasilitas komunikasi ini mendukung kerja Dinas Komunikasi dan Informatika dalam menjalankan tugasnya yang mencakup media massa hingga media baru. Ditinjau dari segi *Weakness*, Dinas Komunikasi dan Informatika kota Depok merasa masih kekurangan sumber daya manusia sehingga menghambat produksi konten informasi di media sosial. *Opportunities* (Peluang), Melihat banyaknya masyarakat Kota Depok yang menggunakan media sosial maka berpeluang akun pemerintahan Kota Depok mudah dikenal.. *Threats* (Ancaman), ancaman bisa munculnya infodemik atau bahkan provokasi akibat banyak akun Instagram yang menyebut kota depok dalam menyebarkan informasi.

Dari riset-riset yang dipaparkan diatas menunjukkan bahwa implementasi *Cyber Public Relations* dalam konteks komunikasi publik di masa pandemi lebih banyak memanfaatkan media sosial dan *Website*. Mereka mengungkapkan penggunaan media tersebut efektif dalam menyalurkan informasi. Tetapi jika ditinjau Kembali riset mereka belum ada yang membahas bagaimana penyajian kualitas informasi yang dilakukan selama pandemi. Maka dari itu, penelitian kali ini menawarkan kebaruan di sisi tersebut. Selain itu, pada penelitian kali ini akan menjelaskan konsep *Cyber Public Relations* melalui pandangan (Shel Holtz, 2002) yaitu dimulai dari *strategic, integrated, targeted, and measurable*. Kemudian, tentunya objek yang digunakan dalam penelitian ini belum pernah ada sebelumnya yaitu Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara. Peneliti memilih Kabupaten Jepara sebagai objek penelitian karena menurut letak geografisnya

memiliki jarak yang jauh dengan pusat pemerintahan provinsi. Hal ini memunculkan mungkin menjadi faktor adanya permasalahan komunikasi yang ada di Jepara.

Dengan pemaparan diatas masalah yang diangkat, Humas berperan besar dalam hal ini untuk menenangkan publik. Maka dari itu, penelitian ini berfokus bagaimana implementasi konsep *Cyber Public Relations* Pemerintah Kabupaten Jepara dalam menyajikan informasi yang berkualitas di masa pandemi terkait kebijakan vaksinasi, protokol kesehatan, dan update data Covid-19. Tujuannya agar memenuhi keinginan masyarakat dalam keterbukaan dan kemudahan akses informasi publik. Keinginan penelitian mengenai kualitas informasi publik dikarenakan mengingat kebutuhan informasi publik bukan semata-mata hanya keterbukaan. Pasalnya mereka juga menginginkan kualitas informasi yang baik dan dapat dipercaya.

Penelitian perlu dilakukan untuk memahami sejauh mana Implementasi *Cyber Public Relations* Pemerintahan Kabupaten Jepara dalam Meningkatkan Kualitas Informasi Publik Di Masa Pandemi. Kemudian, penelitian ini menjadi penting sebagai sarana pengetahuan wilayah lain di Indonesia mengenai praktek *Cyber Public Relations* dan kualitas informasi publik masyarakat Kabupaten Jepara di masa pandemi.

## **B. Perumusan Masalah**

Selama masa pandemi masyarakat menuntut dan menunggu bagaimana kebijakan yang akan dikeluarkan untuk menyikapi kondisi tersebut. Dengan adanya kondisi tersebut pemerintah memang harus segera mengambil kebijakan untuk menenangkan masyarakat. Di Kabupaten Jepara selama masa pandemi Covid-19 juga beredar adanya berita palsu atau berita hoax seperti halnya hoax mengenai protokol kesehatan. Berita hoax ini mengakibatkan sebagian masyarakat Kabupaten Jepara merasa panik dan tidak nyaman. Selain itu pula, terdapat permasalahan yang muncul di Kabupaten Jepara selama pandemi yaitu informasi jumlah pasien Covid-19 yang tercantum *Website* Kabupaten berbeda dengan data *Website* provinsi. Dengan adanya permasalahan tersebut disinilah Humas pemerintah berperan menyediakan informasi yang mudah diakses untuk masyarakat agar menenangkan masyarakat. Maka dari itu fokus dari penelitian ini dengan melihat adanya kondisi yang tidak seperti biasanya, peneliti ingin mengetahui implementasikan *Cyber Public Relations* dalam menyuarakan kebijakan-kebijakan yang telah

dikeluarkan pemerintah seperti melakukan vaksinasi, protokol kesehatan, dan informasi terkait data penyebaran virus.

Dimasa yang tidak bisa menentu ini, Humas pemerintah harus hati-hati dalam mengkomunikasikan informasi maupun kebijakan-kebijakan agar tidak terjadi membuat bingung masyarakatnya. Dengan inilah, Humas pemerintahan Kabupaten Jepara juga harus bisa meningkatkan kualitas informasi selama masa pandemi agar masyarakat bisa patuh pada kebijakan pemerintah yang telah ditetapkan untuk menekan virus Covid-19.

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, melihat praktek *Cyber Public Relations* Kabupaten Jepara ketika menyediakan informasi untuk masyarakatnya melalui *Website* dan media sosial yang dikelola oleh Humas pemerintahan yaitu di dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara. Maka Penelitian ini akan menggunakan subjek Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara.

Kemudian seperti halnya permasalahannya yang telah dijelaskan sebelumnya maka Rumusan Masalah ini adalah:

1. Bagaimana Implementasi *Cyber Public Relations* Pemerintahan Kabupaten Jepara dalam meningkatkan kualitas informasi publik terkait update data penyebaran virus Covid-19 di masa pandemi?
2. Bagaimana Implementasi *Cyber Public Relations* Pemerintahan Kabupaten Jepara dalam meningkatkan kualitas informasi publik terkait kebijakan protokol kesehatan di masa pandemi?
3. Bagaimana Implementasi *Cyber Public Relations* Pemerintahan Kabupaten Jepara dalam meningkatkan kualitas informasi publik terkait kebijakan vaksinasi di masa pandemi?

### **C. Tujuan Penelitian**

Dalam penelitian implementasi *Cyber Public Relations* Pemerintah Kabupaten Jepara dalam Meningkatkan Kualitas Informasi Di Masa Pandemi ini bertujuan untuk :

1. Mendeskripsikan implementasi *Cyber Public Relations* Pemerintahan Kabupaten Jepara dalam meningkatkan kualitas informasi publik terkait update data penyebaran Covid-19 di masa pandemi
2. Mendeskripsikan implementasi *Cyber Public Relations* Pemerintahan Kabupaten Jepara dalam meningkatkan kualitas informasi publik terkait kebijakan protokol kesehatan di masa pandemi
3. Mendeskripsikan implementasi *Cyber Public Relations* Pemerintahan Kabupaten Jepara dalam meningkatkan kualitas informasi publik terkait kebijakan vaksinasi di masa pandemi

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbang pemikiran juga alternatif bagi disiplin ilmu komunikasi serta dapat menjadi masukan maupun perbandingan bagi peneliti lain yang akan meneliti tema sejenis, atau bahkan penelitian yang lebih luas. Harapannya penelitian ini dapat membantu dalam memperkaya teoritik mengenai implementasi *Cyber Public Relations* serta penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai penerapan *Cyber Public Relations* Pemerintahan Kabupaten Jepara dalam meningkatkan kualitas informasi publik di masa pandemi

##### **2. Manfaat Praktis**

Harapannya dapat dijadikan rekomendasi untuk Pemerintah Kabupaten Jepara dalam mengimplementasikan *Cyber Public Relations*. Melalui penelitian ini, diharapkan masyarakat pada umumnya dapat mengetahui sejauh mana praktek *Cyber Public Relations* yang telah dilakukan pemerintah Kabupaten Jepara dalam upaya penyajian informasi publik.

#### **E. Penelitian Terdahulu**

Beberapa penelitian sebelumnya terkait penelitian ini antara lain, Penelitian *Cyber Public Relations* di era Covid-19 juga pernah dilakukan oleh Novita Damayanti dan Cakra Ningsih dengan judul “Digital Humas Pemerintah Dalam Menyampaikan Informasi Edukasi Pencegahan Covid-19 di Indonesia “. Penelitian ini membahas tentang bagaimana sosialisasi digital Humas pencegahan Covid-19 yang dilakukan oleh Lembaga Kementerian Kesehatan, Kementerian Komunikasi dan Informatika, Dan BUMN Indonesia. Penelitian tersebut menggunakan paradigma konstruktivis dan

metode kualitatif. Sumber utama penelitian ini berasal dari hasil wawancara mendalam dan observasi. Penelitian tersebut menghasil kesimpulan, adanya praktik digital Humas Kementerian Kesehatan Indonesia berupa penyebaran pesan mengenai edukasi pencegahan Covid-19 melalui *Website* kemenkes.go.id. Kemudian praktik digital Humas yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika berupa edukasi pencegahan Covid-19 serta pengendalian hoax melalui *Website* kemkominfo.go.id dan media online seperti Instagram. Begitupun juga BUMN yang ikut serta dalam sosialisasi pencegahan Covid-19 pada masyarakat melalui *Website* resmi dan media online yang dimilikinya (Damayanti & Ningsih, 2020).

Adapun kemiripan dengan penelitian yang akan dilakukan:

1. Penggunaan metode yaitu kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dan interpretif
2. Konteks kondisi yang sama yaitu di masa pandemi Covid-19 dan memiliki tema berkaitan dengan *Cyber Public Relations*

Disimilaritas penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan :

1. Objek penelitian secara umum di tingkat kementerian Indonesia. Sedangkan penelitian ini dilakukan di skala lokalitas.
2. Fokus penelitian, penelitian terdahulu yang membahas 3 lembaga kementerian tersebut tidak dianalisis semua dengan 7 C. Penelitian ini bukan hanya ingin menyampaikan bagaimana implementasi *Cyber Public Relations* tetapi juga mengungkapkan kualitas informasi yang disajikan oleh pemerintah Jepara.

Penelitian yang dilakukan oleh Endik Hidayat, Daniel Susilo, Erica Monica. Dan Garcia dengan judul “ *Handling Covid-19 in Sampang : Leadership and Local Elite Public Communication Strategy*” . Penelitian ini membahas strategi komunikasi terkait pasca kemunculan Covid-19 dan penularan semakin cepat kemudian banyak kebijakan yang diturunkan hingga daerah Sampang dapat mempertahankan rendahnya kasus Covid-19 serta status zona hijau nyanya. Metode yang digunakan adalah kualitatif, studi kasus sepuluh Desa di Kabupaten Sampang Provinsi Jawa Timur. Adapun pengambilan data primer dilakukan dengan observasi, wawancara mendalam individu diskusi kelompok terfokus (FGD). Kemudian data sekunder diperoleh dari

berita tentang Covid-19 Sampang di media online, dokumentasi, dan studi literatur. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa selama masa pandemi Covid-19 Bupati dan Kepala Desa secara tanggap menggunakan berbagai saluran komunikasi untuk mempertahankan status zona hijau. Dengan menggunakan saluran komunikasi berbasis internet yang merupakan bentuk praktik dari *Cyber Public Relations*. Pemerintah Kabupaten Sampang menggunakan *Website Covid-19.sampang.go.id*. untuk untuk memantau perkembangan wabah Covid-19 di sampang tujuannya agar masyarakat tidak mengunjungi Desa yang berada di zona merah dan pemerintah Desa dapat bekerja lebih keras agar bisa menekan penyebaran. Selain itu, Pemerintah Kabupaten sampang juga memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram yang dikelola oleh Humas pemerintah yaitu Dinas Komunikasi dan Informatika dengan menyebarkan informasi terkait Covid-19 berupa poster maupun infografis. Kemudian, di lini komunikasi pemerintah Desa, Kepala Desa menggunakan sistem blusukan pendekatan individu pada warganya dan juga menyediakan pusat informasi berbentuk Whatsapp grup. Untuk memudahkan dan menjadikan strategi tersebut lebih efektif pemerintah Kabupaten Sampang juga memberikan akses internet gratis untuk masyarakatnya dengan kecepatan internet yang cukup stabil. Penelitian ini juga menemukan apabila terdapat hubungan antara teori spiral of silence dengan opini publik. Dalam konteks Desa Sampang, Tindakan individu yang tidak sesuai dengan dengan opini publik dapat menimbulkan sanksi hingga isolasi sosial (Hidayat et al., 2021).

Adapun kemiripan dengan penelitian yang akan dilakukan:

1. Penggunaan metode yang sama yaitu kualitatif dengan paradigma konstruktivisme atau interpretif
2. Konteks kondisi yang sama yaitu di masa pandemi Covid-19 dan memiliki tema berkaitan dengan *Cyber Public Relations*

Disimilaritas penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan :

1. Perbedaan objek penelitian kali ini menggunakan Kabupaten Jepara dan penelitian dahulu menggunakan objek Kabupaten sampang.
2. Fokus penelitian, penelitian dahulu hanya membahas tentang bagaimana implementasi *Cyber Public Relations*. Sedangkan, penelitian saat ini bukan hanya

membahas implementasi *Cyber Public Relations* tetapi juga membahas bagaimana kualitas informasi yang disajikan oleh pemerintah Jepara.

Penelitian terkait tema *Cyber Public Relations* juga pernah dilakukan oleh Desna Aryana Pratiwi dan Amri Dunan dengan judul “*Communication Strategy Of Government Public Relations Depok City In Managing Covid-19 Information During Pandemi On Instagram*”. Riset ini menelaah tentang strategi komunikasi Humas Pemerintahan Kota Depok ketika mengelola informasi Covid-19 selama masa pandemi di Instagram dengan analisis SWOT serta teori Ekologi Media. Adapun hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa adanya pemanfaatan media Instagram oleh Humas Kota Depok untuk pemberian informasi Covid-19 melalui konten yang di upload di Instagram @pemkotdepok. Dalam proses penelitian, peneliti menemukan adanya hubungan teori ekologi media dengan pembuatan strategi komunikasi Instagram @pemkotdepok oleh Dinas Komunikasi dan Informatika. Hal ini dibuktikan adanya penggunaan media sosial berupa Instagram yang telah di terapkan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Depok sebagai layanan informasi yang paling efektif pada masyarakat dalam menginformasikan Covid-19 dan adanya pandangan masyarakat serta penggunaan teknologi untuk kehidupan sehari-hari selama pandemi. Analisis SWOT pada strategi komunikasi Humas dalam menyikapi informasi Covid-19 -19, jika dilihat dari aspek *Strength* (kekuatan), adanya fasilitas komunikasi ini mendukung kerja Dinas Komunikasi dan Informatika dalam menjalankan tugasnya yang mencakup media massa hingga media baru. Ditinjau dari segi *Weakness*, Dinas Komunikasi dan Informatika kota Depok merasa masih kekurangan sumber daya manusia sehingga menghambat produksi konten informasi di media sosial. *Opportunities* (Peluang), Melihat banyaknya masyarakat Kota Depok yang menggunakan media sosial maka berpeluang akun pemerintahan kota depok mudah dikenal.. *Threats* (Ancaman), ancaman bisa munculnya infodemik atau bahkan provokasi akibat banyak akun Instagram yang menyebut kota depok dalam menyebarkan informasi (Pratiwi & Dunan, 2021).

Adapun kemiripan dengan penelitian yang akan dilakukan:

1. Penggunaan metode yang sama yaitu kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dan interpretif

2. Konteks kondisi yang sama yaitu di masa pandemi Covid-19 dan memiliki tema berkaitan dengan *Cyber Public Relations*
3. Konteks objek penelitian memiliki ruang lingkup yang mirip yaitu dalam lingkup lokalitas

Disimilaritas penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan :

1. Objek penelitian, Perbedaan objek penelitian kali ini menggunakan Kabupaten Jepara dan penelitian dahulu menggunakan objek Kabupaten depok .
2. Fokus penelitian penelitian terdahulu hanya berfokus ada satu media saja. Sedangkan penelitian ini mencakup implementasi *Cyber Public Relations* secara komprehensif.

Penelitian mengenai *Cyber Public Relations* juga pernah dilakukan oleh Aditya Ilham Gunawan, Yustikasari, Aat Ruchiat Nugraha dengan judul “ Implementasi *Cyber Public Relations* Pemerintah Kota Cimahi Sebagai Media Informasi Publik Mengenai Pandemi Covid-19 Dalam Mendukung E-Government”. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif. Pengambilan data primer dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi (non partisipan), dan dokumentasi. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan apabila supaya terciptanya *e-governance* maka Pemerintah Kota Cimahi telah menyebarkan informasi publik mengenai pandemi Covid-19 melalui *Website* PICC [ewww.Covid-1919.cimahikota.go.id](http://www.Covid-1919.cimahikota.go.id) dan media sosial Instagram @cimahikota. Jika dilihat dari segi *transparency*, Pemerintah Kota Cimahi memiliki *Website* dan media sosial untuk menyebarkan informasi setiap dinas, kemudian dijadikan menjadi satu link di *Website* resmi Kota Cimahi, Setiap hari sekali terdapat update konten meskipun tidak real time. Jika dilihat dari *Internet Porosity*, adanya kemudahan dalam menggunakan internet memudahkan masyarakat mencari berita atau informasi yang diinginkan mengenai Covid-19 melalui internet. Oleh karena itu, pemerintah Kota Cimahi juga mengalami kebocoran data atau transparansi tidak sengaja. Pada tahap *As An Agent*, pemerintah kota cimahi lebih mengutamakan penggunaan media online dibanding media cetak untuk penyebaran informasi dengan menggunakan strategi *packaging content* terkait agenda walikota hingga informasi Covid-19 maupun kebijakan-kebijakan lainnya. Kini, pemerintah kota juga telah memiliki programmer sendiri sehingga mendukung perkembangan *Website* PICC dari segi tools hingga kontennya. Kemudian, pada tahap

*Richness in content*, pemerintah kota Cimahi bukan hanya memiliki *Website* tetapi juga media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Youtube. Namun yang aktif hingga saat ini hanya *Website* dan media Instagram. Selain itu, mereka juga memiliki influencer seperti pejabat yang menyampaikan informasi. Adapun kontennya sendiri dinilai sudah cukup memiliki kekayaan mulai dari teks, gambar, maupun video. Tetapi, proses komunikasi masih berjalan satu arah karena tidak ada fitur kolom komentar di *Website*. Kemudian jika dilihat dari sisi Reach, pemerintah kota cimahi juga telah menggunakan *search engine optimization* (SEO) dan juga menggunakan *hyperlink* pada *Website* PICC yang saling terintegrasi ke semua *Website* atau aplikasi yang telah dibuat pemerintah Kota Cimahi yang Bernama Smart City. Pemerintah Kota juga selalu menyebar kan survey kepuasan pelayanan publik pada masyarakatnya di setiap akhir tahun untuk mengukur keberhasilan pelayanan yang diberikan (Aditya Ilham Gunawan, Yustikasari, 2022).

Adapun kemiripan dengan penelitian yang akan dilakukan:

1. Kesamaan dalam penggunaan metode yaitu kualitatif dengan paradigma konstruktivisme atau interpretif
2. Konteks kondisi yang sama yaitu di masa pandemi Covid-19 dan memiliki tema berkaitan dengan *Cyber Public Relations*
3. Konteks objek penelitian memiliki ruang lingkup yang mirip yaitu dalam lingkup lokalitas

Disimilaritas penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan :

1. Objek penelitian, Perbedaan objek penelitian kali ini menggunakan Kabupaten Jepara dan penelitian dahulu menggunakan objek Kabupaten Cimahi .
2. Fokus penelitian, penelitian terdahulu berfokus pada implementasi *Cyber Public Relations* dalam rangka *e-government*. Sedangkan dalam penelitian ini akan berfokus penerapan aktivitas *Cyber Public Relations* dalam meningkatkan kualitas informasi.

Adapun poin perbedaan dan sisi keterbaruan penelitian dengan penelitian terdahulu yang telah diungkapkan diatas yakni penelitian ini berfokus implementasi *Cyber Public Relations* Pemerintah Kota Jepara dalam meningkatkan kualitas informasi pada publik. Kualitas informasi yang

dimaksudkan dalam penelitian ini berkaitan dengan kebijakan-kebijakan yang telah dikeluarkan pemerintah selama masa pandemi Covid-19 meliputi himbauan melakukan vaksinasi, protokol Kesehatan, dan informasi terkait Covid-19 meliputi informasi penambahan pasien. Penelitian ini juga berfokus pada objeknya yaitu Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara selaku pengelola informasi publik.

## **F. KERANGKA TEORI**

### **1. *Cyber Public Relations***

*Cyber Public Relations* atau E-PR merupakan inisiatif *Public Relations* (PR) dalam memanfaatkan internet untuk kepentingan publisitas. Hal ini karena adanya perkembangan teknologi yang tidak dapat dihindari sehingga PR harus dapat menyesuaikan diri. Dengan adanya penggunaan media online atau internet bagi PR juga menentukan baik buruknya reputasi perusahaan di mata masyarakat. Dengan adanya E-PR, praktisi dapat melewati batas-batas penghalang serta dapat langsung menyampaikan informasi atau pesan pada publiknya. Bukan hanya itu saja, melalui kegiatan E-PR, para praktisi dapat memanfaatkan potensi-potensi besar yang ada seperti halnya; 1) Komunikasi konstan, hal ini karena internet dapat digunakan setiap hari dan setiap waktu selama 24/7 dengan potensi target publik yang ada di seluruh dunia. 2) Response Cepat, adanya internet dapat membantu praktisi PR untuk merespons permasalahan atau pertanyaan para prospek maupun pelanggan secara cepat. 3) Pasar Global, Adanya internet telah menjadi pendobrak batasan pintu geografis. Sehingga, Ketika kita telah menggunakan internet dapat langsung berkomunikasi dengan orang-orang dari negara manapun. 4) Interaktif, internet dapat menciptakan interaksi secara langsung meskipun tidak bertemu secara langsung. Dapat dilihat dari *feedback* di media online dari pengunjung situs (Onggo, 2004)

Adanya penggunaan internet pada aktivitas PR merupakan bentuk dari pengembangan media publik. Awalnya jika secara konvensional lebih menggunakan media seperti koran, radio, televisi yang sifatnya *one to many Relations*. Tetapi kini dengan adanya kegiatan *Cyber Public Relations* justru malah lebih terbuka karena hal ini bersifat *one to one communication* sehingga dapat lebih interaktif (Yazid, 2015). *One to one communication* yang dimaksud disini adalah komunikasi antara individu dengan individu lainnya. Namun, dalam konteks *Cyber Public Relations* tentunya praktik *One to one communication* ini dilakukan secara online atau menggunakan internet. Selain

melakukan *one to one communication*, PR juga dapat melakukan beberapa aktivitas melalui media internet seperti berikut ini:

a) Publikasi

Dengan adanya internet, PR bisa melakukan publikasi produk maupun karya-karyanya yang masih berhubungan dalam lingkup tempatnya bekerja.

b) *Media Relations*

Menjaga hubungan dengan media juga penting meskipun di era digital. Adanya internet justru memudahkan dan mempermudah PR untuk menjalin hubungan dengan media.

c) Mencari Informasi yang Up to date

Adanya internet, PR dapat melakukan aktivitas mencari informasi-informasi terkini. Hal ini dikarenakan adanya kemudahan untuk mengakses internet serta banyaknya informasi yang tersedia di dalamnya. Bahkan, dalam mesin pencarian internet seperti google menyediakan informasi yang telah lampau hingga informasi yang up to date atau terkini (Darmastuti, 2007).

Aktivitas-aktivitas yang telah disebutkan diatas dalam implementasi *Cyber Public Relations* dapat dilakukan melalui 1) e-mail, 2) chat, 3) media sosial 4) news group 5)www (world wide web), 6) news letter (Yazid, 2015) . Kemudian, dalam pengimplementasian *Cyber Public Relations* menurut Shel Holtz (2002) harus terdapat karakteristik *Cyber Public Relations* yaitu meliputi :

1. *Strategic*, merupakan cara bagaimana *Public Relations* dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap hasil bisnis perusahaan. Praktisi *Public Relations* dapat mendesign perencanaan komunikasi yang tepat untuk mencapai tujuan perusahaan.
2. *Integrated*, merupakan cara bagaimana *Public Relations* mengintegrasikan internet sebagai alat bantu untuk penyebaran informasi ke publiknya. Adanya pengintegrasian media internet sebagai perencanaan komunikasi perusahaan agar dapat menyebarkan informasi secara menyeluruh dan sampai kepada target sasaran.
3. *Targeted*, merupakan cara *Public Relations* agar dalam penggunaan internet dapat mendapatkan perhatian publik sesuai yang diinginkannya.

4. *Measurable*, merupakan adanya strategi yang sudah dirancang seorang *Public Relations* harus dapat diukur efektivitasnya. Pengukuran praktik *Cyber Public Relations* dapat dilihat dari bagaimana *engagement* media atau *feedback* dari publik itu sendiri.

Karakteristik yang telah disebutkan diatas perlu diperhatikan oleh praktisi *Public Relations* dalam mengimplementasikan konsep *Cyber Public Relations*. Kehadiran konsep ini menjadi keuntungan tersendiri bagi perusahaan atau instansi, termasuk instansi pemerintahan. Peneliti menggunakan teori ini sebagai teori utama guna mengupas implementasi *Cyber Public Relations* yang dilakukan oleh Pemerintahan Kabupaten Jepara melalui Dinas Komunikasi dan Informatika. Peneliti menggunakan teori ini karena dapat membantu dalam memaparkan dan mendeskripsikan implementasi *Cyber Public Relations* selama masa pandemi. Sehingga, peneliti memilih teori ini sebagai pisau analisis.

## **2. Government Public Relations (Humas Pemerintahan)**

Humas dalam ranah instansi pemerintahan sangat penting. *Government Public Relations* (GPR) atau Humas Pemerintah, memiliki tugas untuk menjalankan praktik komunikasi ke Humasan dan fungsi sebagai penghubung antara institusi dengan publik agar dapat menciptakan reputasi positif pada institusinya (Waluyo & Djaffar, 2020). Hal ini sejalan dengan pendapat Lubis (2012) bahwa Humas Pemerintahan memiliki fungsi dan tugas dasar untuk membantu program Pemerintahan agar dapat tercapai, meningkatkan responsif Pemerintah dan juga memberikan informasi publik yang cukup. Sehingga, dalam hal ini Humas Pemerintahan sangat berperan aktif dalam menjaga hubungan instansi dengan publik. Maka dari itu, sudah semestinya Humas Pemerintah mampu memberi pelayanan informasi terkait program ataupun kebijakan Pemerintah yang mudah dipahami serta memuaskan untuk publiknya. Semakin instansi bersifat terbuka dan pelayanan informasinya baik maka akan berpengaruh pula pada reputasi instansi Pemerintahan tersebut.

Tujuan dari adanya *Government Public Relations* (GPR) untuk mewujudkan terciptanya organisasi Pemerintah yang efektif, melalui komunikasi strategis yang dijalankan oleh Humas Pemerintah. GPR strategis adalah yang mampu mengidentifikasi publik strategis dan berusaha untuk meningkatkan pemahaman bersama dan mengurangi konflik di dalamnya (Waluyo & Djaffar, 2020). Selain itu, adanya Praktik GPR ini berfungsi yang berfokus pada bentuk *Public*

*service* atau *Public utilities* untuk melayani masyarakat. Dengan landasan tersebut maka tugas pokok dari Government Public Relations menurut Darmastuti (2007) meliputi :

- 1) Memastikan kebijakan dan rencana kerja pemerintah yang diwakilinya.
- 2) Menyediakan pelayanan dan menyebarluaskan informasi terkait kebijakan serta mensosialisasikannya.
- 3) Menjadi komunikator juga mediator yang aktif dalam mengkomunikasikan kepentingan instansi pemerintah dan masyarakat
- 4) Berperan aktif dalam menciptakan suasana yang kondusif dan dinamis untuk memastikan stabilitas dan perencanaan jangka panjang maupun pendek.

### **3. Kualitas Informasi Publik**

Informasi menurut Jogiyanto dalam (Damanik & Purwaningsih, 2017) berpendapat bahwa informasi adalah data yang telah diolah hingga menjadi bentuk rangkaian kata atau ucapan lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya. Kualitas informasi publik juga menjadi suatu hal yang dapat diukur. Hal ini dikarenakan adanya kaitan antara kualitas informasi yang disajikan dengan kebermanfaatan yang akan dituai publik. Adapun dimensi Kualitas Informasi Menurut Wang & Strong (1996) dapat diukur dari empat kategori yaitu;

#### 1. Intrinsik

Dalam kategori ini maksudnya kualitas informasi dapat dilihat dari aspek kebenaran data, objektivitas data, informasi yang dapat dipercaya, dan juga sumber atau data memiliki reputasi.

#### 2. Kontekstual,

Dalam kategori ini maksudnya kualitas informasi dapat dilihat dari aspek relevansi yang merujuk pada informasi menarik, kebermanfaatan informasi, kebaruan informasi, kelengkapan dan kedalaman data, serta jumlah informasi.

#### 3. Representasional

Dalam kategori ini maksudnya kualitas informasi dapat dilihat dari aspek penggunaan bahasa yaitu meliputi kejelasan bahasa, mudah dipahami, sajian data

yang baik dan *to the point*, serta dilihat dari segi konsistensi format penyajian informasi.

#### 4. Aksesibilitas.

Dalam kategori ini maksudnya kualitas informasi dapat dilihat dari aspek kemudahan akses serta keamanan yang diberikan penyedia informasi pada penggunaannya.

Adanya empat dimensi tersebut dapat menjadi acuan penyedia informasi termasuk instansi pemerintah yang memang targetnya adalah masyarakat. Masyarakat selalu mengharapkan informasi yang diberikan pemerintah adalah informasi yang berkualitas. Dengan adanya hal ini, peneliti juga menggunakan teori ini dengan indikator empat dimensi yang diungkapkan oleh Wang dan Strong untuk mendeskripsikan bagaimana penyajian informasi publik yang berkualitas dari pihak Pemerintah Kabupaten Jepara.

### **4.Komunikasi Strategis**

Seorang *Public Relations* harus dapat merumuskan komunikasi yang strategis agar dalam program komunikasinya bisa efektif pada sasaran dan tujuannya. Komunikasi strategis dapat diartikan sebagai kampanye komunikasi yang memang direncanakan secara sengaja oleh pihak organisasi. Seperti halnya, pendapat Holtz (2002) mengungkapkan, *Public Relations* strategis merupakan aktivitas *Public Relations* yang melalui perencanaan terlebih dahulu agar dapat mempengaruhi hasil bisnis yang konsisten dengan tujuan perusahaan. Terdapat beberapa tahap perencanaan komunikasi strategis menurut Holtz (2002) yakni

1. *The Goals*, di tahap awal ini sebelum menentukan taktik harus menetapkan tujuan apa yang ingin dicapai. Dalam tujuan perencanaan komunikasi maksudnya adalah bagaimana hasil yang ingin dicapai oleh organisasi maupun perusahaan.
2. *Strategies*, dalam tahap ini seorang *Public Relations* dapat mulai menentukan taktik atau bagaimana cara yang harus dilakukan organisasi untuk mencapai tujuan tersebut.
3. *Objectives*, tahap ini adalah penentuan secara objektif yang dapat diukur agar dapat melengkapi strategi. Objektif merupakan indikator yang spesifik juga terukur untuk melihat apakah suatu goals tercapai atau tidak. Ia pun juga menggolongkan objektif

menjadi beberapa kategori yaitu jangka waktu (jangka pendek maupun jangka Panjang) dan hasil akhir (*informational, motivational, dan statutory*)

Dalam pelaksanaan strategi Public Relations dalam berkomunikasi terdapat tujuh hal yang harus diperhatikan menurut Cutlip, Center, dan Broom yang biasanya disebut dengan istilah 7 Cs *Public Relations Communication* yang meliputi :

- *Credibility*, penilaian kepercayaan masyarakat terhadap pihak komunikator
- *Context*, faktor penghubung isi informasi dengan realitas lingkungan
- *Content*, makna yang terkandung dalam informasi dan dapat dipahami oleh komunikan
- *Clarity*, dilihat dari kejelasan serta kesederhanaan penyajian dalam pesan
- *Continuity dan Consistency*, dilihat dari apakah ada unsur konflik atau ketidaksesuaian dalam pesan
- *Channels*, pemilihan atau pemilihan saluran yang tepat untuk target audiens
- *Capability*, faktor kemampuan untuk memberikan penjelasan (Cutlip,dkk:2011).

## **5. Komunikasi Krisis**

Krisis merupakan suatu keadaan yang dapat menimbulkan dampak negatif pada organisasi. Keadaan krisis dapat terjadi kapanpun karena keadaan krisis merupakan peristiwa yang tidak terduga. Keadaan krisis ini dapat mengancam kepentingan para pemangku kepentingan serta bisa memberi dampak negatif yang besar pada organisasi. Kondisi krisis dapat berupa masalah kesehatan, keselamatan, lingkungan, dan ekonomi (W.Timothy Coombs, 2014). Ketika Covid-19 melanda Indonesia dan ditetapkan sebagai status pandemi dapat dikatakan sebagai kondisi krisis berupa kesehatan. Dapat dikatakan demikian karena pandemi Covid-19 berdampak besar di berbagai sektor serta menyebabkan ketidakpastian di suatu wilayah. Dalam situasi krisis ini pemerintah memiliki tanggung jawab untuk mengatasi keadaan ini serta melakukan komunikasi kepada publik agar tidak panik.

Secara khusus, komunikasi menjadi prasyarat untuk membangun kepercayaan yang harus segera dipulihkan dalam situasi krisis (Afifi & Hariyanti, 2021). Komunikasi krisis adalah dialog strategis yang dirancang untuk meminimalisir kerusakan citra organisasi ketika di situasi krisis (Fearn-Banks, 2011). Komunikasi krisis berupa rangkaian cara-cara organisasi dalam mengelola

situasi krisis dengan tujuan agar dapat menyelesaikan masalah yang muncul dan mengancam reputasi organisasi. Dalam konteks pandemi Covid-19 penyampaian informasi atau melakukan komunikasi di masa krisis *Public Relations* harus lebih teliti dan berhati-hati. Sehingga, *Public Relations* harus bisa memilih komunikasi yang efektif agar tersampaikan oleh publiknya. Menurut Seeger (2020) terdapat lima kunci utama dalam komunikasi yang efektif di masa pandemi Covid-19 yaitu meliputi

1. Menggunakan sumber informasi terpercaya
2. Mengutamakan aspek jujur dan terbuka dalam menyampaikan informasi untuk mengurangi berita hoax
3. Komunikasi dilakukan untuk tujuan mempersuasi orang dalam mengambil Tindakan agar mengurangi resiko atau mitigasi
4. Disusun berdasarkan pendapat para ahli
5. Pesan disampaikan terhadap publik bersifat konsisten

Saat krisis terjadi juga dapat ditangani dengan manajemen krisis. Menurut Coombs (2014) penanganan dengan manajemen krisis dibagi menjadi tiga tahapan yaitu :

1. Pre-crisis

Pada tahapan pre-crisis biasanya sudah mulai terdapat tanda-tanda kemunculan krisis. *Public relations* dapat mulai menyiapkan pencegahan untuk menghalangi terjadinya krisis

2. Crisis Events

Pada tahap ini krisis sudah terjadi, organisasi harus dapat mengenal situasi lebih dalam agar dapat merespons situasi krisis yang terjadi. Biasanya dalam tahap ini organisasi melakukan koordinasi perencanaan dan tindak lanjut terhadap krisis.

3. Post Crisis

Pada tahap ini biasanya situasi krisis sudah mulai mereda dan menunjukkan tanda-tanda selesai. Hal yang dilakukan pada tahap ini, organisasi dapat lebih mempersiapkan strategi untuk menghadapi krisis. Kemudian, organisasi juga harus memastikan stakeholder agar tetap memiliki kesan positif terhadap manajemen organisasi. Setelah itu organisasi juga bisa melakukan evaluasi manajemen krisis yang telah dilakukan.

Saat krisis terjadi, Strategi komunikasi krisis penting dijalankan oleh Public Relations perusahaan dengan mengelola berbagai situasi yang dihadapi (Puspitasari & Afifi, 2022). Pemerintah juga dapat menggunakan strategi SMCR dari Berlo (1960), SMCR (*Source, message, channel* dan *Receiver*) untuk menangani kondisi krisis. *Source* merupakan sumber atau siapa komunikator yang menyampaikan pesan. Disini komunikator harus dapat menguasai isi dari pesan yang akan disampaikan serta dapat mengkomunikasikannya oleh khalayak. *Message* artinya dalam menyampaikan informasi haruslah memperhatikan isi pesan atau kontem mulai dari keterkaitan antara pesan dan konteks. Kemudian, Bahasa yang digunakan, gestur tubuh saat menyampaikan harus jelas agar dapat dipahami oleh khalayak. *Channel*, artinya saluran atau media apa yang akan dipakai dalam penyampaian pesan pada khalayak. *Receiver*, maksudnya adalah penerima pesan. Penerima pesan ini bukan hanya menerima saja tetapi juga memahami isi pesan yang disampaikan oleh komunikator (Berlo, 1960).

## **G. METODE PENELITIAN**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Paradigma adalah cara pandang dalam melihat suatu persoalan menggunakan kacamata tertentu untuk menjelaskan suatu fenomena. Menurut Martono (2010) paradigma adalah sebuah cara pandang pada suatu permasalahan maupun objek. Bisa juga diartikan sebagai cara untuk mengamati dan juga memahami dunia sosial.

Penelitian ini akan menggunakan paradigma interpretatif. Paradigma interpretatif sering dianggap sama dengan paradigma konstruktivis, hal ini karena adanya asumsi ontologis bahwa realitas dibentuk oleh interaksi sosial manusia. Maka dari itu, penelitian yang menggunakan paradigma ini bergantung pada anggapan manusia terhadap realitas dunia dan realitas objek yang sedang diteliti. Penelitian dengan pendekatan interpretatif digunakan untuk memahami gejala sosial dengan memposisikan individu sebagai makhluk yang aktif serta berupaya untuk memahami makna dibalik tindakan manusia (Martono, 2010). Hal ini karena manusia dianggap dapat menciptakan dunianya sendiri melalui pemaknaan serta gejala sosial di sekitarnya

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif studi kasus adalah sebuah pendekatan penelitian untuk memahami individu, kelompok, lembaga atau latar tertentu secara mendalam (Nugrahani, 2014). Metode yang digunakan studi kasus instrumental

tunggal dapat diartikan penelitian yang menggunakan sebuah kasus untuk menggambarkan suatu isu atau perhatian (Creswell:2016). Metode ini digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik dari implementasi *Cyber Public Relations* dalam meningkatkan kualitas informasi publik di masa pandemi Pemerintah Kabupaten Jepara.

## 2. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Oktober 2022 sampai Desember 2022. Dalam kurun waktu tersebut, peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan teknik yang telah ditentukan. Selanjutnya, penelitian ini menggunakan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara sebagai objek. Maka penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Jepara.

## 3. Informan Penelitian

Dalam penelitian ini, pemilihan narasumber ditentukan berdasarkan Teknik *non-probability sampling* yaitu berupa *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2010), *purposive sampling* merupakan Teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya narasumber dipilih karena dianggap paling tahu atau bahkan merupakan penguasa sehingga peneliti akan lebih mudah dalam menjelajahi objek maupun situasi sosial yang diteliti. Maka dari itu, dalam riset ini menetapkan narasumber yang memiliki keterkaitan dengan objek penelitian,

Narasumber :

NO	Nama Narasumber	Posisi	Tanggal Wawancara
1	Muslichan, S. Kom., M.M.	Kepala Bidang Komunikasi	7 November 2022
2	Farida Agustina, S. Sos	Sub Koordinator Pelayanan Informasi	31 Oktober 2022
3	Mas Sri Sulistiyaning Budi Rahayu, S. H., M.M.	Sub Koordinator Media Massa	31 Oktober 2022
4	Muhammad Safrudin, S. Sos., M. Si.	Sub Koordinator Dokumentasi dan Publikasi	3 November 2022

5	Arizal Dava Varistyawan, S. Kom	Pengelola Media Sosial dan <i>Website</i>	3 November 2022
6	Karisma Widya Kusuma, S. I. Kom.	Penyusun Bahan Informasi dan Publikasi	3 November 2022
7	Anto Eko Wijaya, S.Kom	Seksi Pengembangan e- Government, Persandian, dan Keamanan Informasi	7 November 2022
8	Noor Rochmad	Masyarakat	18 November 2022
9	Muhimmaturrisana	Masyarakat	19 November 2022
10	Fransiska	Masyarakat	23 November 2022

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

##### **1) Wawancara**

Adapun narasumber akan dipilih secara Teknik *purposive sampling*. Menurut Moleong (2007) Wawancara merupakan kegiatan tanya jawab secara lisan antara orang yang mengajukan pertanyaan sebagai pewawancara dan orang yang memberikan jawaban sebagai narasumber dengan tujuan tertentu . Peneliti akan melakukan wawancara bersama para informan yang terkait dalam objek penelitian ini. Wawancara mendalam umumnya diartikan sebagai proses memperoleh keterangan dengan cara tanya jawab dan tatap muka antara pewawancara dan informan atau narasumber untuk tujuan penelitian. Wawancara mendalam dapat dilakukan dengan atau tanpa pedoman wawancara yang telah dirumuskan oleh peneliti sebelumnya. Dalam proses wawancara mendalam informan dan wawancara terlibat dalam kehidupan sosial sehingga dapat dikatakan apabila kekhasan dari teknik pengumpulan data ini adalah keterlibatannya dalam kehidupan informan (Sugiyono, 2010). Peneliti akan melakukan wawancara secara terstruktur merupakan wawancara yang dilakukan pewawancara menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan (Moleong, 2007).

Wawancara akan dilakukan secara langsung dengan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara yang berwenang untuk mengelola informasi publik. sehingga data tersebut akurat dan nyata, dikarenakan wawancara ini langsung di tanyakan kepada Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Jepara terkait strategi dan kegiatan apa yang telah dilakukan Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Jepara dalam implementasi *Cyber Public Relations* selama pandemi di Kabupaten Jepara tersebut.

## **2) Observasi**

Observasi merupakan metode mengamati objek penelitian untuk mengumpulkan data penelitian, kemudian peneliti akan mencatat gejala-gejala yang diteliti secara sistematis (Sugiyono, 2010). Penelitian ini menggunakan jenis observasi non partisipatif, dengan metode ini peneliti berperan untuk mengamati perilaku subjek atau hal-hal yang berkaitan dengan studi penelitiannya tanpa terlibat langsung dengan kegiatannya. Hal ini dapat diartikan apabila peneliti akan mengamati segala kegiatan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara yang berkaitan dengan implementasi *Cyber Public Relations* selama masa pandemi.

## **3) Dokumentasi**

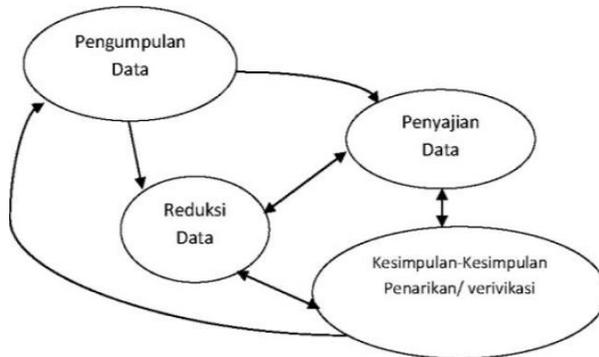
Dokumentasi merupakan Teknik pengambilan data dari gambar buku, jurnal, publikasi, maupun karya-karya monumental terkait objek penelitian yang relevan. Hasil penelitian akan lebih kredibel apabila terdapat dokumen-dokumen yang mendukung baik itu berbentuk gambar maupun tulisan akademik dan karya-karya yang sudah ada. Maka dari itu, pada penelitian ini akan menggunakan cara pengumpulan data dengan dokumentasi melalui pencarian data-data yang di dapat dari gambar hingga tulisan-tulisan akademik yang berkaitan dengan implementasi *Cyber Public Relations* selama masa pandemi guna memperkuat hasil penelitian,

## **5. Teknik Analisis Data**

Analisis data pada penelitian kualitatif dapat dilaksanakan ketika sedang dalam proses pengumpulan data dan sesudah peneliti menyelesaikan pengumpulan data di lapangan. Dalam penelitian ini akan menggunakan Teknik analisis data model Miles and Huberman. Menurut Miles and Huberman mengemukakan bahwa kegiatan ketika menganalisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus hingga tuntas, sampai datanya jenuh. Analisis data meliputi empat komponen yaitu pengumpulan data (*data collection*), reduksi data

(*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*conclusion drawing* atau *verification*) (Sugiyono, 2010) .

### Alur proses analisis data



Gambar 1. 1 Komponen dalam analisis data (*interactive model*), (Sugiyono, 2010).

#### **(1) Pengumpulan Data (*Data Collection*)**

Dalam tahap ini, aktivitas yang dilakukan adalah mengoleksi data melalui teknik pengumpulan data yang dipaparkan yaitu wawancara mendalam dan terstruktur. Selain itu, penelitian ini menggunakan metode observasi non partisipan dan juga meninjau dokumen-dokumen yang relevan terkait objek. Data yang dikumpulkan oleh peneliti akan dimaksimalkan sehingga permasalahan bisa terselesaikan secara komprehensif.

#### **(2) Reduksi Data (*Data Reduction*)**

Data yang diperoleh dari lapangan pastilah tidak sedikit, oleh karena itu, perlu dicatat secara rinci dan teliti. Semakin lama peneliti mengumpulkan data dilapangan maka jumlah data akan semakin berlimpah dan kompleks. Oleh karena itu, peneliti perlu mereduksi data untuk analisis penelitian kualitatif. Reduksi data mengacu pada memilih hal utama yang pokok atau memfokuskan data yang dikumpulkan pada tema, objek, serta pola yang sedang dicari (Sugiyono, 2010)

#### **(3) Penyajian Data (*Data Display*)**

Adapun penyajian data (*data display*) akan memudahkan peneliti untuk memahami apa yang terjadi serta dapat merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah

di fahami. Menurutnya dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat berbentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya (Sugiyono, 2010).

#### **(4) Kesimpulan (*Conclusions*)**

Langkah terakhir dalam analisis data penelitian kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi bisa saja tidak karena masalah serta rumusan masalah dalam kualitatif masih bersifat sementara dan dapat berkembang setelah peneliti berada dilapangan. Kesimpulan awal yang diungkapkan bersifat sementara. Kesimpulan dapat berubah ketika peneliti tidak dapat menemukan bukti-bukti yang kuat dan mendukung pada pengumpulan data berikutnya. Namun, ketika kesimpulan awal yang dikemukakan telah didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan dan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (Sugiyono, 2010).

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

Pada bagian ini peneliti akan memaparkan secara terperinci mengenai objek penelitian yaitu Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara terkhusus dalam implementasi *Cyber Public Relations* di masa pandemi. Maka dari itu, pada gambaran umum ini peneliti akan membahas mengenai profil dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara. Kemudian juga membahas mengenai komunikasi yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara di masa pandemi dalam menyebarkan informasi terkait kebijakan vaksinasi, kebijakan pemberlakuan protokol kesehatan, dan juga penyajian data persebaran virus di wilayah Kabupaten Jepara.

#### **A. Profil Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara**

Adanya Dinas Komunikasi dan Informatika dibentuk atas dasar peraturan Bupati Nomor 58 Tahun 2016. Kemudian, dalam pelaksanaannya pembentukan dan susunan perangkat Daerah Kabupaten Jepara telah diperbarui berdasarkan pada Peraturan Bupati Jepara Nomor 57 Tahun 2019 yang membahas tentang kesusukan, susunan organisasi, tugas dan fungsi kerja Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara. Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara memiliki tugas pokok untuk membantu Bupati dalam melaksanakan urusan pemerintahan dibidang komunikasi dan informatika. Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara memiliki visi dan misi untuk kemajuan Jepara (Diskominfojepara, n.d)

##### **1. Visi dan Misi**

Berdasarkan Peraturan Dalam Negeri yang tercatat dalam Nomor 54 tahun 2010, visi merupakan suatu cita-cita atau harapan masa depan yang akan dicapai daerah dalam masa jabatan kurun waktu 5 tahun. Adapun visi yang dirumuskan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara dalam pembangunan pemerintah daerah Jepara periode tahun 2017-2022 adalah **“Mewujudkan Jepara Madani Yang Berkarakter, Maju, dan Berdaya Saing”**. Pada periode saat ini, adapun misi yang ingin dicapai oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara dalam periode 2017-2022 meliputi :

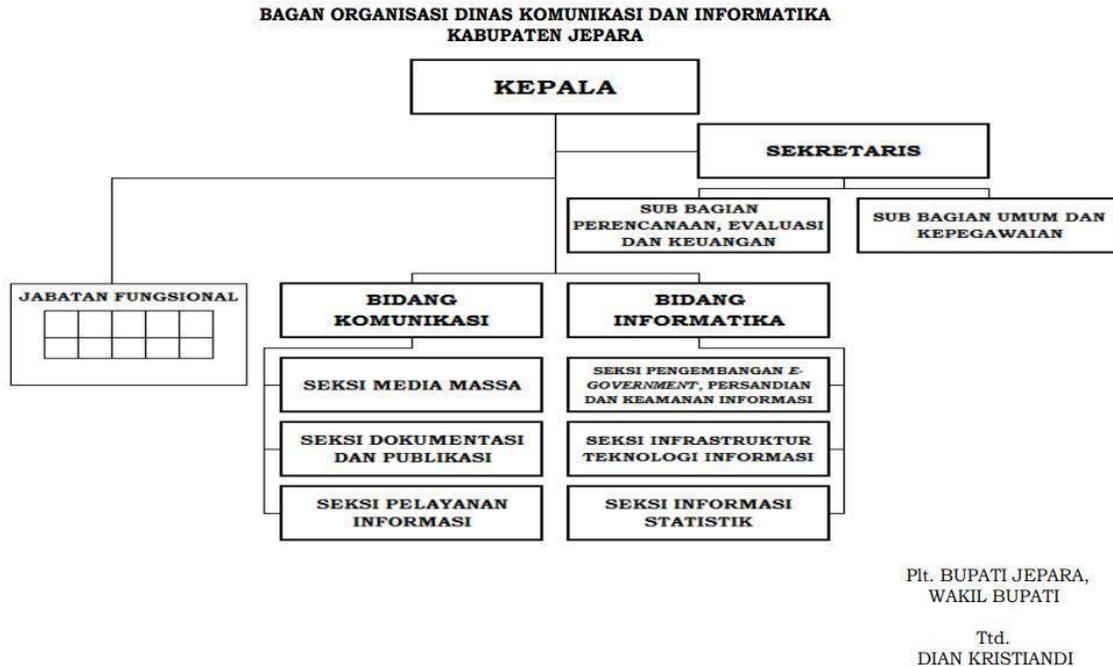
1. Memperkuat Potensi Sumber Daya Manusia yang Berkualitas, Religius dan Berbudaya
2. Pendayagunaan Sumber Daya Alam yang Seimbang untuk Kesejahteraan Masyarakat

3. Mewujudkan Perekonomian Daerah yang Progresif dan Mandiri
4. Mewujudkan Pemerataan Pembangunan yang Berkeadilan
5. Meningkatkan Tata Kelola Pemerintahan yang baik (*good governance*) dan Pelayanan Publik yang Profesional. (Diskominfojepara, n.d)

## **2. Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika**

Adanya Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara memiliki kedudukan serta bertanggungjawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah. Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten dipimpin oleh seorang Kepala Dinas. Adapun susunan struktur organisasi dari Dinas Komunikasi dan Informatika terdiri dari :

1. Kepala Dinas
2. Sekretariat, terbagi menjadi dua sub yaitu;
  - a. Sub Bagian Perencanaan, Evaluasi dan Keuangan
  - b. Sub Bagian Umum dan Kepegawaian
3. Bidang Komunikasi, yang terbagi menjadi tiga bagian :
  - a. Seksi Media Massa
  - b. Seksi Dokumentasi dan Publikasi
  - c. Seksi Pelayanan Informasi Publik
4. Bidang Komunikasi, yang terbagi menjadi tiga bagian :
  - a. Seksi Pengembangan *E-government*, Persandian dan Keamanan Informasi
  - b. Seksi Infrastruktur Teknologi Informasi
  - c. Seksi Informasi Statistik
5. Kelompok Jabatan Fungsional. (Dinas Komunikasi dan Informatika, n.d)



Gambar 2. 1Bagan Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara

Sumber : Website Dinas Komunikasi dan Informatika(Diakses 29 Oktober 2022)

### 3. Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara

Tugas pokok Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara yaitu membantu Bupati dalam melaksanakan urusan pemerintah di bidang komunikasi dan informatika yang melingkupi kewenangan daerah serta tugas pembantuan yang diberikan pada Kabupaten dalam fungsinya. Adapun tugas pokok dari masing-masing posisi dalam struktur organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika meliputi :

- Kepala Dinas

Tugas pokok dari Kepala dinas adalah memimpin serta bertanggung jawab atas pelaksanaan tugas dan fungsi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara

- Sekretariat

Tugas pokok dari sekretariat adalah melaksanakan kebijakan, koordinasi, pemantauan, evaluasi, dan pelaporan dalam lingkup Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara meliputi keuangan, hukum, kehumasan, keorganisasian serta manajemen, pembinaan, ketatausahaan, kearsipan, kerumahtanggaan, kepegawaian, serta pelayanan administrasi.

Kemudian, dalam sekretariat dibagi menjadi dua bagian untuk menjalankan tugas pokok tersebut yaitu

➤ Sub Bagian Keuangan, Perencanaan dan Evaluasi

Tugas pokoknya meliputi penyusunan administrasi penatausahaan keuangan, pengelola keuangan, bertanggungjawab dalam administrasi keuangan sekaligus menyusun dan mengevaluasi program-program di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara.

➤ Sub Bagian Umum dan Kepegawaian

Memiliki tugas pokok dalam penyelenggaraan urusan surat menyurat, arsip, kerumahtanggaan, perjalanan dinas, serta perlengkapan dan kepegawaian dalam lingkup Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara. Fungsi dari adanya sekretariat di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara meliputi:

- 1) Menjadi pengkoordinasian di lingkungan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara.
- 2) Pengkoordinasian serta penyusunan rencana dan program kerja di lingkungan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara.
- 3) Pembinaan dan dukungan administratif, meliputi layanan keuangan, hukum, hubungan masyarakat, administrasi, kearsipan, tata graha, kepegawaian, dan administrasi di lingkungan Dinas Komunikasi dan Informatika.
- 4) Mengkoordinasikan dan mengembangkan peraturan perundang-undangan di lingkungan Dinas Komunikasi dan Informatika.

- 5) Mengkoordinasikan pelaksanaan Sistem Pengendalian Intern Pemerintah (SPIP) dan pengelolaan informasi dan dokumen.
  - 6) Menyelenggarakan pengelolaan barang/kekayaan daerah dan jasa pengadaan barang/jasa di lingkungan Kementerian Komunikasi dan Informatika.
  - 7) Melaksanakan pemantauan, evaluasi dan pelaporan sesuai dengan kerangka acuan
  - 8) Melaksanakan fungsi kedinasan lain yang diberikan oleh Kepala dinas sesuai dengan fungsinya.
- Bidang Komunikasi

Tugas pokok dari Bidang Komunikasi meliputi penyusunan dan pelaksanaan program, pedoman, dan juga kebijakan teknis dalam bidang komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara. Dalam Bidang komunikasi terdapat tiga seksi yang memiliki tugas pokok masing-masing yaitu:

➤ Seksi Media Massa

Memiliki tugas pokok untuk pengumpulan bahan serta penyusunan rencana pada pedoman dalam pelaksanaan program. Kemudian, memiliki tugas pokok untuk pelaksanaan transformasi informasi dan komunikasi melalui berbagai media seperti media massa cetak, elektronik, dan media online. Seksi media massa juga memiliki tugas untuk menyusun materi informasi kebijakan Pemerintah Daerah, melakukan koordinasi pemberitaan Daerah, mengembangkan kualitas insan pers, memfasilitasi kerjasama dengan media massa, dan melakukan pengembangan media, serta penyampaian hak jawab.

➤ Seksi Dokumentasi dan Publikasi

Tugas pokok dari seksi dokumentasi dan publikasi sendiri meliputi pengumpulan dan penyusunan dokumentasi serta melakukan publikasi segala kegiatan maupun kebijakan Pemerintah Daerah. Selain itu, seksi dokumentasi dan publikasi juga memiliki tugas untuk menyelenggarakan publikasi media luar ruangan, pembinaan perfilman serta diseminasi informasi yang dilakukan melalui kesenian tradisional.

➤ Seksi Pelayanan Informasi

Tugas pokok dari seksi pelayanan informasi meliputi pengelolaan informasi, memfasilitasi kegiatan kehumasan Daerah, pelaksanaan UU KIP, menangani aduan masyarakat, Menyelenggarakan dialog interaktif radio kartini dan pelayanan informasi melalui *Website* pemerintah daerah dan PPID. Adapun fungsi dari bidang komunikasi meliputi

- 1) Perencanaan program, pengawasan, dan evaluasi dalam bidang komunikasi
- 2) Menyusun pedoman dalam pelaksanaan kegiatan hubungan masyarakat, memberi layanan informasi kepada masyarakat dan media massa,

- Bidang Informatika

Bidang Informatika memiliki tugas pokok yang meliputi penyusunan dan pelaksanaan program, pedoman serta berkaitan dengan kebijakan teknis di bidang *e-government*. Kemudian, Bidang Komunikasi juga memiliki tugas pokok untuk menjaga keamanan informasi, teknologi informasi, persandian, statistik. Dalam bidang informatika terdapat tiga seksi dengan tugasnya yaitu

- Seksi Pengembangan *e-Government* dan Keamanan Informasi

Tugas pokoknya adalah melakukan pengawasan, pembinaan, dan pemantauan dalam operasional standar teknis pengembangan informatika. Selain itu, Seksi Pengembangan *e-Government* dan Keamanan Informasi juga memiliki tugas untuk pengumpulan, verifikasi dan perekaman data, pengendalian data hasil rekaman, menyajikan data secara elektronik atau manual, serta menata juga mengelola keamanan informasi.

- Seksi Infrastruktur Teknologi Informasi dan Persandian

Tugas pokok dari seksi ini meliputi pengawasan dan pemantauan standar teknis infrastruktur teknologi informasi dan persandian.

- Seksi Informasi Statistik

Tugas pokok seksi informasi statistik meliputi melakukan perencanaan, penetapan, dan melaksanakan pelayanan informasi statistik

#### **4. Kegiatan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara**

##### **a. Bidang Komunikasi**

Dalam Bidang Komunikasi terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan seperti halnya melakukan mengelola radio kartini, program lapor bupati, melakukan peliputan serta memproduksi berita, mengelola akun media sosial Pemerintah Daerah, dan lain sebagainya.

➤ **Pengelolaan Radio Kartini**

Dalam Peraturan Daerah Kabupaten Jepara Nomor 3 Tahun 2012, dijelaskan apabila radio kartini Jepara merupakan Lembaga Penyiaran Publik Pemerintah yang berbentuk badan hukum. Dengan begitu radio kartini ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat khususnya masyarakat Jepara. Hal tersebut diadakan dengan tujuan untuk menyeimbangkan keseimbangan dalam mendapatkan informasi baik itu dalam lingkup pendidikan, kebudayaan, dan hiburan untuk masyarakat Kabupaten Jepara.

“Dalam bidang komunikasi juga mengelola radio kartini, dalam penyiaran radio kartini kita juga seringkali berkolaborasi dengan beberapa pihak untuk membahas suatu fenomena atau kebijakan pemerintah termasuk juga ketika pandemi, ada dialog interaktif beberapa kali di radio kartini bersama dinas terkait” (Sub Koordinator Pelayanan Informasi, Farida Agustina, S. Sos, 31 Oktober 2022)

Dari pernyataan Sub Koordinator Pelayanan Informasi tersebut dapat diketahui apabila kegiatan Bidang Komunikasi juga meliputi pengelolaan radio kartini yang menjadi radio lokal Kabupaten Jepara. Salah satu dialog yang dilakukan ketika pandemi dilakukan bersama IDI dengan tema “Jangan Cemas Berlebihan Sikapi Wabah Virus Corona bersama dr. Fachrudin dan Widuri Nur Anggraieni, S.Psi., M.Psi.,



*Gambar 2. 2 Dialog Interaktif Radio Kartini Jepara bersama IDI*

Sumber: Instagram kartinifm.Jepara (diakses 21 November 2022)

➤ Mengelola akun media sosial

Bidang komunikasi memiliki kegiatan untuk mengelola akun media sosial milik Pemerintah Kabupaten Jepara. Dalam wawancara Sub Koordinator Pelayanan Informasi

“ yaa yang mengelola medsos Pemkab memang dari bidang komunikasi. Kita sebagai dinas yang dianggap sebagai pusat informasi sehingga kami pun juga memiliki berbagai kanal termasuk sosmed baik itu Facebook, Instagram, Twitter, dan juga Youtube. Pengelolaan sosmed-sosmed tersebut dikelola oleh bidang kita” (Sub Koordinator Pelayanan Informasi, Farida Agustina, S. Sos, 31 Oktober 2022)

Dari ungkapan tersebut kita dapat mengetahui apabila bidang komunikasi memiliki kegiatan untuk mengelola semua media sosial yang dimiliki Pemerintah Kabupaten Jepara. Contoh salah satu media sosial yang dikelola Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara adalah akun Instagram Pemerintah Jepara dengan username @pemkabJepara.



Gambar 2. 3 Media social Instagram Pemerintah Kabupaten Jepara

Sumber : Instagram @pemkabjepara (Diakses 21 November 2022)

➤ **Lapor bupati**

Dalam Bidang Komunikasi juga memiliki kegiatan mengelola aduan masyarakat salah satunya melalui portal “Lapor Bupati”. Portal tersebut dapat digunakan untuk mengadukan permasalahan-permasalahan yang ada di Kabupaten Jepara. Adanya portal “Lapor Bupati” bertujuan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat serta interaksi antara publik dan pemerintah dalam rangka pelayanan publik juga pengawasan program pembangunan. Bukan hanya itu saja, dengan adanya portal ini agar memudahkan masyarakat untuk melaporkan permasalahan yang dijumpai serta dapat mendekatkan kalangan birokrat dan masyarakat Jepara. Portal Lapor Bupati ini maksudnya masyarakat dapat melakukan aduan dan mendapat respon melalui 5 media yaitu SMS (0812 90000 525), Whatsapp (0812 90000 525), Facebook

(Jeparakab.go.id), Twitter (@Jeparakabgoid), Dialog interaktif Radio Kartini FM. Portal ini diluncurkan pada 13 Januari 2017 di alun-alun Jepara (Shani, 2017) .

Portal “Lapor Bupati” yang telah terintegrasi dengan 5 kanal tersebut menjadi penyempurna dari SMS Centre yang ada selama ini. Sistem kerja dari lapor “Lapor Bupati” yaitu akan menampung segala keluhan masyarakat yang telah masuk dari beberapa jalur yaitu (SMS, Whatsapp, Radio, Facebook, dan Twitter). Kemudian, keluhan tersebut selanjutnya diteruskan oleh admin pada satuan kerja perangkat daerah (SKPD). Sehingga, sebelum 24 jam masyarakat sudah mendapatkan respon dan tindakan dari SKPD (Sutriono, 2017).



*Gambar 2. 4 Portal “Lapor Bupati”*

Sumber : *Website Diskomunfo* (diakses 21 November 2022)

#### b. Bidang Informatika

Dalam Bidang Informatika terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan seperti pelatihan admin web SKPD, pembuatan web, aplikasi online, dan lain sebagainya.

##### ➤ Pelatihan admin SKPD

Pada tanggal 28-29 september 2017 Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara melalui Bidang Informatika mengadakan pelatihan admin SKPD. Adanya pelatihan ini diharapkan agar masing-masing admin SKPD menjadi lebih paham dan mampu melaksanakan

tugasnya dalam mengelola web yang dimiliki SKPDnya hingga dapat memberikan informasi kegiatan SKPD pada masyarakat. Dalam pelatihan ini dibagi menjadi 2 sesi yaitu, pada sesi pertama pada tanggal 28 September 2017 diikuti oleh semua admin web dinas, badan, dan kantor. Kemudian, pada sesi kedua pada tanggal 29 September 2017 diikuti oleh admin Kecamatan dan bagian di Sekretariat Daerah Jepara. Pelatihan yang dilaksanakan di ruang rapat Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara mengajarkan bagaimana memposting berita baru, membuat menu dan sub menu baru di *website*, membuat kategori serta membuat *widget* di *side page* maupun *footer*. Selain itu peserta juga diajari untuk merubah tampilan dan tema web (Wijaya, 2018).



*Gambar 2. 5 Pelatihan Admin SKPD*

Sumber : *Website* Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara ( Diakses 21 November 2022)

- Pembuatan Web <https://corona.Jepara.go.id/>

Bidang Informatika berperan sebagai teknisi dalam membuat *website* [corona.jepara.go.id](https://corona.jepara.go.id). Hal ini diketahui dari hasil wawancara yang dilakukan dengan salah satu staf bidang informatika.

“ Jadi pada Bidang Informatika itu sendiri menjadi teknisi untuk pembuatan *website* <https://corona.Jepara.go.id/> mulai dari penataan *tools*, penataan menu, dan sistemnya yang mengelola adalah bidang informatika” (Seksi Pengembangan *e-Government*, Persandian, dan Keamanan Informasi ,Anto Eko Wijaya, S.Kom, 7 November 2022)

➤ Aplikasi online

Bidang Informatika memiliki tugas untuk mengembangkan serta pengelolaan aplikasi untuk mendorong perkembangan *E-Government*. Salah satu aplikasi online yang dibuat Bidang Informatika adalah aplikasi online SIPP-IMTA. Aplikasi adalah kepanjangan dari Sistem Pelayanan Perpanjangan Izin Mempekerjakan Tenaga Asing. Masyarakat bisa mengakses aplikasi ini secara langsung melalui alamat <https://imta.Jeparakab.go.id>. Aplikasi online SIPP-IMTA ini sebagai respon cepat atas keberhasilan pemerintah Kabupaten Jepra dalam menghadirkan serta mengundang investasi asing yang ditandai dengan berdirinya perusahaan-perusahaan multinasional. Perusahaan-perusahaan multinasional tersebut mampu menyerap banyak tenaga kerja termasuk tenaga kerja asing. Aplikasi ini diluncurkan pada tanggal 11 Juli 2017 di pendopo Kabupaten Jepara(Wijaya, 2018).



*Gambar 2. 6 Launching aplikasi SIPP-IMTA*

Sumber : *Website* Dinas Komunikasi dan Informatika(Diakses 21 November 2022)

## **5. Kebijakan Produksi Informasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara**

Dalam memproduksi informasi publik guna mendorong kebijakan yang telah dibuat Pemerintah untuk memajukan Indonesia termasuk wilayah Kabupaten Jepara, Dinas Komunikasi dan

Informatika Kabupaten Jepara pastilah memiliki pedomannya. Hal ini ditanyakan peneliti kepada narasumber dan berikut jawabannya;

“Mengenai kebijakan Dinas Komunikasi dan Informatika dalam memproduksi informasi, dimanapun tempat pasti ada kode etiknya ya, jelas tidak boleh sara ya yang umum umum, tidak menyinggung orang, mengajak orang dengan sopan. Di pemerintahan punya misi sendiri sebagai kepanjangan tangan dari pemerintah pusat jadi kita tidak boleh keluar dari kebijakan kebijakan yang sudah ditetapkan ada UU ITE, UU KIP” (Sub Koordinator Pelayanan Informasi, Farida Agustina, S. Sos, 31 Oktober 2022)

Dari jawaban yang disampaikan oleh Koordinator Pelayanan Informasi dapat dilihat apabila Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara memiliki pedoman untuk memproduksi sebuah informasi publik. Beliau mengatakan dengan jelas apabila Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara tetap memperhatikan kode etik ketika memproduksi informasi publik seperti halnya memastikan informasi yang akan ditampilkan pada publik tidak mengandung SARA, tidak mengandung kata-kata yang dapat menyinggung pihak lain, serta menggunakan kata yang sopan. Selain itu, Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara juga tetap memperhatikan pedoman yang telah ditetapkan pemerintah Indonesia yang telah tertuang pada Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik serta Undang-Undang- Undang No. 14 Tahun 2008 mengenai Keterbukaan Informasi Publik.

## **B. Informasi yang Disajikan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara Di Masa Pandemi Dengan Menggunakan Konsep *Cyber Public Relations***

Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara sebagai dinas yang bertugas untuk mendorong pelayanan masyarakat melalui penyediaan informasi untuk publik telah menggunakan konsep *Cyber Public Relations*. Konsep pelayanan informasi publik menggunakan *Cyber Public Relations* dapat diartikan sebagai pemanfaatan internet untuk penyebaran maupun melayani kebutuhan informasi publik.

“Ya sejak Dinas Komunikasi dan Informatika ada, Dinas Komunikasi dan Informatika ada sejak 2017 dan sudah memasuki era digitalkan, dari situ kita sudah mulai menggunakan internet seperti web terus ada juga media sosial” (Sub Koordinator Pelayanan Informasi, Farida Agustina, S. Sos, 31 Oktober 2022)

Dari wawancara yang dilakukan dengan Ibu Farida Agustina, S. Sos sebagai Koordinator Pelayanan Informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara yang resmi terbentuk pada tahun 2017 telah menggunakan internet untuk melayani informasi publik.

Terkait peluang yang dari implementasi *Cyber Public Relations* menurut Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara yang diutarakan oleh Koordinator Pelayanan Informasi, sebagai berikut

“Konsep menggunakan *Cyber PR* itukan malah memudahkan mb, terus dalam konteks pandemi Ya Malah justru itu di era pandemi pelayanan secara digital adalah langkah yang paling tepat. Di masa pandemi kita bisa mengumpulkan orang ataupun ketemu dengan banyak orang tanpa ada pertemuan disinilah letak unggul digital kita bisa mengadakan pertemuan melalui zoom selain itu kita juga bisa menyebarkan informasi tanpa bertatap muka langsung” (Sub Koordinator Pelayanan Informasi, Farida Agustina, S. Sos, 31 Oktober 2022)

Dari ungkapan Ibu Farida Agustina, S. Sos diatas dapat diartikan apabila Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara menganggap adanya konsep *Cyber Public Relations* memudahkan mereka untuk melakukan penyebaran informasi pada publik. Mengingat di masa pandemi yang segalanya serba terbatas bahkan tidak bisa bertatap muka secara langsung. Menurutnya dengan adanya konsep *Cyber Public Relations* menjadi langkah tepat dikala pandemi.

Selama masa pandemi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara cukup berperan dalam mendorong pelaksanaan kebijakan dengan melakukan penyebaran informasi pada publik. Dalam wawancara yang dilakukan Koordinator Seksi Pelayanan Informasi mengungkapkan sebagai berikut;

“Dinas Komunikasi dan Informatika, kita sendiri memiliki beberapa kanal ya seperti halnya Instagram, Twitter, Youtube, Facebook, *website*, radio. Kita berusaha semaksimal mungkin untuk memanfaatkan sosmed yang kita punya. Di Awal pandemi kita punya kanal aduan masyarakat seperti lapor bupati dan wadul bupati ada yang melaporkan menginfokan daerah-daerah yang belum tertangani dalam lingkup vaksinasi, bansos, protokol kesehatan, dan lain sebagainya.” (Sub Koordinator Pelayanan Informasi, Farida Agustina, S. Sos, 31 Oktober 2022)

Berdasarkan wawancara tersebut Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara di masa pandemi berbagai macam memproduksi informasi publik seperti halnya informasi mengenai protokol kesehatan, vaksinasi, pengadaan bantuan sosial dari Pemerintah, dan lain sebagainya. Informasi-informasi tersebut kemudian disebarkan melalui berbagai kanal yang telah dimiliki oleh

Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara seperti media sosial Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, radio, dan juga *website*. Tidak hanya itu saja, Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara juga memiliki kanal laporan aduan untuk masyarakat yang masih bingung terhadap informasi publik yang telah disebarakan yaitu kanal wadul bupati dan lapor bupati.

## **BAB III**

### **TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Temuan Penelitian**

Pada temuan penelitian, maka peneliti akan memaparkan hasil temuan yang ada dilapangan berupa data-data yang berkaitan dengan topik penelitian yaitu “Implementasi *Cyber Public Relation* Pemerintahan Kabupaten Jepara dalam Meningkatkan Kualitas Informasi Publik Di masa Pandemi”. Adanya data temuan penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara bersama objek penelitian yaitu Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara. Kemudian peneliti juga melakukan observasi dan juga dokumentasi.

#### **1. Implementasi *Cyber Public Relation* Update Data Penyebaran Covid-19**

Dalam implementasi terkait Update data Covid-19 Dinas Komunikasi dan Informatika memiliki peran lebih banyak pada sistem penginformasian. Seperti halnya yang disampaikan oleh Karisma Widya Kusuma, S. I. Kom sebagai berikut;

“Untuk update data itu di Dinas Kesehatan karena mereka yang memiliki datanya. Kalau kominfo kita menangani jaringan dan *Website*-nya ibaratnya seperti rumahnya gitu. Dinas Komunikasi dan Informatika lebih mengurus ke vaksinasi dan protokol kesehatan” (Penyusun Bahan Informasi dan Publikasi, Karisma Widya Kusuma, S. I. Kom., 3 November 2022)

##### **a. *Strategic***

Dalam pengimplementasian konsep *Cyber Public Relations* pada update data Covid-19 di Kabupaten Jepara, meskipun Dinas Komunikasi dan Informatika lebih fokus pada sistem jaringan dan *Website* tetapi mereka tetap membantu menginformasikan pada masyarakat melalui artikel maupun infografis sebagai strategi penyebaran informasi pada publik. Selain itu mereka tetap menyiapkan KOL untuk menginformasi kepada masyarakat untuk menyampaikan informasi terkait update data 19. Serta adapula kegiatan hubungan dengan media-media online melalui Whatsapp grup yaitu apabila Dinas Komunikasi dan Informatika merilis suatu berita maupun mengadakan jumpa pers diharapkan media dapat membantu Dinas tersebut untuk menyampaikan informasi kepada publik.

“Untuk update data ya di corona.go.id. itu, tapi di sosmed juga ada kemarin kita ikut mensupport penyebaran informasi dengan membuat flyer update data Covid-19 ya isinya jumlah pasien yang meninggal berapa, suspek berapa dan lain sebagainya. Flyer atau infografis mengenai informasi tersebut kita sebar di media sosial yang kita punya seperti Facebook, Instagram, dan Twitter. Selain itu kalau di Website corona.jepara.go.id ya kami yang membuat artikel berita mengenai hal-hal update di masa pandemi. Tujuannya ada artikel kan supaya informasinya lebih lengkap juga” (Pengelola Media Sosial dan Website, Arizal Dava Varistyawan, S. Kom, 3 November 2022)



Gambar 3. 1 Contoh salah satu infografis update data di media sosial

Sumber: Instagram pemkab Jepara (Diakses 5 Desember 2022)



Gambar 3. 2 Artikel berita mengenai update data Covid-19

Sumber: *Website* jepara.go.id (Diakses 5 Desember 2022)

### **b. Integrated**

Dalam mengintegrasikan internet sebagai alat bantu untuk penyebaran informasi, Pemerintah Jepara termasuk Dinas Komunikasi dan Informatika menggunakan *website* corona.jepara.go.id untuk update data dan menggunakan media sosial.

“Kalau di *Website* itu by sistem si semua contohnya kayak kemenkes punya portal yang saling terkait dengan masing-masing RS. Nah mereka harus mengeluarkan sistem yang namanya API atau *Application Programming Interface*. Nah APInya tu harus di *gate* dari portal RS untuk diupdate di portal web besarnya yang menampilkan akumulasi. Jadi portal besarnya ya tidak usah menginput kembali jadi langsung terupdate. Jadi sistem memiliki periode tertentu dia akan mengecek data di sumbernya ada atau gak ada di akan mendapat balasan. Kemudian balasannya tersebut langsung akan ditampilkan di layer web utama atau yang besar itu. Termasuk web corona Jepara biasanya kan Dinas Kesehatan punya portal internal mereka yang mengelola terkait dengan pasien Covid-19. Nah cara kerja di web corona Jepara itu ya mirip sama yang di KemenKes tadi yang udah aku jelasin. Peta yang tertera di web ini pasien aktif meninggal dan lainnya. Jadi total yang pasien dan persediaan layanan kesehatan gitu yang tertera di *Website* corona Jepara datanya sudah terhubung atau saling terintegrasi satu sama lain dengan faskes atau rumah sakit yang ada di Jepara. Kalo dari Dinas Komunikasi integrasinya ya dengan memasang link dikasih thumbnail langsung diarahkan ke infonya gitu si” (Seksi Pengembangan e-Government, Persandian, dan Keamanan Informasi ,Anto Eko Wijaya, S.Kom, 7 November 2022)

### **c. Targeted**

Dalam penyajian informasi update data agar mendapat perhatian dari publik Dinas Komunikasi dan Informatika menyajikan dengan gaya bahasa yang ringan dan mudah difahami oleh masyarakat. Poster atau infografis yang disebarakan melalui sosial media juga di buat semenarik mungkin seperti halnya ditambahi dengan ikon peta sebaran dan lain sebagainya. Begitupun juga dalam *Website* corona.jepara.go.id. untuk menarik perhatian publik mereka memperhatikan tampilannya atau tata letak ikon, tabel, dan elemen lainnya. Hal ini disampaikan oleh Anto Eko Wijaya, S.Kom dalam wawancaranya

“ ya untuk mendapat perhatian publik pastinya harus menampilkan informasi yang memberikan kemudahan bagi mereka. Membuat *Website* yang mudah akses dan memiliki tampilan simple tapi informasi lengkap itu standar yang kami terapkan. Mulai dari peletakan *tools*, ikon, dan lain sebagainya kita tata dengan simple agar masyarakat

mudah mengakses dan mengeksplornya” (Seksi Pengembangan e-Government, Persandian, dan Keamanan Informasi ,Anto Eko Wijaya, S.Kom, 7 November 2022)

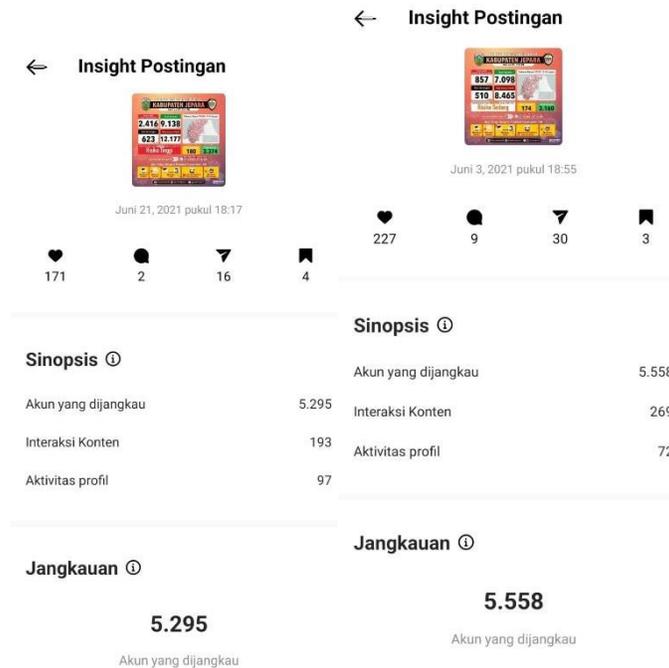
#### **d. Measurable**

Dalam praktik *Cyber Public Relations* dalam penyajian informasi update data Covid-19 *engagement* dilihat dari beberapa sisi. Dalam media sosial *engagement* dilihat dari analisis komen, like, share para pengikut media sosial. Kemudian, untuk update data dari sisi *Website engagement* dilihat dari visitor atau pengunjung *Website*.

“Nah kalau di sosmed ya biasa-biasa saja ga terlalu tinggi sama seperti webnya, jadi kalau update data pas Covid-19 tinggi rame visitors tapi pas Covid-19 melandai turun. Karena masyarakat juga bosan dicekoki sama info jadi ya begitu” (Pengelola Media Sosial dan *Website*, Arizal Dava Varistyawan, S. Kom, 3 November 2022)

Pengaksesan informasi terkait Update Data Penyebaran Covid-19 menggunakan Konsep *Cyber Public Relations* lebih efektif karena masyarakat dapat mengakses kemanapun dan dimanapun ia berada. Sehingga, masyarakat bisa selalu update mengenai informasi penyebaran informasi sebaran Covid-19.

“Kalau penyebaran info melalui internet ya efektif si soalnya kan jangkauannya luas. Nah tapi kalau mengenai *Website*, salah satu kelemahan di pemerintahan, *Website* Pemerintahan itu kurang diminati ya gitu-gitu aja meskipun ada info penting. Dari sisi *user* seringkali mereka menggunakan internet hanya sekian persen digunakan untuk akses portal-portal pemerintahan karena kebanyakan masyarakat lebih banyak bermain di medsos, game, berita. Maka dari itu, kita menyajikan informasi bukan hanya web tapi juga medsos untuk menjangkau kaum yang pengguna medsos ketika dia ingin tahu info lengkap ya diarahkan ke web” (Seksi Pengembangan e-Government, Persandian, dan Keamanan Informasi ,Anto Eko Wijaya, S.Kom, 7 November 2022)



Gambar 3. 3 Contoh insight di media sosial Instagram konten informasi update data

Sumber: Data primer dari staff informasi publik

### e. Hambatan dan Penanganannya

Adapun hambatan selama implementasi konsep *Cyber Public Relations* untuk update data Covid-19 disampaikan oleh Anto Eko Wijaya, S.Kom dalam wawancara sebagai berikut;

“Hambatan paling nyata ya kalau di *Website* termasuk *Website corona.jepara.go.id* ketika server down. Itu hambatan dari sisi penyaji kalo hambatan dari penerima ya ketika ia mengakses info tersebut ya bagaimana internetnya bagaimana perangkatnya dan sebagainya. Kalo dari kita server down jadi ga bisa diakses. Biasanya hal ini terjadi karena serangan, penyedia internet di kita putus supply internet itu bisa down sehingga tidak bisa mengeluarkan informasi.” (Seksi Pengembangan *e-Government*, Persandian, dan Keamanan Informasi ,Anto Eko Wijaya, S.Kom, 7 November 2022)

Di masa pandemi, dalam penyebaran informasi data update data Covid-19 menggunakan *Website* memiliki margin error yang disebabkan server down dan informasi tidak dapat diakses dihitung persatu tahun. Pembahasan mengenai margin error dibahas dalam wawancara sebagai berikut;

“Yang Namanya pusat data atau server minimal paling jelek ketersediaannya setahun 99% dan kita juga mengikuti aturan kominfo. Bahkan ada jasa terkait data center menjamin ketersediaan data 99,999% jadi ya 0,001 persen error dalam satu tahun. Dalam satu tahun ada berapa menit 0,001 dari x itu down. Kalo Dinas Komunikasi dan Informatika pakai 99% margin error 1% layanan tersebut untuk layanan tersebut tidak bisa diakses” (Seksi Pengembangan *e-Government*, Persandian, dan Keamanan Informasi ,Anto Eko Wijaya, S.Kom, 7 November 2022)

Dengan adanya hambatan *server down* maka, dalam menghadapinya Dinas Komunikasi dan Informatika memberikan respon berikut;

“Yaa segera mencari *DRP (Disaster recovery plan)* dan *DRC (Disaster recovery center)* yang Namanya system harus punya kedu itu. Jadi ketika induk mati otomatis dialihkan pada backupannya. Bukan web lainnya itu sma Cuma istilahnya ee sehingga mengurangi hambatan proses ke informasi ini.” (Seksi Pengembangan *e-Government*, Persandian, dan Keamanan Informasi ,Anto Eko Wijaya, S.Kom, 7 November 2022)

## **2. Implementasi *Cyber Public Relation* Kebijakan Protokol Kesehatan**

Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara memiliki peran untuk memproduksi dan juga menyebarkan informasi kepada masyarakat dalam rangka mendukung kebijakan protokol Kesehatan. Informasi yang disajikan terkait protokol kesehatan ini bertujuan untuk mendorong kesadaran masyarakat agar mau melaksanakan kebijakan tersebut.

### **a. *Strategic***

Adapun strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara dalam melakukan implementasi konsep *Cyber Public Relations* untuk mendorong suksesnya kebijakan protokol kesehatan sama halnya seperti yang dilakukan di lingkup vaksinasi. Maksudnya disini adalah Dinas Komunikasi selalu menggencarkan informasi informasi terkait protokol kesehatan baik melalui sistem online maupun offline. Hal ini telah disampaikan oleh Sub Koordinator Pelayanan Informasi sebelumnya.

“Yaa kalau protokol kesehatan ya sama saja seperti itu memang, semua tetap disebar ke semua kanal yang kita punya. Jadi biasanya satu informasi ni misal poster protokol kesehatan tentang 5M itu ya kita langsung share juga ke akun lainnya. Kalau di *Website* biasanya ya tetap diisi dengan berita-berita” (Sub Koordinator Pelayanan Informasi, Farida Agustina, S. Sos, 31 Oktober 2022)

Konsep *Cyber Public Relations* dinilai menjadi langkah yang tepat, pada implementasinya Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara memanfaatkan media sosial yang telah dimilikinya seperti Youtube, Instagram, Facebook, dan Twitter. Kemudian, mereka juga

memanfaatkan *Website* dengan memproduksi informasi berbentuk berita. Bukan hanya itu juga mereka juga memiliki kanal radio yang sudah bisa di streaming melalui *Website*. Berita yang ada di *Website* itu hasil liputan yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara.

Upaya Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara juga bekerjasama dengan media online untuk menyebarkan informasi agar masyarakat mau menerapkan protokol kesehatan. Di lingkup protokol kesehatan, Dinas Komunikasi dan Informatika juga selalu membagikan hasil liputan mereka yang sudah dirilis di portal web Jepara.go.id kepada wartawan Kemudian juga terdapat kegiatan jumpa pers.

“Iya sama aja si kayak vaksinasi itu kita share info-info ke wartawan melalui grup WA yang ada terus ada jumpa pers juga terkait operasi penertiban masyarakat protokol kesehatan , nah kalau terkait iklan online itu selama masa pandemi si vaksinasi itu ajakan vaksinasi kalau di media online ya, nah kalau prokes itu kita ya melalui medsos terus banner, cetak sticker, baliho itu gitu sih” (Sub Koordinator Media Massa , Muhammad Safrudin, S. Sos., M. Si, 3 November 2022)

Dalam strategi *Cyber Public Relation* informasi publik protokol kesehatan juga sama seperti vaksinasi. Pada lingkup ini terdapat Kerjasama dengan influencer untuk menyebarkan sekaligus mempengaruhi perilaku masyarakat agar patuh pada kebijakan tersebut. Kemudian juga terdapat KOL untuk menyampaikan kebijakan tersebut.

### **b. *Integrated***

Pengintegrasian internet untuk mendukung kebijakan protokol kesehatan juga sama seperti vaksinasi. Hal ini dapat dikatakan demikian karena informasi-informasi yang diproduksi oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara berupa video maupun poster disebar di seluruh kanal yang dimilikinya. Pengintegrasian dalam prakteknya dengan tetap memasang link-link media sosial yang ada di berbagai media. Seperti halnya yang sudah dibahas sebelumnya.

### **c. *Targeted***

Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika dalam mendapatkan perhatian publik dengan menggunakan konsep *Cyber Public Relations* untuk mendukung kebijakan protokol kesehatan juga hampir sama dengan lingkup vaksinasi yaitu dengan menggunakan gambar yang menarik, bahasa persuasi. Seperti yang diungkapkan oleh Sub Koordinator Media Massa sebagai berikut ;

“ Untuk menarik perhatian masyarakat yaa biasanya kita cari gambar yang menarik, tulisan yang menarik, terus kata kata yang menarik, yang sederhana tapi yang simpel kita bermainnya disitu. Kemudian ukurannya bisa menarik perhatian yang besar agar tampil menonjol. Ajakan pakai video malah lebih efektif kita juga pakai itu. Karena orang lebih menarik sesuatu yang bergerak dan bersuara. Kita adaptif dengan tren dengan cerita yang singkat.” (Sub Koordinator Media Massa , Muhammad Safrudin, S. Sos., M. Si, 3 November 2022)

Dalam konteks himbauan untuk melakukan protokol kesehatan sendiri, setelah di observasi mereka lebih sering memproduksi konten berupa video juga. Informasi berbentuk video mengenai protokol kesehatan ada yang berbentuk iklan layanan masyarakat. Iklan ini diproduksi sendiri oleh Dinas Komunikasi dan Informatika dan disebar di kanal media sosial Pemerintah Kabupaten Jepara. Selain itu, mereka seringkali memproduksi informasi protokol kesehatan melalui konten-konten dengan animasi yang menarik mengenai protokol kesehatan. Kegiatan offline seperti publikasi keliling terkait protokol kesehatan kepada masyarakat Kabupaten Jepara juga telah di dokumentasikan dan di unggah ke kanal-kanal media sosial yang mereka miliki.



Gambar 3. 4 Postingan Protokol Kesehatan berbentuk poster di media sosial

Sumber : Instagram @pemkabjepara (Diakses 2 Desember 2022)



Gambar 3. 5 Iklan Layanan Masyarakat

Sumber : Instagram @pemkabjepera (Diakses 2 Desember 2022)

#### d. *Measurable*

Dalam praktik *Cyber Public Relations* di lingkup protokol kesehatan juga sama seperti vaksinasi yaitu belum ada evaluasi khusus dan hanya dilakukan secara periodik saja. Kemudian, dalam melihat *engagement* informasi-informasi terkait protokol kesehatan yang telah disampaikan menggunakan konsep *Cyber Public Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika melihat dari fitur yang dimiliki media sosial tersebut yang meliputi beberapa sisi yaitu komentar, pengikut, like, dan juga share. Hal tersebut juga sudah dijelaskan sebelumnya oleh Arizal Dava Varistyawan, S. Kom.

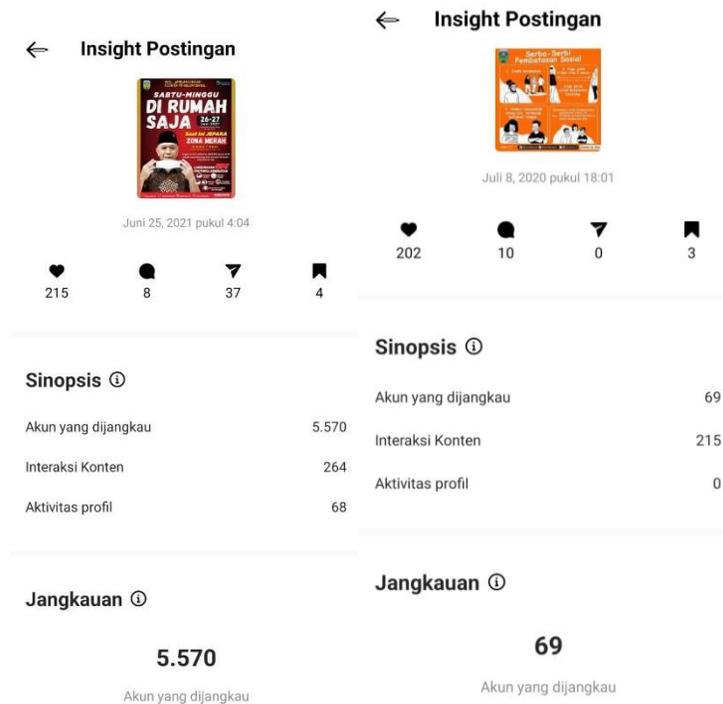
“ Ya kalau tentang protokol kesehatan naik turun, tapi ya cenderung lebih banyaknya vaksinasi daripada protokol kesehatan. Masyarakat sendiri juga jarang share informasi protokol kesehatan karena infonya seperti itu-itu aja atau info yang menarik dikemas video banyak yang share.” (Pengelola Media Sosial dan *Website*, Arizal Dava Varistyawan, S. Kom, 3 November 2022)

Mengenai informasi yang disebarkan di *Website* biasanya dilihat dari jumlah visitors atau pembaca informasi. Hal ini juga disampaikan oleh Pengelola Media Sosial dan *Website*.

“ Nah kalau misalkan yang dari *Website* kita lihat dari visitors atau pembaca, dalam lingkup informasi protokol kesehatan Kalau ya hampir sama si cuma karna info protokol kesehatan kan gitu-gitu tok infonya ya ga sek terlalu banyak” (Pengelola Media Sosial dan *Website*, Arizal Dava Varistyawan, S. Kom, 3 November 2022)

Sebaran informasi yang dilakukan menggunakan konsep *Cyber Public Relations* membuat memberikan kemudahan akses bagi publiknya, sehingga cukup efektif untuk menggerakkan keinginan masyarakat untuk melaksanakan himbauan protokol kesehatan.

“Kalau terkait efektivitas ya cukup efektif ya soalnya kalau informasi misal kayak protokol kesehatan melalui internet gitu bisa menjangkau orang yang lebih banyak, tapi ya itu tadi untuk realitanya efek ke masyarakatnya sebagian ada yang sudah sadar akan pentingnya penerapan prokes dan melaksanakannya, tapi sebagian masyarakat juga ada yang masih abai. Meskipun begitu dari kita tetap berusaha mengencarkan himbauan terkait prokes.” (Staf Seksi Pelayanan Informasi Publik, Ima, 3 November 2022)



Gambar 3. 6 Contoh insight di media sosial Instagram konten informasi protokol Kesehatan

Sumber: Data primer yang diperoleh wawancara bersama Pengelola Media Sosial dan Website (3 November 2022)

### e. Hambatan Implementasi *Cyber Public Relations* Kebijakan Protokol kesehatan dan penanganannya

Adapun hambatan yang terjadi dalam penyebaran informasi protokol kesehatan dengan konsep *Cyber Public Relations* sama saja dengan yang telah disampaikan sebelumnya oleh pengelola

media sosial dan *Website* yaitu hanya masyarakat yang memiliki *smartphone* atau internet yang dapat mengakses informasi-informasi tersebut. Untuk menyikapi hal ini Dinas Komunikasi dan Informatika tetap menggunakan media konvensional untuk menghimbau masyarakat terkait protokol kesehatan seperti halnya radio, penyebaran stiker, baliho dan juga melakukan publikasi keliling. Adanya publikasi keliling juga telah di dokumentasikan dan kembali di unggah ke laman-laman media sosial.



COVID-19

Get the latest information from the WHO about coronavirus.

[Learn more](#)

 See more resources on Google

Sosialisasi Penerapan Protokol Kesehatan di Monumen Tiga Tokoh Wanita Jepara

*Gambar 3. 7 Publikasi keliling yang telah terdokumentasi*

Sumber: Youtube Pemkab Jepara (Diakses 2 Desember 2022)

### **3. Implementasi *Cyber Public Relation* tentang Kebijakan Vaksinasi**

Dalam mendorong keberhasilan kebijakan vaksinasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara berperan untuk mengencarkan informasi-informasi terkait kebijakan tersebut. Pengencaran informasi bukan hanya dilakukan secara konvensional dan langsung tetapi juga dengan menggunakan konsep *Cyber Public Relations*. *Cyber Public Relations* sendiri merupakan kegiatan hubungan masyarakat yang menggunakan berbagai layanan di internet yang terhubung dunia luar. Sehingga dalam hal ini praktisi *Public Relations Online* dapat menggunakan berbagai hal untuk menjalankan pekerjaannya seperti media sosial. Website, aplikasi dan lain sebagainya

(Puspitasari, Niken. Purwani, 2022). Pada data penemuan ini akan diuraikan sesuai dengan teori Holtz (2002) berikut:

#### a. *Strategic*

Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara dalam mendorong keberhasilan kebijakan vaksinasi di masa pandemi yaitu dengan selalu mensosialisasikan dan mengencarkan informasi tersebut.

“Di masa Covid-19 Dinas Komunikasi dan Informatika selalu mengencarkan informasi baik itu melalui online maupun offline seperti publikasi keliling menggunakan mobil yang berisi mengenai himbauan untuk vaksinasi, protokol kesehatan, jaga jarak terus hampir setiap hari pelaksanaan ini dilakukan karena tidak semua masyarakat dari kita menggunakan IT seperti orang-orang Desa makanya selain teknologi kita juga konvensional karena tidak dapat dipungkiri penggemar radio adalah usia-usia atas. Kita juga ingin menjangkau seluruh masyarakat dengan menggunakan digital juga” (Sub Koordinator Pelayanan Informasi, Farida Agustina, S. Sos, 31 Oktober 2022)

Penggunaan *Cyber Public Relations* di masa pandemi menjadi pilihan yang tepat. Pada Implementasi lingkup *Cyber Public Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika telah menggunakan beberapa media. Hal ini juga disampaikan dalam sesi wawancara bersama Sub Koordinator Pelayanan Informasi.

“Dinas Komunikasi dan Informatika, kita sendiri memiliki beberapa kanal ya seperti halnya Instagram, Twitter, Facebook, Youtube, *Website*, Radio. Radio sudah pakai digitalkan dengan dipasang di Instagram, streaming di web dan aplikasi. Saat ini Radio sudah didigitalisasikan sehingga tidak terbatas dengan pemancar ” (Sub Koordinator Pelayanan Informasi, Farida Agustina, S. Sos, 31 Oktober 2022)

Pengencaran Informasi mengenai vaksinasi dilakukan di akun media sosial resmi meliputi Instagram @pemkabJepara, Twitter @Jeparakabgoid, Facebook Jepara.go.id. Kemudian ada pula penyebaran melalui Akun Youtube @PemerintahKabupatenJepara dan *Website* jepara.go.id serta adapula di kanal radio yang telah didigitalisasikan .

“Kalau posting di media sosial ya kita sering cari jam-jam yang *traffic*-nya tinggi sebagai strateginya tapi kalo misal dadakan ya langsung di posting soalnya juga menyesuaikan sama permintaan OPD atau RS penyedia vaksin terkaitkan, kalau di ranah vaksin gitu si. Tapi kalau jadwal postingnya masih lama ya cari jam-jam yang *traffic*-nya tinggi. Kita juga ada kerjasama dengan influencer di sekitar Jepara karena target kita kan Jepara jadi sering kolaborasi dengan influencer yang ada di Jepara. Beberapa kali kita juga ee mengadakan pertemuan bersama mereka membahas terkait vaksinasi dan protokol kesehatan. Jadi selain kita yang mensosialisasikan tentang protokol kesehatan dan

vaksinasi mereka juga ya diharapkan mampu berperan untuk menyampaikan program vaksinasi maupun protokol Kesehatan tersebut karena kan juga punya follower yang banyak jadi kita berharap mereka bisa mengajak dan menggerakkan masyarakat untuk ikut program vaksinasi maupun protokol Kesehatan.” (Pengelola Media Sosial dan Website, Arizal Dava Varistyawan, S. Kom, 3 November 2022)

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa dalam prakteknya Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara juga memperhatikan waktu-waktu tertentu untuk memposting informasi di laman media sosialnya. Bukan hanya itu saja penyebaran informasi terkait vaksinasi juga dilakukan dengan menggandeng influencer yang berdomisili di Kabupaten Jepara. Selain itu, Berdasarkan Observasi yang dilakukan dalam penyampaian informasi biasanya terdapat KOL (*Key Opinion Leader*). KOL digunakan untuk meyakinkan persepsi masyarakat pada kebijakan tersebut. Biasanya yang ditampilkan adalah Bupati, Juru Bicara Covid-19, dan para Dokter yang ada di Kabupaten Jepara.

“Kita juga punya grup wa di tingkat Desa dan kecamatan karena kan kita koordinasi dari tingkatan itu semua jadi kita selain di share di platform sosmed kita ya juga share di grup itu. Kita punya grup admin medsos di tingkat Kecamatan, Dinas. Nah kita menghimbau mereka menshare ke masyarakat juga ke Desa - Desa gitu.” (Pengelola Media Sosial dan Website, Arizal Dava Varistyawan, S. Kom, 3 November 2022)

Informasi-informasi selama masa pandemi termasuk mengenai vaksinasi yang bukan hanya di sebarakan melalui platform yang dimiliki pemerintah Kabupaten Jepara saja. Mereka pun turut bekerjasama dengan pemerintah Desa maupun kecamatan untuk menyebarkan informasi-informasi tersebut. Bukan hanya itu saja, strategi Dinas Komunikasi dan Informatika dalam praktik *Cyber Public Relations* mengenai informasi kebijakan vaksinasi juga dilakukan melalui kerjasama dengan media online untuk memperluas jangkauan.

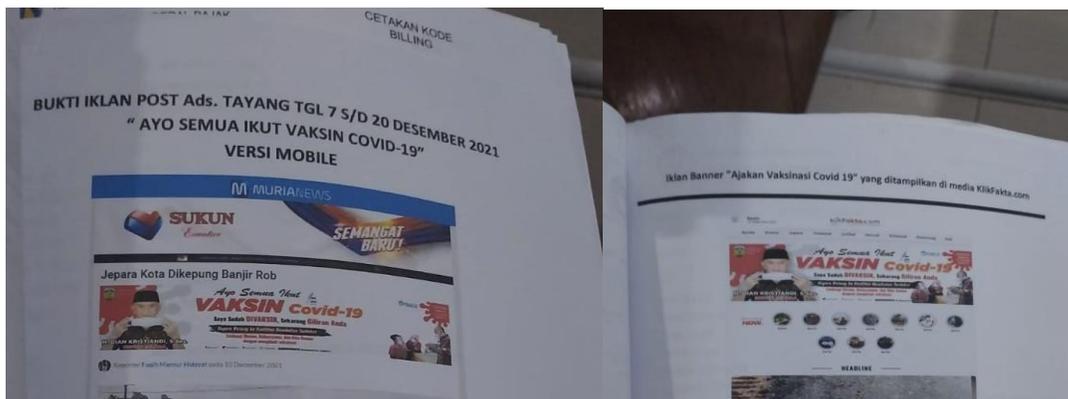
“Kita ada banyak media online yang kerjasama, intinya kita bekerjasama dengan media yang keberadaannya jelas. Prinsipnya adalah penyebaran info seluas-luasnya. Setiap media kan beda-beda pembacanya harapannya dengan bekerjasama dengan banyak media bisa menyebarkan info seluas luasnya dan masyarakat cepat menerima info tersebut juga. Informasi dikeluarkan di portalkan kita juga kerjasama dengan media lain media online maupun konvensional temen media info dalam bentuk *advertorial* atau *display* atau spot masyarakat. Ada juga kegiatan ya iklan online di media online.” (Sub Koordinator Media Massa, Muhammad Safrudin, S. Sos., M. Si, 3 November 2022)

Kerjasama dengan media online menjadi strategi yang melengkapi dalam praktik *Cyber Public Relations* karena dapat membantu penyebaran informasi menjadi lebih luas. Oleh karena itu Dinas

Komunikasi dan Informatika berusaha untuk menjaga hubungan dengan para media. Kegiatan-kegiatan yang diliput oleh Dinas Komunikasi dan Informatika pun dibagikan kepada para wartawan

“Selama ini kegiatan kita yang kita liput kita share ke temen-temen wartawan ada grup di WA “warta info Jepara” kita juga menyediakan rilis. Setiap kegiatan Jepara kita liput kita rilis dan sebarkan ke teman wartawan ya termasuk kegiatan vaksinasi dan kegiatan-kegiatan yang berkaitan sama penerapan protokol kesehatan. Dulu pernah ada jumpa pers mengenai capaian vaksinasi dijumpai wartawan secara langsung tapi tetep menggunakan protokol Kesehatan tidak menggunakan teleconference” (Sub Koordinator Media Massa , Muhammad Safrudin, S. Sos., M. Si, 3 November 2022)

Wartawan media-media sering diberikan informasi update mengenai perkembangan vaksinasi Jepara baik itu melalui rilis maupun liputan yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika. Selama masa pandemi seperti yang dikatakan oleh Bapak Muhammad Safrudin, S. Sos., M. Si Sub Koordinator Media Massa, Pemerintah Jepara juga membuka kesempatan kepada wartawan untuk melakukan peliputan kegiatan yang diselenggarakan. Dengan adanya kegiatan tersebut, mengharapkan agar wartawan dapat merilis berita terkait informasi-informasi selama masa pandemi termasuk vaksinasi untuk disebarkan ke masyarakat luas.



*Gambar 3. 8 Iklan media online vaksinasi*

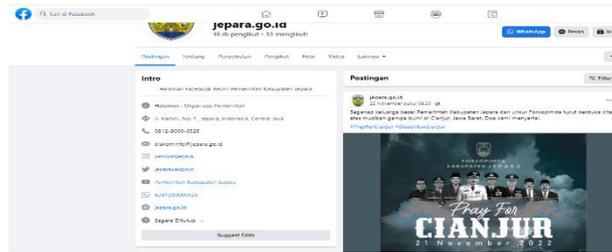
Sumber : SPJ bulan Desember 2021 Bidang Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika  
Kabupaten Jepara

## ***b. Integrated***

Pengintegrasian internet dalam penyebaran informasi terkait kebijakan vaksinasi yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara. Informasi diungkapkan oleh narasumber sebagai berikut;

“Kita s.id si itu biasanya untuk pendaftaran vaksinasi karena itu dari kementerian kominfo ya atau bit.ly menyesuaikan yang penting link singkat dan mudah diketik. Berkaitan pengintegrasian antara satu platform dengan yang lain itu dihubung-hubungkan biasanya melalui menyebarkan link melalui berbagai kanal. Contoh misalkan di Facebook ya kita di profilnya juga memberi keterangan media sosial lainnya atau link *website* atau link informasi yang sudah dipersingkat tadi. Sehingga selain engagementnya di medsos naik di *website* juga naik kan saling terintegrasi” (Pengelola Media Sosial dan *Website*, Arizal Dava Varistyawan, S. Kom, 3 November 2022)

Penyebaran informasi di masa pandemi pada masyarakat yang melalui banyak kanal baik dari media sosial atau *Website*. Informasi yang disajikan mengenai dalam media sosial berbentuk video maupun pamflet. Sedangkan, apabila di *Website* informasi berbentuk liputan atau berbentuk berita yang disertai dengan data. Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara mengupayakan agar masyarakat mendapatkan informasi yang cukup. Sehingga, antara portal yang satu dengan yang lainnya saling diintegrasikan. Pengintegrasian penyebaran link yang sudah di perpendek sehingga memudahkan masyarakat untuk mengeksplor informasi mengenai vaksinasi. Portal melalui S.id atau bit.ly yang merupakan platform untuk membantu memperpendek link agar mudah digunakan untuk para user-nya. Link yang diperpendek juga biasanya yang berhubungan dengan pendaftaran vaksin sehingga lebih memudahkan untuk masyarakat untuk mendaftarkan dirinya vaksinasi melalui online. Kemudian, pengintegrasian antara platform satu dengan yang lain biasanya yaitu dengan menuliskan di kolom bio media sosial tersebut sehingga masyarakat dapat dengan mudah untuk mengaksesnya. *Website* yang berisikan informasi berita mengenai vaksinasi ada di [jepara.go.id](http://jepara.go.id), *Website* tersebut juga terintegrasi dengan *Website* [corona.jepara.go.id](http://corona.jepara.go.id). Sehingga, meskipun masyarakat membuka *Website* [corona.jepara.go.id](http://corona.jepara.go.id), mereka dapat mengklik thumbnail berita-berita yang ada disana dan langsung otomatis dihubungkan ke *Website* [jepara.go.id](http://jepara.go.id).



Gambar 3. 9 Pengintegrasian kanal internet Dinas Komunikasi dan Informatika

sumber : Facebook jepara.go.id(Diakses pada 24 November 2022)

Berikut contoh pengintegrasian link pendaftaran vaksinasi yang sudah diringkas disebarkan melalui pamflet atau postingan postingan di media sosial.



Gambar 3. 10 Pengintegrasian link pendaftaran vaksinasi di postingan Instagram

Sumber : Instagram @pembkabjepara(Diakses 24 November 2022)



Gambar 3. 11 Pengintegrasian website jepara.go.id dengan thumbnail di website corona.jepara.go.id

Sumber: Website corona.jepara.go.id (Diakses 13 Desember 2022)

### c. Targeted

Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara untuk mendapat perhatian publik dalam implementasi konsep *Cyber Public Relations* disampaikan oleh Sub Koordinator Pelayanan Informasi sebagai berikut.

“Kita mencapai sasaran kita kemas informasi semenarik mungkin. Meningkatkan informasi dengan pemberitaan seperti bagaimana pentingnya vaksinasi, bagaimana efeknya. Tetap melaksanakan liputan supaya jelas informasinya.. Penyajian informasi di web beda dengan menyajikan di sosmed lain, dari segi gaya bahasa beda dan kemasannya beda walaupun infonya sama” (Sub Koordinator Pelayanan Informasi, Farida Agustina, S. Sos, 31 Oktober 2022)

Dari ungkapan Sub Koordinator Pelayanan Informasi dapat diketahui produksi informasi bukan hanya mengenai informasi jadwal vaksinasi saja tetapi juga secara isi dan tampilan konten disesuaikan dengan sasaran publik. Di setiap pengguna media sosial memiliki karakter yang berbeda-beda sehingga hal ini perlu diperhatikan ketika membuat informasi untuk disampaikan kepada para pengguna agar tepat sasaran. Hal yang serupa juga disampaikan oleh Sub Koordinator Media Massa .

“ Untuk menarik perhatian masyarakat yaa biasanya kita cari gambar yang menarik, tulisan yang menarik, terus kata - kata yang menarik, yang sederhana tapi yang simpel kita bermainnya disitu. Kemudian ukurannya bisa menarik perhatian yang besar agar tampil menonjol. Ajakan pakai video malah lebih efektif kita juga pakai itu. Karena orang lebih menarik sesuatu yang bergerak dan bersuara. Kita adaptif dengan tren dengan cerita

yang singkat.” (Sub Koordinator Media Massa , Muhammad Safrudin, S. Sos., M. Si, 3 November 2022)

Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara sebagai Organisasi Perangkat Daerah ketika menjalankan tugas untuk memproduksi informasi dan menyebarkan informasi tersebut tetap sesuai aturan yang berlaku.

“Untuk konten iya dari segi warna ide si pembuat itu penting tetapi kita memiliki atasan kita menyesuaikan itu kita sering berkoordinasi mau pilih warna apa kadang pilih warna yang ngejreng semua by request. Kita punya ide sendiri walaupun kita ide sendiri tapi jika tidak di acc atasan ya malah tidak terpublish. Sehingga tergantung pada atasan karena kita kan di instansi pemerintahan.” (Pengelola Media Sosial dan *Website*, Arizal Dava Varistyawan, S. Kom, 3 November 2022)

#### **d. Measurable**

Dalam melihat efektivitas informasi yang disebarkan dengan konsep *Cyber Public Relations* Dinas Komunikasi dan Informatika melihatnya dari segi *engagement*. *Engagement* juga dilihat dari beberapa sisi. Hal ini disampaikan oleh staf Informasi Publik sebagai berikut;

“Kita kalau evaluasi ya cuma berkala saja belum ada secara khusus untuk praktik Cyber itu pun kita juga belum terarsipkan ya untuk evaluasi yang berkala itu karena biasanya catatannya masih tercecer di beberapa orang, jadi kalau evaluasi kayak konten informasi gitu kita ya dibahas waktu ada rapat mingguan begitu. Terus Kalo liat *engagement* biasanya dilihat dari jumlah kebanyakan followersnya cewe apa cowo lah, komentar, jumlah aduan, kalo *engagement* kan seberapa ketertarikan masyarakat mengakses informasi atau postingan tersebut.” (Pengelola Media Sosial dan *Website*, Arizal Dava Varistyawan, S. Kom, 3 November 2022)

Dinas Komunikasi dan Informatika Jepara tidak memiliki rekapan secara keseluruhan mengenai *engagement* tetapi mereka mengecek dan mengevaluasi secara berkala saja. Hal ini juga di sampaikan oleh Bapak Kepala Bidang Komunikasi.

“Kalau catatan ya gaada paling catatan sendiri seperti itu, pada intinya evaluasi dilaksanakan secara periodik kalau tidak setengah tahun sekali ya satu tahun sekali tapi biasanya kita satu tahun sekali” (Kepala Bidang Komunikasi, Muslichan, S.Kom.,M.M., 7 November 2022)

Evaluasi penerapan konsep *Cyber Public Realitions* hanya dilakukan secara periodik saja serta hasil rapat maupun evaluasi hasil pengecekan secara berkala yang dilalui masih belum terarsipkan secara rapi.

“Kan ada fitur insight kalau di media sosial misal di Instagram nah biasanya kita lihat dari situ berapa banyak follower Jepara tu ada terus analisis. Postingan itu dianalisis bagus apa engga ya dari analisis tadi. Apabila totalnya 1-5% jumlah followers itu artinya uda bagus.” (Penyusun Bahan Informasi dan Publikasi, Karisma Widya Kusuma, S. I. Kom., 3 November 2022)

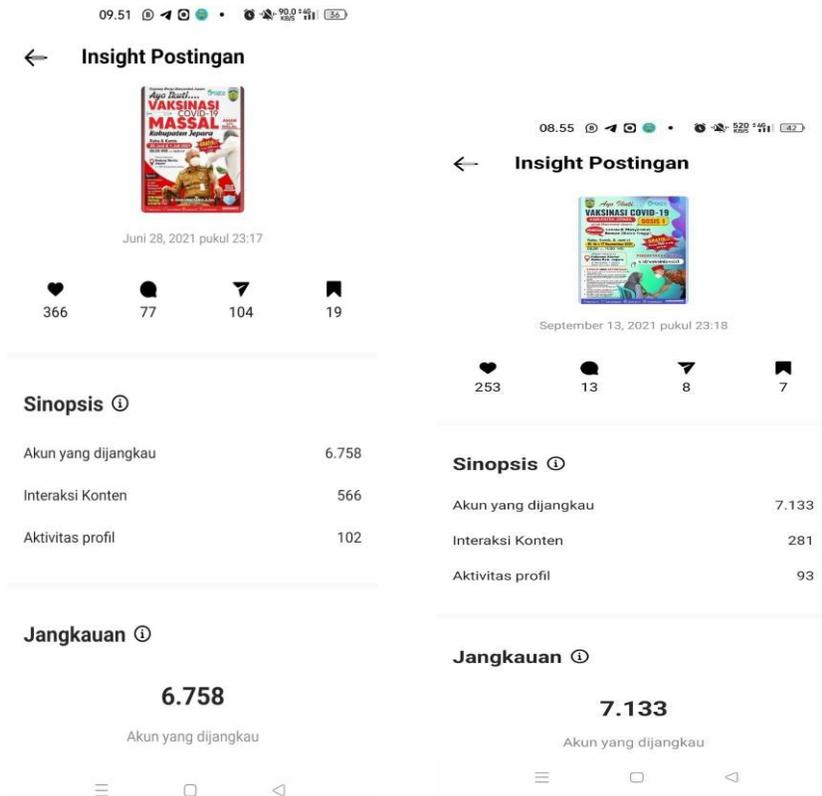
Dalam melihat *engagement* Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara juga memiliki batasan tersendiri. Mereka menetapkan batasan apabila *engagement* total dari range 1-5% dinilai sudah baik.

“*Engagement* bisa dilihat per-*insight*. Biasanya kan naik turun *insight*nya tergantung kebutuhan masyarakat vaksin di puskesmas atau RS. Biasanya informasi tidak selalu di feed tapi lebih sering di story Instagram karena kan infonya h-2/3 hari sebelum pelaksanaan vaksinasi. Kecuali kalau skalanya di tingkat Kabupaten Jepara karena ada yang rutin jadi kita ada proses pendaftaran disana melalui link daftar dan sebagainya. Dulu ada linknya kalo sekarang dibebaskan langsung on the spot.” (Pengelola Media Sosial dan *Website*, Arizal Dava Varistyawan, S. Kom, 3 November 2022)

Secara keseluruhan selama masa pandemi jika dilihat *engagement* mengenai informasi mengenai vaksinasi cenderung bagus. Dapat dikatakan demikian karena vaksinasi telah ditetapkan sebagai syarat administrasi ketika melakukan mobilisasi.

“*Enggementnya* cenderung bagus karena kita juga pemerintah vaksin sebagai syarat untuk bepergian dan lain sebagainya nah itu semakin ketat aturannya ya semakin dicari” (Staf Seksi Informasi Publik, Rizal, 3 November 2022)

Pada kenyataannya kini Kabupaten Jepara per tanggal 3 Januari 2022 telah vaksinasi telah mencapai 71,1 persen dari total target sebanyak 922.450 Orang (Nazaruddin, 2022).



Gambar 3. 12 Contoh insight di media sosial Instagram konten vaksinasi

Sumber: Dokumentasi Peneliti dari Pengelola Media Sosial dan *Website*  
(Didapatkan 3 November 2022)

#### e. Hambatan dan Penanganannya

Selama masa pandemi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara dengan pengimplementasian konsep *Cyber Public Relations* terdapat hambatan. Hal ini disampaikan dalam wawancaranya;

“Hambatan pasti ada, info kalau dalam digital yang bisa kan hanya orang-orang yang punya smartphone nah makanya untuk mengatasi itu kita melakukan berbagai publikasi macam-macam seperti di radio, baliho, publikasi keliling. Nah tujuannya memberi info itu bagi masyarakat yang tidak punya smartphone atau internet kita melakukan seperti itu. Kalau dari teknis itu paling berupa sinyal tu berpengaruh ketika wifinya down ya akan terhambat. Tapi selama ini ya lancar lancar aja.” (Pengelola Media Sosial dan *Website*, Arizal Dava Varistyawan, S. Kom, 3 November 2022)

Dalam praktik penyebaran informasi melalui kerjasama media online juga memiliki beberapa hambatan yaitu adanya keterbatasan waktu dalam penayangan iklan online dan keterbatasan akan biaya anggaran untuk memperpanjang iklan online tersebut.

Selama ini ya berjalan dengan baik. Apalagi dengan teman-teman media pun tidak ada hambatan dan permasalahan karena malah mereka menunggu berita dari kita. Semua belajar dengan baik karena itu menjadi fokus kegiatan kita bagaimana ini bisa tersampaikan dengan masyarakat. Hambatannya ya ada di keterbatasan anggaran sehingga tidak semua media online dapat kemudian waktunya juga tidak bisa lama misal iklan 2 minggu tayang tidak bisa lebih lama lagi. (Sub Koordinator Media Massa , Muhammad Safrudin, S. Sos., M. Si, 3 November 2022)

#### **4. Kualitas Informasi Publik**

Informasi menurut Jogiyanto dalam (Damanik & Purwaningsih, 2017) berpendapat bahwa informasi adalah data yang telah diolah hingga menjadi bentuk rangkaian kata atau ucapan lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya. Suatu informasi yang disampaikan memiliki kualitas, apalagi informasi yang disebarkan untuk publik. Hal ini dikarenakan adanya kaitan antara kualitas informasi yang disajikan dengan kebermanfaatannya yang akan dituai publik. Dalam upaya untuk mengetahui kualitas informasi publik seperti apa, peneliti menanyakan pendapat dari beberapa narasumber dari Dinas Komunikasi dan Informatika yang notabennya memiliki tanggung jawab atas penyebaran informasi pada publik.

“Kualitas informasi publik yang baik ya berita yang mengandung fakta, faktual dan aktual “ (Sub Koordinator Pelayanan Informasi, Farida Agustina, S. Sos, 31 Oktober 2022)

Menurut Bu Farida Agustina, S. Sos, kualitas informasi publik yang baik adalah mengandung fakta dan pastinya beritanya aktual tidak dibuat-buat sendiri sehingga sesuai dengan realita. Hal tersebut juga disampaikan oleh Ibu Mas Sri Sulistyaning Budi Rahayu, S. H., M.M sebagai Sub Koordinator Dokumentasi dan Publikasi menyatakan sedikit yang berbeda dengan pendapat sebelumnya.

“Kita menyebarkan informasi melalui beberapa hal misalnya dengan siaran radio, sosialisasi, baliho, atau publikasi keliling. Maka, kualitas informasi yang baik adalah info yang bisa tersebar di khalayak luas” (Sub Koordinator Dokumentasi dan Publikasi ,Mas Sri Sulistyaning Budi Rahayu, S. H., M.M., 31 Oktober 2022)

Dari hasil wawancara dengan Bu Mas Sri Sulistiyaning Budi Rahayu, S. H., M.M, beliau memberikan pendapat apabila informasi publik yang baik adalah informasi yang tersebar dan mudah diakses masyarakatnya. Hal ini juga sejalan dengan pendapat Bapak Muhammad Safrudin, S. Sos., M. Si Sub Koordinator Media Massa .

“Kita itu instansi pemerintah ya jadi informasi yang berkualitas kalau dari perspektif ya informasi yang positif, yang membangun, yang berdampak luas baik ekonomi atau kesejahteraan masyarakat. Kalo dalam konteks Covid-19 memang seperti apa itu Covid-19 kita sampaikan ke masyarakat kemudian bagaimana kita menghadapi Covid-19. Informasi itu dapat dipahami masyarakat dengan mudah dan mudah diterima masyarakat. Kalau kita tidak terlalu berpikir value mereka, tetapi kebijakan Pemerintah harus tersampaikan kepada masyarakat. Kita menyampaikan info masyarakat yang bisa membangun kepedulian,antisipasi, dan mau berkontribusi untuk pembangunan bangsa dan negara “(Sub Koordinator Media Massa , Muhammad Safrudin, S. Sos., M. Si, 3 November 2022)

Menurut Bapak Muhammad Safrudin, S. Sos., M. Si kualitas informasi publik yang baik, harusnya dapat berdampak luas bagi segala sektor untuk kesejahteraan masyarakat.serta dapat membangun antisipasi publik untuk ikut serta mendorong pembangunan bangsa dan negara. Informasi tersebut dibuat sedemikian rupa agar mudah diterima masyarakat, serta memudahkan mereka untuk mengaksesnya. Hal ini juga sejalan dengan pendapat Ibu Karisma Widya Kusuma, S. I. Kom.

“Yang bermanfaat dan bisa menumbuhkan harapan jadi setelah terpapar info jadi melakukan praktek himbauan yang disarankan. Oh iya 5 m penting masa pandemi jaga jarak dan lain lain outputnya gitu. Jadi ga cuma bikin oh sambil anggukan kepala, tapi sampai *action* juga sampai *high level* ya sampai kita ubah persepsi orang dan mengubah perilaku seseorang. Makanya Dinas Komunikasi dan Informatika melakuakannya dengan menggencarkan info” melalui berbagai kanal “ (Penyusun Bahan Informasi dan Publikasi, Karisma Widya Kusuma, S. I. Kom., 3 November 2022)

Dalam praktik konsep *Cyber Public Relations* selama masa pandemi, selain menyebarkan informasi menggunakan kanal-kanal yang dimilikinya seperti Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, radio yang sudah di digitalkan, dan juga *Website*. Apabila terdapat kebingungan masyarakat terkait informasi yang ada Pemerintah Jepara menyediakan kanal aduan.

“Untuk meningkatkan informasi publik, kita juga ada beberapa kanal aduan seperti lapor bupati melalui wa dan sms. Kemudian ada sp4nlapor itu melalui lapor.go.id. akun Twitter juga bisa kalo untuk layanan sp4nlapor. Kemudian ada laporgub.jateng prov.go.id. masuknya ke provinsi dulu baru turun di tingkat Kabupaten mereka ada adminnya kita juga ada adminnya. Lapor gub tingkat kementerian disana di verif kalau

sudah turun di tingkat Kabupaten baru kita tindak lanjuti” (Penyusun Bahan Informasi dan Publikasi, Karisma Widya Kusuma, S. I. Kom., 3 November 2022)

Dengan adanya kanal-kanal aduan tersebut justru lebih membantu dan juga meningkatkan pelayanan kualitas informasi pada masyarakat Kabupaten Jepara. Masyarakat dapat menanyakan segala sesuatu dalam kanal aduan tersebut termasuk mengenai vaksinasi, protokol kesehatan, dan lain sebagainya.

“Selama masa pandemi dari tahun 2020-2022 Agustus terdapat sekitar 719 aduan yang masuk ke kita ya ada yang menanyakan mengenai kebijakan-kebijakan selama masa pandemi seperti vaksinasi, bansos, protokol kesehatan, dan lain sebagainya” (Sub Koordinator Pelayanan Informasi, Farida Agustina, S. Sos, 31 Oktober 2022)

## **5. Kualitas Informasi Terkait Update Data Penyebaran Covid-19**

### **a Intrinsik**

Aktualitas penyajian informasi terkait data penyebaran Covid-19 menjaganya dengan adanya integrasi sistem. Update penyebaran Covid-19 yang biasanya disajikan di *Website* disesuaikan data yang ada di Dinas Kesehatan atau Fasilitas Kesehatan yang ada di Kabupaten Jepara. Data yang muncul di *Website* corona.jepara.go.id ini sudah terintegrasi atau saling berhubungan menjadi satu data dengan Fasilitas Kesehatan maupun Rumah Sakit yang ada di Kabupaten Jepara.

“Update data ya adminnya dari Satgas karena itu terkoneksi data sana. Kalau yang informasi memang sini , tapi kalau data lebih ke satgas atau dinkes. Data yang ditampilkan di *Website* itu ya sudah terintegrasi dengan faskes atau RS yang ada di Kabupaten ini, jadi ada sistem jadi totalnya yang ditampilkan itu ya akumulasi dari semuanya itu” (Seksi Pengembangan *e-Government*, Persandian, dan Keamanan Informasi ,Anto Eko Wijaya, S.Kom, 7 November 2022)

Penyajian informasi di media sosial dengan berbentuk postingan atau poster agar tetap actual Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara menyajikan berdasarkan *Website* corona.jepara.go.id.

“Pembuatan update data poster medsos berdasarkan *Website* corona.go.id datanya supaya valid dan factual.” (Pengelola Media Sosial dan *Website*, Arizal Dava Varistyawan, S. Kom, 3 November 2022)

## **b. Kontekstual**

Dari segi kelengkapan dan kedalaman informasi yang disajikan, Pemerintah Kabupaten Jepara lebih mengutamakan update data penyebaran Covid-19 di website [corona.jepara.go.id](http://corona.jepara.go.id).

“Iya kalo di *Website* memang update terus tetapi kalau yang sosmed itu kondisional kita kan komunikasi dengan pimpinan dengan satgasnya juga siapakah ini di publish di informasikan ke masyarakat terus ? karna kan ee Namanya Covid-19 kan momok ya. Kita kan kalo kasih info ya di imbangi sama penanganannya. Sehingga kalo datanya sendiri selalu update di *Website* jadi di sosmed ya pas tinggi-tingginya saja sekalian menghimbau masyarakat karekan di tingkat Kabupaten sering update dinas terkait BPBD/ Dinkes Jepara jadi dinas terkait juga pasti update datanya” (Pengelola Media Sosial dan *Website*, Arizal Dava Varistyawan, S. Kom, 3 November 2022)

Dalam *Website* sebisa mungkin pemerintah Kabupaten Jepara memberikan informasi lengkap melalui tampilan yang simpel dan mudah dipahami.

“Dalam *Website* sendiri info yang kita tampilkan atau menu yang kita sajikan hampir dapat dikatakan sama dengan portal-portal yang ada di Kabupaten lain atau nasional yaa standarnya ketersediaan rumah sakit jumlah bed, pasien positif, sembuh, peta penyebaran sampai ke level Desa dan lain sebagainya. Hingga ada klasifikasi zona-zona Dinas Komunikasi dan Informatika penyedia dan sumber datanya ya dari faskes. Kalo terkait klasifikasi zona itu Satgas yang membuat klasifikasi, kalau Desa tersebut perbandingan penduduk sekian dengan yang positif lalu diklasifikasikan zona hijau merah. Adapun Sumber data bersumber dari faskes atau RS yang ada di Kabupaten ini. Laporan data tersebut akan ditampilkan di portal *Website* [corona.jepara.go.id](http://corona.jepara.go.id).” (Seksi Pengembangan *e-Government*, Persandian, dan Keamanan Informasi, Anto Eko Wijaya, S.Kom, 7 November 2022)

Terkait Hotline yang ada dalam *Website* [corona.jepara.go id](http://corona.jepara.go.id), penanganan apabila terdapat pertanyaan juga dijawab sesuai prosedur yang ada.

“Kalau hotline itu, masuk ke Dinas Kesehatan. Dulu di BPBD sekarang beralih ke Kesehatan menyesuaikan ke Pusat. Termasuk tentang protokol kesehatan, vaksinasi, dan persediaan ambulan dkk itu BPBD. Nanti mereka yang langsung menjawabnya.” (Pengelola Media Sosial dan *Website*, Arizal Dava Varistyawan, S. Kom, 3 November 2022)

Secara kebaruan, informasi Update Data Covid-19 di *Website* selalu diperbaharui setiap harinya. Tetapi, apabila di media sosial informasi hanya disajikan ketinggian kondisi penyebaran Covid-19 melonjak.

DASHBOARD DEFINISI RS RUJUKAN DATA BERITA



SATUAN TUGAS PENANGANAN  
**COVID-19**  
KABUPATEN JEPARA

**HOTLINE TANGGAP COVID-19**  
KABUPATEN JEPARA

Hotline
+6281 127 16 119

Layanan Kegawatdaruratan dan Info COVID-19

Whatsapp
+6281 127 16 119

Layanan Kegawatdaruratan dan Info COVID-19

**CEK KONDISI ANDA !**

Deteksi Mandiri Cepat COVID-19 adalah salah satu cara untuk mengetahui apakah Anda memiliki gejala yang memerlukan pemeriksaan dan pengujian lebih lanjut mengenai COVID-19 atau tidak.

CEK DISINI

DASHBOARD DEFINISI **RS RUJUKAN** DATA BERITA

Definisi Operasional Menurut KEPMENKES HK.01.07/MENKES/413/2020

Istilah dalam Website <https://corona.jepara.go.id/>

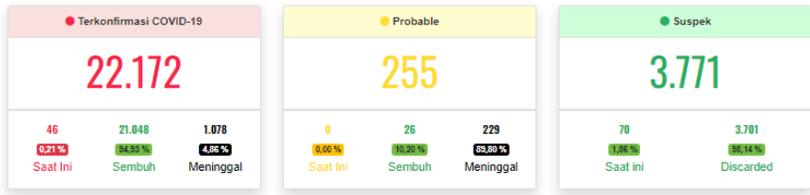
**RUMAH SAKIT RUJUKAN COVID-19 JEPARA**

UPDATE TERKAHIR : SELASA, 06 DESEMBER 2022 | 21:04 WIB

Nama Rumah Sakit	Informasi			Lokasi	Telepon
	Terkonfirmasi Dirawat	Probable Dirawat	Suspek Dirawat		
RSUD R.A KARTINI	0	0	0	<a href="#">Lokasi</a>	<a href="#">Daftar</a>
RSUD REHATTA	1	0	1	<a href="#">Lokasi</a>	<a href="#">Daftar</a>
RSI SULTAN HADIRIN	0	0	1	<a href="#">Lokasi</a>	<a href="#">Daftar</a>
RS GRAHA HUSADA	0	0	0	<a href="#">Lokasi</a>	<a href="#">Daftar</a>
RSU PKU AISYIYAH JEPARA	0	0	0	<a href="#">Lokasi</a>	<a href="#">Daftar</a>
RS PKU MUHAMMADIYAH MAYONG	0	0	0	<a href="#">Lokasi</a>	<a href="#">Daftar</a>
RS LUAR DAERAH	4	0	1		
JUMLAH	5	0	3		

### SEBARAN KASUS COVID-19 DI JEPARA

Update Terakhir : Selasa, 06 Desember 2022 | 21:04 WIB  
 Sumber : Dinas Kesehatan Kabupaten Jepara



Update : 31 Juli 2022  
 KABUPATEN JEPARA, PROVINSI JAWA TENGAH  
 ZONA  
**RESIKO RENDAH**  
 Sumber : <https://covid19.go.id/peta-risiko>

Catatan : Klik salah satu kotak dibawah untuk melihat detail persebaran per Kecamatan.

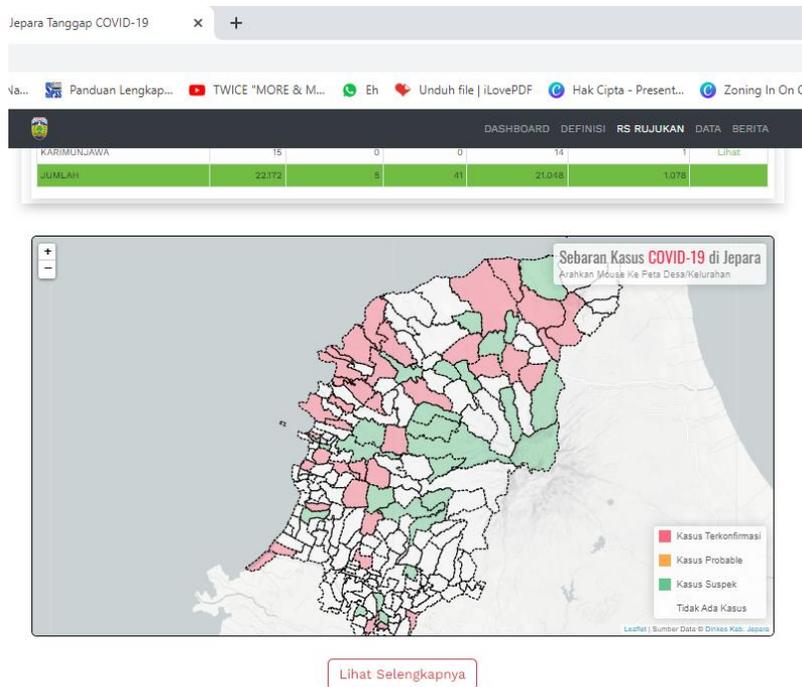
Kasus Terkonfirmasi Kasus Probable Kasus Suspek

### SEBARAN KASUS TERKONFIRMASI PER KECAMATAN

Kasus Terkonfirmasi Kasus Probable Kasus Suspek

### SEBARAN KASUS TERKONFIRMASI PER KECAMATAN

Kecamatan	Total	Terkonfirmasi			Meninggal	Detail
		Saat Ini		Sembuh		
		Dirawat	Isolasi			
JEPARA	3157	0	3	3.002	152	Lihat
BANGSRI	2.035	1	3	1.946	85	Lihat
TAHUNAN	1.918	0	4	1.825	89	Lihat
PECANGAAN	1.693	0	2	1.603	88	Lihat
MLONGGO	1.621	0	13	1.513	95	Lihat
MAYONG	1.494	0	0	1.428	66	Lihat
WELAHAN	1.398	0	1	1.318	79	Lihat
KEDUNG	1.317	1	2	1.261	53	Lihat
KELING	1.277	1	3	1.211	62	Lihat
NALUMSARI	1.233	1	0	1.164	68	Lihat
KEMBANG	1.165	0	2	1.117	46	Lihat
BATEALIT	1.135	0	2	1.088	45	Lihat
KALINYAMATAN	1.048	0	0	978	70	Lihat
PAKISAJI	1.003	1	3	964	35	Lihat
DONOROJO	663	0	3	616	44	Lihat
KARIMUNJAWA	15	0	0	14	1	Lihat
<b>SUMLAH</b>	<b>22.172</b>	<b>5</b>	<b>41</b>	<b>21.048</b>	<b>1.078</b>	



Gambar 3. 13 Informasi update data penyebaran Covid-19 dalam Website corona.Jepara.go.id

### c Representasional

Terkait dengan pemilihan bahasa, pada penyampaian update penyebaran Covid-19 yang ada di Website pastinya sesuai KBBI. Penggunaan bahasa pada update data ini cenderung simpel dan mudah dipahami karena hal ini penyajian data yang dilakukan dibantu dengan tools-tools lainnya seperti peta, grafik angka, dan tabel. Sedangkan penggunaan bahasa dalam media sosial dalam menyajikan informasi Update data penyebaran Covid-19 tetap menyelipkan kata persuasi. Hal ini dikarenakan penyajian informasi biasanya dibarengi dengan himbauan untuk melakukan protokol kesehatan.

### d Aksesibilitas

Dari segi aksesibilitas, informasi update data penyebaran Covid-19 dapat diakses melalui Website corona.jepara.go.id karena jika di Website informasi akan selalu diupdate setiap harinya. Bukan hanya itu saja, Website menggunakan sistem yang telah terintegrasi dengan portal RS atau Fasilitas Kesehatan lainnya sehingga apabila ada yang update datanya akan langsung terakumulasi secara otomatis di Website corona.jepara.go.id. Selain itu, masyarakat juga dapat mengakses melalui sosial media seperti Instagram, Twitter, dan Facebook Pemerintah Kabupaten Jepara.

Tetapi yang perlu diketahui apabila di sosial media informasi terkait data penyebaran Covid-19 hanya dibuat ketika kasus Covid-19 sedang tinggi-tingginya saja.

## **6. Kualitas Informasi Terkait Kebijakan Protokol Kesehatan**

### **a Intrinsik**

Penyajian informasi protokol kesehatan untuk menjaga aktualitas Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara melakukan kegiatan yang sama seperti penyajian informasi vaksinasi. Penyajian informasi mengenai protokol kesehatan tetap sesuai data maupun dokumentasi yang mendukung agar tetap aktual.

“ Biar aktual ya harus sesuai data ada juga peliputan serta ya menyertakan dokumentasi kegiatan kan. Yaa ada juga karena waktu awal-awal Covid-19 tinggi-tingginya kita ada publikasi keliling juga penertiban jam buka ditempat umum, yang ada damkar, bpbd , kita melakukan himbauan juga seperti itu Tetap dipublikasikan melalui video tentang penertiban di share di Youtube pemkab.” (Sub Koordinator Dokumentasi dan Publikasi ,Mas Sri Sulistiyaning Budi Rahayu, S. H., M.M., 31 Oktober 2022)

Segala bentuk kegiatan terkait himbauan hingga pelaksanaan protokol kesehatan yang dilakukan secara langsung tetap di dokumentasikan maupun diliput, kemudian dijadikan sebuah informasi untuk publik. Penyebaran informasi sendiri dilakukan dengan menggunakan konsep *Cyber Public Relations*.

“Dulu satgas termasuk ada sosialisasi dan penindakan mengenai protokol seperti jam buka toko atau cuci tangan dan itu dipublikasikan serta didokumentasikan dengan bentuk video maupun artikel” (Penyusun Bahan Informasi dan Publikasi, Karisma Widya Kusuma, S. I. Kom., 3 November 2022)

### **b. Kontekstual**

Cara Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara dalam menyajikan informasi yang lengkap dan mendalam mengenai protokol kesehatan dilakukan dengan menyesuaikan data yang ada. Penyajian informasi terkait protokol kesehatan sesuai dengan hasil koordinasi dengan SATGAS yang telah terbentuk.

“Kita kan ada satgas ya tingkat Kabupaten, Kecamatan, Provinsi hingga Pusat sehingga sebisa mungkin kita selalu koordinasi pada kementerian / kota lain sehingga bisa serentak dalam penginformasian informasi terkait protokol kesehatan, vaksinasi dan lain sebagainya” (Pengelola Media Sosial dan *Website*, Arizal Dava Varistyawan, S. Kom, 3 November 2022)

Informasi terkait protokol kesehatan di kemas dengan semenarik mungkin untuk masyarakat. Pengemasan informasi untuk masyarakat terkait protokol kesehatan berbentuk postingan media sosial. Kemudian, ada pula yang berbentuk video, artikel, maupun berbentuk baliho.

“Secara konten sama si seperti vaksinasi bentuknya ya himbuan dalam bentuk video dan lain sebagainya. Misal kemarin ada seminggu penerapan protokol kesehatan wfh. Nah itu menyesuaikan surat edaran dari pemerintah untuk masyarakat. Terus kalau caption biasanya dari Dinas Komunikasi dan Informatika tapi kalau sudah ada yang sepaket gitu minta share ya langsung kita share. Misalkan ada permintaan share mengenai info terkait vaksinasi atau protokol kesehatan dari provinsi biasanya kita tinggal mengubah sapaan di kota aja hastagnya. Kita harus kompak biar trending dan seragam.” (Pengelola Media Sosial dan *Website*, Arizal Dava Varistyawan, S. Kom, 3 November 2022)

Informasi yang disajikan mengenai protokol kesehatan biasanya meliputi informasi himbuan 5M (Menjauhi kerumunan, menjaga jarak, mencuci tangan, memakai masker, membatasi mobilitas), kemudian ada pula informasi mengenai protokol kesehatan PPKM dan *Work From Home*, kemudian kegiatan-kegiatan penertiban protokol kesehatan.

### **c. Representasional**

Dalam pembuatan informasi-informasi selama masa pandemi termasuk dalam konteks protokol kesehatan pemilihan bahasa juga diperhatikan. Pemilihan bahasa untuk informasi protokol kesehatan juga sama dengan vaksinasi yaitu, dengan penggunaan bahasa sopan, memakai sapaan kang mas mbakyu. Pada intinya pemilihan bahasanya disesuaikan dengan kanal dan jenis informasi yang ada.

“Biasanya kita Satu info di upload ke semua secara simultan atau barengan semua platform tapi menyesuaikan kata yang bisa di posting. Misal ni informasi tentang vaksinasi ataupun protokol Kesehatan ya kita upload ke semua kanal sama yang mungkin rada beda yaitu captionnya. Jadi kalau di Twitter kan biasanya 250 kata. Tapi di Facebook bisa panjang banget. terus Instagram 2000 suku kata jadi kita menyesuaikan karakter platformnya juga” (Pengelola Media Sosial dan *Website*, Arizal Dava Varistyawan, S. Kom, 3 November 2022)

Penggunaan bahasa dalam takarir atau postingan media sosial hingga artikel tetap mengandung kata-kata persuasif untuk membangkitkan serta menggerakkan masyarakat agar melaksanakan protokol kesehatan. Selain itu sebisa mungkin harus informatif dan jelas dalam penyampaiannya.

“Pemilihan bahasa sebisa mungkin kita buat singkat dan informatif si. Kalau tulis berita gitu kan ada beberapa paragraf kadang orang akan malas. Ada kadang pembaca maunya

buat flyer tok atau liat caption saja atau mungkin suka melihat kedua-duanya. Nah mungkin itu bisa atur,kita harus pinter-pinternya mengemas info itu agar bisa terbaca. Kita juga menambahkan hastag,ya kalo vaksinasi hastagnya #ayo vaksinasi yang sering kita pakai itu jadi yang umumnya. Begitu pun juga protokol kesehatan hastagnya seperti #jagajarak #pakaimaskermu dan lain sebagainya. Kita variasikan.” (Pengelola Media Sosial dan *Website*,Arizal Dava Varistyawan, S. Kom, 3 November 2022)

#### **d Aksesibilitas**

Secara aksesibilitas informasi-informasi yang diproduksi selama masa pandemi termasuk terkait protokol kesehatan. Dinas Komunikasi dan Informatika memaksimalkan media-media yang mereka miliki. Penyaluran informasi terkait kebijakan-kebijakan di masa pandemi. Masyarakat dapat mengakses melalui media sosial Twitter @Jeparakabgoid, Instagram @pemkabJepara, Facebook Jepara.go.id, Youtube @PemerintahKabupatenJepara, *Website* pemerintah yaitu jepara.go.id . Bukan hanya itu saja, mereka juga menyebarkan ke media-media konvensional seperti Radio maupun koran. Mereka juga melakukan publikasi keliling untuk himbauan terkait protokol Kesehatan. Dengan adanya hal ini justru memberi kemudahan bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi.

### **7. Kualitas Informasi Kebijakan Vaksinasi**

Dalam pembuatan informasi mengenai kebijakan vaksinasi untuk publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara juga memperhatikan kualitas informasi tersebut sebelum disebarkan. Hal ini dapat dilihat dari upaya Dinas Komunikasi dan Informatika dalam memproduksi informasi-informasi terkait vaksinasi. Penyajian data dilakukan sesuai urutan kategori dari teori kualitas informasi publik oleh Wang & Strong (1996) sebagai berikut:

#### **a Intrinsik**

Penyajian informasi terkait kebijakan vaksinasi dilihat dari segi aktualitas. Dalam menjaga ke aktualitas informasi terkait kebijakan vaksinasi yaitu dengan menjaga kredibilitas dengan cara melakukan peliputan ketika kegiatan berlangsung.

“Menjaga aktualitas, ya kita selalu update. Tiap hari ada agenda Bupati itu pasti kita melakukan liputan. Lah itu salah satu cara kita update informasi di web maupun di sosmed dengan cara ngikutin agenda Bupati. Termasuk vaksinasi juga diliput untuk membantu pencapaian target vaksin kita kan dengan menyebarkan informasi supaya masyarakat tahu ada yang sudah banyak divaksin dan dirinya belum divaksin sehingga

mendorong kemauan untuk divaksin juga.” (Penyusun Bahan Informasi dan Publikasi, Karisma Widya Kusuma, S. I. Kom., 3 November 2022)

Aktualitas informasi terkait produksi informasi kebijakan vaksinasi juga dijaga melalui pembuktian adanya dokumentasi maupun data yang mendukung informasi yang di produksi.

“Menjaga aktualitas Itukan kita berdasarkan data berdasarkan fakta info yang kita tulis maupun sampaikan ke teman-teman wartawan kan berdasarkan peristiwa kegiatan bupati hari ini apa bukan fiksi dan ada foto atau dokumentasinya dan yang kita sebarakan fakta. Acuananya sudah jelas jika mendapatkan info berdasarkan fakta dan data. Hal ini juga berlaku selama penyajian info vaksin ataupun protokol kesehatan dan kebijakan lainnya.” (Sub Koordinator Media Massa , Muhammad Safrudin, S. Sos., M. Si, 3 November 2022)

Produksi informasi-informasi vaksinasi untuk publik untuk menjadi sebuah informasi yang aktual dan terbukti kebenarannya mereka saling melakukan kerjasama dan koordinasi dengan Dinas Kesehatan. Hal ini disampaikan oleh Mas Sri Sulistiyaning Budi Rahayu, S. H., M.M dalam wawancaranya sebagai berikut;

“Kalau produksi info ya tetap kerjasama dengan kesehatan kita mengikuti jika ada jadwal vaksinasi. Hal ini pun ada suratnya dari yang berkaitan” (Sub Koordinator Dokumentasi dan Publikasi ,Mas Sri Sulistiyaning Budi Rahayu, S. H., M.M., 31 Oktober 2022 )

## **b. Kontekstual**

Cara Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara dalam menyajikan informasi yang lengkap dan mendalam mengenai vaksinasi dilakukan dengan menyesuaikan data yang ada. Secara garis besar isi pesan yang informasi publik berkaitan dengan vaksinasi mencakup tentang himbauan pelaksanaan vaksinasi, pembahasan vaksinasi itu apa, jenis vaksin, dan bagaimana manfaatnya, jadwal vaksinasi, dan capaian vaksinasi.

“Kalau kelengkapan dan kedalaman yang pasti harus by data, perlu konfirmasi kedinkes mengenai vaksinasi atau cek and ricek dulu supaya info yang kita rilis ke masyarakat biar ga bias karena kita yang memiliki info tersebut sehingga harus tetap by data dan aktual” (Penyusun Bahan Informasi dan Publikasi, Karisma Widya Kusuma, S. I. Kom., 3 November 2022)

Dalam pembuatan informasi mengenai vaksinasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara menyesuaikan permintaan atau *request* dari pihak terkait yang menyediakan slot vaksinasi untuk masyarakat. Permintaan pembuatan informasi ini dilakukan sesuai dengan SOP

yang ada sehingga pihak terkait harus mengirimkan surat resmi kepada Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara.

“Biasanya kalau vaksinasi berdasarkan permintaan dinas Kesehatan, RS, atau Dinas terkait, nah ketika ada permintaan masuk ke pimpinan. Dari pimpinan ke Kepala Dinas melalui surat untuk menginformasikan info tersebut. kemudian, diskusi pada Bidang Komunikasi. Kita mengonsep tampilan flayer mau seperti apa. Setelah jadi, dikirim lagi ke pimpinan apakah fiks atau ada revisi. Kalau sudah di acc langsung kita publikasikan beserta captionnya “(Pengelola Media Sosial dan *Website*, Arizal Dava Varistyawan, S. Kom, 3 November 2022)

Selama masa pandemi penginformasian mengenai vaksinasi pelaksanaannya bukan hanya dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Jepara tetapi juga di Fasilitas Kesehatan yang ada di Kabupaten Jepara. Biasanya pengumuman mengenai pelaksanaan vaksinasi yang diadakan oleh Rumah Sakit, mereka memproduksi dan menyebarkannya sendiri di *Website* pribadi.

“Nah, kalau yang vaksinasi yang kemarin kan ada pelaksanaannya di tingkat Kabupaten dalam hal ini Dinas Kesehatan dan ada vaksinasi di tingkat faskes. Nah biasanya kita ada flayer atau pengumuman kemudian kita share ke masyarakat sesuai jadwalnya. Jadwal tersebut sesuai dengan hasil koordinasi dengan puskesmas. Disamping itu, alhamdulillah puskesmas di Jepara punya sosmed dan *Website* sendiri jadi informasi vaksinasi lebih mudah kadang mereka share secara mandiri. Kalau kita disini atas nama Pemkab jadi ketika ada aduan melalui portal-portal aduan yang kita sediakan atau pertanyaan tentang vaksinasi kita arahkan ke masing-masing puskesmas atau akunnya. Misalkan masih ada kendala kita membantu masyarakat dengan komunikasi pihak puskesmas untuk bertanya jadwal vaksinasi, vaksinnya jenis apa dan lain sebagainya gitu si. Masyarakat kanal infonya kan luas jadi untuk detail-detailnya yang lebih tau ya memang puskesmas, tergantung di masyarakat atau warga bertanya kita ya tetap melakukan koordinasi dengan puskesmas terkait” (Pengelola Media Sosial dan *Website*, Arizal Dava Varistyawan, S. Kom, 3 November 2022)

Dalam konteks penyajian informasi terkait vaksinasi tidak hanya berupa flyer atau postingan di media sosial saja. Mereka juga melakukan peliputan terkait vaksinasi yang kemudian diolah menjadi artikel berita yang kemudian di upload di *Website* milik pemerintah ataupun diunggah di portal berita media massa lainnya guna melengkapi informasi publik. Peliputan dilakukan secara mendalam ketika ada suatu kegiatan.

“Jadi temen-temen yang dilapangan meliputnya ya sesuai terkait akidah jurnalistik yang ada, ya harus mencakup aspek 5W 1H itu yang selalu kita tekankan. Kalau ada yang belum jelas kita tanyakan kembali ini gimana apabila sudah lengkap baru di share ke semua media” (Sub Koordinator Media Massa, Muhammad Safrudin, S. Sos. M. Si, 3 November 2022)

### c Representasional

Dalam pembuatan informasi-informasi selama masa pandemi termasuk vaksinasi pemilihan bahasa juga diperhatikan. Pemilihan bahasa Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara yang dijelaskan oleh Arizal Dava Varistyan, S. Kom sebagai berikut;

“Sebisanya mungkin kita tidak menggunakan bahasa-bahasa yang kasar, kemudian menggunakan sapaan. Penggunaan sapaan akrab di Kabupaten kita, kami sering memakai sapaan kang mas mbakyu. Kalau enggak ya biasanya diselingi sama kata-kata Jawa. Jadi, minimal ada dua ini yaitu ya seinformatif mungkin sesingkat mungkin bahasanya, tapi kadang juga dikasih guyonan seperti buat pantun biasanya di Twitter. Nah kalau Facebook kebanyakan yang memakai ya orang tua, kalau Instagram lebih banyak user millennial, nah kalo di Twitter kan campur ada dewasa, millennial, generasi Z. Jadi kita tetap harus menyesuaikan mereka. Ini berlaku untuk semua konten ya termasuk vaksinasi, protokol kesehatan, dan konten informasi lainnya.” (Pengelola Media Sosial dan *Website*, Arizal Dava Varistyan, S. Kom, 3 November 2022)

Di masa krisis seperti pandemi Covid-19, penggencaran informasi melalui *Website*, media sosial, dan media-media lainnya terkait kebijakan-kebijakan Pemerintah untuk masyarakat ini lebih mengandung kata-kata yang mempersuasi. Biasanya kalau di media sosial terdapat hastag seperti #vaksinasiJepara. Hal ini digunakan untuk membangkitkan semangat dan menggerakkan masyarakat agar mengikuti serta mematuhi kebijakan yang ada.

“Ya menggunakan kata-kata seperti ayo vaksin terus ajakan ayo terapkan 5M itu kita sampaikan di media radio, online, cetak, publikasi display media cetak. Kebetulan vaksinasi kemarin masih rendah sehingga kita terus gencarkan ajakan-ajakan tersebut pada masyarakat luas termasuk dengan melakukan publikasi keliling, pemberian info terkait tempat vaksin termasuk juga memudahkan masyarakat yang butuh info tersebut. Sehingga intinya dengan menggunakan bahasa yang persuasi biasanya juga terdapat gambar pak Bupati karena info yang kita share masyarakat butuh keteladanan ya. Jadi kita buat menggunakan kata-kata ajakan seperti ayo terapkan vaksin, terapkan prokes kita kasih info yang jelas dan simpel. Vaksin aman dan halal” (Sub Koordinator Media Massa, Muhammad Safrudin, S. Sos., M. Si, 3 November 2022)

Bahasa yang digunakan dalam penyebaran informasi di *Website* dengan di sosial media terdapat perbedaan. Apabila di sosial media cenderung menggunakan bahasa yang singkat dan lebih santai daripada di *Website*. Pemilihan bahasa untuk artikel berita di *Website* lebih disesuaikan dengan KBBI.

“Aaa kita tetap menggunakan bahasa KBBI kalau di *Website* karena kita juga pemerintah ya terus itu atas nama pemerintah. kita menyesuaikan info yang di share ke masyarakat.” (Pengelola Media Sosial dan *Website*, Arizal Dava Varistyan, S. Kom, 3 November 2022)

Tampilan yang disajikan lebih simpel dan langsung pada intinya mengenai informasi jadwal vaksinasi. Maka yang ada dalam poster tersebut langsung menyebutkan tempat dan tanggal pelaksanaan serta jenis vaksin. Biasanya juga terdapat foto Bapak Bupati yang merepresentasikan apabila terdapat penanggung jawab atas berjalannya kebijakan vaksinasi dan disisi lain beliau sudah melakukan vaksinasi pertama kali sebagai keteladanan bagi masyarakat.

#### **d Aksesibilitas**

Secara aksesibilitas informasi-informasi yang diproduksi selama masa pandemi termasuk terkait vaksinasi. Dinas Komunikasi dan Informatika memaksimalkan media-media yang mereka miliki. Penyaluran informasi terkait kebijakan-kebijakan di masa pandemi. Hal ini disampaikan oleh Sub Koordinator Pelayanan Informasi sebagai berikut;

“Dinas Komunikasi dan Informatika, kita sendiri memiliki beberapa kanal ya seperti halnya Instagram, Twitter, Facebook, *Website*, Radio. Kita berusaha semaksimal mungkin untuk memanfaatkan sosmed yang kita punya. Di awal pandemi kita kanal aduan masyarakat seperti lapor bupati dan wadul bupati ada yang melaporkan menginfokan daerah-daerah yang belum tertangani dalam lingkup vaksinasi, bansos, protokol Kesehatan.” (Sub Koordinator Pelayanan Informasi, Farida Agustina, S. Sos, 31 Oktober 2022 )

Penyebaran informasi terkait kebijakan-kebijakan selama masa pandemi termasuk vaksinasi tidak hanya dilakukan di media sosial saja tetapi juga di media-media konvensional.

“Selain media sosial kita juga menyebarkan informasi terkait vaksinasi ataupun protokol kesehatan by media cetak dan elektronik. Media cetak ya seperti koran, tabloid, media online, media elektronik seperti tv dan radio. Ada media luar seperti baliho atau pembagian sticker gitu juga ada. Kemudian, kita juga melakukan publikasi keliling. Kita maksimalkan semua media agar masyarakat mudah mengaksesnya.” (Sub Koordinator Media Massa, Muhammad Safrudin, S. Sos., M. Si, 3 November 2022)

## **8. Pendapat Masyarakat Terkait Kualitas Informasi Selama Masa Pandemi Yang Disajikan Pemerintah Kabupaten Jepara**

### **a Pendapat Terkait Penyebaran Informasi Secara Online**

Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara sebagai Penyaji informasi selama masa pandemi termasuk informasi terkait vaksinasi, protokol kesehatan, dan update data penyebaran Covid-19 dilakukan dengan semaksimal mungkin. Dalam sub bab penemuan ini, peneliti mewawancarai tiga Narasumber berdomisili di Kabupaten Jepara dan mereka adalah pengguna internet. Selama masa pandemi terkait informasi-informasi terkait vaksinasi, protokol Kesehatan dan update data penyebaran Covid-19 di internet cenderung ditanggapi secara positif.

“Yaa itu baik sekali masyarakat secara umum menanggapi dengan positif dengan adanya informasi-informasi Covid-19 lewat online. Baik yang ditingkat Kecamatan maupun Desa itu ada sosialisasi dari Dinas - Dinas termasuk Dinas Kominfo itu menjelaskan mengenai Covid-19 itu masyarakat berterimakasih. Dengan adanya informasi yang bisa memperjelas Covid-19 itu sendiri” (Masyarakat, Noor Rochmad, 18 November 2022)

Dari hasil wawancara tersebut Bapak Noor Rochmad merasa sangat dimudahkan dengan adanya implementasi *Cyber Public Relations* informasi publik selama masa pandemi. Hal ini juga berkesinambungan dengan Narasumber lainnya.

“Terkait informasi Covid-19 di Jepara menurut saya info yang disebarikan melalui internet sudah cukup lengkap dan mudah diakses masyarakat. Namun, di Jepara tidak semua orang tua menggunakan handphone yang bisa mengakses media online. Ya maka dari itu ada siaran keliling atau sosialisasi. Kalo di Jepara kalau orang tua ya kebanyakan menggunakan Facebook. Jadi menurut saya sudah cukup baik.” (Masyarakat, Fransiska, 23 November 2022)

Hasil dari wawancara bersama Fransiska menunjukkan apabila dengan adanya penerapan konsep tersebut lebih memudahkan masyarakat untuk mengaksesnya, tetapi menurutnya belum semua masyarakat Jepara mengakses internet untuk mencari informasi. Dalam hal ini ia menyatakan apabila meskipun begitu, pemerintah Jepara tetap berusaha menyediakan layanan informasi publik selama masa pandemi melalui kanal konvensional maupun publikasi keliling. Pendapat Fransiska juga berkaitan dengan pendapat yang disampaikan oleh Muhimmaturrisana.

“Adanya media online lebih membantu dan efektif, tapi perlu digaris bawahi dari pengguna. Kalau di daerahku kebanyakan info diperoleh dari tokoh masyarakat seperti vaksinasi. Sementara di pengguna Instagram belum terlalu masif, kalau di daerah saya daerah kelet ya kebanyakan penggunanya Facebook. Mengikuti *Website* Kalau saya pribadi jarang, kalau aku pribadi ya sosmed sudah mencukupi. Dengan adanya popularitas sosmed ya membuat *Website* menurun. Tapi menurutku ya *Website* lebih kredibel dan bisa menunjukkan kredibilitas dari pemerintah langsung. Sedangkan kalau di sosmed kan kadang campur yaa masih ada peluang atau rawan dengan penyebaran hoax.” (Masyarakat, Muhimmaturrisana, 19 November 2022)

Menurut Muhimmaturrisana, penyebaran informasi memang efektif apalagi di media sosial. Lebih memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi.

### **b Persepsi Citra Pemerintah Kabupaten Jepara Di Mata Masyarakat Selama Masa Pandemi.**

Reputasi yang dimiliki Pemerintah Jepara khususnya Dinas Komunikasi dan Informatika menjadi pengaruh dalam kepercayaan masyarakat kepada informasi yang telah disajikan.

“Saya atas nama dari masyarakat mengucapkan terimakasih dari pemerintah Kabupaten Jepara yang telah memberikan informasi informasi lewat Dinas Komunikasi dan Informatika sangat baik sekali sehingga bisa mengikuti perkembangan Covid-19 itu sendiri dan sejauh mana Covid-19 tersebut bisa diketahui masyarakat. Reputasinya cukup baik, karena dari Bapak Bupati sendiri sangat tanggap sehingga diikuti Dinas-Dinas lain terkait untuk Covid-19 itu sendiri sehingga Dinas-Dinas terkait serius dalam menindak lanjuti penanganan Covid-19.” ( Masyarakat, Noor Rochmad, 18 November 2022)

Menurut Bapak Noor Rochmad selama masa pandemi Pemerintah Jepara terus berupaya untuk memulihkan keadaan. Sehingga menurutnya Pemerintah cukup baik dalam penanganan dan penginformasian. Hal ini sejalan dengan pendapat narasumber Fransiska.

“Untuk pemerintah Jepara menurut saya sudah baik karena pemerintahan Jepara pastikan sudah mensosialisasikan kepada Kepala Desa juga. Kepala Desa dan mereka memberikan himbauan kepada masyarakat juga. Berkat Pemerintah Jepara jadi kemarin itu lumayan ga terlalu tinggi ya karena dari Pemerintah Jepara kebijakan sudah baik.” (Masyarakat, Fransiska, 23 November 2022)

Hasil wawancara dengan Fransiska menunjukkan apabila, reputasi pemerintah sudah baik dalam penanganan. Pemerintah juga selalu mensosialisasikan dan menghimbau masyarakat agar berhati-hati terhadap penularan Covid-19. Hal ini sejalan dengan pendapat Muhimmaturrisana

“Secara normalisasi dan formalitasnya sudah cukup baik. Tapi kalau dilihat dari masyarakat ya masih kurang kesadarannya. Maksudnya kita juga cukup jauh tinggal dari Pemerintah Pusat. Intinya Pemerintah Pusat itu masih sulit untuk memantau kedaerah - daerah terpencil karena notabennya sendiri Desaku ini perbatasan ya. Jadi informasi lebih disebarakan melalui kader-kader atau tokoh-tokoh masyarakat itu. Sedangkan kalau di kota kan bisa lebih masih dipantau dengan bupati sendiri tapi kalau kami dari Desa mungkin agak merasa kurang gitu ya. “(Masyarakat, Muhimmaturrisana, 19 November 2022)

### **c Kepercayaan Masyarakat Terhadap Informasi Publik Yang Disajikan Pemerintah Kabupaten Jepara**

Informasi yang berkualitas juga akan menimbulkan rasa kepercayaan, hingga menimbulkan tindakan untuk mematuhi himbauan dari Pemerintah.

“Kalau dari pandangan saya ya saya cukup percaya tapi tidak serratus percaya karena kalau yang mengurus informasi kan biasanya dari Dinas Komunikasi dan Informatika. Nah yang memiliki data-data itu kan Dinas Kesehatan, Dinas Komunikasi dan Informatika menjadi kelanjutan corong untuk menyampaikan informasi masyarakat Jepara. Yang kami harapkan data betul-betul tersebut bisa sinkron sehingga itu valid dan bisa dipercaya masyarakat “(Masyarakat, Noor Rochmad, 18 November 2022)

Bapak Noor Rochmad merasa percaya meskipun karena menurutnya penyajian informasi yaitu Dinas Komunikasi dan Informatika. Sebelum mengeluarkan informasi pasti berkoordinasi dengan OPD lainnya sehingga informasi publik yang ditampilkan valid. Hal ini juga sejalan dengan pendapat Fransiska.

“Saya sendiri percaya karena informasi-informasi yang disebarakan di akun pemkab data-data pasti diambil atau di dapatkan dari Desa, karena di Desa ada yg mantau jugakan. Jadi ya pasti valid itu datanya” (Masyarakat, Fransiska, 23 November 2022)

Menurut Fransiska adanya informasi yang di rilis juga berkoordinasi dengan pihak lain seperti Desa-Desa sehingga data yang ditampilkan pasti valid.

“Kalau saya kan lebih ke medsosnya mengikuti info. Nah kalau melihat sosmednya itukan milik pemkab Jepara secara resmi tentunya mereka penyebaran info dari mereka ya memiliki tanggung jawab yang tinggi seperti tidak boleh menyebarkan hoax. Kalau dibilang percaya ya sekitar 90% percaya karena ya mau ga mau ya kita memantau perkembangannya dari sana, data data yang disana pastinya ya mengacu di Badan Statistika atau Dinas Kesehatan juga kan.” (Masyarakat, Muhimmaturrisana, 19 November 2022)

Sejalan dengan pendapat dua narasumber lainnya. Menurut Muhimmaurrisana, adanya informasi yang dipublikasi di akun Pemerintah Kabupaten Jepara adalah valid karena ia percaya apabila pemerintah sendiri menggunakan kode etik ketika menyajikan informasi tersebut dan tidak akan menyebarkan hoax untuk masyarakatnya.

#### **d. Kebaruan Informasi Publik**

Kualitas informasi juga dapat dilihat dari kebaruan yang disajikan oleh pemerintah Kabupaten Jepara sendiri. Berikut Tanggapan dari masyarakat mengenai kebaruan;

“Dari pemerintah selalu diperbarui selalu ada perkembangan tiap hari itu laporan tu ada. Nah kalo kami ga mengikuti terus tapi saya kadang kala. Saya tetap tahu perkembangan data-data tersebut, termasuk ya tentang vaksinasi sama protokol Kesehatan juga “( Masyarakat, Noor Rochmad, 18 November 2022)

Menurut Bapak Noor Rochmad, pemerintah selalu memperbaharui semua informasi yang ditampilkan. Hal ini sejalan dengan Fransiska.

“Menurut saya sudah cukup sering update karena setiap zona kayak wilayah Bangsri terus Mlonggo mesti sudah di update terus itu ada zona merah zona hijau itu selalu diupdate. Terus informasi vaksin juga lokasi dan tanggalnya juga sering diupdate begitu pula dengan protokol kesehatan.”( Masyarakat, Fransiska, 23 November 2022)

Informasi selalu diperbaharui, bahkan dapat mengetahui zona-zona di wilayahnya. Dua pendapat tersebut berbeda dengan pendapat Muhimmaturrisana

“Kalau di sosmed dari info ya kebanyakan masih sekedar pamflet. Kebanyakan pemberitaan yang di sosmed ya dirangkum jadi satu pamflet yang isinya protokol kesehatan dan juga vaksinasi. Kalau untuk terkait data korban itu ga terlalu masif.” (Masyarakat, Muhimmaturrisana, 19 November 2022)

Menurut Muhimmaturrisana informasi yang di sosial media hanya sekedar poster saja kalau untuk informasi protokol kesehatan dan vaksinasi selalu update. Tetapi jika update data korban tidak terlalu masif di media sosialnya.

#### **e. Kedalaman Informasi Publik**

Melihat kualitas informasi juga dilihat dari kelengkapan dan kedalaman penyajian informasi terkait vaksinasi, protokol kesehatan, dan update data Covid-19.

“Menurut saya cukup lengkap ya, terkait informasi vaksinasi ada vaksin 1 2 3 kami memahami secara jelas dan lengkap dampak negatif dan positifnya serta bisa

menerima. Protokol kesehatan juga seperti itu penyajian informasi yang sampai di kita ya cukup lengkap termasuk juga update data kalau di *Website* kan kita tahu jumlah pasien positif, negatif sembuh berapa, terus RS yang tersedia tempatnya kita kan bisa tau itu.” (Masyarakat, Noor Rochmad, 18 November 2022)

Menurut Bapak Noor Rochmad, informasi-informasi yang disajikan cukup lengkap. Baik itu mengenai informasi vaksin maupun informasi terkait update data dan protokol kesehatan.

“Kalau menurut saya ya sudah lengkap ya seperti sudah ada tanggal-tanggal pelaksanaan vaksin dosis pertama atau kedua tu sudah ada terus terkait protokol kesehatan juga sudah ada termasuk terkait serba serbi pembatasan sosial pun ada. Sehingga, menurut saya ya sudah lengkap semua si. Menurut saya ya sudah lengkap semua untuk informasi yang diunggah di media sosial Jepara ini sendiri.” (Masyarakat, Fransiska, 23 November 2022)

Sejalan dengan pendapat sebelumnya, menurut fransiska informasi sudah lengkap misalkan informasi vaksin dia juga sudah menampilkan tanggal dan tempat secara simpel, Begitu juga dengan informasi lainnya.

“Sebenarnya kalo di sosmed ya ga terlalu mendalam ya rata-rata lebih ke secara general ya paling rata-rata info vaksin dimana persyaratannya apa, kapan dilakukan ya cuma dalam lingkup sekedar itu saja belum ada sosialisasi yang mendalam gitu kalau di daerahku si setahuku belum ada ya atau entah saya yang kebetulan tidak mengikuti. Kalau mengenai artikel yang ada di *Website* sebetulnya ya sudah lengkap ada pihak-pihak terkait yang menyampaikan pendapat dan juga tertuliskan di artikel tersebut. kelengkapan infonya juga ditinjau dari adanya data statistik kan termasuk juga mengenai update data penyebaran Covid-19. “(Masyarakat, Muhimmaturrisana, 19 November 2022)

Berbeda dengan dua pendapat lainnya, untuk kelengkapan memang lengkap baik itu di informasi di *Website* maupun media sosial. Tetapi kedalaman informasi yan di media sosial tidak begitu mendalam. Kalau dibandingkan lebih lengkap dan mendalam informasi yang tersedia di *Website*.

#### **f. Kebermanfaat Informasi Publik Bagi Masyarakat**

Kualitas informasi publik ditinjau dari kebermanfaatan yang diperoleh penerima informasi tersebut. Terkait informasi di masa pandemi dalam lingkup vaksinasi, protokol kesehatan, dan update data Covid-19 dari sudut pandang masyarakat menyampaikan sebagai berikut;

“Itu sangat jelas dan sangat menguntungkan secara pribadi karena saya ya cukup mengikuti terus. Sehingga demi menjaga kesehatan saya dan keluarga saya terutama yaitu untuk menangkal daripada Covid-19 itu sendiri . kami memahami dan

melaksanakan himbauan pemerintah. informasi kita bisa dapat dari manapun. Ada publikasi juga yang lewat depan rumah saya itu untuk melengkapi informasi dari media-media internet sehingga lebih jelas saya sendiri dan tetangga saya. Sehingga manfaatnya ya tau lokasi vaksinasi seperti di Balai Desa atau Kecamatan dan juga Bagaimana Protokol Kesehatan itu sendiri.” (Masyarakat, Noor Rochmad, 18 November 2022)

Menurut Noor Rochmad informasi karena informasi yang disajikan itu secara terus menerus dan lengkap. Hal ini demikian karena informasi publik tidak hanya disebarakan secara online tetapi juga secara konvensional. Beliau merasa dipermudah untuk mengetahui informasi terkait tempat vaksin dan tahu perkembangan Covid-19 serta harus bagaimana beliau melindungi keluarganya untuk tidak tertular Covid-19.

“Menurut saya sangat bermanfaat karena disaat pandemi kemarin kita membutuhkan informasi seperti tingkat penyebaran Covid-19 berapa banyak pasien, terus yang sudah sembuh. Terus juga info-info siapa yg sudah vaksin kemarin kan ada info mengenai jumlah berapa orang yang sudah vaksin yang belum berapa. Kalau di Jepara belum banyak vaksin kan malah mendorong Covid-19 lebih tinggi di Jepara. Jadi menurut saya itu informasi penting. Selain masyarakat kurang kesadaran diri dengan adanya informasi atau brosur atau postingan gitu ya menjadikan masyarakat lebih sadar diri dan mau melaksanakan himbauan seperti itu.”(Masyarakat, Fransiska, 23 November 2022)

Sejalan dengan pendapat sebelumnya menurut Fransiska dengan adanya informasi tersebut dapat mendorong kesadaran bagi masyarakat untuk melindungi dirinya dan keluarganya dengan melakukan kebijakan-kebijakan yang telah di sosialisasikan Pemerintah.

“Mengetahui apabila bagaimana pemerintah menanggapi situasi Covid-19 itu sendiri. Pemerintah Jepara juga peduli dengan masyarakatnya meskipun Sebagian masih tidak percaya adanya Covid-19 dengan memberikan info-info dan juga membri tindakan untuk menekan Covid-19 itu sendiri” (Masyarakat, Muhimmaturrisana, 19 November 2022)

Menurut muhimmaturrisana dengan adanya informasi tersebut maka masyarakat mengetahui bagaimana transpirasi tindakan-tindakan pemerintah untuk menormalisasikan keadaan pandemi.

#### **g. Kejelasan Informasi Publik**

Informasi yang berkualitas adalah informasi yang dapat dipahami dengan jelas oleh penerima informasi tersebut. Dalam konteks ini masyarakat yang diwawancarai menyampaikan pendapatnya terkait kejelasan informasi mengenai vaksinasi, protokol Kesehatan dan juga update data Covid-19.

“Eeee yang disampaikan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika bahasanya cukup jelas karna mereka menggunakan bahasa masyarakat jadi bukan bahasa yang intelektual. Kalau paka bahasa intelektual ya jelas saya sendiri kurang bisa memahami jadi itu sudah dijabarkan dan dialihkan dengan bahasa yang mudah diterima serta dipahami masyarakat.” (Masyarakat, Noor Rochmad, 18 November 2022)

Menurut Noor Rochmad bahasa yang digunakan sangat mudah untuk dipahami masyarakat. Sehingga informasi-informasi yang di publikasi juga mudah diterima oleh masyarakat.

“Terkait poster-poster maupun artikel di *Website* ya menurut saya mudah dipahami dan mudah dimengerti. Dari segi bahasanya tu kalau saya ngerasanya mudah dipahami terus ini tuh informasinya mengandung persuasif jadi orang itu tertarik melakukan vaksin atau protokol Kesehatan. Dari segi *Website* juga begitu sudah jelas dan bisa dipahami” (Masyarakat, Fransiska, 23 November 2022)

Sejalan dengan pendapat sebelumnya, informasi yang disajikan menurut Fransiska sangat mudah dipahami dan mengandung persuasif sehingga menarik perhatian masyarakat untuk mengikuti kebijakan-kebijakan tersebut.

“Kalau menurut saya memahamkan si karena buat kita yang suka baca berita info juga jelas info sudah jelas bahasanya enak dan mudah dicerna. Kemungkinan masyarakat lebih mudah memahami dan mengakses isi berita mengenai vaksinasi protokol kesehatan atau berita lainnya. Balik lagi ya kalau misal disajikan berbentuk reels atau video pendek ya karena mengingat masyarakat kita malas membaca. Ya kalau menurut saya sangat efektif kalau misal info disebarakan melalui info langsung.” (Masyarakat, Muhimmaturrisana, 19 November 2022)

Menurut Muhimmaturrisana informasi masyarakat yang disajikan sangat mudah untuk dipahami. Tetapi, menurutnya belum ada informasi yang berbentuk seperti video pendek berupa reels. Maka memberikan saran agar kedepannya pengemasan informasi dapat dikembangkan lagi untuk lebih menarik.

#### **h. Tampilan Informasi Publik**

Dari segi tampilan informasi selama masa pandemi termasuk vaksinasi protokol kesehatan, dan update data Covid-19 masyarakat berpendapat sebagai berikut;

“Justru dengan adanya poster-poster tersebut dan diberikan keterangan itu malah lebih jelas dan lebih tahu. Adanya gambar-gambar poster itu malah mudah di pahami dicerna oleh saya sendiri dan masyarakat umum yang masih awam dalam hal kesehatan khususnya. Menarik sekali, *Website*-nya juga secara tampilan simpel dan mudah dipahami.” (Masyarakat, Noor Rochmad, 18 November 2022)

Menurut Bapak Noor Rochmad tampilan informasi sangat menarik karena menggunakan dokumentasi yang mendukung informasi tersebut, Kemudian dari segi *Website* juga tampilan yang disajikan simpel dan sederhana.

“Menurut saya sudah menarik karena mudah ditemukan dan orang-orang tu dapat mudah mendapatkan . misal dicari di google Pemkab Jepara itu kan langsung muncul ya. Terus ada info ada pamfletnya dan mudah ditemukan. Kemudian untuk pembuatan postingan juga sudah bagus.” (Masyarakat, Fransiska, 23 November 2022)

Sejalan dengan pendapat sebelumnya, menurut Fransiska tampilan sudah menarik dan mudah diakses. Hal ini juga sama seperti yang diutarakan oleh narasumber Muhimmaturrisana.

“Kalau di medsos ya jelas ya infonya tapi kalau standar feed misal di medsos Instagram itu rasanya masih kurang. Mungkin itu bisa diperbaiki. Kalau di Facebook ma beberapa orang tidak akan masalah tapi kalau di sharenya di Instagram orang-orang atau pengguna Instagram akan merasa kurang . Kalau misal liat info di feed yang warna atau susunannya tabrakan seperti itu mempengaruhi kayak rasanya kurang suka untuk membaca dengan mode kayak gitu si. Kalau tampilan *Website* mudah diakses dan mudah dipahami. *Website* nya saya merasa ringan dan tampilannya sederhana jadi lebih memudahkan masyarakat untuk memahami info.” (Masyarakat, Muhimmaturrisana, 19 November 2022)

### **i. Aksesibilitas Informasi Publik**

Informasi yang berkualitas juga tentunya dilihat dari sisi aksesibilitas kemudahan dan juga keamanan masyarakat dalam mengakses informasi. Berikut tanggapan mengenai aksesibilitas mengenai informasi-informasi selama masa pandemi.

“Alhamdulillah setelah kami merasa mudah mengikuti perkembangan informasi-informasi lewat internet sehingga menjadi keuntungan bagi saya dan keluarga saya. Sehingga bisa mengikuti perkembangan Covid-19 dan positif. Lebih mudah dan bisa dimengerti. Ya saya mengikuti lewat Facebook, kadang lewat *Website* kadang kala juga dari Whatsapp grup atau ya Youtube. Saya sendiri mengikuti ko hal seperti vaksinasi, protokol kesehatan, maupun update data dan saya memahami tujuan Pemerintah “ (Masyarakat, Noor Rochmad, 18 November 2022)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Noor Rochmad aksesibilitasnya sangat mudah. Sehingga, memudahkannya dalam mengakses perkembangan informasi Covid-19. Ia biasanya mengakses informasi melalui media sosial maupun Website.

“Ya menurut saya kalau akses di media sosial Jepara merasa aman karena ga harus ke tempatnya langsung. Misal mau daftar vaksin tu ga usah ke tempatnya langsung jadi daftarnya lewat website atau medsos kan lebih mudah serta ga mudah tertular Covid-19 itu sendiri. Saya juga merasa mudah mudah saja untuk mengakses melalui medsos maupun web yang ada.” (Masyarakat, Fransiska, 23 November 2022)

Sejalan dengan pendapat sebelumnya, menurut Fransiska akses informasi publik selama masa pandemi sangat mudah tidak perlu bertemu secara kontak fisik karena dapat mengakses informasi melalui internet.

“ Merasa aman, kalau *Website* kan situs resmi jadi ga akan khawatir atau takut kalau misalkan data kita di blok tau di retas ini *Website* resmi. Untuk masalah data base aman Saya merasa mudah karena tinggal buka hp kan. Kita juga bisa menemukan info-info melalui sosmed jadi ya merasa mudah sekali.” (Masyarakat, Muhimmaturrisana, 19 November 2022)

Aksesibilitas yang diberikan pemerintah Jepara menurut muhim sangat mudah dan ia merasa aman karena kanal yang diakses adalah kanal resmi.

## **B. PEMBAHASAN**

Berdasarkan data-data yang telah ditemukan peneliti mengenai implementasi *Cyber Public Relations* Kabupaten Jepara dalam meningkatkan kualitas informasi publik selama masa pandemi akan dianalisis serta dipaparkan dengan menggunakan teori Shel Holtz dari segi implementasi *Cyber Public Relations* dan teori Wang dan Strong (1996) mengenai kualitas informasi publik. Dalam teori Shel holtz,(2002) implementasi *Cyber Public Relations* berdasarkan karakteristik sebagai berikut :

- a. *Strategic*, merupakan cara bagaimana *Public Relations* dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap hasil bisnis perusahaan. Praktisi *Public Relations* dapat mendesign perencanaan komunikasi yang tepat untuk mencapai tujuan perusahaan.
- b. *Integrated*, merupakan cara bagaimana *Public Relations* mengintegrasikan internet sebagai alat bantu untuk penyebaran informasi ke publiknya. Adanya pengintegrasian media internet sebagai perencanaan komunikasi perusahaan agar dapat menyebarkan informasi secara menyeluruh dan sampai kepada target sasaran.
- c. *Targeted*, merupakan cara *Public Relations* agar dalam penggunaan internet dapat mendapatkan perhatian publik sesuai yang diinginkannya.

d. *Measurable*, merupakan adanya strategi yang sudah dirancang seorang *Public Relations* harus dapat diukur efektivitasnya. Pengukuran praktik *Cyber Public Relations* dapat dilihat dari bagaimana *engagement* media atau *feedback* dari publik itu sendiri.

Teori Wang & Strong mengenai kualitas informasi publik menyatakan apabila hal tersebut dapat dilihat dari empat dimensi meliputi :

a. Intrinsik

Dalam kategori ini maksudnya kualitas informasi dapat dilihat dari aspek kebenaran data, objektivitas data, informasi yang dapat dipercaya, dan juga sumber atau data memiliki reputasi.

b. Kontekstual,

Dalam kategori ini maksudnya kualitas informasi dapat dilihat dari aspek relevansi yang merujuk pada informasi menarik, kebermanfaatan informasi, kebaruan informasi, kelengkapan dan kedalaman data, serta jumlah informasi.

c. Representasional

Dalam kategori ini maksudnya kualitas informasi dapat dilihat dari aspek penggunaan bahasa yaitu meliputi kejelasan bahasa, mudah dipahami, sajian data yang baik dan *to the point*, serta dilihat dari segi konsistensi format penyajian informasi.

d. Aksesibilitas.

Dalam kategori ini maksudnya kualitas informasi dapat dilihat dari aspek kemudahan akses serta keamanan yang diberikan penyedia informasi pada penggunaannya.

Adanya kedua teori tersebut dapat digunakan untuk membantu peneliti dalam memaparkan dan mendeskripsikan implementasi *Cyber Public Relations* dan juga bagaimana penyajian informasi publik yang berkualitas dari pihak Pemerintah Kabupaten Jepara selama masa pandemi. Sehingga peneliti memilih teori ini sebagai pisau analisis tersebut dalam menjelaskan penelitian ini.

## **1. Implementasi *Cyber Public Relations* Pemerintahan Kabupaten Jepara Dalam Meningkatkan Kualitas Informasi Publik terkait Update Data Covid-19 Di Masa Pandemi**

Di masa pandemi data penyebaran Covid-19 menjadi suatu urgensi yang harus dipublikasikan kepada masyarakat. Adanya data-data tersebut dapat memberikan pandangan kepada masyarakat agar lebih berhati-hati kepada Covid-19. Di Kabupaten Jepara sendiri, pernah mengalami peningkatan pasien Covid-19 yang begitu tinggi hingga kehabisan fasilitas kesehatan untuk menangani pasien tersebut. Data penyebaran Covid-19 ini informasinya juga disajikan dengan konsep *Cyber Public Relations*. Peneliti akan menjabarkan sesuai teori Holtz yang didasari dengan data-data yang telah ditemukan dilapangan.

Menurut data yang ditemukan, pemerintah Kabupaten Jepara dalam lingkup peningkatan informasi publik terkait Update data Covid-19 melakukan praktik *Cyber Public Relations* dengan strategi berikut *Pertama*, Implementasi *Cyber Public Relations* dilakukan dengan penyebaran dan pengembangan media center. *Kedua*, Melakukan *Media Relations* dengan media-media online. *Ketiga*, Menggunakan KOL untuk menyampaikan Informasi .

Penyebaran informasi Update data Covid-19 yang dilakukan melalui konsep *Cyber Public Relations* menggunakan media sosial dan juga *Website*. Informasi publik yang disajikan di media sosial berupa poster grafis yang berisikan jumlah pasien yang meninggal berapa, suspect berapa dan lain sebagainya. Kemudian jika di *Website* disajikan secara rinci mulai dari ketersediaan fasilitas kesehatan, jumlah pasien *suspect* positif dan meninggal serta dilengkapi artikel berita.

Dalam hal pengembangan media center yang dilakukan dalam lingkup update data Covid-19 dilakukan dengan pembuatan *Website* khusus yang berisikan akumulasi data pasien yang ada di seluruh wilayah Kabupaten Jepara. Sehingga, masyarakat dapat melihat data tersebut kapanpun dan dimanapun. Selain itu, mereka juga menyediakan layanan Hotline tanggap darurat Covid-19 yang dapat diakses dalam *Website* tersebut yaitu berupa nomor telepon dan juga whatsapp. Bukan hanya itu saja, masyarakat juga dapat mengakses laporan aduan masyarakat. Apabila terdapat suatu hal yang membuat bingung dan panik terkait Update data Covid-19. Kemudian, kegiatan yang dilakukan dalam lingkup media relationnya sama seperti halnya protokol kesehatan dan vaksinasi. Disini, wartawan dipersilahkan untuk meliput informasi-informasi terkait update data yang

disajikan di laman *Website* official Kabupaten Jepara. Kemudian terkait penggunaan KOL ini dalam Update data informasi terkait peningkatan pasien Covid-19 Pemerintah Kabupaten Jepara menggunakan Juru Bicara tanggap Covid-19 dan Bupati.

Integrated, penyebaran informasi terkait update data yang dilakukan pemerintah Jepara secara *continue* ada pada *Website* corona.Jepara.go.id. *Website* ini telah terhubung dengan *Website* fasilitas kesehatan seperti puskesmas dan Rumah Sakit di Kabupaten Jepara melalui sistem yang bernama API atau *Application Programming Interface*. Sistem tersebut memiliki periode tertentu untuk mengecek data di *Website* Fasilitas Kesehatan yang telah tersambung. Kemudian, ketika dari pihak Fasilitas Kesehatan Kabupaten Jepara telah menambahkan data di *Website* pribadinya akan secara otomatis tertampil pada layer corona.jepara.go.id. Sehingga data-data yang tertera di *Website* corona.jepara.go.id seperti Data ketersediaan faskes, peta zona, dan jumlah pasien *suspect*, positif, meninggal datanya sudah saling terhubung dan terintegrasi satu sama lain dengan fasilitas kesehatan yang ada di Kabupaten Jepara. Kemudian, untuk melengkapi informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara mengintegrasikan ke *Website* official yaitu jepara.go.id dengan memasang link melalui *thumbnail*. Sehingga, masyarakat langsung bisa diarahkan ke laman berita tersebut.

Dari sisi *Targeted*, dalam pengimplementasiannya penyajian update data Covid-19 lebih mengutamakan pada tampilan. Informasi update data Covid-19 biasanya disajikan dengan angka. Maka dari itu untuk tampilan di media sosial lebih berupa grafis yang berisikan peta dan total pasien aktif, *suspect*, dan juga meninggal. Kemudian di *Website*-nya, mereka juga mengutamakan tampilan yang simpel dan lengkap. Sehingga, mereka sangat memperhatikan tata letak ikon, tabel, dan peta agar memudahkan masyarakat untuk mengeksplor informasi tersebut.

*Measurable*, menurut data yang ditemukan oleh peneliti. Informasi yang ada di media sosial dan *Website* mengenai update data Covid-19 dinilai efektif karena dapat menyediakan informasi dengan cepat serta dapat diakses dengan fleksibel oleh masyarakat. Tetapi, secara keseluruhan *engagement* yang didapatkan tidak terlalu tinggi. Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara informasi publik terkait update data Covid-19 biasanya akan mencapai *engagement* yang cukup tinggi ketika jumlah pasien positif melonjak. Mereka menyadari apabila adanya informasi mengenai Update Data Covid-19 akan menjadi suatu hal yang membosankan untuk masyarakat.

Hal lainnya pada kenyataannya masyarakat juga tidak selalu memperhatikan atau melihat Update data Covid-19 dan kurang minat untuk mengakses portal pemerintah. Masyarakat lebih sering menggunakan internet hanya sekian persen digunakan untuk akses portal pemerintahan karena kebanyakan masyarakat lebih banyak bermain di media sosial, game, berita. Maka dari itu, Pemerintah Kabupaten Jepara menyajikan informasi bukan hanya *Website* tapi juga media sosial untuk menjangkau penggunaannya kemudian ketika masyarakat ingin tahu informasi lebih lengkap langsung diarahkan ke *Website*.

Adapun hambatan yang dihadapi ketika menggunakan konsep *Cyber Public relations* melalui *Website* dan media sosial. Menurut data yang didapatkan oleh peneliti, Update data Covid-19 lebih dipublikasikan secara terus menerus di *Website* corona.jepara.go.id.. Ketika di *Website* hambatan dari sisi penyaji informasi adalah ketika server down. Ketika server down secara otomatis masyarakat tidak dapat mengakses informasi dan penyaji tidak dapat mengeluarkan atau mempublish informasi baru untuk publik. *Server down* dapat disebabkan karena adanya serangan yang ingin membobol sistem atau ketika supply internet sedang putus. *Website* corona.jepara.go.id berperan sebagai pusat data sehingga dalam pemilihan server jasa data center yang memiliki peluang eror maksimal 1% sehingga ketersediaan data setahunnya 99%. Dengan adanya hambatan ini Bidang informatika di Dinas Komunikasi dan Informatika mencari (*Disaster recovery plan*) dan DRC (*Disaster recovery center*) yang merupakan suatu sistem untuk mengurangi masalah server down tersebut. Biasanya ketika induk mati ganti secara otomatis akan dialihkan pada cadangan system yang telah dibuat oleh bidang Informatika.

Update data Covid-19 menjadi suatu acuan untuk melakukan program apa selanjutnya guna menangani kondisi pandemi. Maka dari itu, kualitas informasi juga sangat diperhatikan. Peneliti akan menjabarkan berdasarkan teori dari Wang & Strong (1996) yang menyatakan bahwa kualitas informasi dapat dilihat dari segi intrinsik, kontekstual, representasional, dan aksesibilitas. Dilihat dari segi intrinsik, menurut data yang ditemukan peneliti. Dalam menjaga aktualitas dan faktualitas melalui integrasi melalui sistem. Pengintegrasian ini dilakukan dengan menyambungkan *Website* corona.Jepara.go.id sebagai laman akumulasi secara keseluruhan dengan fasilitas kesehatan yang ada di Kabupaten Jepara seperti rumah sakit dan puskesmas. Kemudian, untuk informasi yang diunggah di media sosial itu agar menjaga faktualitasnya Dinas Komunikasi dan Informatika menuliskan data sesuai yang tertera di laman *Website* corona.Jepara.go.id.

Dari sisi kontekstual, secara pembaharuan informasi mereka selalu memperbaharui informasi yang ada di *Website* karena sudah tersistem dan terintegrasi pada fasilitas kesehatan yang ada sehingga apabila ada yang menginput data penambahan pasien otomatis akan ikut terakumulasi. Sedangkan di media sosial, informasi Update data Covid-19 tidak dilakukan setiap hari, mereka biasanya membuat informasi berbentuk postingan poster yang diunggah ketika keadaan Covid-19 di Jepara sedang melonjak. Penginformasian terkait update data Covid-19 di media sosial juga tetap harus berkoordinasi dengan OPD lainnya. Hal ini dikarenakan Covid-19 dinilai menjadi suatu momok di masyarakat sehingga apabila terus mengeluarkan informasi di media sosial malah menjadi tidak efektif. Penyajian informasi terkait Update Data Covid-19 biasanya disertai dengan himbauan kepada masyarakat untuk tetap menerapkan protokol kesehatan. Kedalaman informasi yang disajikan dalam *Website* corona.jepara.go.id telah dibuat sesuai standar nasional. Sehingga masyarakat dapat mendapatkan informasi mengenai ketersediaan rumah sakit jumlah bed, pasien positif, sembuh atau meninggal, peta penyebaran sampai ke level Desa. Ada pula peta yang menunjukkan klasifikasi zona-zona yang telah diklasifikasi sesuai perbandingan data antara pasien positif dengan penduduk sekian kecamatan atau Desa tersebut. Bahkan mereka juga menyediakan Hotline untuk masyarakat yang membutuhkan informasi lebih mengenai update data Covid-19 yang disajikan dalam *Website* tersebut.

Dilihat dari segi representasional secara bahasa mereka menggunakan bahasa KBBI. Tampilan yang disajikan dalam *Website* cenderung lebih simpel dan akan dapat membantu masyarakat dalam memahami informasi terkait data-data tersebut. penyajian data yang dilakukan dibantu dengan tools-tools lainnya seperti peta, grafik angka, dan tabel. Sedangkan penggunaan bahasa dalam media sosial dalam menyajikan informasi Update data penyebaran Covid-19 tetap menyelipkan kata persuasi. Hal ini dikarenakan penyajian informasi biasanya dibarengi dengan himbauan untuk melakukan protokol kesehatan. Dari segi aksesibilitas, informasi update data penyebaran Covid-19 dapat diakses melalui *Website* corona.jepara.go.id karena jika di *Website* informasi akan selalu diupdate setiap harinya. Selain itu, masyarakat juga dapat mengakses melalui sosial media seperti Instagram, Twitter, dan Facebook Pemerintah Kabupaten Jepara. Tetapi yang perlu diketahui apabila di media sosial informasi terkait data penyebaran Covid-19 hanya dibuat ketika kasus Covid-19 sedang tinggi-tingginya saja.

## 2. Implementasi *Cyber Public Relations* Pemerintahan Kabupaten Jepara Dalam Meningkatkan Kualitas Informasi Publik Terkait Kebijakan Protokol Kesehatan Di Masa Pandemi

Adanya kebijakan protokol kesehatan yang dicanangkan pemerintah merupakan suatu upaya untuk menekan penyebaran Covid-19. Dalam prakteknya masih terdapat sebagian masyarakat Jepara yang tidak percaya dengan Covid-19 dan tidak patuh pada kebijakan protokol kesehatan. Disinilah Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara juga mengambil peran untuk menghimbau masyarakat agar menerapkan kebijakan protokol kesehatan dalam kehidupan sehari-harinya. Mengenai Protokol Kesehatan akan dijabarkan sesuai dengan teori karakter yang harus ada dalam praktik *Cyber Public Relation* menurut Shel Holtz (2002) yang mencakup *Strategic, Integrated, Targeted, dan Measurable* sebagai berikut :

Secara *Strategic*, menurut data yang ditemukan oleh peneliti. Dinas Komunikasi dan Informatika menggunakan strategi yang sama dengan konsep *Cyber Public Relations* terkait vaksinasi. Strategi dalam praktik pengimplementasian *Cyber Public Relations* dalam pemberian informasi guna meningkatkan kesadaran masyarakat agar mau mengikuti vaksinasi meliputi empat strategi. *Pertama*, Implementasi *Cyber Public Relations* dilakukan dengan penyebaran dan pengembangan media center. *Kedua*, Melakukan *Media Relations* dengan media-media online. *Ketiga*, melakukan Kerjasama dengan Influencer. *Empat*, Menggunakan KOL untuk menyampaikan Informasi .

Dalam implementasi konsep *Cyber Public Relations* Penyebaran informasi terkait protokol kesehatan dilakukan melalui semua kanal yang dimiliki oleh Kabupaten Jepara. Kanal tersebut meliputi media sosial seperti Instagram @pemkabJepara, Twitter @Jeparakabgo, Facebook Jepara.go.id.. Kemudian ada pula penyebaran melalui Akun Youtube @PemerintahKabupatenJepara dan *Website* <https://Jepara.go.id/>. Dinas Komunikasi dan Informatika Jepara juga menggunakan radio yang telah didigitalisasikan untuk menyebarkan dan meningkatkan informasi publik terkait Kebijakan Protokol Kesehatan. Selain itu, Dinas Komunikasi dan Informatika juga menggandeng admin Pemerintahan tingkat Desa dan Kecamatan untuk menyebarluaskan informasi mengenai protokol kesehatan kepada masyarakat melalui media sosial maupun *Website* yang dimilikinya. Mereka berkomunikasi dan saling berkoordinasi melalui grup Whatsapp. Menurut data yang telah ditemukan, untuk meningkatkan informasi publik terkait

protokol kesehatan menggunakan kanal-kanal aduan untuk masyarakat yang ingin mengadukan keluhan terkait kebijakan tersebut. Masyarakat dapat mengakses kanal aduan yang disediakan seperti Wadul Bupati, Lapor Bupati, Kemudian ada sp4nlapor itu melalui lapor.go.id dan kanal aduan laporgub.jateng prov.go.id.

Dalam lingkup kegiatan *media relations* pada kebijakan protokol kesehatan yaitu bekerjasama dengan media konvensional dan juga online. Dinas Komunikasi dan Informatika selalu membagikan laman liputan kepada para wartawan melalui grup Whatsapp yang ada. Kebijakan protokol kesehatan informasinya tidak ada layanan untuk iklan di media online seperti vaksinasi. Kemudian, terkait penggunaan influencer untuk memberikan pengaruh pada masyarakat juga dilakukan. Para influencer diminta untuk memberikan contoh kepada masyarakat dalam penerapan protokol kesehatan agar dapat ditiru oleh mereka. Menurut data yang didapatkan dari pengamatan, penggunaan KOL disini berasal dari ahli kesehatan seperti dokter yang diundang untuk berdiskusi di LPPL Radio Kartini dan juga yang lebih sering lagi adalah Bupati. Gambar foto Bupati selalu dipasangkan di poster-poster himbauan penerapan protokol kesehatan.

Secara *Integrated*, menurut data yang ditemukan oleh peneliti. *Integrated* konsep *Cyber Public Relations* dengan menghubungkan antara link media sosial dan *Website*. Hal ini dilakukan agar masyarakat mendapatkan informasi lebih lengkap karena biasanya pada media sosial informasi yang disajikan lebih simpel dan dibentuk berupa video maupun poster berupa himbauan. Sedangkan, di *Website*. sendiri berbentuk berita dan juga cenderung lebih lengkap karena bukan hanya mengenai himbauan tapi juga hasil liputan kegiatan real.

Dari sisi *Targeted* untuk mendapatkan perhatian publik dalam menggunakan *Cyber Public Relations* untuk mendukung kebijakan protokol kesehatan juga hampir sama dengan lingkup vaksinasi yaitu dengan menggunakan gambar-gambar yang menarik. Penghimbauan protokol kesehatan yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara juga menggunakan video-video. Bahkan mereka juga mengemas informasi protokol kesehatan dengan bentuk iklan layanan masyarakat. Narasi yang ada di dalam iklan layanan masyarakat mengenai protokol kesehatan dikemas dengan bahasa yang mudah dipahami seluruh kalangan masyarakat Kabupaten Jepara dan mengandung kata-kata persuasi. Kata-kata persuasi yang ada di informasi

publik terkait protokol kesehatan bertujuan untuk membangun semangat masyarakat agar mau menerapkan kebijakan protokol kesehatan sebagai upaya menekan penyebaran Covid-19.

Menurut data yang ditemukan, dari sisi *Measurable*. Belum ada sistem evaluasi yang tercatat secara menyeluruh untuk informasi-informasi publik yang disebarakan melalui konsep *Cyber Public Relations*. Dari pihak mereka hanya mengecek *engagement* informasi tersebut secara berkala. Biasanya di sosial media mereka melihat *engagement* berdasarkan komentar, pengikut akun, like, dan juga share. Berdasarkan data yang ditemukan, untuk informasi publik di media sosial dan juga *Website* yang berisikan kebijakan protokol kesehatan naik turun. Tetapi jika dibandingkan dengan vaksinasi, informasi yang lebih banyak *engagement* adalah informasi vaksinasi daripada protokol kesehatan. Kemudian, secara efektivitas untuk penyebaran informasi publik terkait protokol kesehatan dengan menggunakan Konsep *Cyber Public Relations* dinilai cukup baik karena dapat menjangkau khalayak lebih banyak. Tetapi dalam penerapannya secara realitanya, sebagian orang menjadi tersadarkan untuk mengikuti dan menerapkan kebijakan tersebut tetapi ada sebagian juga yang masih abai. Dengan melihat hal tersebut, Dinas Komunikasi dan Informatika tetap berusaha untuk menghimbau dengan pengencaran informasi publik terkait protokol kesehatan yang disajikan untuk masyarakat Kabupaten Jepara.

Hambatan yang dilalui oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara dalam Implementasi *Cyber Public Relations* terkait kebijakan protokol kesehatan sebagian masyarakat ada yang masih belum mengakses internet atau memiliki smartphone untuk dapat mengakses informasi-informasi tersebut. Maka dari itu, untuk menyikapi hal ini Dinas Komunikasi dan Informatika tetap menggunakan media konvensional untuk menghimbau masyarakat terkait protokol kesehatan seperti halnya radio, penyebaran stiker, baliho dan juga melakukan publikasi keliling. Adanya publikasi keliling juga telah didokumentasikan dan kembali di unggah ke laman-laman media sosial.

Kualitas informasi publik merupakan suatu hal yang harus diperhatikan instansi Pemerintahan. Semakin, informasi tersebut dapat dengan mudah diakses dan berisikan hal-hal yang memuat fakta dapat memberikan dampak pada masyarakat. Mengenai kualitas informasi publik terkait kebijakan protokol kesehatan akan dijabarkan peneliti dengan menggunakan teori dari

Wang & Strong (1996) yang menyatakan apabila kualitas informasi publik dapat diukur dari empat kategori yaitu Intrinsik, Kontekstual, Representasional, Aksesibilitas.

Dalam penyajian proses penyajian informasi publik yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika pada kebijakan protokol kesehatan dari segi intrinsik. Menurut data yang telah ditemukan oleh peneliti, dari segi intrinsik dalam menjaga kebenaran data dengan melakukan peliputan. Informasi dari hasil peliputan tersebut disertai dengan dokumentasi baik berupa foto maupun video. Di Kabupaten Jepara sendiri terdapat kegiatan publikasi keliling untuk menghimbau masyarakat agar menerapkan 5m menggunakan kendaraan mobil yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara. Kemudian juga terdapat penertiban jam buka ditempat umum. Kegiatan-kegiatan seperti itulah yang diliput dan dijadikan berita atau didokumentasikan menggunakan video dan di publish di media sosial sebagai informasi publik Kabupaten Jepara. Sehingga, dengan begitu informasi yang ditampilkan mengenai protokol kesehatan dapat dipercaya karena terdapat bukti berupa dokumentasi kegiatan.

Dilihat dari segi kontekstual, menurut data yang telah ditemukan peneliti. Informasi yang disajikan mengenai protokol kesehatan biasanya meliputi informasi himbauan 5M (Menjauhi kerumunan, menjaga jarak, mencuci tangan, memakai masker, membatasi mobilitas), kemudian ada pula informasi mengenai protokol kesehatan PPKM dan *Work From Home*, kemudian kegiatan-kegiatan penertiban Protokol kesehatan. Kelengkapan data melalui koordinasi tingkat Kecamatan, Kabupaten, provinsi, hingga Pusat. Sehingga, biasanya apabila untuk informasi terkait protokol kesehatan ini dilakukan secara serentak dalam penginformasiannya kepada publik. Pengemasan informasi terkait protokol kesehatan berupa video dan poster yang di publikasikan di media sosial. Kemudian, adapula berupa artikel berita yang dirilis di *Website Jepara.go.id* dan ada pula yang berbentuk baliho.

Secara Representasional, sama seperti vaksinasi dalam penyajian informasi disajikan sesimpel mungkin hingga memudahkan masyarakat informasi tersebut. Pemilihan bahasa untuk informasi protokol kesehatan menggunakan bahasa-bahasa yang sopan dan mengandung kata persuasif seperti “ayo terapkan protokol kesehatan”. Informasi yang disajikan di sosial media juga menggunakan takarir sapaan seperti kang mas mbakyu dan menggunakan hastag tertentu untuk meningkatkan *engagement* dari konten tersebut seperti #jagajarak#pakaimaskermu. Bahasa yang digunakan di media sosial lebih santai, sedangkan informasi yang berbentuk artikel berita lebih

formal dan sesuai penulisan di KBBI. Penyajian informasi ditampilkan secara simpel dan langsung ke pesan yang ingin disampaikan.

Menurut data yang ditemukan berdasarkan aksesibilitas untuk informasi publik terkait protokol kesehatan sangat mudah. Informasi tersebut dapat diakses melalui media sosial Twitter @Jeparakabgoid, Instagram @pemkabJepara, Facebook Jepara.go.id, Youtube @PemerintahKabupatenJepara, *Website* pemerintah yaitu jepara.go.id . Bukan hanya itu saja, mereka juga menyebarkan ke media-media konvensional seperti radio maupun koran. Mereka juga melakukan publikasi keliling untuk himbauan terkait protokol Kesehatan. Dengan adanya hal ini justru memberi kemudahan bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi.

### **3. Implementasi *Cyber Public Relations* Pemerintahan Kabupaten Jepara Dalam Meningkatkan Kualitas Informasi Publik Terkait Kebijakan Vaksinasi Di Masa Pandemi.**

Kebijakan vaksinasi yang diberlakukan selama masa pandemi bertujuan untuk merangsang sistem kekebalan tubuh agar dapat mengurangi resiko tertular Covid-19. Dalam pelaksanaan vaksinasi yang terjadi dilapangan masih banyak yang masih takut untuk menerima suntikan vaksin karena sudah terpengaruh oleh narasi hoax yang tersebar. Maka dari itu, pemerintah Kabupaten Jepara harusnya dapat informasi yang berkualitas untuk merubah persepsi masyarakat terkait vaksinasi.

Di masa pandemi Pemerintahan Kabupaten Jepara memanfaatkan kemajuan teknologi internet yang ada untuk memaksimalkan cakupan target hal ini sering kali disebut dengan konsep *Cyber Public Relations*. Dinas Komunikasi dan Informatika sebagai Organisasi Perangkat Daerah yang membantu Pemerintah Jepara untuk memberikan informasi kepada masyarakat agar mau melaksanakan dan mengikuti kebijakan vaksinasi. Dalam pembahasan terkait Implementasi *Cyber Public Relations* Pemerintahan Kabupaten Jepara dalam meningkatkan kualitas informasi publik terkait kebijakan vaksinasi di masa pandemi, peneliti akan menjelaskanya sesuai teori Shel Holtz (2002) yaitu meliputi *Strategic, Integrated, Targeted, dan Measurable* sebagai berikut :

Berdasarkan data yang ditemukan, secara *strategic* dalam praktik pengimplementasian *Cyber Public Relations* dalam pemberian informasi guna meningkatkan kesadaran masyarakat agar

mau mengikuti vaksinasi meliputi empat strategi. *Pertama*, Implementasi *Cyber Public Relations* dilakukan dengan penyebaran dan pengembangan media center. *Kedua*, Melakukan *Media Relations* dengan media-media online. *Ketiga*, melakukan Kerjasama dengan Influencer. *Empat*, Menggunakan KOL untuk menyampaikan Informasi .

Berkaitan dengan empat strategi tersebut, Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara melakukan pemaksimalan media center sehingga bukan hanya media konvensional seperti koran cetak, baliho, dan stiker yang digunakan untuk penyebaran informasi publik tetapi juga menggunakan media sosial official yang dimilikinya. Media sosial official yang dimaksud meliputi Instagram @pemkabjepara, Twitter @jeparakabgoid, Facebook jepara.go.id.. Kemudian ada pula penyebaran melalui Akun Youtube @PemerintahKabupatenJepara dan *Website* <https://jepara.go.id/>. Bukan hanya itu saja, Dinas Komunikasi dan Informatika Jepara juga telah mendigitalisasikan media konvensional yang mereka punya yaitu radio melalui pemasangan link streaming di *Website* yang mereka miliki. Selain itu, Dinas Komunikasi dan Informatika juga menggandeng admin Pemerintahan tingkat Desa dan Kecamatan untuk menyebarluaskan informasi mengenai vaksinasi kepada masyarakat melalui media sosial maupun *Website* yang dimilikinya. Mereka berkomunikasi dan saling berkoordinasi melalui grup Whatsapp.

Pengembangan media center untuk kemudahan akses bagi masyarakat agar mendapatkan informasi yang berkualitas Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara menyediakan layanan aduan. Terdapat beberapa layanan aduan yang disediakan yaitu meliputi *Website* wadul bupati, lapor bupati melalui wa, sms, dan kanal sosial media. Kemudian ada sp4nlapor adalah kanal aduan masyarakat berbasis nasional melalui lapor.go.id. Kemudian ada pula kanal aduan laporgub.jateng prov.go.id. Jika untuk kanal aduan laporgub.jateng prov.go.id maka masuknya ke provinsi kemudian turun di tingkat Kabupaten disana terdapat adminnya. Untuk sistemnya di Lapor.go.id adalah kanal aduan di tingkat Kementerian disana dan di verifikasi apabila sudah turun di tingkat Kabupaten kemudian baru ditindak lanjuti,

Kaitannya dengan kegiatan *Media Relations*, bertujuan untuk memperluas penyebaran informasi publik terkait vaksinasi. Kegiatan *Media Relations* menjadi pelengkap kegiatan pemberian informasi publik agar lebih maksimal. *Media Relations* atau bisa juga disebutkan Relasi Media merupakan kegiatan menjalin hubungan maupun relasi dengan media massa, wartawan atau

pers untuk menjalin kerjasama dan hubungan baik oleh suatu organisasi, yang nantinya akan berpengaruh pada pemberitaan dalam media massa itu sendiri untuk menjaga kesan positif dari suatu organisasi yang dinaunginya (Hermawan, 2020). Dalam praktiknya Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara bekerjasama dengan media massa baik yang berbasis online maupun konvensional. Antara Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara melakukan koordinasi menggunakan Whatsapp melalui grup yang bernama “warta info Jepara”. Setiap kali Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara meluncurkan berita terkait vaksinasi di portal *Website* jepara.go.id, mereka akan menyebarkan link berita tersebut pada wartawan dalam grup Whatsapp yang telah terbentuk. Dengan begitu, para wartawan dapat memproduksi berita mengenai vaksinasi di Jepara dan merujuk pada data atau fakta yang telah disampaikan pemerintahan di portal resminya. , Pemerintah jepara juga membuka kesempatan kepada wartawan untuk melakukan peliputan kegiatan yang diselenggarakan. Dengan adanya kegiatan tersebut, mengharapkan agar wartawan dapat menulis berita terkait informasi-informasi selama masa pandemi termasuk vaksinasi untuk disebarkan ke masyarakat luas. Bukan hanya itu saja, untuk menyebarluaskan himbuan mengikuti vaksinasi Dinas Komunikasi dan Informatika melakukan kegiatan *advertorial* atau pengiklanan di media online. Bahkan kegiatan media relation, Dinas Komunikasi dan Informatika melakukan jumpa pers dengan mengundang para wartawan mengenai informasi capaian vaksinasi di wilayah Kabupaten Jepara.

Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara dalam menyebarkan informasi mengenai vaksinasi untuk masyarakat Jepara juga melibatkan para influencer yang berasal dari Jepara. Kolaborasi dengan para influencer dilakukan karena mereka memiliki followers atau pengikut yang banyak di akun sosial medianya. Dengan begitu Dinas Komunikasi dan Informatika menilai para influencer dapat mengajak sekaligus menggerakkan masyarakat untuk melaksanakan kebijakan vaksinasi guna menekan pertambahan pasien Covid-19. Bukan hanya itu saja, dalam penyampaian informasi mengenai Vaksinasi juga menggunakan KOL (Key Opinion Leader) sebagai strateginya. Di masa pandemi untuk informasi-informasi mengenai vaksinasi disampaikan melalui KOL seperti Bupati Bapak Dian Kristiandi, Juru Bicara Satgas, dan para Dokter. Adanya pemberian informasi dengan KOL tersebut untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada informasi yang disajikan.

Kemudian terkait *Integrated* dalam implementasi *Cyber Public Relations* pada Informasi Publik kebijakan vaksinasi. Integrasi disini maksudnya bagaimana Dinas Komunikasi dan Informatika mengintegrasikan kanal-kanal media yang berbasis online untuk memberikan pengaruh kepada informasi yang disajikan. Berdasarkan data yang ditemukan peneliti, dalam prakteknya pengintegrasian dilakukan dengan penyebaran link di kanal official yang mereka miliki. Selama masa pandemi untuk jenis informasi yang ada di media sosial berupa postingan video maupun poster. Sedangkan di *Website* jepara.go.id informasi disajikan dalam bentuk berita dan penjelasannya lebih pastinya lebih Panjang. Maka dari itu , agar masyarakat mudah untuk mengaksesnya mereka menuliskan link *Website* di setiap profil kanal media sosial seperti di Twitter, Instagram, dan Facebook. Bukan hanya itu saja, pengintegrasian juga dilakukan ke antar website. Dimasa pandemi terdapat *Website* yang menginformasikan keadaan selama masa pandemi yaitu corona.jepara.go.id. Pasalnya *Website* tersebut berisikan data perkembangan pasien Covid-19 dan ketersediaan faskes di Kabupaten Jepara. Agar masyarakat Jepara mendapat informasi yang utuh Dinas Komunikasi dan Informatikajuga mengintegrasikan *Website* Jepara.go.id ke *Website* corona.jepara.go.id agar dapat mengakses berita yang telah diproduksiya terkait vaksinasi. Sehingga, lebih memudahkan masyarakat karena mereka langsung dapat mengakses dengan satu kali klik thumbnail berita yang ada di *Website* corona.jepara.go.id. Berdasarkan data yang ditemukan, kegiatan vaksinasi yang dilakukan biasanya dilakukan pendaftaran secara online. Pendaftaran menggunakan link menggunakan tools s.id atau bit.ly agar lebih singkat untuk memudahkan masyarakat. Kemudian, link tersebut disebarakan melalui poster-poster yang diunggah di media sosial.

Dari sisi *targeted* atau cara menarik perhatian publik dalam implementasi konsep *Cyber Public Relations*. Berdasarkan data yang ditemukan oleh peneliti, untuk mencapai menarik perhatian sasaran yaitu masyarakat Kabupaten Jepara Dinas Komunikasi dan Informatika mengemas informasi vaksinasi semenarik mungkin. Mulai dari pemilihan visual atau gambar, biasanya untuk visual dan gambar yang menarik. Untuk visualisasi ajakan vaksinasi dan juga informasi vaksinasi terdapat berupa poster dan video. Dalam penyajian informasi vaksinasi dari segi visualisasi melalui warna maupun design tetap berkoordinasi dengan Bupati, sehingga tampilan informasi yang dirilis adalah hasil koordinasi tersebut. Selain penyajian secara visualisasi, Dinas Komunikasi dan Informatika juga memperhatikan gaya bahasa untuk menggait perhatian

publik. Gaya bahasa yang digunakan adalah sederhana dan simpel, maksudnya adalah ketika menyampaikan informasi Dinas Komunikasi dan Informatika langsung menjelaskan inti informasinya tanpa berbelit.

Menurut data yang ditemukan oleh peneliti, *Measurable* atau evaluasi dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika dalam praktik *Cyber Public Relations* secara berkala dan belum ada evaluasi khusus menganalisis keberhasilan praktik tersebut. Tetapi apabila melihat engagement yang ada biasanya dilihat dari beberapa sisi yaitu jumlah followers berdasarkan jenis kelamin, komentar, jumlah aduan, like, dan jangkauan. Dinas Komunikasi dan Informatika menetapkan batasan tersendiri untuk melihat suatu engagement, menurut mereka untuk informasi dari yang dipublikasi melalui kanal pemerintah apabila berada di range 1%-5% dari pengguna yang mengaksesnya dinilai sudah baik. Dalam lingkup penyebaran informasi vaksinasi Dinas Komunikasi dan Informatika Jepara tidak memiliki rekapan secara keseluruhan mengenai engagement tetapi mereka mengecek dan mengevaluasi secara berkala saja. *Engagement* yang didapat juga naik turun setiap kali post informasi mengenai vaksinasi. Tetapi jika dilihat selama ini, *engagement* dari informasi-informasi yang ada cenderung bagus karena vaksinasi telah menjadi syarat untuk kegiatan mobilitas sehingga dari sisi masyarakat pun banyak yang mencari informasi terkait jadwal pelaksanaan vaksinasi. Dari hasil observasi yang ditemukan peneliti, capaian vaksinasi di Kabupaten Jepara pada tanggal 3 Januari 2022 sebanyak 71,1 persen dari total target sasaran sebanyak 922.450 orang.

Hambatan yang dihadapi Dinas Komunikasi dan Informatika dalam mengimplementasikan konsep *Cyber Public Relations* pada kebijakan vaksinasi ada beberapa hal. *Pertama*, dari sisi teknis seperti ketika sinyal *down* maka mereka terhambat untuk mempublikasikan informasi tersebut. Kemudian, hambatan lainnya ada pada masyarakatnya itu sendiri. *Kedua*, diketahui masyarakat Kabupaten Jepara belum semuanya melek akan teknologi internet dan smartphone. *Ketiga*, keterbatasan anggaran hingga belum bisa memperpanjang iklan media online. Maka dari itu, mereka yang belum melek teknologi akan terhambat untuk menerima informasi mengenai vaksinasi. Untuk hambatan ini Dinas Komunikasi dan Informatika mengupayakan agar seluruh masyarakat Kabupaten Jepara mendapatkan informasi mereka menggunakan media konvensional seperti baliho, media cetak, radio, dan juga publikasi keliling. Kemudian, mengenai iklan media online karena tidak bisa diperpanjang lebih lama sehingga Dinas Komunikasi dan Informatika akan

fokus pada pengencaran informasi dikanal official yang telah mereka Kelola atas nama Kabupaten Jepara.

Adanya informasi yang disajikan selama masa pandemi harus berkualitas agar dapat dipercayai oleh masyarakat dan menumbuhkan kesadaran untuk mengikuti penerapan kebijakan vaksinasi tersebut. Kualitas informasi publik yang baik menurut data yang telah ditemukan peneliti dari hasil wawancara bersama narasumber dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara. menyatakan bahwa kualitas informasi publik sebagai institusi pemerintah merupakan informasi yang mengandung faktual dan aktual serta dapat tersebar secara menyeluruh pada masyarakat. Kemudian, kualitas informasi publik dapat membangun dan menumbuhkan kesadaran untuk ikut antisipasi kebijakan yang dicanangkan oleh Pemerintah. Sehingga dengan adanya kualitas informasi yang baik ini dapat memberikan dampak yang luas baik itu dari segi ekonomi maupun kesejahteraan masyarakat yang ada di wilayah tersebut.

Penyajian kualitas informasi publik terkait kebijakan vaksinasi yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara akan dijelaskan peneliti dengan menggunakan teori dari Wang & Strong (1996) yang menyatakan apabila kualitas informasi publik dapat diukur dari empat kategori yaitu

1. Intrinsik

Dalam kategori ini maksudnya kualitas informasi dapat dilihat dari aspek kebenaran data, objektivitas data, informasi yang dapat dipercaya, dan juga sumber atau data memiliki reputasi.

2. Kontekstual,

Dalam kategori ini maksudnya kualitas informasi dapat dilihat dari aspek Relevansi yang merujuk pada informasi menarik, kebermanfaatan informasi, kebaruan informasi, kelengkapan dan kedalaman data.

3. Representasional

Dalam kategori ini maksudnya kualitas informasi dapat dilihat dari aspek penggunaan bahasa yaitu meliputi kejelasan bahasa, mudah dipahami, sajian data yang baik dan *to the point*, serta dilihat dari segi konsistensi format penyajian informasi.

#### 4. Aksesibilitas.

Dalam kategori ini maksudnya kualitas informasi dapat dilihat dari aspek kemudahan akses serta keamanan yang diberikan penyedia informasi pada penggunaannya.

Secara penyajian jika ditinjau dari segi intrinsik, menurut data yang telah peneliti temukan. Dalam proses penyajian informasi kebijakan vaksinasi yang mengandung kebenaran data dan objektivitas data Dinas Komunikasi dan Informatika melakukan peliputan secara langsung. Setiap informasi yang di publikasi kepada masyarakat didasarkan dengan data dan realitas yang ada di lapangan. Sehingga setiap informasi yang dipublish dengan bentuk berita disertai dengan dokumentasi dan data yang ada di lapangan. Data yang disajikan juga berasal dari hasil koordinasi antara Dinas Komunikasi dan Informatika dan OPD terkait seperti Dinas Kesehatan. Kemudian, biasanya untuk jadwal vaksinasi yang disajikan di media sosial itu juga didapatkan dari hasil koordinasi oleh OPD maupun Fasilitas Kesehatan yang menyediakan vaksin untuk masyarakat. Sehingga, Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara selalu berusaha untuk menjaga kredibilitas informasi publik mengenai vaksinasi.

Dari segi Kontekstual, menurut data yang ditemukan peneliti. Dalam upaya mewujudkan kualitas informasi publik yang baik Dinas Komunikasi dan Informatika berusaha untuk menyajikan pesan-pesan yang berkaitan dengan vaksinasi mulai dari tentang himbauan pelaksanaan vaksinasi, pembahasan vaksinasi itu apa, jenis vaksin, dan bagaimana manfaatnya, jadwal vaksinasi, dan capaian vaksinasi. Informasi yang disajikan berupa bentuk berita dan flayer. Informasi publik tersebut ditujukan agar dapat menumbuhkan kesadaran bagi masyarakat dan memudahkan masyarakat untuk mendapat akses informasi terkait tempat-tempat pelaksanaan vaksinasi. Informasi publik mengenai vaksinasi disajikan secara mendalam, Dinas Komunikasi dan Informatika selalu melakukan koordinasi kepada pihak penyedia vaksin. Penyajian informasi mengenai vaksinasi juga berdasarkan SOP yang berlaku. Mengenai SOP ini maksudnya adalah informasi vaksinasi seperti jadwal pelaksanaan vaksinasi biasanya institusi penyedia vaksin seperti Dinas Kesehatan, Puskesmas, atau Rumah sakit mengirimkan Surat Pada Dinas Komunikasi dan Informatika. Kemudian, setelah dikoordinasikan, bidang komunikasi akan membuat poster publikasi mengenai informasi tersebut di media sosial. Biasanya apabila informasi mengenai

jadwal vaksinasi juga di publikasi pada laman official instansi penyedia vaksin yang terkait. Maka apabila masyarakat mendapat kebingungan akan informasi terkait vaksinasi mereka dapat bertanya kepada layanan aduan masyarakat yang telah disediakan. Kemudian, untuk kedalaman informasi melalui liputan yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika mereka menggunakan akidah jurnalistik yaitu suatu berita harus mencakup 5W+ 1H dan memverifikasi kembali sebelum mempublish ke seluruh kanal yang dimilikinya.

Menurut data yang ditemukan oleh peneliti, dari segi representasional. Dinas Komunikasi dan Informatika dalam menyajikan informasi-informasi publik terkait vaksinasi mereka sangat memperhatikan pemilihan bahasa. Penyajian informasi vaksinasi menggunakan bahasa mudah dipahami oleh seluruh kalangan masyarakat Kabupaten Jepara dan mengandung kata persuasi atau kata ajakan contohnya “Ayo lakukan vaksinasi”. Bahasa yang dipilih untuk *Website* lebih formal dan sesuai dengan KBBI sedangkan bahasa yang di media sosial dipilih dengan bahasa yang singkat juga santai. Tetapi meskipun pemilihan bahasanya berbeda Informasi-informasi vaksinasi yang dibuat harus seinformatif mungkin dan juga singkat. Mereka juga menggunakan sapaan akrab untuk para masyarakat seperti “kang mas, mbakyu”, serta juga terdapat hastag yang identik dengan informasi misalkan #vaksinasi Jepara. Sapaan dan hastag ini biasanya ditampilkan di caption informasi yang disebarkan melalui media sosial. Agar lebih menarik biasanya informasi yang disajikan di media sosial disisipi guyonan dari pantun. Selain bahasa, sajian tampilan data disajikan secara *to the point* langsung misalkan mengenai informasi jadwal vaksinasi. Maka yang ada dalam poster tersebut langsung menyebutkan tempat dan tanggal pelaksanaan serta jenis vaksin. Biasanya juga terdapat foto Bapak Bupati yang merepresentasikan apabila terdapat penanggung jawab atas berjalannya kebijakan vaksinasi dan disisi lain beliau sudah melakukan vaksinasi pertama kali sebagai keteladanan bagi masyarakat.

Dari segi aksesibilitas yang disediakan untuk masyarakat, menurut data yang ditemukan. Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara berupaya untuk membuka akses informasi selebar mungkin untuk masyarakat. Mereka melakukan pemaksimalan media yang digunakan untuk penyebaran informasi publik. Dalam prakteknya, mereka bukan hanya menggunakan kanal-kanal yang berbasis internet seperti media sosial, media online, *Website*. Tetapi, mereka juga menggunakan media cetak seperti koran dan tabloid, kemudian ada juga media elektronik seperti

televisi dan radio. Bahkan mereka melakukan publikasi keliling dan memasang baliho juga membagikan stiker untuk masyarakat agar mau ikut serta dalam pelaksanaan vaksinasi.

#### **4. Perbandingan Implementasi *Cyber Public Relations* Pemerintahan Kabupaten Jepara Dalam Meningkatkan Kualitas Informasi Publik Antara Kebijakan Update Data Covid-19, Protokol Kesehatan, Vaksinasi Di Masa Pandemi.**

Dari implementasi *Cyber Public Relations* yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Jepara dalam meningkatkan kualitas informasi publik dalam lingkup update data Covid-19, protokol kesehatan, dan juga vaksinasi. Peneliti menemukan dan perbedaan dalam praktik *Cyber Public Relations* yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Jepara. Berdasarkan data yang telah didapatkan oleh peneliti, dari segi implementasi *Cyber Public Relations*, yang telah di analisis serta dipaparkan peneliti menggunakan teori Shel Holtz (2002) yang mencakup *Strategic, Integrated, Targeted, dan Measurable*. Peneliti menemukan persamaan strategi yang digunakan Dinas Komunikasi dan Informatika sebagai pelaksanaan praktik *Cyber Public Relations* Kabupaten Jepara dalam lingkup protokol kesehatan dan juga vaksinasi. Secara *strategic*, dalam dua lingkup ini mereka menggunakan empat strategi yaitu meliputi ; *pertama*, Pemaksimalan dan pengembangan media center. *Kedua*, melakukan *media relations* dengan media-media online. *Ketiga*, melakukan kerjasama dengan Influencer. *Keempat*, menggunakan KOL untuk menyampaikan Informasi. Penggunaan strategi yang sama dalam lingkup ini berdasarkan dari kebutuhan dua lingkup tersebut. Disamping itu, dalam praktiknya dari kegiatan *media relations* yang dilakukan sedikit berbeda. Hal ini dikarenakan dalam lingkup vaksinasi terdapat praktik iklan media online sedangkan di lingkup protokol kesehatan tidak ada. Kemudian, jika dilihat dari lingkup update data Covid-19 strategi yang dilakukan juga hampir sama dengan kedua lingkup sebelumnya. Pada lingkup ini, Dinas Komunikasi dan Informatika menggunakan tiga strategi yaitu *pertama*, Pemaksimalan dan pengembangan media center. *Kedua*, Melakukan Kerjasama dengan Influencer. *Ketiga*, Menggunakan KOL untuk menyampaikan Informasi. Penggunaan strategi yang sama dalam lingkup ini. Praktik secara pemaksimalan media center, *media relations* dan penggunaan KOL untuk menyampaikan informasi serta meningkatkan kepercayaan masyarakat sama seperti dua lingkup sebelumnya. Hal yang membedakan adalah dibagian pengembangan media center. Disini, mereka membangun suatu website yang memang dikhususkan untuk data-data pasien dan persediaan fasilitas kesehatan selama masa pandemi yang bernama

corona.jepara.go.id. Selain itu mereka juga membuat hotline tanggap darurat untuk masyarakat. Hotline tersebut terpajang dalam website sehingga masyarakat juga dapat mengaksesnya dengan mudah apabila ingin mendapatkan informasi yang lebih cepat.

Persamaan dan perbedaan dalam segi *Integrated* di lingkup update data Covid-19, protokol kesehatan, dan juga vaksinasi. Dalam praktik *Cyber Public Relations* lingkup vaksinasi dan protokol kesehatan sama persis yaitu dengan menggunakan link apabila ingin mengintegrasikan media sosial dengan *Website* Link tersebut di letakkan di bio media sosial. Kemudian untuk antar *Website* yaitu *Website* corona.jepara.go.id dan jepara.go.id menggunakan *thumbnail*. Pengintegrasian ini dilakukan untuk memperkaya informasi publik yang disajikan kepada masyarakat Kabupaten Jepara. Sedangkan, dalam lingkup update data Covid-19 sedikit berbeda dalam pengintegrasianya. Di lingkup update data selain mengintegrasikan dengan link dan juga thumbnail untuk memperkaya informasinya, mereka juga menggunakan suatu sistem informasi yang bernama *Application Programming Interface* (API). API merupakan suatu konsep fungsi antar muka pemrograman aplikasi yang dapat dimanfaatkan untuk mengakses pihak lain tanpa mengubah kode utama maupun sistem serta memudahkan komunikasi antar sistem meskipun berbeda *platform* (Winarjoko & Mulya, 2018). Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara menggunakan sistem ini untuk mendapatkan data dari seluruh fasilitas kesehatan yang ada di Kabupaten Jepara. Sehingga, sistem ini yang ada di website corona.jepara.go.id tersambung ke semua fasilitas kesehatan yang ada di Kabupaten Jepara.

Dari segi *targeted* atau cara Dinas komunikasi dan informatika menerima perhatian publik. Dalam lingkup update data Covid-19, protokol kesehatan, dan vaksinasi secara garis besar sama. Ketiga lingkup tersebut mereka selalu menggunakan bahasa yang simpel, mudah dipahami dan mengandung kalimat persuasi. Kemudian konten informasi yang diproduksi juga berbentuk video, poster, dan juga berita. Tetapi jika ditinjau berdasarkan data terdapat sedikit perbedaan diantara tiga lingkup tersebut seperti konten informasi berbentuk iklan layanan masyarakat yang disebarakan melalui media sosial hanya diterapkan di lingkup protokol kesehatan. Selanjutnya, penyajian informasi update data sedikit berbeda karena mereka lebih mengutamakan tata letak ikon, tabel, dan peta agar memudahkan masyarakat untuk mengeksplor informasi tersebut. Secara *measurable*, belum ada evaluasi khusus terkait praktik *Cyber Public Relations* yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika. Mereka hanya mengecek *engagement* secara berkala melalui total

pengikut, pembaca, suka , dan juga komentar yang ada di media sosial maupun *Website*. Menurut mereka *engagement* yang didapat lebih tinggi di lingkup vaksin. Dalam lingkup protokol lebih rendah karena informasi yang disampaikan terkesan monoton, Kemudian untuk lingkup update data Covid-19 biasanya rendah tetapi menurut mereka *engagement* akan meningkat ketika terdapat lonjakan kasus Covid-19.

Peneliti juga akan memaparkan perbandingan mengenai bagaimana mereka menyajikan informasi publik agar tetap berkualitas dengan teori Wang and Strong (1996) menggunakan intrinsik, kontekstual, representasional, aksesibilitas. Dari segi intrinsik dalam lingkup vaksinasi dan protokol kesehatan penyajian informasi untuk menjaga reputasi data, aktualitas serta faktualitas memiliki kesamaan yaitu dengan menggunakan peliputan dan juga disertai dengan dokumentasi. Hal yang sedikit berbeda dari kedua konteks tersebut dalam segi intrinsik, aktualitas data di lingkup vaksinasi juga berdasarkan hasil koordinasi dengan pihak penyelenggara vaksinasi. Disamping itu, jika meninjau lingkup update data Covid-19 justru malah berbeda cara mereka menyajikan informasi publik apabila dibandingkan dengan lingkup vaksinasi dan protokol kesehatan. Pada lini ini, Dinas Komunikasi dan Informatika menggunakan sistem *Application Programming Interface* (API) untuk menjaga faktualitas dan aktualitas data. Hal ini dikarenakan sistem tersebut dapat secara otomatis mengakumulasi serta mengupdate data pasien dan ketersediaan fasilitas kesehatan dengan waktu yang rill. Kemudian, apabila Dinas Komunikasi dan Informatika memproduksi informasi publik berupa infografis maupun berita aktualitas serta faktualitasnya didasarkan oleh data yang telah tertera di website [corona.jepara.go.id](http://corona.jepara.go.id).

Dari segi kontekstual, penyajian informasi yang disajikan dalam bentuk berita baik di lingkup update data Covid-19, vaksinasi, dan juga protokol kesehatan memiliki kesamaan dalam menyajikan kedalamannya yaitu dengan menggunakan akidah jurnalistik yaitu menggunakan 5W+ 1H. Hal yang membedakan antara ketiga lingkup tersebut dari segi kontekstual adalah penyajian informasi vaksinasi harus berdasarkan dengan SOP yang ada yaitu informasi vaksinasi seperti jadwal pelaksanaan vaksinasi biasanya institusi penyedia vaksin seperti Dinas Kesehatan, Puskesmas, atau Rumah sakit mengirimkan Surat Pada Dinas Komunikasi dan Informatika. Kemudian, setelah dikoordinasikan, bidang komunikasi akan membuat poster publikasi mengenai informasi tersebut di media sosial. Informasi-informasi publik mengenai vaksinasi telah relevan karena berisikan tentang jadwal vaksinasi, jenis vaksin, manfaat vaksin, capaian vaksin, dan lain

sebagainya yang masih dalam satu tema. Berbeda dengan vaksinasi, relevansi protokol kesehatan pasti memiliki komposisi sendiri informasi yang disampaikan terkait himbauan 5M, protokol kesehatan PPKM dan *Work From Home*, kemudian kegiatan-kegiatan penertiban Protokol kesehatan. Kelengkapan data melalui koordinasi tingkat Kecamatan, Kabupaten, provinsi, hingga Pusat. Sedangkan dalam lingkup update data Covid-19 yang membedakan adalah penyajian informasi Pembaharuan data di *Website* corona.jepara.go.id selalu tersedia. Sedangkan di media sosial tidak setiap hari ada hanya disajikan ketika keadaan Covid-19 di Jepara sedang melonjak. Penyajian informasi terkait Update Data Covid-19 biasanya disertai dengan himbauan protokol kesehatan. Kelengkapan dan kedalaman informasi ini diwujudkan dalam bentuk data angka dan peta.

Dari segi representasional, persamaan antara lingkup update data Covid-19, protokol kesehatan dan vaksinasi adalah Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara selalu memperhatikan bahasa yang digunakan. Bahasa yang ditampilkan dalam informasi publik tentunya yang simpel, mudah dipahami, dan menggunakan kalimat persuasi. Biasanya informasi publik yang di unggah di media sosial lebih santai, menggunakan sapaan akrab seperti kang mas mbakyu, dan menggunakan hastag. Sedangkan apabila di website bahasa yang digunakan lebih baku. Disamping persamaan yang telah dijelaskan terdapat perbedaan di lingkup update data Covid-19. Tampilan informasi publik update data lebih sering berbentuk peta, grafik angka dan tabel. Kemudian secara aksesibilitas, persamaannya semua informasi baik dalam lingkup vaksinasi, protokol kesehatan, dan update data Covid-19 dapat dilihat informasinya melalui media sosial dan *Website* jepara.go.id. Namun, update data Covid-19 sedikit berbeda dengan lingkup vaksinasi dan protokol kesehatan karena update data bersifat *continue* dan selalu di upgrade disetiap harinya ataupun setiap saat setting sistem API itu bekerja. Maka, apabila masyarakat ingin melihat informasi terkini dan terupdate dapat langsung mengakses melalui *Website* corona.jepara.go.id.

Peneliti mencoba membandingkan hasil temuan penelitian ini dengan penelitian terdahulu. Dari hasil yang telah peneliti paparkan jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu tentang implementasi *Cyber Public Relations* pada konteks komunikasi publik terkait informasi Covid-19 telah diteliti sebelumnya oleh beberapa peneliti. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Hidayat, Susilo, Monica, & Garcia dalam judul riset "*Handling Covid-19 in Sampang : Leadership and Local Elite Public Communication Strategy*" yang mengemukakan bahwa dimasa Covid-19

pemerintah Kabupaten Sampang melaksanakan *Cyber Public Relations* dengan menggunakan media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram. Selain itu, mereka pun menyediakan layanan informasi dalam *Website* dan grup Whatsapp. Cara ini dinilai efektif karena pemerintah Kabupaten sampang juga memberikan fasilitas internet di setiap Desa sehingga peluang masyarakat mengikuti informasi yang disajikan secara online dapat tersampaikan. Riset terdahulu ini dengan riset yang saya temukan terdapat kesamaan dibagian penggunaan media. Dalam penelitian ini media center yang digunakan yaitu media sosial dan website. Adanya penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu memiliki kesamaan dalam penggunaan media yang berbasis internet untuk mengimplementasikan konsep *Cyber Public Relations* selama masa pandemi yaitu dengan menggunakan media sosial dan juga website. Adanya penelitian ini juga memperluas pandangan mengenai implementasi *Cyber Public Relations* karena dalam penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan humas pemerintah juga dapat melalui media relations, penggunaan KOL, dan Kerjasama bersama influencer dalam komunikasi selama masa pandemi. Bukan hanya itu saja penelitian ini juga mengungkapkan penyajian informasi humas Pemerintahan Kabupaten Jepara selama masa pandemi untuk menjaga kualitas informasi publik selama masa pandemi.

Penelitian terdahulu lainnya dari Damayanti & Ningsih yang berjudul “ Digital Humas Pemerintah Dalam Menyampaikan Informasi Edukasi Pencegahan Covid-19 di Indonesia” menghasilkan pernyataan apabila penyebaran informasi terkait pencegahan Covid-19 yang dilakukan Kementerian Kesehatan, BUMN, Kemkominfo, dilakukan dengan mengimplementasikan *Cyber Public Relations*. Dapat dikatakan demikian, karena mereka gencar memproduksi konten terkait informasi tersebut dan dirilis di *Website* resmi dan akun Instagram resminya. Dalam prakteknya Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara bukan hanya digencarkan di Instagram dan website tetapi juga di media sosial lainnya seperti Facebook, Twitter, dan Youtube. Penggencaran informasi yang dilaksanakan di Kabupaten Jepara selama masa pandemi juga menyediakan layanan aduan untuk mempermudah masyarakat mendapatkan informasi lebih lengkap. Selain itu, Dinas Komunikasi dan Informatika juga menggandeng media relations dan juga influencer untuk menggencarkan informasi serta memperngaruhi masyarakat melalui kata-kata persuasi agar melaksanakan kebijakan-kebijakan yang bertujuan untuk menekan tingkat penularan Covid-19.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Pratiwi dan Dunan dengan judul “*Communication Strategy Of Government Public Relations Depok City In Managing Covid-19 Information During Pandemi On Instagram*” mengungkapkan bahwa penggunaan Instagram dalam menyebarkan informasi selama pandemi cukup efektif. Tetapi tetap terdapat tantangan tersendiri. Analisis yang digunakan riset ini adalah analisis SWOT. Dari aspek *Strangeth* (kekuatan), adanya fasilitas komunikasi ini mendukung kerja Dinas Komunikasi dan Informatika dalam menjalankan tugasnya yang mencakup media massa hingga media baru. Ditinjau dari segi *Weakness*, Dinas Komunikasi dan Informatika kota Depok merasa masih kekurangan sumber daya manusia sehingga menghambat produksi konten informasi di media sosial. *Opportunities* (Peluang), Melihat banyaknya masyarakat Kota Depok yang menggunakan media sosial maka berpeluang akun pemerintahan Kota Depok mudah dikenal.. *Threats* (Ancaman), ancaman bisa munculnya infodemik atau bahkan provokasi akibat banyak akun Instagram yang menyebut kota Depok dalam menyebarkan informasi. Dalam implementasi *Cyber Public Relations* yang dilaksanakan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara juga membuktikan apabila media sosial menjadi fasilitas komunikasi untuk memudahkan penyebaran informasi publik. Kemudian, informasi. Pengguna media yang berbasis internet memang memiliki ancaman tersendiri yaitu banyaknya hoax yang tersebar hingga terdapat diskomunikasi. Maka dari itu penelitian ini juga membahas mengenai bagaimana penyajian informasi publik yang berkualitas termasuk dalam implementasi konsep *Cyber Public Relations*. Dinas Komunikasi dan Informatika selalu melakukan koordinasi untuk menjaga kualitas informasi yang disajikan. Bahkan mereka juga selalu melakukan peliputan dan menyertakan dokumentasi untuk menjaga aktualitas serta kualitas informasi publiknya.

## **5. Pendapat Masyarakat Terkait Kualitas Informasi Selama Masa Pandemi Yang Disajikan Pemerintah Kabupaten Jepara**

Kualitas informasi yang disajikan oleh Pemerintah juga dapat dinilai dari persepsi yang diberikan oleh masyarakatnya. Kualitas informasi menjadi suatu faktor pendorong motivasi bagi masyarakat untuk merubah perilakunya. Dalam lingkup Pemerintah informasi yang berkualitas dapat merubah persepsi hingga mempengaruhi perilaku masyarakat agar mau untuk menerapkan kebijakan yang dicanangkan oleh pemerintah. Di masa pandemi kebijakan-kebijakan yang dicanangkan pemerintah menjadi bentuk upaya untuk memperbaiki kondisi yang ada. Pada

penelitian yang memfokuskan terkait implementasi dari konsep *Cyber Public Relations*, maka dari itu peneliti meminta pendapat masyarakat terkait informasi yang berbasis internet.

Dalam penyebaran menggunakan media online atau kanal-kanal yang berbasis internet. Menurut data yang ditemukan oleh peneliti, tiga narasumber pengguna aktif internet dan media sosial merespon positif atas implementasi konsep *Cyber Public Relations*. Mereka menyatakan bahwa adanya informasi yang disebarakan melalui internet atau media sosial dinilai lebih efektif dan memudahkan masyarakat untuk mengakses segala informasi terkait pandemi Covid-19. Ketiga narasumber menyatakan bahwa lebih aktif mengikuti informasi di media sosial daripada di *Website*. Informasi publik juga diperhatikan oleh masyarakatnya selama masa pandemi.

Menurut Wang & Strong (1996) yang menyatakan apabila kualitas informasi publik dapat dilihat dari empat kategori yaitu

1. Intrinsik

Dalam kategori ini maksudnya kualitas informasi dapat dilihat dari aspek kebenaran data, objektivitas data, informasi yang dapat dipercaya, dan juga sumber atau data memiliki reputasi.

2. Kontekstual,

Dalam kategori ini maksudnya kualitas informasi dapat dilihat dari aspek Relevansi yang merujuk pada informasi menarik, kebermanfaatan informasi, kebaruan informasi, kelengkapan dan kedalaman data.

3. Representasional

Dalam kategori ini maksudnya kualitas informasi dapat dilihat dari aspek penggunaan bahasa yaitu meliputi kejelasan bahasa, mudah dipahami, sajian data yang baik dan *to the point*, serta dilihat dari segi konsistensi format penyajian informasi.

4. Aksesibilitas.

Dalam kategori ini maksudnya kualitas informasi dapat dilihat dari aspek kemudahan akses serta keamanan yang diberikan penyedia informasi pada penggunaannya.

Ditinjau dari segi intrinsik, kepercayaan terhadap informasi yang disuguhkan pemerintah dan reputasi pemerintah di pandangan masyarakat. Menurut data yang ditemukan dari tiga narasumber. Mereka menyatakan apabila selama ini upaya pemerintah untuk menghimbau, menyajikan informasi, dan melakukan tindakan untuk menangani kondisi pandemi sudah baik. Hal ini dikarenakan, seluruh elemen dari masyarakat seperti tokoh masyarakat atau Pemerintah Desa juga dikoordinasikan untuk membantu pemulihan kondisi pandemi ini. Kemudian, dari segi kepercayaannya, ketiga narasumber menyatakan apabila mereka cukup percaya dengan informasi yang disajikan oleh pemerintah melalui media berbasis internet seperti media sosial dan *Website*. Menurut mereka informasi-informasi yang disajikan selama masa pandemi termasuk dalam lingkup informasi kebijakan vaksinasi, protokol kesehatan, dan update data Covid-19 adalah hasil koordinasi dari beberapa pihak yang mengetahui secara real keadaan yang ada misalkan dinas kesehatan atau fasilitas kesehatan puskesmas dan Rumah Sakit. Reputasi pemerintah yang baik dimata masyarakat juga mempengaruhi kepercayaan masyarakat kepada informasi publik yang disajikan. Masyarakat percaya apabila Pemerintah akan menjaga etika ketika menyajikan suatu informasi publik, seperti halnya pemerintah tidak boleh menyebarkan hoax yang dapat menimbulkan kerancuan dan kepanikan masyarakat.

Ditinjau dari segi kontekstual, menurut data yang ditemukan oleh peneliti. Masyarakat menilai kebaruan informasi yang disajikan oleh pemerintah selalu diperbaharui. Apalagi update data Covid-19 setiap harinya pasti ada updatenya di *Website* yang telah disediakan yaitu [corona.jepara.go.id](https://corona.jepara.go.id). Selain itu, masyarakat juga sadar pemerintah Kabupaten Jepara selalu memperbarui informasi terkait vaksinasi melalui berita maupun pamflet. Kemudian untuk protokol kesehatan menurutnya lebih monoton biasanya hanya diubah secara design tampilannya saja karena isinya kebanyakan mengenai himbauan untuk penerapan kebijakan tersebut. Mengenai kelengkapan dan kedalaman informasi yang disajikan, menurut dua narasumber, mereka menyatakan apabila kelengkapan dan kedalaman data sudah cukup. Menurut mereka dari informasi baik yang ada di media sosial maupun *Website* sudah lengkap. Menurut mereka dari informasi vaksinasi yang disebarkan melalui media sosial dan *Website* mereka dapat mengetahui apa itu vaksin hingga penjadwalan pelaksanaan vaksinasi. Kemudian, untuk protokol kesehatan menurut mereka juga lengkap karena mengetahui protokol kesehatan itu apa saja yang harus dilakukan kemudian ada pula jadwal kegiatan PPKM sehingga dapat mengikuti informasi-informasi tersebut. Terkait update data yang disajikan di *Website* juga sudah lengkap karena dapat mengetahui total

pasien hingga ketersediaan fasilitas kesehatan. Berbeda dengan dua narasumber yang telah disebutkan, satu narasumber memiliki pendapat yang sedikit berbeda. Menurutnya informasi yang disampaikan di media sosial lebih simpel, lengkap, tapi tidak terlalu mendalam. Kedalaman informasi yang disajikan pemerintah Kabupaten Jepara lebih pada penyajian informasi yang berbentuk artikel berita di *Website*. Selain itu, secara kontekstual juga dilihat dari kebermanfaatan informasi, menurut data yang didapatkan. Dengan adanya informasi-informasi baik itu yang disebarkan melalui konvensional maupun online mengenai kebijakan vaksinasi, protokol kesehatan dan update data secara terus menerus, masyarakat menjadi lebih tahu apabila pemerintah peduli dengan masyarakatnya dengan berusaha untuk mengurangi dampak atau menekan penyebaran Covid-19 dengan kebijakan tersebut. Adanya informasi-informasi tersebut dapat menyadarkan masyarakat untuk melakukan kebijakan tersebut dan menghimbau keluarganya agar terhindar dari Covid-19. Mereka juga menyatakan apabila informasi sangat bermanfaat apalagi mengenai vaksinasi, mereka menjadi lebih mudah untuk menemukan tempat vaksinasi tersebut.

Dari segi representasional, Masyarakat dapat melihat segi representasional dari informasi yang jelas dan mudah dipahami serta dari segi tampilan. Berdasarkan data yang ditemukan oleh peneliti, informasi-informasi yang disajikan selama masa pandemi baik itu dalam lingkup protokol kesehatan, vaksinasi, dan update data sudah jelas. Bahasa yang digunakan menurut tiga narasumber tersebut sangat mudah dipahami dan mengandung kata persuasif. Sehingga, menarik perhatian masyarakat untuk melakukan kebijakan-kebijakan tersebut. Tampilan informasi terkait vaksinasi, protokol kesehatan, dan update data yang ditampilkan menggunakan poster atau video dan diunggah media sosial juga terdapat artikel berita di *Website* sudah cukup baik serta lebih simpel sehingga mudah dipahami. Sedangkan untuk *Website* nya sendiri tampilannya sudah sederhana dan mudah dieksplor. Mereka memiliki pendapat yang sama apabila penyajian informasi di *Website* lebih mudah diakses dan tampilannya simple.

Persepsi masyarakat mengenai aksesibilitas yang disediakan Pemerintah Kabupaten Jepara, berdasarkan data yang ditemukan. Menurut mereka, informasi selama masa pandemi baik itu dari protokol kesehatan, vaksinasi, maupun Update data sangat mudah diakses. Apalagi dengan adanya konsep *Cyber Public Relations* memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi-informasi tersebut tanpa bertemu secara kontak fisik. Adanya pengimplementasian tersebut juga membantu

mengurangi resiko tertular Covid-19. Mereka merasa dimudahkan karena dapat mengakses di media sosial manapun dan juga ada pula informasi pelengkap yang disajikan di *Website*. Mereka juga merasa aman untuk mengakses informasi tersebut karena mengetahui apabila kanal atau akun tersebut adalah kanal resmi yang memang dikelola Dinas pemerintahan yaitu Dinas Komunikasi dan Informatika

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

Dalam bab ini peneliti memberikan kesimpulan berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan. Kemudian, peneliti juga memaparkan keterbatasan penelitian, serta memberikan saran berdasarkan hasil penelitian sesuai pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya.

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul “ **Implementasi Cyber Public Relations Dalam Meningkatkan Kualitas Informasi Publik Di Masa Pandemi**”, peneliti memberikan kesimpulan. Setelah melakukan penelitian, Implementasi *Cyber Public Relations* Pemerintah Kabupaten Jepara di masa pandemi terkait informasi publik kebijakan vaksinasi dan protokol kesehatan memiliki kesamaan. Implementasi *Cyber Public Relations* pada informasi publik kebijakan vaksinasi dan protokol kesehatan dilakukan berdasarkan empat strategi yaitu *Pertama*, Implementasi *Cyber Public Relations* dilakukan dengan penyebaran melalui kanal sosial media Instagram seperti @pemkabJepara, Twitter @Jeparakabgoid, Facebook Jepara.go.id, Youtube @PemerintahKabupatenJepara dan radio yang telah didigitalkan serta *Website*. Adapula pengembangan media center berupa penyediaan kanal aduan masyarakat seperti lapor bupati melalui wa dan sms. Kemudian ada sp4nlapor itu melalui lapor.go.id. akun Twitter juga bisa kalo untuk layanan sp4nlapor. Kemudian ada laporgub.jateng prov.go.id. Pengembangan media center juga dilakukan dengan menggandeng admin pengelola media pemerintahan dari tingkat kecamatan dan Desa melalui koordinasi di Whatsapp grup untuk menyebarkan informasi mengenai vaksinasi kepada masyarakat *Kedua*, Melakukan *Media Relations* dengan media-media online. Kegiatan *media relations* pada kebijakan vaksinasi dan protokol kesehatan meliputi *Press Conference*, Iklan poster himbauan vaksinasi, selalu memberitahu kabar terbaru melalui artikel yang di posting di laman *Website* Kabupaten Jepara melalui Whatsapp grup “Warta Info Jepara”. Tetapi terdapat kegiatan *media relations* yang berbeda yaitu pengadaan iklan poster himbauan hanya dilakukan pada kebijakan vaksinasi. *Ketiga*, melakukan Kerjasama dengan Influencer. Keegiatannya yaitu mengundang pertemuan pada influencer dan meminta mereka untuk ikut serta mempromosikan kebijakan vaksinasi dan protokol kesehatan. *Empat*, Menggunakan KOL (*Key Opinion leader*) yang terkait untuk menyampaikan Informasi . KOL yang biasanya digunakan adalah Bupati, Juru Bicara Satgas, dan Para Dokter yang ada di Kabupaten Jepara.

Integrasi yang dilakukan mereka dalam praktik *Cyber Public Relations* pada kebijakan vaksinasi dan protokol juga memiliki kesamaan. Pengintegrasian antara *Website* dengan media sosial yaitu melalui

pemasangan link di profil kedua kanal tersebut. Kemudian untuk pengintegrasian *Website* Jepara.go.id dengan corona.Jepara.go.id melalui tampilan thumbnail. Link pendaftaran vaksinasi diintegrasikan dengan pemasangan di poster-poster yang disebar di semua kanal media. Link pendaftaran diperpendek dengan menggunakan tools tools s.id atau bit.ly agar lebih singkat untuk memudahkan masyarakat. Untuk menarik perhatian audience mereka berusaha menggunakan visual yang simpel tapi menarik kemudian bahasanya yang mudah dipahami, dan mengandung kata persuasi. Kemudian, evaluasi untuk implementasi *Cyber Public Relations*, belum ada evaluasi khusus yang rutin dan terarsipkan. Mereka hanya melihat melalui *engagement* secara berkala. *Engagement* yang didapatkan di media sosial maupun kanal lainnya dalam lingkup kebijakan vaksinasi lebih tinggi daripada protokol kesehatan. Hambatan yang didapatkan juga sama yaitu Pemerintah Kabupaten Jepara menghadapi sebagian masyarakat yang belum mengakses internet atau menggunakan media sosial. Oleh karena itu untuk mengatasi hambatan tersebut, mereka juga menyebarkan informasi melalui kanal-kanal konvensional seperti baliho, koran, publikasi keliling, dan lain sebagainya.

Upaya penyajian informasi publik yang berkualitas terkait vaksinasi dan protokol kesehatan juga memiliki kesamaan. Agar menjaga kualitas informasi publik terkait vaksinasi dan protokol kesehatan adalah dengan melakukan peliputan dan koordinasi pada pihak terkait. Informasi publik yang telah di rilis disajikan dengan dokumentasi yang berbentuk foto maupun video. Pesan yang disampaikan tentunya berbeda dari kedua lingkup ini. Pada lingkup protokol kesehatan Informasi yang disajikan mengenai protokol kesehatan biasanya meliputi informasi himbauan 5M (Menjauhi kerumunan, menjaga jarak, mencuci tangan, memakai masker, membatasi mobilitas), kemudian ada pula informasi mengenai protokol kesehatan PPKM dan wfh, kemudian kegiatan-kegiatan penertiban protokol kesehatan. Kelengkapan data melalui koordinasi tingkat Kecamatan, Kabupaten, Provinsi, hingga Pusat. Sehingga, biasanya apabila untuk informasi terkait protokol kesehatan ini dilakukan secara serentak dalam penginformasiannya kepada publik. Sedangkan untuk lingkup vaksinasi menyajikan pesan-pesan yang berkaitan dengan vaksinasi mulai dari tentang himbauan pelaksanaan vaksinasi, pembahasan vaksinasi itu apa, jenis vaksin, dan bagaimana manfaatnya, jadwal vaksinasi, dan capaian vaksinasi. Informasi yang disajikan berupa bentuk berita dan flayer. Penyajian informasi mengenai vaksinasi juga berdasarkan SOP yang berlaku yaitu penyelenggara vaksin harus mengirimkan surat terlebih dahulu setelah pengolahan informasi selesai maka ditinjau ulang oleh Bupati dan jika disetujui dapat langsung di Publikasikan. Penyajian informasi berbentuk poster, video, siaran langsung radio, dan artikel berita biasanya juga disertai foto bapak Bupati yang merepresentasikan apabila terdapat penanggung jawab atas

berjalannya kebijakan. Informasi-informasi yang disajikan di *Website* lebih lengkap karena menggunakan akidah jurnalistik 5W+1H. Dari segi bahasa, penggunaan bahasa yaitu menggunakan bahasa yang simpel, sopan, mudah dipahami, dan mengandung kata persuasi. Kualitas informasi yang baik juga memudahkan masyarakat untuk mengaksesnya. Dengan begitu, Dinas Komunikasi dan Informatikamenyediakan informasi melalui media online, media sosial, *Website*, dan media konvensional lainnya seperti baliho, tabloid, radio, televisi.

Implementasi *Cyber Public Relations* Update data Covid-19 sedikit berbeda dengan konteks vaksinasi dan protokol kesehatan. Implementasi *Cyber Public Relations* Update data Covid-19 terdapat 3 strategi yaitu *Pertama*, Implementasi *Cyber Public Relations* dilakukan dengan penyebaran dan pengembangan media center. Penyebaran informasi terkait Update Data Covid-19 dilakukan di sosial media dan *Website* corona.jepara.go.id. *Kedua*, Melakukan *Media Relations* dengan media-media online. *Ketiga*, Menggunakan KOL untuk menyampaikan Informasi.. Data yang ditampilkan di *Website* corona.Jepara.go.id. adalah akumulasi dari data-data yang ada di fasilitas kesehatan Kabupaten Jepara. Integrasi dilakukan menggunakan system yang bernama API atau *Application Programming Interface*. Apabila fasilitas kesehatan mengedit data akan otomatis terakumulasi pada laman corona. Jepara.go.id. untuk melengkapi informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara mengintegrasikan ke *Website* official yaitu Jepara.go.id dengan memasang link melalui thumbnail. Sehingga, masyarakat langsung bisa diarahkan ke laman berita tersebut. untuk menarik perhatian masyarakat maka tampilan data di media sosial berupa infografik yang berisi peta, jumlah pasien dan statusnya, kemudian ada pula himbauan protokol kesehatan 5m. Begitupun juga di *Website* tampilan lebih simpel dan sangat memperhatikan tata letak ikon, tabel, dan peta penyebaran Covid-19. *Engagement* yang didapatkan tidak terlalu tinggi karena menurut Dinas Komunikasi dan Informatikamasyarakat akan bosan dengan informasi monoton. Selain itu, faktor dari kebiasaan masyarakat yang jarang mengakses portal pemerintah. Hambatan dari penyaji adanya server down yang dikarenakan banyak faktor seperti adanya serangan dari luar dan supply internet yang error. Untuk mengatasi hal tersebut Dinas Komunikasi dan Informatika memiliki *DRP (Disaster recovery plan)* dan *DRC (Disaster recovery center)* untuk mengurangi server down tersebut. Biasanya ketika induk mati nanti secara otomatis akan dialihkan pada cadangan sistem yang telah dibuat. Jika ditinjau dari cara penyajian informasi publik yang berkualitas, Dinas Komunikasi dan Informatika dengan melakukan pengintegrasian ini dilakukan dengan menyambungkan *Website* corona.jepara.go.id sebagai laman akumulasi secara keseluruhan dengan fasilitas kesehatan yang ada di Kabupaten Jepara. Kemudian, untuk informasi yang diunggah di media

sosial itu agar menjaga faktualitasnya Dinas Komunikasi dan Informatika menuliskan data sesuai yang tertera di laman *Website* corona.jepara.go.id. Data yang ada di *Website* corona.Jepara.co.id selalu diperbaharui setiap harinya. Sedangkan, di media sosial hanya di update ketika kasus Covid-19 meningkat. Kedalaman informasi yang disajikan dalam *Website* corona.jepara.go id telah dibuat sesuai standar nasional. Sehingga masyarakat dapat mendapatkan informasi mengenai ketersediaan Rumah Sakit jumlah bed, pasien positif, sembuh atau meninggal, peta penyebaran sampai ke level Desa. Tampilan yang disajikan dalam *Website* cenderung lebih simpel, mengandung persuasi, dan akan dapat membantu masyarakat dalam memahami informasi terkait data-data tersebut. penyajian data yang dilakukan dibantu dengan tools-tools lainnya seperti peta, grafik angka, dan tabel. , informasi terkait Update data Covid-19 dapat mengakses melalui media sosial dan *Website*.

Persepsi masyarakat terhadap kualitas informasi publik menggunakan konsep *Cyber Public Relations* selama masa pandemi yang disajikan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara. Menurut mereka informasi yang disebarkan melalui internet atau media sosial dinilai lebih efektif dan memudahkan masyarakat untuk mengakses segala informasi terkait pandemi Covid-19. Hasil analisis dengan teori menyatakan, Dari segi intrinsik, masyarakat menilai upaya yang dilakukan sudah baik. Mereka juga percaya terhadap informasi-informasi yang dikeluarkan dari kanal-kanal milik pemerintah. Kepercayaan mereka dipengaruhi oleh reputasi pemerintah Kabupaten Jepara, mereka menganggap institusi pemerintah apabila mengeluarkan suatu informasi publik adalah hasil dari koordinasi dengan beberapa OPD sehingga datanya valid dan percaya apabila pemerintah menjaga etik sehingga tidak akan menyebarkan hoax. Dari segi kontekstual, persepsi masyarakat informasi-informasi yang ada di *Website* maupun di sosial media selalu diperbaharui baik itu dalam lingkup baik itu dalam lingkup vaksinasi dan Update data. Kemudian untuk protokol kesehatan menurutnya lebih monoton biasanya hanya diubah secara design tampilannya saja karena isinya kebanyakan mengenai himbauan untuk penerapan kebijakan tersebut. Mengenai kelengkapan dan kedalaman informasi yang disajikan, informasi baik yang ada di media sosial maupun *Website* sudah lengkap. Tetapi terdapat pendapat satu narasumber yang berbeda dengan yang lainnya Menurutnya informasi yang disampaikan di media sosial lebih simpel, lengkap, tapi tidak terlalu mendalam. Kedalaman informasi yang disajikan pemerintah Kabupaten Jepara lebih pada penyajian informasi yang berbentuk artikel berita di *Website*. Kebermanfaatannya, masyarakat menjadi lebih tahu apabila pemerintah peduli dengan masyarakatnya dengan berusaha untuk mengurangi dampak atau menekan penyebaran Covid-19 dengan kebijakan tersebut. Kemudian, dengan adanya informasi-informasi tersebut dapat menyadarkan masyarakat untuk melakukan kebijakan tersebut dan

menghimbau keluarganya agar terhindar dari Covid-19. Representasional, informasi yang disajikan dalam lingkup protokol kesehatan, vaksinasi, dan update data sudah jelas. Bahasa yang digunakan menurut tiga narasumber tersebut sangat mudah dipahami dan mengandung kata persuasif. Informasi terkait vaksinasi, protokol kesehatan, dan Update data yang ditampilkan menggunakan poster atau video dan diunggah media sosial juga terdapat artikel berita di *Website* sudah cukup baik serta lebih simpel sehingga mudah dipahami. Sedangkan untuk *Website* nya sendiri tampilannya sudah sederhana dan mudah dieksplor. Secara aksesibilitas, informasi selama masa pandemi sangat mudah untuk diakses karena disebar di internet tanpa harus bertemu kontak fisik sehingga memberi rasa aman kepada masyarakatnya.

### **B.Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian ini memiliki keterbatasan yang berkaitan dengan peneliti maupun objek penelitian sebagai berikut:

1. Dalam proses pengumpulan data, peneliti dan objek cukup kesulitan dalam menentukan waktu dan jadwal untuk bertemu dengan narasumber dikarenakan padatnya jadwal dari para narasumber.
2. Pada penelitian ini terkait implementasi *Cyber Public Relations* yang diterapkan pada masa pandemi oleh Pemerintah Kabupaten Jepara, peneliti menggunakan cakupan yang luas sehingga penjabaran masih secara umum. Untuk itu dengan adanya keterbatasan penelitian ini, diharapkan bagi peneliti selanjutnya dengan tema yang sama terkait *Cyber Public Relations* dapat mengembangkan atau fokus pada lingkup fenomena yang lebih mikro.

### **C.Saran**

1. Saran bagi peneliti selanjutnya yang mengambil topik *Cyber Public Relations* sebaiknya memahami lebih dalam terkait *Cyber Public Relations* agar dapat memperkaya teori dan dapat mempermudah untuk melakukan penelitian. Dengan begitu tidak kesulitan dalam menguraikan hasil penelitian supaya hasil yang dipaparkan lebih baik dari penelitian sebelumnya. Dan lebih memperdalam beberapa kegiatan-kegiatan *Cyber Public Relations* lainnya yang dilakukan oleh suatu instansi atau perusahaan
2. Diharapkan Dinas Komunikasi dan Informatika kedepannya dalam melakukan evaluasi untuk praktik kegiatan *Cyber Public Relations*. Kemudian, evaluasi dapat di arsipkan secara rapi agar memudahkan dalam pengembangan praktik *Cyber Public Relations* selanjutnya.

3. Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara disarankan untuk selalu mengembangkan konten media sosial yang dikemas secara lebih menarik.
4. Pihak Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara diharapkan selalu memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat dalam penanganan kasus Covid-19 khususnya dalam pemberian informasi publik agar kasus Covid-19 di Kabupaten Jepara dapat terus berkurang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Ilham Gunawan, Yustikasari, A. R. N. (2022). Implementasi Cyber Public Relations Pemerintah Kota Cimahi Sebagai Media Informasi Publik Mengenai Pandemi Covid-19 Dalam Mendukung Egovernment. *Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora*, 1(6), 1243–1258. <https://www.bajangjournal.com/index.php/JPDSH/article/view/1964>
- Afifi, S. & Harianti, P. (2021). The Relationship Marketing Communication Strategy During the Covid-19 Pandemic : A Case Study of Islamic Schools in Yogyakarta. *Proceedings of the 3rd Jogjakarta Communication Conference (JCC 2021)*, 235–240
- Annur, C. M. (2022). Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022. Databoks.Katadata.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- Berlo, K. D. (1960). *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. Holt, Rinehart and Winston.
- Biro Kesejahteraan Rakyat Provinsi Bangka Belitung.(2020). Keterbukaan Informasi Publik Pada Masa Covid-19.[birokesra.babelprov.go.id](https://birokesra.babelprov.go.id).  
<https://birokesra.babelprov.go.id/content/keterbukaan-informasi-publik-pada-masa-pandemi-covid-19>
- Cutlip,S., Center, A.H., Broom, G. M. (2011). *Effective Public Relations 9th ed*. Kencana Prenada Media Group.
- Damayanti, N., & Ningsih, C. (2020). Digital Humas Pemerintah Dalam Menyampaikan Informasi Edukasi Pencegahan Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(2), 191–200. <http://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/view/1121>
- Darma, A., & Suyanto. (2020). Komunikasi pemerintahan memanfaatkan cyber public relations oleh pemerintah Provinsi Riau pada era disruptif. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(4), 493–511.
- Darmastuti, R. (2007). *Etika PR & E-PR*. Gava Media.
- Fearn-Banks, K. (2011). *Crisis Communications: A Casebook Approach*. Routledge.
- Ghaisani, C.O., & Afifi, S. (2022). The implementation of digital marketing communication strategy in cultural tourism: a case study in Yogyakarta. *The Indonesian Journal of Communication Studies*, 15(1). 66-86

- Hermawan, E. (2020). Strategi Public Relations Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam Membangun Media Relations. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 5(2), 140. <https://doi.org/10.32503/jmk.v5i2.1028>
- Hidayat, E., Susilo, D., & Garcia, E. M. A. (2021). Handling Covid-19 in Sampang: leadership and local elite public communication strategy. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 5(2), 319–335. <https://doi.org/10.25139/jsk.v5i2.3613>
- Kominfo. (2020). *KI Keluarkan Pedoman Keterbukaan Informasi Saat Pandemi*. Kominfo.Go.Id. [https://www.kominfo.go.id/content/detail/25619/ki-keluarkan-pedoman-keterbukaan-informasi-saat-pandemi/0/berita\\_satker](https://www.kominfo.go.id/content/detail/25619/ki-keluarkan-pedoman-keterbukaan-informasi-saat-pandemi/0/berita_satker)
- Lubis, E. E. (2012). Peran Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 12(1), 51–60.
- Martono, N. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Marudur Padapotan Damanik, & Erisva Hakiki Purwaningsih. (2017). E-GOVERNMENT DAN APLIKASINYA DI LINGKUNGAN PEMERINTAH DAERAH (Studi Kasus Kualitas Informasi Website Kabupaten Bengkalis Propinsi Riau). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 21(2), 151–164.
- Maulana, P. S. & Afifi, S (2021). Analisis Peran dan Fungsi Public Relations di Lembaga Pendidikan Islam. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 1 (2), 147- 162
- Moleong, L. J. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyadi, S. (2019). *MANAJEMEN HUMAS DAN PUBLIK OPINION BUILDING*. Duta Media Publishing.  
[https://www.google.co.id/books/edition/MANAJEMEN\\_HUMAS\\_DAN\\_PUBLIK\\_OPINION\\_BUILD/Mhz-DwAAQBAJ?hl=en&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/MANAJEMEN_HUMAS_DAN_PUBLIK_OPINION_BUILD/Mhz-DwAAQBAJ?hl=en&gbpv=0)
- Nazaruddin, A. (2022). *Vaksinasi di Jepara capai 71,1 persen*. <https://jateng.antarane.ws.com/berita/425777/vaksinasi-di-Jepara-capai-711-persen>
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian*. Cakra Books.
- Onggo, B. J. (2004). *Cyber Public Relations*. PT.Elex Media Komputindo.
- Permatasari, A. N., Soelistiyowati, E., Suastami, I. G. A. P. P., & Johan, R. A. (2021). Digital Public Relations: Trend and Required Skills. *Jurnal ASPIKOM*, 6(2), 373. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v6i2.836>

- Pratiwi, D. A., & Dunan, A. (2021). Communication Strategy Of Government Public Relations Depok City In Managing Covid-19 Information During Pandemi On Instagram. *International Journal of Educational Research & Social Sciences*, 2(4), 891–898. <https://www.ijersc.org/index.php/go/article/view/90>
- Puspitasari, S.A & Afifi, S. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Krisis Klinik Kesehatan Gigi di Masa Pandemi COVID19. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 2 (1), 63- 80
- Rianto, P., Afifi, S., Hariyanti, P. (2023). Perilaku Pencarian Informasi Covid 19 dan Implikasinya pada Strategi Komunikasi. *Jurnal Komunika*, 10(1). 28-38
- Saputra, I. Y. (2020). *Data Pasien Corona dari Dinkes Jateng Salah, Pemkab Jepara Dikritik*. Solopos.Com. <https://www.solopos.com/data-pasien-corona-dari-dinkes-jateng-salah-pemkab-Jepara-dikritik-1056448>
- Sari, B. W. N. (2009). *Government Public Relations*. Graha Ilmu.
- Shani, R. (2017). *Jepara Luncurkan Portal “Lapor Bupati.”* Medcom.Id. <https://nusantara.medcom.id/jawa-tengah/peristiwa/wkBqg64b-Jepara-luncurkan-portal-lapor-bupati>
- Shel Holtz. (2002). *Public relations on the Net: winning strategies to inform and influence the media, the investment community, the government, the public, and more!* American Management Association.
- Suarjaya, A. (2020). *[Hoax] Informasi Sidak Masker di Kabupaten Jepara*. Cirtbuleleng.Go.Id. <http://cirt.bulelengkab.go.id/verifikasi/detail/1794-informasi-sidak-masker-di-Kabupaten-Jepara>
- Sugiyono. (2010). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Penerbit Alfabeta.
- Sutriono, E. (2017). *Warga Jepara Kini Lebih Mudah untuk Mengadu ke Bupati, Begini Caranya*. Murianews.Com. <https://www.murianews.com/2017/01/13/105447/warga-Jepara-kini-lebih-mudah-untuk-mengadu-ke-bupati-begini-caranya#:~:text=Seperti yang terlihat di banner,ke nomor 0812 90000 525>
- W.Timothy Coombs. (2014). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding*. Sage Publications.
- Waluyo, D., & Djaffar, R. (2020). Tinjauan Peran Government Public Relations Era Revolusi Industri 4.0 untuk Bersikap Milenial. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 1(1), 11–20.

- Wang,R.Y.,& Strong,D.M. (1996). Beyond Accuracy: What Data Quality Means to Data Consumers. *Journal of Management Information Systems*, 12(4), (Spring, 1996), pp. 5-33
- Wijaya, E. A. (2018a). *Jepara Memiliki Aplikasi Online (SIPP-IMTA)*. Dinas Komunikasi dan Informatika.Jepara.Go.Id. [https://Dinas Komunikasi dan Informatika.Jepara.go.id/Jepara-memiliki-aplikasi-online-sipp-imta/](https://Dinas%20Komunikasi%20dan%20Informatika.Jepara.go.id/Jepara-memiliki-aplikasi-online-sipp-imta/)
- Wijaya, E. A. (2018b). *Pelatihan Admin Web SKPD*. Dinas Komunikasi dan Informatika.Jepara.Go.Id. [https://Dinas Komunikasi dan Informatika.Jepara.go.id/pelatihan-admin-web-skpd/](https://Dinas%20Komunikasi%20dan%20Informatika.Jepara.go.id/pelatihan-admin-web-skpd/)
- Yazid, T. P. (2015). Implementasi Cyber Public Relations Melalui Pengelolaan Website Pemerintah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 160–173. <https://ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/3345>

**LAMPIRAN**  
**PANDUAN WAWANCARA PENELITIAN**

Judul Penelitian : **Implementasi *Cyber Public Relations* Pemerintahan Kabupaten Jepara Dalam Meningkatkan Kualitas Informasi Publik Di Masa Pandemi.**

**Tujuan Penelitian:**

1. Mendeskripsikan implementasi *Cyber Public Relations* Pemerintahan Kabupaten Jepara dalam meningkatkan kualitas informasi Public terkait Kebijakan Vaksinasi dimasa pandemi
2. Mendeskripsikan implementasi *Cyber Public Relations* Pemerintahan Kabupaten Jepara dalam meningkatkan kualitas informasi Public terkait Kebijakan Protokol Kesehatan dimasa pandemi
3. Mendeskripsikan implementasi *Cyber Public Relations* Pemerintahan Kabupaten Jepara dalam meningkatkan kualitas informasi Public terkait data penyebaran Covid-19 dimasa pandemi

**Peneliti** : Silvia Salma Ainun Nihayah

**A. Profil Organisasi**

1. . Visi dan misi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara?
2. Bagaimana Struktur Organisasi yang ada di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara?
3. Bagaimana tugas, pokok, dan fungsi bidang-bidang yang berada di struktur organisasi?
4. Apa saja kegiatan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara ?
5. Bagaimana kebijakan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara dalam memproduksi informasi ? Seperti apa informasi yang boleh dan tidak boleh ditampilkan pada publik?

**B. Informasi yang disajikan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara dimasa pandemi dengan menggunakan konsep *Cyber Public Relations***

1. Sejak kapan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara menggunakan konsep *Cyber Public Relations*?
2. Bagaimana peluang penggunaan konsep *Cyber Public Relations* dimasa pandemi?
3. Apa saja media yang digunakan untuk menyalurkan informasi selama masa pandemi?
4. Apa tujuan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara memilih konsep *Cyber Public Relations* untuk penyebaran informasi selama masa pandemi ?

### **C. Analisis situasional selama masa pandemi menggunakan analisis SWOT**

1. Bagaimana keadaan masyarakat Kabupaten Jepara selama masa pandemi?
2. Sumber daya apa yang dimiliki Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara?
3. Apa saja keunggulan yang dimiliki Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara?
4. Faktor apa yang menjadi penghambat Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara dalam mencapai target pelaksanaan penyebaran informasi terkait kebijakan selama masa pandemi?
5. Peluang yang dimiliki Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara dalam keadaan masa pandemi untuk penyebaran informasi pada masyarakat ?
6. Bagaimana ancaman yang membahayakan kegiatan penyediaan informasi publik dimasa pandemi?

### **D. Implementasi Cyber PR terkait kebijakan vaksinasi**

1. Bagaimana Peran Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara praktik *Cyber Public Relations* mengenai penyebaran informasi terkait kebijakan vaksinasi di masa pandemi?
2. Bagaimana Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara untuk memberikan pengaruh yang signifikan dalam melakukan Implementasi *Cyber Public Relations* pada kebijakan vaksinasi?

3. Bagaimana cara Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara mengintegrasikan internet Sebagai alat pembantu dalam penyebaran informasi kebijakan vaksinasi selama masa pandemi?
4. Bagaimana Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara agar mendapatkan perhatian publik dalam menyebar luaskan informasi terkait kebijakan vaksinasi dengan menggunakan *Cyber Public Relations*?
5. Menurut anda, apakah sudah efektif praktik cyber public relation yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara Pada kebijakan vaksinasi?
6. Adakah hambatan dalam implementasi *Cyber Public Relations* terkait kebijakan vaksinasi dimasa pandemi? Jika ada bagaimana Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara mengatasinya?

#### **E. Implementasi cyber PR terkait kebijakan protocol Kesehatan**

1. Bagaimana Peran Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara dalam praktik *Cyber Public Relations* mengenai penyebaran informasi terkait kebijakan protokol kesehatan di masa pandemi?
2. Bagaimana Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara untuk memberikan pengaruh yang signifikan dalam melakukan Implementasi *Cyber Public Relations* pada kebijakan protokol kesehatan?
3. Bagaimana cara Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara mengintegrasikan internet Sebagai alat pembantu dalam penyebaran informasi kebijakan protokol kesehatan selama masa pandemi?
4. Bagaimana Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara agar mendapatkan perhatian publik dalam menyebar luaskan informasi terkait kebijakan protokol kesehatan dengan menggunakan *Cyber Public Relations*?
5. Menurut anda, apakah sudah efektif praktik *Cyber Public Relations* yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara Pada kebijakan protokol kesehatan?

6. Adakah hambatan dalam implementasi *Cyber Public Relations* terkait kebijakan protokol kesehatan dimasa pandemi? Jika ada bagaimana Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara mengatasinya?

#### **F. Implementasi cyber PR terkait data penyebaran Covid-19**

1. Bagaimana Peran Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara dalam praktik *Cyber Public Relations* mengenai penyajian informasi terkait data penyebaran Covid-19 di masa pandemi?

2. Bagaimana Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara memberikan pengaruh yang signifikan dalam melakukan Implementasi *Cyber Public Relations* pada penyajian informasi terkait data penyebaran Covid-19?

3. Bagaimana Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara mengintegrasikan internet Sebagai alat pembantu dalam pada penyajian informasi terkait data penyebaran Covid-19 selama masa pandemi?

4. Bagaimana Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara agar mendapatkan perhatian publik dalam menggunakan *Cyber Public Relations* untuk penyajian informasi terkait data penyebaran Covid-19?

5. Bagaimana efektivitas praktik *Cyber Public Relations* yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara pada penyajian informasi terkait data penyebaran Covid-19?

6. Adakah hambatan dalam implementasi *Cyber Public Relations* pada penyajian informasi terkait data penyebaran Covid-19 dimasa pandemi? Jika ada bagaimana Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara mengatasinya?

#### **G. Kualitas informasi terkait kebijakan vaksinasi**

1. Menurut anda, apa yang dimaksud dengan kualitas informasi?

2. Bagaimana upaya Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara dalam meningkatkan kualitas informasi selama masa pandemi terkait kebijakan vaksinasi?

3. Bagaimana menyajikan informasi yang actual terkait kebijakan vaksinasi?

4. Bagaimana cara Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara menyajikan informasi yang lengkap dan mendalam terkait kebijakan vaksinasi?
5. Bagaimana penggunaan bahasa dalam penyajian informasi terkait kebijakan vaksinasi dalam media online?
6. Bagaimana cara Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara memberikan layanan terkait kebijakan vaksinasi agar mudah diakses masyarakat?

#### **H. Kualitas informasi terkait kebijakan Protokol Kesehatan**

1. Bagaimana menyajikan informasi yang actual terkait kebijakan Protokol Kesehatan?
2. Bagaimana cara Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara menyajikan informasi yang lengkap dan mendalam terkait kebijakan Protokol Kesehatan?
3. Bagaimana penggunaan bahasa dalam penyajian informasi terkait kebijakan Protokol Kesehatan dalam media online?
4. Bagaimana cara Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara memberikan layanan terkait kebijakan Protokol Kesehatan agar mudah diakses masyarakat?

#### **I. Kualitas informasi terkait data penyebaran Covid-19**

1. Bagaimana menyajikan informasi yang aktual terkait penyajian data penyebaran Covid-19?
2. Bagaimana cara Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara menyajikan informasi yang lengkap dan mendalam terkait penyajian data penyebaran Covid-19?
3. Bagaimana penggunaan bahasa dalam penyajian informasi terkait penyajian data penyebaran Covid-19 dalam media online?
4. Bagaimana cara Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara memberikan layanan terkait penyajian data penyebaran Covid-19 agar mudah diakses masyarakat?

#### **J. Kualitas informasi dimasa pandemi Kabupaten Jepara Dalam Pandangan Masyarakat**

1. Bagaimana pandangan anda terhadap informasi terkait Covid-19 dan kebijakan pemerintah terkait vaksinasi serta protokol kesehatan yang disebarakan melalui media online ?

2. Bagaimana reputasi pemerintah Jepara dimata anda selama pandemi?
3. Bagaimana kepercayaan anda terhadap informasi-informasi yang di produksi oleh Dinas Komunikasi dan Informatika?
4. Bagaimana sikap anda ketika menerima informasi mengenai kebijakan vaksinasi, protokol kesehatan,serta update data pasien Covid-19 dari media online yag disebarakan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara?
5. Bagaimana kebaruan informasi yg disajikan Dinas Komunikasi dan Informatika?
6. Bagaimana pendapat anda terkait kelengkapan dan kedalaman serta kebaruan informasi yang disajikan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara melalui Media Online ?
7. Apa saja manfaat yang anda peroleh dari informasi mengenai kebijakan pemerintah vaksinasi dan Protokol kesehatan serta update data bagi anda?
8. Apakah anda dapat memahami dengan jelas isi dari informasi-informasi yang telah disampaikan pemerintah Kabupaten Jepara melalui media online?
9. Apakah anda merasa mudah serta merasa aman ketika mengakses informasi di media online resmi Kabupaten Jepara?
10. Secara tampilan apakah sudah menarik perhatian anda?

**Nama : Muslichan, S. Kom., M.M.**

**Jabatan : Kepala Bidang Komunikasi**

**Tanggal wawancara : Senin, 7 November 2022**

1. Pewawancara : Sebenarnya untuk semasa pandemi dalam penyebaran informasi terkait vaksinasi dan juga protokol kesehatan itu strateginya bagaimana ya pak?  
Narasumber : “Kalau itu yang bisa jawab temen-temen koor karena saya naik kesini tahun 2022 artinya Covid-19 sudah mereda dulunya saya sekcama donorojo dan masuk kesini 2022 jadi ya sudah tidak ada”
2. Pewawancara : Owalah iya pak, Untuk evaluasi seperti informasi publik begitu apakah memang belum ada ya pak?

Narasumber : “Untuk evaluasi itu dilakukan secara berkala tidak langsung ketika kita membuat konten baik itu berita atau informasi masyarakat tidak langsung dievaluasi. Tetap kita evaluasi secara keseluruhan biasanya di akhir tahun.”

3. Pewawancara: Kalau misalkan evaluasi seperti itu khususnya di masa pandemi ya pak apakah ada catatannya atau arsipnya?

Narasumber : “Kalau catatan ya gaada paling catatan sendiri seperti itu, pada intinya evaluasi dilaksanakan secara periodik kalau tidak setengah tahun sekali ya satu tahun sekali tapi biasanya kita satu tahun sekali.”

4. Pewawancara : Kalau mengenai engagement selama masa pandemi gimana pak di penyebaran informasi publik di online?

Narasumber : “Kalau tentang engagement dan lain-lain ya masih rendah karena sebagian masyarakat belum menganggap berita atau konten yang dikeluarkan belum menjadi hiburan dari mereka sehingga minat untuk mengikuti pun kurang.”

#### **Dokumentasi Wawancara bersama Kepala Bidang Komunikasi**



**Nama** : Farida Agustina, S. Sos

**Jabatan** : Sub Koordinator Pelayanan Informasi Publik

**Tanggal wawancara** : Senin, 31 Oktober 2022

1. Pewawancara : Sejak Kapan Dinas Komunikasi dan Informatikamenggunakan konsep *Cyber Public Relations* ya bu?

Narasumber : “Ya sejak Dinas Komunikasi dan Informatika ada, sejak 2017 dan sudah memasuki era digitalkan, dari situ kita sudah mulai menggunakan internet seperti web terus ada juga media sosial”

2. Pewawancara : Bu untuk yang mengelola radio itu apakah juga bagian bidang komunikasi?

Narasumber : “Dalam bidang komunikasi juga mengelola radio kartini, dalam penyiaran radio kartini kita juga seringkali berkolaborasi dengan beberapa pihak untuk membahas suatu fenomena atau kebijakan pemerintah termasuk juga ketika pandemi, ada dialog interaktif beberapa kali di radio kartini bersama dinas terkait”

3. Pewawancara : Bu untuk sosial media pemkab juga dibidang ini?

Narasumber : “yaa yang mengelola medsos pemkab memang dari bidang komunikasi. Kita sebagai dinas yang dianggap sebagai pusat informasi sehingga kami pun juga memiliki berbagai kanal termasuk sosmed baik itu Facebook, Instagram, Twitter, dan juga Youtube. Pengelolaan sosmed-sosmed tersebut dikelola oleh bidang kita”

4. pewawancara : Bagaimana kebijakan informasi yang dikeluarkan Dinas komunikasi dan Informatika?

Narasumber : “Mengenai kebijakan Dinas Komunikasi dan Informatika dalam memproduksi informasi, dimanapun tempat pasti ada kode etiknya ya, jelas tidak boleh sara ya yang umum umum, tidak menyinggung orang, mengajak orang dengan sopan. Di pemerintahan punya misi sendiri sebagai kepanjangan tangan dari pemerintah pusat jadi kita tidak boleh keluar dari kebijakan kebijakan yang sudah ditetapkan ada UU ITE, UU KIP”

5. Pewawancara : Bu, bagaimana Peluang penggunaan konsep *Cyber Public Relations*?

Narasumber : “ Konsep menggunakan Cyber PR itukan malah memudahkan mb, terus dalam konteks pandemi ya malah justru itu di era pandemi pelayanan secara digital adalah langkah yang paling tepat. Di masa pandemi kita bisa mengumpulkan orang ataupun ketemu dengan banyak orang tanpa ada pertemuan disinilah letak unggul digital kita bisa mengadakan pertemuan melalui zoom selain itu kita juga bisa menyebarkan informasi tanpa bertatap muka langsung”

6. Pewawancara : Bagaimana penyebaran informasi selama pandemi dengan konsep *Cyber Public Relations* bu?

Narasumber : “Dinas Komunikasi dan Informatika, kita sendiri memiliki beberapa kanal ya seperti halnya Instagram, Twitter, Youtube, Facebook, *Website*, radio. Kita berusaha semaksimal mungkin untuk memanfaatkan sosmed yang kita punya. Di Awal pandemi kita punya kanal aduan masyarakat seperti lapor bupati dan wadul bupati ada yang melaporkan menginfokan daerah-daerah yang belum tertangani dalam lingkup vaksinasi, bansos, protokol kesehatan, dan lain sebagainya.”

7. Pewawancara : Bagaimana Dinas Komunikasi dan Informatika melihat kondisi di awal pandemi?

Narasumber : “Situasi di masa pandemi pastinya bukan situasi normal ya karena hal tersebut menyerang Kesehatan masyarakat. Untuk perumusan analisis situasi dirumuskan bersama Satgas Covid-19. Satgas Covid-19 sendiri terdiri dari beberapa OPD. Sehingga kami selalu komunikasi dan koordinasi bersama OPD lain.”

8. Pewawancara : Kalau untuk informasi-informasi di masa pandemi begitu prosesnya bagaimana bu?

Narasumber : “Setiap informasi yang dikeluarkan dari Dinas Komunikasi dan Informatika di masa pandemi kita tetap berkolaborasi dengan berbagai OPD. Dimasa Covid-19 Dinas Komunikasi dan Informatika selalu mengencarkan informasi baik itu melalui online maupun offline agar seluruh lapisan masyarakat mengetahui infonya”

9. Pewawancara : Bagaimana Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Jepara melihat peluang adanya internet di masa pandemi?

Narasumber : “Yaa malah justru itu di era pandemi pelayanan secara digital adalah langkah yang paling tepat. Di masa pandemi kita bisa mengumpulkan orang ataupun ketemu dengan banyak orang tanpa ada pertemuan disinilah letak unggul digital kita bisa mengadakan pertemuan melalui zoom”

10. Pewawancara : Bagaimana strategi Dinas Komunikasi dan Informatika untuk memberikan pengaruh yg signifikan dalam penyebaran informasi terkait vaksinasi di masa pandemi?

Narasumber : “Dimasa Covid-19 Dinas Komunikasi dan Informatika selalu mengencarkan informasi baik itu melalui online maupun offline seperti publikasi keliling menggunakan mobil yang berisi mengenai himbuan untuk vaksinasi, protokol kesehatan, jaga jarak terus hampir setiap hari pelaksanaan ini dilakukan karena tidak semua masyarakat dari kita menggunakan IT seperti orang-orang Desa makanya selain teknologi kita juga konvensional karena tidak dapat dipungkiri

penggemar radio adalah usia-usia atas. Kita juga ingin menjangkau seluruh masyarakat dengan menggunakan cyber digital juga”

11. Pewawancara : Kanal apa saja yang digunakan sebagai bentuk Implementasi *Cyber Public Relations* terkait info vaksin di masa pandemi?

Narasumber : “Dinas Komunikasi dan Informatika, kita sendiri memiliki beberapa kanal ya seperti halnya Instagram, Twitter, Youtube, Facebook, *Website*, radio sudah pakai digitalkan dengan dipasang di Instagram, streaming di web dan aplikasi. Saat ini radio sudah didigitalisasikan sehingga tidak terbatas dengan pemancar ”

12. Pewawancara : Apakah biasanya seperti itu satu ketika memproduksi suatu informasi disebarkan ke semua kanal langsung?

Narasumber : “Betul semua informasi atau ketika kita produksi informasi disebarkan langsung ke semua kanal secara berbarengan”

13. Pewawancara: Bagaimana cara membuat masyarakat tertarik pada informasi publik terkait vaksinasi?

Narasumber : “Kita mencapai sasaran kita kemas informasi semenarik mungkin. Meningkatkan informasi dengan pemberitaan seperti bagaimana pentingnya vaksinasi, bagaimana efeknya. Tetap melaksanakan liputan supaya jelas informasinya.. Penyajian informasi di web beda dengan menyajikan di sosmed lain, dari segi gaya bahasa beda dan kemasannya beda walaupun infonya sama”

14. Pewawancara : Bagaimana strategi untuk implementasi *Cyber public Relations* pada kebijakan protokol kesehatan?

Narasumber : “Yaa kalau protokol Kesehatan ya sama saja seperti itu memang, semua tetap disebarkan ke semua kanal yang kita punya. Jadi biasanya satu informasi ni misal poster protokol Kesehatan tentang 5M itu ya kita langsung share juga ke akun lainnya. Kalau di *Website* biasanya ya tetap diisi dengan berita-berita”

15. Pewawancara : Bagaimana informasi publik yang baik menurut anda?

Narasumber : “Kualitas informasi publik yang baik ya berita yang mengandung fakta, faktual dan aktual “

16. Pewawancara: Selama masa pandemi ada berapa aduan yang masuk?

Narasumber :“Selama masa pandemi dari tahun 2020-2022 Agustus terdapat sekitar 719 aduan yang masuk ke kita ya ada yang menanyakan mengenai kebijakan-kebijakan selama masa pandemi seperti vaksinasi, bansos, protokol kesehatan, dan lain sebagainya”

17. Pewawancara: Bagaimana cara meningkatkan informasi publik di masa pandemi?

Narasumber :“Dinas Komunikasi dan Informatika, kita sendiri memiliki beberapa kanal ya seperti halnya Instagram, Twitter, Youtube, Facebook, *Website*, radio. Kita berusaha semaksimal mungkin untuk memanfaatkan sosmed yang kita punya. Di Awal pandemi kita kanal aduan masyarakat seperti lapor bupati dan wadul bupati ada yang melaporkan menginfokan daerah-daerah yang belum tertangani dalam lingkup vaksinasi, bansos, protokol Kesehatan.

### **Dokumentasi Wawancara Narasumber Sub Koordinator Pelayanan Informasi Publik**



Nama : Mas Sri Sulistyaning Budi Rahayu, S. H., M.M.

Jabatan : Sub Koordinator Dokumentasi dan Publikasi

Tanggal wawancara : Senin, 31 Oktober 2022

1. Pewawancara : Bagaimana kualitas informasi publik yang baik menurut anda?

Narasumber :“Kita menyebarkan informasi melalui beberapa hal misalnya dengan siaran radio, sosialisasi, baliho, atau publikasi keliling. Maka, kualitas informasi yang baik adalah info yang bisa tersebar di khalayak luas”

2. Pewawancara : Bagaimana cara menjaga aktualitas pada vaksinasi selama masa pandemi bu ?

Narasumber :“Kalau produksi info ya tetap kerjasama dengan kesehatan kita mengikuti jika ada jadwal vaksinasi. Hal ini pun ada suratnya dari yang berkaitan”

3. Pewawancara : Bagaimana cara menjaga aktualitas informasi terkait protokol kesehatan di masa pandemi?

Narasumber: “ Biar aktual ya harus sesuai data ada juga peliputan serta ya menyertakan dokumentasi kegiatan kan. Yaa ada juga karena waktu awal-awal Covid-19 tinggi-tingginya kita ada publikasi keliling juga penertiban jam buka ditempat umum, yang ada damkar, BPBD , kita melakukan himbuan juga seperti itu Tetap dipublikasikan melalui video tentang penertiban di share di Youtube pemkab.”

### **Dokumentasi Wawancara dengan narasumber Sub Koordinator Dokumentasi dan Publikasi**



**Nama** : **Muhammad Safrudin, S. Sos., M. Si.**

**Jabatan** : **Ketua Sub Koordinator Media Massa**

**Tanggal wawancara** : **Rabu, 3 November 2022**

1. Pewawancara : Berapa banyak Dinas Komunikasi dan Informatika menjalin hubungan dengan media?

Narasumber : “Kita ada banyak media online yang Kerjasama, intinya kita bekerjasama dengan media yang keberadaannya jelas. Prinsipnya adalah penyebaran info seluas-luasnya. Setiap media kan beda-beda pembacanya harapannya dengan bekerjasama dengan banyak media bisa menyebarkan info seluas luasnya dan masyarakat cepat menerima info tersebut juga. Informasi dikeluarkan di portalkan kita juga kerjasama dengan media lain media online maupun konvensional temen media info dalam bentuk advertorial atau display atau spot masyarakat. Ada juga kegiatan Iya iklan online di media online.”

2. Pewawancara : Bagaimana kegiatan media relation yang dilakukan selama masa pandemi?

Narasumber : “Selama ini kegiatan kita yang kita liput kita share ke temen-temen wartawan ada grup di WA “warta info jepara” kita juga menyediakan rilis. Setiap kegiatan jepara kita liput kita rilis dan sebarkan ke teman wartawan ya termasuk kegiatan vaksinasi dan kegiatan-kegiatan yang berkaitan sama penerapan protokol Kesehatan. Dulu pernah ada jumpa pers mengenai capaian vaksinasi dijumpai wartawan secara langsung tapi tetap menggunakan protokol Kesehatan tidak menggunakan teleconference”

3. Pewawancara : Bagaimana cara Dinas Komunikasi dan Informatika menarik perhatian masyarakat dalam lini informasi publik selama masa pandemi?

Narasumber : “Untuk menarik perhatian masyarakat yaa biasanya kita cari gambar yang menarik, tulisan yang menarik, terus kata kata yang menarik, yang sederhana tapi yang simple kita bermainnya disitu. Kemudian ukurannya bisa menarik perhatian yang besar agar tampil menonjol. Ajakan pakai video malah lebih efektif kita juga pakai itu. Karena orang lebih menarik sesuatu yang bergerak dan bersuara. Kita adaptif dengan tren dengan cerita yang singkat.”

4. Pewawancara : Bagaimana hambatan yang dihadapi ketika menjalankan *media relations* selama masa pandemi?

Narasumber : “Selama ini ya berjalan dengan baik. Apalagi dengan teman-teman media pun tidak ada hambatan dan permasalahan karena malah mereka menunggu berita dari kita. Semua belajar dengan baik karena itu menjadi fokus kegiatan kita bagaimana ini bisa tersampaikan dengan masyarakat. Hambatannya ya ada di keterbatasan anggaran sehingga tidak semua media online dapat kemudian waktunya juga tidak bisa lama misal iklan 2 minggu tayang tidak bisa lebih lama lagi.”

5. Pewawancara : Lalu, bagaimana kegiatan media relation terkait protokol kesehatan?  
 Narasumber : “Iya sama aja si kayak vaksinasi itu kita share info-info ke wartawan melalui grup WA yang ada terus ada jumpa pers juga terkait operasi penertiban masyarakat protokol kesehatan , nah kalau terkait iklan online itu selama masa pandemi si vaksinasi itu ajakan vaksinasi kalau di media online ya, nah kalau prokes itu kita ya melalui medsos terus banner, cetak sticker, baliho itu gitu sih”
6. Pewawancara : Bagaimana kualitas informasi yang baik menurut anda?  
 Narasumber : “Kita itu instansi Pemerintah ya jadi informasi yang berkualitas kalau dari perspektif pemerintah ya informasi yang positif, yang mmebangun, yang berdampak luas baik eko atau kesejahteraan masyarakat. Kalo dalam konteks Covid-19 memang seperti apa itu Covid-19 kita sampaikan ke masyarakat kemudian bagaimana kita menghadapi Covid-19. Informasi itu dapat dipahami masyarakat dengan mudah dan mudah diterima masyarakat. Kalau kita tidak terlalu berpikir *value* mereka, tetapi kebijakn pemerintah harus tersampaikan kepada masyarakat. Kita menyampaikan info masyarakat yg bisa membangun kepedulian, antisipasi, dan mau berkontribusi untuk pembangunan bangsa dan negara “
7. Pewawancara : Bagaimana menjaga aktualitas informasi publik protokol kesehatan dan vaksinasi ?  
 Narasumber : “Menjaga aktualitas Itukan kita berdasarkan data berdasarkan fakta info yang kita tulis maupun sampaikan ke teman-teman wartawan kan berdasarkan peristiwa kegiatan bupati hari ini apa bukan fiksi dan ada foto atau dokumentasinya dan yang kita sebarakan fakta. Acuannya sudah jelas jika mendapatkan info berdasarkan fakta dan data. Hal ini juga berlaku selama penyajian info vaksin ataupun protokol kesehatan dan kebijakan lainnya.
8. Pewawancara : Bagaimana menyajikan informasi publik yang lengkap dan mendalam selama masa pandemi?  
 Narasumber : “Jadi temen-temen yang dilapangan meliputnya ya sesuai terkait akidah jurnalistik yang ada, ya harus mencakup aspek 5W 1H itu yang selalu kita tekankan. Kalau ada yang belum jelas kita tanyakan kembali ini gimana apabila sudah lengkap baru di share ke semua media
9. Pewawancara : Bagaimana pemilihan bahasa untuk informasi publik dalam lini vaksinasi dan protokol kesehatan?  
 Narasumber : “Ya menggunakan kata-kata seperti ayo vaksin terus ajakan ayo terapkan 5 M itu kita sampaikan di media radio, online, cetak, publikasi display media cetak. Kebetulan vaksinasi

kemarin masih rendah sehingga kita terus gencarkan ajakan-ajakan tersebut pada masyarakat luas termasuk dengan melakukan publikasi keliling, pemberian info terkait tempat vaksin termasuk juga memudahkan masyarakat yang butuh info tersebut. Sehingga intinya dengan menggunakan bahasa yang persuasi biasanya juga terdapat gambar pak bupati karena info yang kita share masyarakat butuh keteladanan ya. Jadi kita buat menggunakan kata-kata ajakan seperti Ayo terapkan vaksin, terapkan prokes kita kasih info yang jelas dan simple. Vaksin aman dan halal”

10. Pewawancara : Bagaimana upaya Dinas Komunikasi dan Informatika dalam menyediakan aksesibilitas informasi publik bagi masyarakat di masa pandemi?

Narasumber : “Selain media sosial kita juga menyebarkan informasi terkait vaksinasi ataupun protokol kesehatan by media cetak dan elektronik. Media cetak ya seperti koran, tabloid, media online, media elektronik seperti tv dan radio. Ada media luar seperti baliho atau pembagian sticker gitu juga ada. Kemudian, kita juga melakukan publikasi keliling. Kita maksimalkan semua media agar masyarakat mudah mengaksesnya.”

#### **Dokumentasi Wawancara Narasumber Sub Koordinator Media Massa**



**Nama** : Arizal Dava Varistyawan, S. Kom.

**Jabatan** : Staf pelayanan informasi publik bagian Pengelola Media Sosial dan *Website*

**Tanggal wawancara** : Rabu, 3 November 2022

1. Pewawancara : Bagaimana strategi dalam melakukan implementasi *Cyber Public Relations* terkait informasi publik Vaksinasi?

Narasumber :“Kalau posting di media sosial ya kita sering cari jam-jam yang traffiknya tinggi sebagai strateginya tapi kalo misal dadakan ya langsung di posting soalnya juga menyesuaikan sama permintaan OPD atau RS penyedia vaksin terkaitkan, kalau di ranah vaksin gitu si. Tapi kalau jadwal postingnya masih lama ya cari jam-jam yang traffiknya tinggi. Kita juga ada kerjasama dengan influencer di sekitar jepara karena target kita kan jepara jadi sering kolaborasi dengan influencer yang ada di Jepara. Beberapa kali kita juga ee mengadakan pertemuan bersama mereka membahas terkait vaksinasi dan protokol kesehatan. Jadi selain kita yang mensosialisasikan tentang protokol kesehatan dan vaksinasi mereka juga ya diharapkan mampu berperan untuk menyampaikan program vaksinasi maupun protokol kesehatan tersebut karena kan juga punya follower yang banyak jadi kita berharap mereka bisa mengajak dan menggerakkan masyarakat untuk ikut program vaksinasi maupun protokol Kesehatan”

2. Pewawancara: Selain strategi kayak Kerjasama dengan influencer ada strategi lain apa tidak ya mas?

Narasumber: “Kita juga punya grup wa di tingkat Desa dan kecamatan karena kan kita koordinasi dari tingkatan itu semua jadi kita selain di share di platform sosmed kita ya juga share di grup itu. Kita punya grup admin medsos di tingkat kecamatan, dinas. Nah kita menghimbau mereka menshare ke masyarakat juga ke Desa-Desa gitu.”

3. Pewawancara :Lalu, bagaimana dengan strategi implementasi *Cyber Public Relations* di informasi publik kebijakan protokol kesehatan mas?

Narasumber : “ ya sama saja si mirip seperti apa yang dilakukan pada lini vaksinasi”

4. Pewawancara: Bagaimana pengintegrasian media internet untuk praktek *Cyber Public Relations* pada lini vaksinasi?

Narasumber :“Kita s.id si itu biasanya untuk pendaftaran vaksinasi. Karena itu dari kementerian kominfo ya atau bit.ly menyesuaikan yg penting link singkat dan mudah diketik. Berkaitan pengintegrasian antara satu platform dengan yang lain itu dihubung-hubungkan biasanya melalui menyebarkan link melalui berbagai kanal. Contoh misalkan di Facebook ya kita di profilnya juga memberi keterangan social media lainnya atau link *Website* atau link informasi yang sudah dipersingkat tadi. Sehingga selain engagementnya di medsos naik di *Website* juga naik kan saling terintegrasi”

5. Pewawancara : Bagaimana pembuatan konten bagian design informasi publik di masa pandemi?

Narasumber :“Untuk konten iya dari segi warna ide si pembuat itu penting tetapi kita memiliki atasan kita menyesuaikan itu kita sering berkoordinasi mau pilih warna apa kadang pilih warna yang ngejreng semua by request. Kita punya ide sendiri walaupun kita ide sendiri tapi jika tidak di acc atasan ya malah tidak terpublish. Sehingga tergantung pada atasan karena kita kan di instansi pemerintahan.”

6. Pewawancara : Bagaimana melihat evaluasi informasi publik menggunakan menggunakan konsep *Cyber Public Relations*?

Narasumber :“Kita kalau evaluasi ya cuma berkala saja belum ada secara khusus untuk praktik Cyber itu pun kita juga belum terarsipkan ya untuk evaluasi yang berkala itu karena biasanya catatannya masih tercecer di beberapa orang, jadi kalau evaluasi kayak konten informasi gitu kita ya dibahas waktu ada rapat mingguan begitu. Terus Kalo liat *engagement* biasanya dilihat dari jumlah kebanyakan followersnya cewe apa cowo lah, komentar, jumlah aduan, kalo *engagement* kan seberapa ketertarikan masyarakat mengakses informasi atau postingan tersebut.”

7. Pewawancara : Bagaimana *engagement* informasi publik vaksinasi setelah menggunakan menggunakan konsep *Cyber Public Relations*?

Narasumber : “*Engagement* bisa dilihat perinsight. Biasanya kan naik turun insightnya tergantung kebutuhan masyarakat vaksin di puskesmas atau RS. Biasanya informasi tidak selalu di feed tapi lebih sering di story Instagram karena kan infonya h-2/3 hari sebelum pelaksanaan vaksinasi. Kecuali kalau skalanya di tingkat Kabupaten Jepara karena ada yang rutinin jadi kita ada proses pendaftaran disana melalui link daftar dan sebagainya. Dulu ada linknya kalo sekarang dibebaskan langsung on the spot.”

8. Pewawancara : Bagaimana hambatan yang dihadapi dalam praktek *Cyber Public Relations* pada penyajian informasi publik terkait vaksinasi dan protokol kesehatan?

Narasumber :“Hambatan pasti ada, info kalau dalam digital yang bisa kan hanya orang-orang yang punya smartphone nah makanya untuk mengatasi itu kita melakukan berbagai publikasi macam-macam seperti di radio, baliho, publikasi keliling. Nah tujuannya memberi info itu bagi masyarakat yang tidak punya smartphone atau internet kita melakukan seperti itu. Kalau dari Teknis itu paling berupa sinyal tu berpengaruh ketika wifinya down ya akan terhambat. Tapi selama ini ya lancar lancar aja.”

9. Pewawancara : Bagaimana *engagement* informasi publik protokol kesehatan dalam praktek *Cyber Public Relations* ?

Narasumber: “Ya kalau tentang protokol Kesehatan naik turun. Tapi ya cenderung lebih banyakan vaksinasi daripada protokol Kesehatan. Masyarakat sendiri juga jarang share informasi protokol Kesehatan karena infonya seperti itu-itu aja atau info yang menarik dikemas video banyak yang share.”

10. Pewawancara : Bagaimana *engagement* informasi publik protokol kesehatan di *Website*?

Narasumber: “Nah kalau misalkan yang dari *Website* kita lihat dari visitors atau pembaca, dalam lingkup informasi protokol kesehatan Kalau ya hampir sama si cuma karna info protokol kesehatan kan gitu-gitu tok infonya ya ga sek terlalu banyak”

11. Pewawancara : Mengenai Update data Covid-19 itu Implementasi Konsep *Cyber Public Relations* bagaimana mas?

Narasumber : “Untuk update data ya di corona.jepara.go.id. itu, tapi di sosmed juga ada kemarin kita ikut mensupport penyebaran informasi dengan membuat flyer update data Covid-19 ya isinya jumlah pasien yang meninggal berapa, suspect berapa dan lain sebagainya. Flyer atau infografis mengenai informasi tersebut kita sebar di media sosial yang kita punya seperti Facebook, Instagram, dan Twitter. Selain itu kalau di *Website* corona.jepara.go.id ya kami yang membuat artikel berita mengenai hal-hal update di masa pandemi. Tujuannya ada artikel kan supaya informasinya lebih lengkap juga”

12. Pewawancara : Bagaimana Dinas Komunikasi dan Informatika meningkatkan informasi publik selama masa pandemi?

Narasumber : “Untuk meningkatkan informasi publik, kita juga ada beberapa kanal aduan seperti lapor bupati melalui wa dan sms. Kemudian ada sp4nlapor itu melalui lapor.go.id. akun Twitter juga bisa kalo untuk layanan sp4nlapor. Kemudian ada laporgub.jateng prov.go.id. masuknya ke provinsi dulu baru turun di tingkat kabupaten mereka ada adminnya kita juga ada adminnya. Lapor.go.id tingkat kementerian disana di verif kalau sudah turun di tingkat kabupaten baru kita tindak lanjuti”

13. Pewawancara : Bagaimana menyajikan kedalaman informasi terkait vaksinasi?

Narasumber : “Biasanya kalau vaksinasi berdasarkan permintaan Dinas Kesehatan, RS, atau dinas terkait, nah ketika ada permintaan masuk ke pimpinan. Dari pimpinan ke Kepala dinas melalui surat untuk menginformasikan info tersebut. kemudian, diskusi pada bidang komunikasi. Kita mengonsep tampilan flyer mau seperti apa. Setelah jadi, dikirim lagi ke pimpinan apakah fiks atau ada revisi. Kalau sudah di acc langsung kita publikasikan beserta captionnya”

14. Pewawancara : Bagaimana menyajikan kelengkapan informasi terkait vaksinasi?

Narasumber : “Nah, kalau yang vaksinasi yang kemarin kan ada pelaksanaannya di tingkat kabupaten dalam hal ini Dinas Kesehatan dan ada vaksinasi di tingkat faskes. Nah biasanya kita ada flayer atau pengumuman kemudian kita share ke masyarakat sesuai jadwalnya. Jadwal tersebut sesuai dengan hasil koordinasi dengan puskesmas. Disamping itu, alhamdulillah puskesmas di Jepara punya sosmed dan *Website* sendiri jadi informasi vaksinasi lebih mudah kadang mereka share secara mandiri. Kalau kita disini atas nama pemkab jadi ketika ada aduan melalui portal-portal aduan yang kita sediakan atau Pewawancara tentang vaksinasi kita arahkan ke masing-masing puskesmas atau akunnya. Misalkan masih ada kendala kita membantu masyarakat dengan komunikasi pihak puskesmas untuk bertanya jadwal vaksinasi, vaksinnya jenis apa dan lain sebagainya gitu si. Masyarakat kanal infonya kan luas jadi untuk detail-detailnya yang lebih tau ya memang puskesmas, tergantung di masyarakat atau warga bertanya kita ya tetap melakukan koordinasi dengan puskesmas terkait”

15. Pewawancara : Bagaimana pemilihan bahasa untuk informasi publik vaksinasi ?

Narasumber : “Sebisa mungkin kita tidak menggunakan bahasa-bahasa yang kasar, kemudian menggunakan sapaan. Penggunaan sapaan akrab di kabupaten kita, kami sering memakai sapaan kangmas mbakyu. Kalau enggak ya biasanya diselingi sama kata-kata jawa. Jadi, minimal ada dua ini yaitu ya seinformatif mungkin sesingkat mungkin bahasanya, tapi kadang juga dikasih guyonan seperti buat pantun biasanya di Twitter. Nah kalau Facebook kebanyakan yang memakai ya orang tua, kalau Instagram lebih banyak user millennial, nah kalo di Twitter kan campur ada dewasa, millennial, generasi Z. jadi kita tetap harus menyesuaikan mereka. Ini berlaku untuk semua konten ya termasuk vaksinasi, protokol kesehatan, dan konten informasi lainnya.”

16. Pewawancara : Kalau pemilihan bahasa untuk informasi publik selama pandemi di *Website* apakah sama seperti di media sosial?

Narasumber : “Aaa kita tetap menggunakan bahasa KBBI kalau di *Website* karena kita juga Pemerintah ya terus itu atas nama Pemerintah. kita menyesuaikan info yang di share ke masyarakat

17. Pewawancara : Bagaimana cara untuk menyajikan informasi publik terkait protokol kesehatan agar aktual?

Narasumber : “ Ya sama penyajiannya mirip vaksinasi, biar aktual ya harus sesuai data ada juga peliputan serta ya menyertakan dokumentasi kegiatan kan. Yaa ada juga karena waktu awal-awal Covid-19 tinggi-tingginya kita ada publikasi keliling juga penertiban jam buka ditempat umum,

yang ada damkar, BPBD , kita melakukan himbauan juga seperti itu Tetap dipublikasikan melalui video tentang penertiban di share di Youtube pemkab.”

18. Pewawancara: Bagaimana penanganan apabila terdapat isu atau informasi yang diduga hoax yang meresahkan masyarakat?

Narasumber :“ “Kalo masalah hoax ketika ada laporan dari masyarakat kita langsung melakukan crosscheck. tapi ya butuh waktu sekiranya 1x24 jam atau lebih untuk berkoordinasi dengan pusat kementrian kominfo atau pihak terkait. Kita cari sendiri telusuri biasanya kalau sudah mendapatkan kepastian kita langsung buat flayer pengumuman kalo itu hoax. sekiranya itu meresahkan masyarakat linknya itu kita laporkan kementrian untuk di blokir gitu si”

19. Pewawancara: Bagaimana cara menyajikan kelengkapan dan kedalaman informasi protokol kesehatan?

Narasumber :“Kita kan ada satgas ya tingkat Kabupaten, Kecamatan, Provinsi hingga Pusat sehingga sebisa mungkin kita selalu koordinasi pada kementrian / kota lain sehingga bisa serentak dalam penginformasian informasi terkait protokol Kesehatan, vaksinasi dan lain sebagainya”

20. Pewawancara : Bagaimana tampilan konten informasi terkait protokol kesehatan?

Narasumber :“Secara konten sama si seperti vaksinasi bentuknya ya himbauan dalam bentuk video dan lain sebagainya. Misal kemarin ada seminggu penerapan protokol Kesehatan wfh. Nah itu menyesuaikan surat edaran dari pemerintah untuk masyarakat. Terus kalau caption biasanya dari Dinas Komunikasi dan Informatika tapi kalau sudah ada yang sepaket gitu minta share ya langsung kita share. Misalkan ada permintaan share mengenai info terkait vaksinasi atau protokol kesehatan dari provinsi biasanya kita tinggal mengubah sapaan di kota aja hastagnya. Kita harus kompak biar trending dan seragam.”

21. Pewawancara : Penyebaran informasi terkait vaksinasi dan protokol kesehatan captionnya apakah sama semua ?

Narasumber :“Biasanya kita Satu info di upload ke semua secara simultan atau barengan semua platform tapi menyesuaikan kata yang bisa di posting. Misal ni informasi tentang vaksinasi ataupun protokol Kesehatan ya kita upload ke semua kanal sama yang mungkin rada beda yaitu captionnya. Jadi kalau di Twitter kan biasanya 250 kata. Tapi di Facebook bisa panjang banget. terus Instagram 2000 suku kata jadi kita menyesuaikan karakter platformnya juga”

22. Pewawancara : Bagaimana pemilihan bahasa untuk informasi selama masa pandemi dalam lini protokol kesehatan?

Narasumber: “Pemilihan bahasa sebisa mungkin kita buat singkat dan informatif si. Kalau tulis berita gitu kan ada beberapa paragraf kadang orang kan malas. Ada kadang pembaca maunya buat flyer tok atau liat caption saja atau mungkin suka melihat kedua-duanya. Nah mungkin itu bisa atur, kita harus pinter-pinternya mengemas info itu agar bisa terbaca. Kita juga menambahkan hastag, ya kalo vaksinasi hastagnya #ayo vaksinasi yang sering kita pakai itu jadi yang umumnya. Begitu pun juga protokol Kesehatan hastagnya seperti #jagajarak #pakaimaskermu dan lain sebagainya. Kita variasikan.”

**Nama** : Karisma Widya Kusuma, S. I. Kom.

**Jabatan dan Publikasi** : Staf pelayanan informasi publik bagian Penyusun Bahan Informasi dan Publikasi

**Tanggal Wawancara: Rabu, 3 November 2022**

1. Pewawancara: Untuk melihat engagement dan bisa mengatakan bahwa itu sudah baik begitu apakah ada batasannya mb?

Narasumber : “Kan ada fitur insight kalau di media sosial misal di Instagram nah biasanya kita lihat dari situ berapa banyak follower Jepara tu ada terus analisis. Postingan itu dianalisis bagus apa engga ya dari analisis tadi. Apabila totalnya 1-5% jumlah followers itu artinya uda bagus.”

(Staf Pelayanan Informasi Publik, Ima, 3 November 2022)

2. Pewawancara : Bagaimana efektivitas adanya implementasi Cyber Public Relation dalam kebijakan protokol kesehatan?

Narasumber : “Kalau terkait efektivitas ya cukup efektif ya soalnya kalau informasi misal kayak protokol kesehatan melalui internet gitu bisa menjangkau orang yang lebih banyak, tapi ya itu tadi untuk realitanya efek ke masyarakatnya sebagian ada yang sudah sadar akan pentingnya penerapan prokes dan melaksanakannya, tapi sebagian masyarakat juga ada yang masih abai. Meskipun begitu dari kita tetap berusaha mengencarkan himbauan terkait prokes.”

3. Pewawancara : Terkait update data itu praktik Cybernya bagaimana mb?

Narasumber : “Untuk update data itu di dinas Kesehatan karena mereka yang memiliki datanya. Kalau kominfo kita menangani jaringan dan *Website* nya ibaratnya seperti rumahnya gitu. Dinas Komunikasi dan Informatika lebih mengurus ke vaksinasi dan protokol Kesehatan”

4. Pewawancara : Bagaimana kualitas informasi publik yang baik menurut anda?

Narasumber : “Yang bermanfaat dan bisa menumbuhkan harapan jadi setelah terpapar info jadi melakukan praktek himbauan yang disarankan. Oh iya 5 m penting masa pandemi jaga jarak dan lain lain outputnya gitu. Jadi ga Cuma bikin oh sambil anggukan Kepala, tapi sampai action juga sampai high level ya sampai kita ubah persepsi orang dan mengubah perilaku seseorang. Makanya Dinas Komunikasi dan Informatikamelakukannya dengan mengencarkan info”

5. Pewawancara : Bagaimana menjaga aktualitas informasi publik terkait kebijakan vaksinasi?

Narasumber : “Menjaga aktualitas, Ya kita selalu update. Tiap hari ada agenda bupati itu pasti kita melakukan liputan. Lah itu salah satu cara kita update informasi di web maupun di sosmed dengan cara ngikutin agenda bupati. Termasuk vaksinasi juga diliput untuk membantu pencapaian target vaksin kita kan dengan menyebarkan informasi supaya masyarakat tahu ada yang sudah banyak divaksin dan dirinya belum divaksin sehingga mendorong kemauan untuk divaksin juga.”

6. Pewawancara : Bagaimana cara menjaga kelengkapan data kedalaman dalam menyajikan informasi vaksinasi di masa pandemi?

Narasumber : “Kalau kelengkapan dan kedalaman yang pasti harus by data, perlu konfirmasi ke dinkes mengenai vaksinasi atau cek and ricek dulu supaya info yang kita rilis ke masyarakat biar ga bias karena kita yang memiliki info tersebut sehingga harus tetap by data dan actual”

7. Pewawancara : Apa Saja informasi publik yang berkaitan dengan protokol kesehatan?

Narasumber : “Dulu satgas termasuk info kita ada sosialisasi dan penindakan mengenai protokol seperti jam buka toko atau cuci tangan dan itu dipublikasikan serta didokumentasikan dengan bentuk video maupun artikel”

**Dokumentasi wawancara bersama narasumber rizal Dava Varistyawan, S. Kom.  
Dan Karisma Widya Kusuma, S. I. Kom.**



**Nama** : Anto Eko Wijaya. S.Kom

**Jabatan** : Bidang Informatika Seksi Pengembangan e-Government,  
Persandian dan Keamanan Informasi

**Tanggal Wawancara** : Senin, 7 November 2022

1. Pewawancara: Bagaimana integrasi penyediaan informasi update data Covid-19?

Narasumber : “Kalau di *Website* itu by system si semua contohnya kayak kemenkes punya portal yang saling terkait dengan masing-masing RS. Nah mereka harus mengeluarkan system yang Namanya API atau Application Programming Interface. Nah APInya tu harus di gate dari portal RS untuk diupdate di portal web besarnya yang menampilkan akumulasi. Jadi portal besarnya ya tidak usah menginput kembali jadi langsung terupdate. Jadi system memiliki periode tertentu dia akan mengecek data di sumbernya ada atau gak ada dia kan mendapat balasan. Kemudian balasanya tersebut langsung akan ditampilkan di layer web utama atau yang besar itu. Termasuk web corona jepara biasanya kan dinas Kesehatan punya portal internal mereka yang mengelola terkait dengan pasien Covid-19. Nah cara kerja di web corona jepara itu ya mirip sama yang di kemenkes tadi yang udah aku jelasin. Peta yang tertera di web ini pasien aktif meninggal dan lainnya. Jadi total yang pasien dan persediaan layanan Kesehatan gitu yang tertera di *Website* corona.jepara.go.id datanya sudah terhubung atau saling terintegrasi satu sama lain dengan faskes

atau rumah sakit yang ada di jepara. Kalo dari Dinas komunikasi integrasinya ya dengan memasang link dikasih thumbnail langsung diarahkan ke infonya gitu si”

2. Pewawancara: Bagaimana cara untuk mendapatkan perhatian publik dalam penyajian informasi Update Data Covid-19?

Narasumber :“ ya untuk mendapat perhatian publik pastinya harus menampilkan informasi yang memberikan kemudahan bagi mereka. Membuat *Website* yang mudah akses dan memiliki tampilan simple tapi informasi lengkap itu standar yang kami terapkan. Mulai dari peletakan tools, icon, dan lain sebagainya kita tata dengan simple agar masyarakat mudah mengakses dan mengeksplornya”

3. Pewawancara : Menurut mas anto apakah adanya implementasi konsep *Cyber Public Relations* telah efektif?

Narasumber :“Kalau penyebaran info melalui internet ya efektif si soalnya kan jangkauannya luas. Nah tapi kalau mengenai *Website*, salah satu kelemahan di pemerintahan, *Website* pemerintahan itu kurang diminati ya gitu-gitu aja meskipun ada info penting. Dari sisi user seringnya mereka menggunakan internet hanya sekian persen digunakan untuk akses portal portal pemerintahan karena kebanyakan masyarakat lebih banyak bermain di medsos, game, berita. Maka dari itu, kita menyajikan informasi bukan hanya web tapi juga medsos untuk menjaring kaum yang pengguna medsos ketika dia ingin tahu info lengkap ya diarahkan ke web”

4. Pewawancara :Hambatan apa yang dihadapi untuk penyajian update data Covid-19 menggunakan konsep *Cyber Public Relations* telah efektif?

Narasumber : “Hambatan paling nyata ya kalau di *Website* termasuk *Website* corona.jepara.go.id ketika server down. Itu hambatan dari sisi penyaji kalo hambatan dari penerima ya ketika ia mengakses info tersebut ya bagaimana internetnya bagaimana perangkatnya dan sebagainya. Kalo dari kita server down jadi ga bisa diakses. Biasanya hal ini terjadi karena serangan, penyedia internet di kita putus supply internet putus situ bisa down sehingga tidak bisa mengeluarkan informasi.

5. Pewawancara : Biasanya untuk peluang server down hingga informasi tidak bisa diakses berapa mas?

Narasumber: “Yang Namanya pusat data atau server minimal paling jelek ketersediaannya setahun 99% dan kita juga mengikuti aturan kominfo. Bahkan ada jasa terkait data center menjamin ketersediaan data 99,999% jadi ya 0,001 persen error dalam satu tahun. Dalam satu tahun ada

berapa menit 0,001 dari x itu down. Kalo Dinas Komunikasi dan Informatika pakai 99% margin error 1% layanan tersebut untuk layanan tersebut tidak bisa diakses”

6. Pewawancara: Ketika ada hambatan server down apa yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika untuk menanganinya?

Narasumber : “Yaa segera mencari DRP (Disaster recovery plan) dan DRC (Disaster recovery center) yang namanya system harus punya kedua itu. Jadi ketika induk mati otomatis dialihkan pada backupannya. Bukan web lainnya itu sama. Cuma istilahnya ee sehingga mengurangi hambatan proses ke informasi ini.”

7. Pewawancara : Admin dari Laman corona.jepara.go.id siapa ya mas berarti?

Narasumber : “Update data ya adminnya dari satgas karna itu terkoneksi data sana. Kalau yang informasi memang sini, tapi kalau data lebih ke satgas atau dinkes. Data yang ditampilkan di *Website* itu ya sudah terintegrasi dengan faskes atau RS yang ada di kabupaten ini, jadi ada system jadi totalnya yang ditampilkan itu ya akumulasi dari semuanya itu”

8. Pewawancara : Bagaimana penyajian informasi publik yang lengkap dan mendalam terkait Update data Covid-19 ?

Narasumber : “Dalam *Website* sendiri info yang kita tampilkan atau menu yang kita sajikan hampir dapat dikatakan sama dengan portal-portal yang ada di kabupaten lain atau nasional yaa standarnya ketersediaan rumah sakit jumlah bed, pasien positif, sembuh, peta penyebaran sampai ke level Desa dan lain sebagainya. Hingga ada klasifikasi zona-zona Dinas Komunikasi dan Informatika penyedia dan sumber datanya ya dari faskes. Kalo terkait klasifikasi zona itu Satgas yang membuat klasifikasi, kalau Desa tersebut perbandingan penduduk sekian dengan yang positif lalu di klasifikasikan zona hijau merah. Adapun Sumber data bersumber dari faskes atau RS yang ada di kabupaten ini. Laporan data tersebut akan ditampilkan di portal *Website* corona.jepara.go.id. ”

**Dokumentasi Wawancara Bersama Narasumber Anto Eko Wijaya. S.Kom**



## **PERSEPSI MASYARAKAT INFORMASI PUBLIK DI MASA PANDEMI**

**Nama : Noor Rochmad**

**Tanggal Pelaksanaan : 18 November 2022**

1. **Pewawancara :** Bagaimana pandangan anda terhadap informasi terkait Covid-19 dan kebijakan pemerintah terkait vaksinasi serta protokol kesehatan yang disebarakan melalui media online ?  
**Narasumber :**”Yaa itu baik sekali masyarakat secara umum menanggapi dengan positif dengan adanya informasi-informasi Covid-19 lewat online. Baik yang ditingkat kecamatan maupun Desa itu ada sosialisasi dari dinas dinas termasuk dinas kominfo itu menjelaskan mengenai Covid-19 itu masyarakat berterimakasih. Dengan adanya informasi yang bisa memperjelas Covid-19 itu sendiri”
2. **Pewawancara :** Bagaimana reputasi pemerintah Jepara dimata anda selama pandemi?  
**Narasumber :** “Saya atas nama dari masyarakat mengucapkan terimakasih dari pemerintah kabupaten jepara yang telah memberikan informasi informasi lewat Dinas Komunikasi dan Informatikasangat baik sekali sehingga bisa mengikuti perkembangan Covid-19 itu sendiri dan

sejauh mana Covid-19 tersebut bisa diketahui masyarakat. Reputasinya cukup baik, karena dari bapak bupati sendiri sangat tanggap sehingga diikuti dinas-dinas lain terkait untuk Covid-19 itu sendiri sehingga dinas dinas terkait serius dalam menindak lanjuti penanganan Covid-19.”

3. Pewawancara : Bagaimana kepercayaan anda terhadap informasi-informasi yang di produksi oleh Dinas Komunikasi dan Informatika?

Narasumber : “Kalau dari pandangan saya ya saya cukup percaya tapi tidak serratus percaya karena kalau yang mengurus informasi kan biasanya dari Dinas Komunikasi dan Informatika. Nah yang memiliki data-data itu kan dinas Kesehatan, Dinas Komunikasi dan Informatikamenjadi kelanjutan corong untuk menyampaikan informasi masyarakat jepara. Yang kami harapkan data betul-betul tersebut bisa sinkron sehingga itu valid dan bisa dipercaya masyarakat”

4. Pewawancara : Bagaimana sikap anda ketika menerima informasi mengenai kebijakan vaksinasi, protokol kesehatan,serta update data pasien Covid-19 dari media online yang disebarakan oleh Dinas Komuunikasi dan Informatika?

Narasumber : “Tindak lanjutnya setelah menerima informasi dari media di tingkat lapangan dari kecamatan hingga Desa. Sehingga masyarakat sadar bahwa Covid-19 sangat bahaya sehingga menggerakkan masyarakat untuk mengikuti vaksin 1 2 3 atau booster dan juga protokol Kesehatan itu sudah dilakukan semua. Masyarakat sudah sadar untuk mengharapakan jepara terbebas dari Covid-19”

5. Pewawancara : Bagaimana kebaruan informasi yg disajikan Dinas Komunikasi dan Informatika?

Narasumber : “Dari pemerintah selalu diperbarui selalu ada perkembangan tiap hari itu laporan tu ada. Nah kalo kami ga mengikuti terus tapi saya kadang kala. Saya tetap tahu perkembangan data-data tersebut. “

6. Pewawancara : Biasanya mengikuti informasi selama masa pandemi dimana?

Narasumber :”Ya saya mengikuti lewat Facebook, kadang lewat *Website* kadang kala juga dari whatsapp grup atau ya Youtube. Saya sendiri mengikuti ko hal seperti vaksinasi, protokol Kesehatan, maupun update data dan saya memahami tujuan pemerintah “

7. Pewawancara : Apakah anda dapat memahami dengan jelas isi dari informasi-informasi yang telah disampaikan pemerintah Kabupaten Jepara melalui media online?

Narasumber : “Terkait berita yang dikeluarkan informasi Ada vaksin 1 2 3 kami memahami secara jelas dan lengkap dampak negatif dan positifnya serta bisa menerima”

8. Pewawancara : Apa saja manfaat yang anda peroleh dari informasi mengenai kebijakan pemerintah vaksinasi dan Protokol kesehatan serta update data bagi anda?

Narasumber : “Itu sangat jelas dan sangat menguntungkan secara pribadi karena saya ya cukup mengikuti terus. Sehingga demi menjaga Kesehatan saya dan keluarga saya terutama yaitu untuk menangkal daripada Covid-19 itu sendiri . kami memahami dan melaksanakan himbuan pemerintah. informasi kita bisa dapat dari manapun. Ada publikasi juga yang lewat depan rumah saya itu untuk melengkapi informasi dari media-media internet sehingga lebih jelas say sendiri dan tetangga saya. Sehingga manfaatnya ya tau lokasi vaksinasi seperti di balai Desa atau kecamatan dan juga bagaimana protokol Kesehatan itu sendiri.”

9. Pewawancara : Bagaimana menurut anda terkait bahasa yang digunakan dalam informasi selama masa pandemi?

Narasumber :”Eeee yang disampaikan oleh Dinas Komunikasi dan Informatikabahasanya cukup jelas karna mereka menggunakan bahasa masyarakat jadi bukan bahasa yang intelektual. Kalau paka bahasa intelektual ya jelas saya sendiri kurang bisa memahami jadi itu sudah dijabarkan dan dialihkan dengan bahasa yang mudah diterima serta dipahami masyarakat”

10. Pewawancara : Apakah anda merasa mudah serta merasa aman ketika mengakses informasi di media online resmi Kabupaten Jepara?

Narasumber : “Alhamdulillah setelah kami merasa mudah mengikuti perkembangan informasi-informasi lewat internet sehingga menjadi keuntungan bagi saya dan keluarga saya. Sehingga bisa mengikuti perkembangan Covid-19 dan positif. Lebih mudah dan bisa dimengerti”

11. Pewawancara : Secara tampilan apakah sudah menarik perhatian anda?

Narasumber :”Justru dengan adanya poster-poster tersebut dan diberikan keterangan itu malah lebih jelas dan lebih tau. Adanya gambar-gambar poster itu malah mudah di pahami dicerna oleh saya sendiri dan masyarakat umum yang masih awam dalam hal Kesehatan khususnya. Menarik sekali, *Website* nya juga secara tampilan simpel dan mudah dipahami.”

**Nama : Fransiska Indriyani**

**Tanggal Wawancara :23 November 2022**

1. Pewawancara :Bagaimana pandangan anda terkait informasi Covid-19 disebarakan di media online?

Narasumber :”Terkait informasi Covid-19 di jepara menurut saya info yang disebarakan sudah cukup lengkap dan mudah diakses masyarakat. Namun, dijepara tidak semua ortu menggunakan handphone yang bisa mengakses media online. Ya maka dari itu ada siaran keliling atau sosialisasi. Kalo di jepara kalau ortu ya kebanyakn menggunakan Facebook. Jadi menurut saya sudah cukup baik”

2. Pewawancara : Bagaimana reputasi pemerintah Jepara dimata anda selama pandemi?

Narasumber : “Untuk pemerintah jepara menurut saya sudah baik karena pemerintahan jepara pastikan sudah mensosialisasikan kepada Kepala Desa juga. Dan Kepala Desa dan mereka memberikan himbauan kepada masyarakat juga. Berkat pemerintah jepara jadi kemarin itu lumayan ga terlalu tinggi yak arena dari pemerintah jepara kebijakan sudah baik.”

3. Pewawancara : Bagaimana kepercayaan anda terhadap informasi-informasi yang di produksi oleh Dinas Komunikasi dan Informatika?

Narasumber : “Saya sendiri percaya karena informasi-informasi yang disebarakan di akun pemkab data data pasti diambil atau di dapatkan dari Desa, karena di Desa ada yang mantau jugakan. Jadi ya pasti valid itu datanya.”

4. Pewawancara : Bagaimana sikap anda ketika menerima informasi mengenai kebijakan vaksinasi, protokol kesehatan,serta update data pasien Covid-19 dari media online yang disebarakan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika?

Narasumber : “Eee kalau saya mendapat informasi seperti itu saya lebih disimpan untuk diri sendiri dan keluarga. Bukan yang menyebarkan. Jadi saya sebarakan di lingkup keluarga misal dapat update data yang menyatakan Covid-19 lagi tinggi ya sudah tidak usah keluar keluar rumah atau kebanyakan pergi gitu. Jadi saya ga nyebarin ke masyarakat cukup keluarga doang.”

5. Pewawancara : Bagaimana kebaruan informasi yang disajikan Dinas Komunikasi dan Informatika?

Narasumber : “Menurut saya sudah cukup sering update karena setiap zona kyk wilayah bangsri terus mlonggo mesti sudah di update terus itu ada zona merah zona hijau itu selalu diupdate. Terus informasi vaksin juga lokasi dan tanggalnya juga sering diupdate begitu pula dengan protokol Kesehatan.”

6. Pewawancara : Bagaimana pendapat anda terkait kelengkapan dan kedalaman serta kebaruan informasi yang disajikan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika melalui Media Online ?

Narasumber : “Kalau menurut saya ya sudah lengkap ya seperti sudah ada tanggal-tanggal pelaksanaan vaksin dosis pertama atau kedua tu sudah ada terus terkait protokol Kesehatan juga sudah ada termasuk terkait serba serbi pembatasan sosial pun ada. Sehingga, menurut saya ya sudah lengkap semua si. Menurut saya ya sudah lengkap semua untuk informasi yang diunggah di media sosial jepara ini sendiri.”

7. Pewawancara : Apakah anda dapat memahami dengan jelas isi dari informasi-informasi yang telah disampaikan pemerintah Kabupaten Jepara melalui media online?

Narasumber :”Terkait poster poster maupun artikel di *Website* ya menurut saya mudah dipahami dan mudah dimengerti. Dari segi bahasanya tu kalau saya ngerasanya mudah dipahami terus ini tuh informasinya mengandung persuasif jadi orang itu tertarik melakukan vaksin atau protokol Kesehatan. Dari segi *Website* juga begitu sudah jelas dan bisa dipahami.”

8. Pewawancara : Apakah anda merasa mudah serta merasa aman ketika mengakses informasi di media online resmi Kabupaten Jepara?

Narasumber : “Ya menurut saya kalau akses di media sosial jepara merasa aman karena ga harus ke tempatnya langsung. Misal mau daftar vaksin tu ga usah ke tempatnya langsung jadi daftarnya lewat *Website* atau medsos kan lebih mudah serta ga mudah tertular Covid-19 itu sendiri. Saya juga merasa mudah mudah saja untuk mengakses melalui medsos maupun web yang ada”

9. Pewawancara : Secara tampilan apakah sudah menarik perhatian anda?

Narasumber : “Menurut saya sudah menarik karena mudah ditemukan dan orang” tu dapat mudah mendapatkan misal dicari di google Pemkab Jepara itu kan langsung muncul ya. Terus ada info ada pamfletnya dan mudah ditemukan. Kemudian untuk pembuatan postingan juga sudah bagus.”

10. Pewawancara : Apa saja manfaat yang anda peroleh dari informasi mengenai kebijakan pemerintah vaksinasi dan Protokol kesehatan serta update data bagi anda?

Narasumber : “Menurut saya sangat bermanfaat karena disaat pandemi kemarin kita membutuhkan informasi seperti tingkat penyebaran Covid-19 berapa banyak pasien, terus yang sudah sembuh. Terus juga info-info siapa yg sudah vaksin kemarin kan ada info mengenai jumlah berapa orang yang sudah vaksin yg blm berapa. Kalau di jepara blm banyak vaksin kan malah mendorong Covid-19 lebih tinggi di Jepara. Jadi menurut saya itu informasi penting. Selain masyarakat kurang kesadaran diri dengan adanya informasi atau brosur atau postingan gitu ya menjadikan masyarakat lebih sadar diri dan mau melaksanakan himbauan seperti itu.”

**Nama : Muhimmaturrisana**

**Tanggal wawancara: 19 November 2022**

1. Pewawancara : Bagaimana pandangan anda terhadap informasi terkait Covid-19 dan kebijakan pemerintah terkait vaksinasi serta protokol kesehatan yang disebarakan melalui media online ?  
Narasumber : "Adanya media online lebih membantu dan efektif, tapi perlu digaris bawahi dari pengguna. Kalau di daerahku kebanyakan info diperoleh dari tokoh masyarakat seperti vaksinasi. Sementara di pengguna ig belum terlalu masih, kalau didaerah saya daerah kelet ya kebanyakan penggunaanya Facebook."
2. Pewawancara : Apakah anda sering mengikuti informasi di *Website*?  
Narasumber : Kalau saya pribadi jarang, kalau aku pribadi ya sosmed sudah mencukupi. Dengan adanya popularitas sosmed ya membuat *Website* menurun. Tapi menurutku ya *Website* lebih kredibel dan bisa menunjukkan kredibilitas dari pemerintah langsung. Sedangkan kalau di sosmed kan kadang campur yaa masih ada peluang atau rawan dengan penyebaran hoax.
3. Pewawancara : Bagaimana reputasi pemerintah Jepara dimata anda selama pandemi?  
Narasumber : "Secara normalisasi dan formalitasnya sudah cukup baik. Tapi kalau dilihat dari masyarakat ya masih kurang kesadarannya. Maksudnya kita juga cukup jauh tinggal dari pemerintah pusat. Intinya pemerintah pusat itu masih sulit untuk memantau kedaerah -daerah terpencil karena notabennya sendiri Desaku ini perbatasan ya. Jadi informasi lebih disebarakan melalui kader-kader atau tokoh tokoh masyarakat itu. Sedangkan kalau di kota kan bisa lebih masih dipantau dengan bupati sendiri tapi kalau kami dari Desa mungkin agak merasa kurang gitu ya."
4. Pewawancara : Bagaimana kepercayaan anda terhadap informasi-informasi yang di produksi oleh Dinas Komunikasi dan Informatika?  
Narasumber : Kalau saya kan lebih ke medsosnya mengikuti info. Nah kalau melihat sosmednya itukan milik pemkab jepara secara resmi tentunya mereka penyebaran info dari mereka ya memiliki tanggung jawab yang tinggi seperti tidak boleh menyebarkan hoax. Kalau dibilang percaya ya sekitar 90% percaya karena ya mau ga mau ya kita memantau perkembangannya dari sana, data data yang disana pastinya ya mengacu di badan statistika atau dinas kesehatan juga kan.
5. Pewawancara : Bagaimana sikap anda ketika menerima informasi mengenai kebijakan vaksinasi, protokol kesehatan,serta update data pasien Covid-19 dari media online yang disebarakan olehDinas Komunikasi dan Informatika?

Narasumber : “Kalo aku si lebih prefer nyimpen buat diriku sendiri sama mungkin di sharenya di grup grup keluarga. Kalau saya masih takut untuk menyebarkan ke masyarakat lebih luas karena kemungkinan ada riksan misalnya ni ada Covid-19 meninggal, kalau misalkan info ini terdengar ke telinga orang yang tidak percaya Covid-19 bisa jadi disalah artikan seperti halnya menganggap Covid-19 bukan hal besar jadi menganggap meninggalnya pasien ini gara-gara komplikasi. Jadi Covid-19 itu masih banyak pro kontranya sehingga saya prefer untuk menyimpan info-info itu sendiri.”

6. Pewawancara : Bagaimana kebaruan informasi yg disajikan Dinas Komunikasi dan Informatika?

Narasumber : “Kalau di sosmed dari info ya kebanyakan masih sekedar pamphlet. Kebanyakan pemberitaan yang disosmed ya dirangkum jadi satu pamphlet yang isinya protokol Kesehatan dan juga vaksinasi. Kalau untuk terkait data korban itu ga terlalu masif.”

7. Pewawancara : Bagaimana pendapat anda terkait kelengkapan dan kedalaman serta kebaruan informasi yang disajikan oleh disebar oleh Dinas Komunikasi dan Informatika melalui Media Online ?

Narasumber : “Sebenarnya kalo di sosmed ya ga terlalu mendalam ya rata” lebih ke secara general ya paling rata-rata info vaksin dimana persyaratannya apa, kapan dilakukan ya cuma dalam lingkup sekedar itu saja belum ada sosialisasi yang mendalam gitu kalau di daerahku si setahuku blm ada ya atau entah saya yang kebetulan tidak mengikuti, Kalau mengenai artikel yang ada di *Website* sebetulnya ya sudah lengkap ada pihak-pihak terkait yang menyampaikan pendapat dan juga tertuliskan di artikel tersebut. kelengkapan infonya juga ditinjau dari adanya data statisti.”

8. Pewawancara : Apa saja manfaat yang anda peroleh dari informasi mengenai kebijakan pemerintah vaksinasi dan Protokol kesehatan serta update data bagi anda?

Narasumber :”Mengetahui apabila bagaimana pemerintah menanggapi situasi Covid-19 itu sendiri. Pemerintah jepara juga peduli dengan masyarakatnya meskipun Sebagian masih tidak percaya adanya Covid-19 dengan memberikan info” dan juga memberi tindakan untuk menekan Covid-19 itu sendiri”

9. Pewawancara : Apakah anda dapat memahami dengan jelas isi dari informasi-informasi yang telah disampaikan pemerintah Kabupaten Jepara melalui media online?

Narasumber : “Kalau menurut saya memahamkan si karena buat kita yg suka baca berita info juga jelas info sudah jelas bahasanya enak dan mudah dicerna. Kemungkinan masyarakat lebih mudah

memahami dan mengakses isi berita mengenai vaksinasi protokol Kesehatan atau berita lainnya. Balik lagi ya kalau misal disajikan berbentuk reels atau video pendek yak arna mengingat masyarakat kita malas membaca. Ya kalau menurut saya sangat efektif kalau misal info disebarakan melalui info langsung.”

10. Pewawancara : Apa saja manfaat yang anda peroleh dari informasi mengenai kebijakan pemerintah vaksinasi dan Protokol kesehatan serta update data bagi anda?

Narasumber : “Merasa aman, kalau *Website* kan situs resmi jadi ga akan khawatir atau takut kalau misalkan data kita di blok tau di retas ini *Website* resmi. Untuk masalah data base aman Saya merasa mudah karena tinggal buka hp kan. Kita juga bisa menemukan info-info melalui sosmed jadi ya merasa mudah sekali.”

11. Pewawancara : Secara tampilan apakah sudah menarik perhatian anda?

Narasumber : “Kalau di medsos ya jelas ya infonya tapi kalau standard feed misal di medsos Instagram itu rasanya masih kurang. Mungkin itu bisa diperbaiki. Kalau di Facebook ma beberapa orang tidak akan masalah tp kalau di sharenya di Instagram orang” atau pengguna Instagram akan merasa kurang . Kalau misal liat info di feed yang warna atau susunannya tabrakan seperti itu mempengaruhi kayak rasanya kurang suka untuk membaca dengan mode kayak gitu si Kalau tampilan *Website* mudah diakses dan mudah dipahami. *Website*-nya saya merasa ringan dan tampilannya sederhana jadi lebih memudahkan masyarakat untuk memahami info.”

## **DOKUMENTASI WAWANCARA MASYARAKAT**

1. Wawancara bersama masyarakat (Bapak Noor Rochmad)



2. Wawancara bersama masyarakat (Muhimmaturrisana)



### 3. Wawancara bersama masyarakat (Fransiska Indriyani)

