

**PERANAN HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM PENGGUNAAN  
CYBER PUBLIC RELATIONS UNTUK MEMBANGUN CITRA  
PERWAKILAN BKKBN PROVINSI SUMATERA SELATAN**

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat**



**Disusun oleh :**

**TITY ERSIKA**

**07031381320054**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
TAHUN 2018**

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING LAPORAN AKHIR SKRIPSI

PERANAN HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM  
PENGUNAAN *CYBER PUBLIC RELATIONS* UNTUK  
MEMBANGUN CITRA PERWAKILAN BKKBN  
PROVINSI SUMATERA SELATAN

Oleh :

TITY ERSIKA

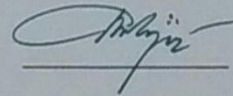
07031381320054

Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing,

2018

Pembimbing I

Dr. Ardivan Saptawan, M.Si  
NIP. 196511171990031004



Pembimbing II

Raden Ayu Wulantari, S.I.Kom., M.Si  
NIP. 198703172015042002



Telah Dinyatakan memenuhi syarat

Pada tanggal, 2018

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Sriwijaya

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si

197905012002121005

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI SKRIPSI  
 PERANAN HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM  
 PENGGUNAAN *CYBER PUBLIC RELATIONS* UNTUK  
 MEMBANGUN CITRA PERWAKILAN BKKBN  
 PROVINSI SUMATERA SELATAN

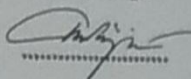

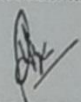
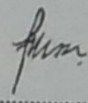
Skripsi

Oleh :

TITY ERSIKA

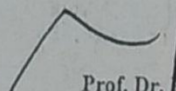
07031381320054


Telah dipertahankan di depan penguji dan dinyatakan telah memenuhi  
 syarat pada tanggal.....2018

Jabatan	Nama	Tanggal	Tanda Tangan
Ketua	Dr. Ardiyan Saptawan, M.Si. NIP 196511171990031004	.....	
Sekretaris	R.A. Wulantari, S.I.Kom., M.Si. NIP 198703172015042002	.....	
Anggota	Dra. Hj. Rogaiyah, M.Si. NIP 195407241985032001	.....	
Anggota	Dra. Hj. Retna Mahriani, M.Si. NIP 196012091989122001	.....	

Dekan Fisi Unsrri

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
 Prof. Dr. Kiagus Sobri, M.Si.  
 NIP 196311061990031001

  
 Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si.  
 NIP 197905012002100

### PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSYARATAN PUBLIKASI

1. Skripsi saya yang berjudul "Peranan hubungan masyarakat dalam penggunaan *Cyber Public Relations* untuk membangun citra Perwakilan BKKBN Provinsi Sumatera Selatan" ini adalah karya penelitian saya sendiri dan tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik serta tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis dengan acuan yang disebutkan sumbernya, baik itu dalam naskah karangan dan daftar pustaka. Apabila ternyata didalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi, baik Skripsi beserta gelar Sarjana saya dibatalkan serta diproses dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Publikasi sebagian atau keseluruhan isi Skripsi pada jurnal atau forum ilmiah harus menyertakan tim promotor/pembimbing sebagai author dan program studi ilmu komunikasi Universitas Sriwijaya sebagai institusinya. Apabila saya melakukan pelanggaran dar ketentuan publikasi ini, maka saya bersedia mendapat sanksi akademik yang berlaku.

Palembang, 25 Oktober 2018



Tity Ersika

NIM:07031381320054

## HALAMAN PERSEMBAHAN

“Perjuangan seseorang akan banyak berarti jika dimulai dari diri sendiri dan dilandaskan dengan keikhlasan”

-Nabi Muhammad SAW-

“Kita tidak punya waktu untuk mengeluh tentang apa yang tidak kita punya, atau apa yang tidak bisa kita ubah untuk saat ini. Kita cuma punya cukup waktu untuk memikirkan cara terbaik untuk berjuang dengan semua yang kita punya”

-anonim-

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

1. Kedua Orang tua ku, Bapak Said Ali dan Ibu Martewi.
2. Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Almamater, Universitas Sriwijaya.

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga skripsi penulis dapat menyelesaikan menyusun skripsi ini guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan pendidikan di jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sriwijaya.

Penulis sadar bahwa begitu banyak pihak yang membantu memberikan bimbingan, saran, serta dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung sejak awal penulisan sampai skripsi ini diselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE, selaku Rektor Universitas Sriwijaya
2. Prof. Dr.Kgs.M.Sobri, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si selaku ketua jurusan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan pengarahan dan masukan.
4. Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si selaku sekretaris jurusan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan pengarahan dan saran.
5. Dr. Ardiyan Saptawan, M.Si selaku pembimbing I yang selalu memberikan arahan, saran, dan motivasi serta dukungan selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
6. R.A Wulantari, S.I.Kom., M.Si selaku pembimbing II yang selalu memberikan saran, arahan, motivasi serta dukungan kepada penulis selama menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas I lmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan selama proses belajar mengajar.
8. Seluruh staf serta pegawai jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan bantuannya selama perkuliahan.
9. Bapak Zul Amri, Bapak Susanto dan Ibu Tika serta para staf Perwakilan BKKBN Provinsi Sumatera Selatan yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. Papa dan Mama tersayang yang selalu memberi motivasi serta semangat dan mendoakan penulis selama penulis mengerjakan skripsi ini.
11. Abang-abangku dan ayuk-ayukku, bang Evan, bang Eric, ayuk Karti, ayuk Maitah, ayuk Metta, kak Wahyu, dan yang paling utama ayuk Eylon yang selalu memberi dukungan serta semangat tanpa henti. Tidak lupa juga keponakanku Rara, Rafi, Manda, Keysha dan Azka yang membantu memberi kekuatan untuk menyelesaikan skripsi ini
12. Teman-temanku Nia, Liesmi, Wulan, Dita, dan Cici yang selalu memberikan semangat dan motivasi selama menyelesaikan skripsi ini.
13. Teman-teman jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2013 yang selalu membantu dan saling memberikan dukungan serta motivasi selama menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun, penulis harapkan sebagai pemicu untuk dapat berkarya lebih baik lagi. Semoga Skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Palembang, 25 Oktober 2018

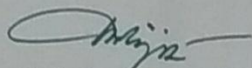
Penulis

### Abstrak

Penelitian ini berjudul Peranan hubungan masyarakat dalam penggunaan *Cyber Public Relations* untuk membangun citra Perwakilan Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional Provinsi Sumatera Selatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan humas dalam penggunaan internet sebagai media untuk melakukan kegiatan kehumasan dalam membangun citra. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan melalui wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka, serta teknis analisis datanya yaitu analisis kualitatif. Permasalahan penelitian ini adalah bagaimana penggunaan *cyber public relation* sebagai media dalam kegiatan kehumasan. Penelitian ini menggali informasi dari informan dengan teknik purposive Hasil penelitian ini menunjukkan Perwakilan Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional Provinsi Sumatera Selatan yaitu dengan menggunakan jaringan sendiri yang dikelola oleh BKKBN pusat yaitu [www.bkkbn.go.id](http://www.bkkbn.go.id), melakukan pertemuan berkala secara rutin, pertukaran informasi dan menyebarkan informasi mengenai program dan kegiatan BKKBN melalui website dan media sosial, dan membuka tempat berbagi pendapat dan informasi melalui media sosial ataupun terjun langsung seperti sosialisasi. Rekomendasi dari kajian ini adalah humas Perwakilan Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional Provinsi Sumatera Selatan yaitu untuk terus aktif melakukan kegiatan interaksi dengan berbagai pihak terutama masyarakat dan perbanyak *press release* dan berita tentang program agar masyarakat dapat lebih tahu dan ikut serta dalam program humas Perwakilan Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional Provinsi Sumatera Selatan

**Kata kunci : Peranan, Hubungan Masyarakat, Cyber Public Relations**

Pembimbing I



Dr. Ardiyap Saptawan, M.Si  
NIP. 196511171990031004

Pembimbing II



R.A Wulantari, S.I.Kom., M.Si  
NIP. 198703172015042002

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi  
Universitas Sriwijaya



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si  
NIP. 197905012002121005

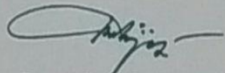


### **Abstract**

*This study is entitled **The Role of Public Relations in The Use of Cyber Public Relations to build the image of the Representatives Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) Representative or National Population and Family Planning Board of South Sumatra Province.** This study aims to determine the role of public relations in the use of internet as a media for public relations activities to build images. The method used in this research is descriptive qualitative with data collection techniques which used are through in-depth interviews, observation, documentation, and literature study, as well as data analysis techniques, namely qualitative analysis. The problem of this research is how to use cyber public relations as a media in public relations activities. This research explores information from informants with purposive techniques. The results of this study show Representatives of the National Population and Family Planning Board of South Sumatra Province, namely by using their own network managed by the central BKKBN, namely [www.bkkbn.go.id](http://www.bkkbn.go.id), conducting regular meetings regularly, exchanging information and disseminating information about BKKBN programs and activities through websites and social media, and opening a place for sharing opinions and information through social media or jumping in directly such as socialization. The recommendation of this study is that the public relations of National Population and Family Planning Board Representative of South Sumatra Province should continue to actively engage in interaction with various parties, especially the community and increase press releases and news about programs so that people can better know and participate in the Public Relations program of the National Population and Family Planning Board Representative of South Sumatra Province.*

**Keywords:** *Role, Public Relations, Cyber Public Relations*

Pembimbing I



Dr. Ardiyan Saptawan, M.Si  
NIP. 196511171990031004

Pembimbing II



R.A Wulantari, S.I.Kom., M.Si  
NIP. 198703172015042002

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi  
Universitas Sriwijaya



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si  
NIP. 197905012002121005

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSYARATAN PUBLIKASI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix

### BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	11
1.3. Tujuan .....	11
1.4. Manfaat .....	11

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori .....	13
2.1.1. Pengertian Peranan .....	13
2.1.2. Hubungan Masyarakat .....	13
2.1.2.1. Pengertian Hubungan Masyarakat .....	13
2.1.2.2. Peranan Hubungan Masyarakat .....	14
2.1.2.3. Fungsi Hubungan Masyarakat .....	15
2.1.2.4. Tujuan Hubungan Masyarakat .....	15
2.1.3. <i>Cyber Public Relations</i> .....	16
2.1.3.1. Pengertian <i>Cyber Public Relations</i> .....	16
2.1.3.2. Karakteristik <i>Cyber Public Relations</i> .....	17
2.1.3.3. Fungsi <i>Cyber Public Relations</i> .....	18
2.1.3.4. Peranan <i>Cyber Public Relations</i> .....	18
2.1.4. Citra .....	20
2.1.4.1. Pengertian Citra .....	20
2.1.4.2. Jenis-Jenis Citra .....	21

2.2. Kerangka Berpikir .....	21
2.3. Penelitian Terdahulu .....	21

-

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian .....	26
3.2. Definisi Konsep .....	26
3.3. Fokus Penelitian .....	27
3.4. Unit Analisis Data .....	28
3.5. Teknik Penentuan Informan .....	28
3.6. Bentuk Data .....	29
3.7. Sumber Data .....	29
3.8. Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.9. Teknik Keabsahan Data .....	30
3.10. Teknik Analisa Data .....	31
3.11. Tabel Penelitian .....	32
3.12. Sistematika Penulisan .....	32

### BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1. Sejarah Perwakilan BKKBN Provinsi Sumatera Selatan .....	34
4.2. Lokasi BKKBN Provinsi Sumatera Selatan .....	35
4.3. Dasar Hukum Perwakilan BKKBN Provinsi SumSel .....	35
4.4. Visi dan Misi Perwakilan BKKBN Provinsi SumSel .....	36
4.5. Filosofi dan Strategi Perwakilan BKKBN Provinsi SumSel .....	36
4.6. Logo BKKBN .....	37
4.7. Struktur Organisasi .....	38
4.8. Program BKKBN .....	38
4.9. Humas Perwakilan BKKBN Provinsi SumSel .....	39

### BAB V PEMBAHASAN

5.1. Peranan Hubungan Masyarakat dalam Penggunaan <i>Cyber Public Relations</i> untuk Membangun Citra Perwakilan Badan Kependudukan Dan Keluarga Berencana Nasional Provinsi Sumatera Selatan .....	41
5.1.1. Efisiensi Biaya .....	43
5.1.1.1. Anggaran Biaya .....	44
5.1.1.2. Sumber Biaya .....	48
5.1.2. Pemeliharaan Hubungan .....	51
5.1.2.1. Aktivitas yang Dilakukan Humas .....	52
5.1.2.2. Jenis Hubungan .....	58
5.1.3. Dukungan Program Pemasaran .....	60

5.1.3.1. Jenis Program Pemasaran .....	61
5.1.4. Pembentukan kelompok diskusi atau bisnis bagi siapapun	69
5.1.4.1. Diskusi secara Online .....	70
5.1.4.2. Diskusi secara Offline.....	76
5.1.5. Citra .....	76

## BAB VI PENUTUP

6.1. Kesimpulan .....	82
6.2. Saran .....	82

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Perubahan cara berkomunikasi di abad 21 terus mengalami perkembangan. Pada zaman dahulu, orang-orang hanya menyampaikan pemikirannya melalui interpersonal atau secara tatap muka. Mengikuti perkembangan zaman yang semakin modern tentunya merubah pola mengirim pesan yang dulunya harus bertemu langsung. Hadirnya internet mengubah cara berkomunikasi saat ini yang tanpa bertemu secara langsung semua orang dapat berkomunikasi sehingga masyarakat tentunya secara terpaksa ataupun tidak harus mengikuti perubahan arus komunikasi.

Sebuah perusahaan ataupun institusi yang mengikutsertakan masyarakat dalam setiap kebijakan yang dibuat oleh perusahaan tentunya tidak akan mau tertinggal dalam perubahan ini di perusahaan ataupun institusi dituntut untuk membangun citra kepada masyarakat demi kemajuan program mereka. Perubahan yang terus berkembang secara cepat inilah yang membuat *Public Relations* (PR) harus dapat mengikuti arus agar dapat menjangkau segala kalangan.

*Public Relations* dalam bukunya *Handbook of Public Relations* (Ardianto,2011:8) adalah fungsi manajemen yang menilai sikap-sikap publik, mengidentifikasi kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur dari individu atau organisasi atas dasar kepentingan publik dan melaksanakan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan publik. PR sendiri dapat diartikan sebagai fungsi manajemen yang bertugas menjalankan kebijakan perusahaan dan berperan sebagai pusat dari informasi kepada publik serta bertugas untuk membuat, membentuk, dan mempertahankan citra organisasi.

Sebagai sebuah profesi, seorang PR bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi. Di saat itulah seorang PR menggunakan berbagai strategi guna membuat masyarakat mengerti dan menerima sehingga menimbulkan rasa ketertarikan bagi masyarakat.

Setelah kemunculan internet, tidak dapat dipungkiri popularitas penggunaan internet dalam kehidupan sehari-hari. Pengaruh kemunculan ini juga membuat perubahan dalam bentuk komunikasi di berbagai bidang termasuk bidang komunikasi. Begitu juga halnya dengan PR yang kaitannya begitu erat antara komunikasi dengan masyarakat. PR harus dapat mengikuti perkembangan di dalam masyarakat yang saat ini sangat bergantung dengan internet dalam mencari informasi. Hal itulah yang harus dapat dimanfaatkan oleh PR saat untuk berbagi dan menyebarkan informasi melalui internet.

Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto dalam bukunya *Dasar-Dasar Public Relations* (2012) menyebutkan jagat raya internet tercipta oleh suatu ledakan tak terduga di tahun 1969, yaitu dengan lahirnya Arpanet yaitu suatu proyek eksperimen dari DARPA (*Departemen of Defense Advanced Research Project Agency*) yaitu suatu Kementerian Pertahanan di Amerika Serikat. Misi awalnya sederhana, yaitu mencoba menggali teknologi jaringan yang dapat menghubungkan para peneliti dengan berbagai sumber data yang jauh, seperti komputer dan pangkalan data yang besar.

Keberhasilan Arpanet membantu membudidayakan sejumlah jaringan lainnya, yang kemudian menjadi saling berhubungan. Dua puluh lima tahun kemudian yaitu tahun 1994, sistem ini berevolusi menjadi suatu “organisme” yang semakin luas perkembangannya mencakup puluhan juta orang dan ribuan jaringan (lihat Laquey, 1997:2, serta Reddick dan King, 1996:109).

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia dalam jurnal *Profil Pengguna Internet Indonesia 2014* (2015:10), Pemerintah Indonesia mulai mengembangkan internet pada awal tahun 1980an di universitas-universitas negeri Indonesia. Internet menjadi populer sejak runtuhnya rezim Soeharto di tahun 1998. Pada waktu tersebut, internet menjadi alat yang digunakan para mahasiswa untuk melakukan pergerakan politik sehingga masyarakat Indonesia mulai mengenal aktivitas berbasis Internet. Namun, dalam kurun waktu kurang dari 10 tahun, internet mulai dikenal masyarakat luas tetapi juga mahasiswa.

Kepopuleran internet membuat banyak instansi mempertimbangkan menggunakannya sebagai strategi dalam komunikasi PR. Inovasi yang

dikeluarkan internet dapat dianggap mempermudah dalam berkomunikasi kepada masyarakat karena mudah, cepat, dan murah apalagi dibandingkan dengan media konvensional yang terdiri dari radio, televisi dan surat kabar yang memakai biaya yang cukup banyak, cukup rumit dalam prosesnya, dan cukup lama menunggu terbitannya tentunya membuat kehadiran internet ini akan membuat aktivitas *Public Relations* akan terus berkembang dan bervariasi. Kegiatan *Public Relations* beralih kepada jalur digital atau lebih bisa disebut *Cyber Public Relations*.

Lembaga Pemerintah sebagai salah satu alat penyelenggara mempunyai tugas dalam memberikan pelayanan kepada publik. Informasi adalah salah satu hal yang sangat diperlukan oleh masyarakat oleh karena itu lembaga pemerintah mempunyai kewajiban dalam menjalankan tugasnya salah satunya pelayanan informasi. Pelayanan informasi ini termasuk salah satu hak masyarakat agar dapat mengakses serta mendapatkan informasi mengenai program, hasil, dan produk oleh Pemerintah. Dalam hal ini juga didukung oleh Undang-Undang Nomor 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP) yang mengatur hak warga negara dalam pemenuhan kebutuhan akan informasi. Setiap orang mempunyai kesempatan yang sama dalam mendapatkan hak tersebut, terkecuali beberapa informasi yang bersifat rahasia dan terbatas sebagai bentuk perlindungan terhadap kepentingan yang lebih besar.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah nomor 61 tahun 2010 definisi Informasi Publik adalah Informasi Publik adalah informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan/atau diterima oleh suatu Badan Publik yang berkaitan dengan penyelenggara dan penyelenggaraan negara dan/atau penyelenggara dan penyelenggaraan Badan Publik lainnya sesuai dengan Undang-Undang tentang Keterbukaan Informasi Publik serta informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan publik.

*Cyber Public Relations* (Hidayat, 2014:93) adalah inisiatif sebagai cara atau strategi kerja akademisi dan praktisi PR dengan menggunakan media internet sebagai sarana publisitasnya. Kehadiran *Cyber Public Relations* merupakan strategi baru bagi profesi PR dalam menjalankan perannya. Peran ini dapat berupa

mengelola dan menjalankan serta membangun hubungan dan mempertahankan citra dan reputasi perusahaan atau instansi.

Betty dalam bukunya *Humas Pemerintah* (2012:63-64) hubungan yang diharapkan melalui pendekatan ini bukan hubungan yang bersifat massa seperti hubungan yang diciptakan oleh iklan, melainkan hubungan yang lebih bersifat pribadi, *one-to-one*. Pendekatan *one-to-one* merupakan pendekatan yang paling efektif saat ini karena kondisi masyarakat yang sudah jenuh dengan pendekatan yang bersifat massa. *Cyber PR* atau *E-PR* adalah penerapan ICT (*Information and Communication Technologies*) yang digunakan untuk keperluan tugas kehumasan. Fokus utama *Cyber PR* atau *E-PR* adalah membidik media online dan mengadakan kerja sama dengan mereka untuk menyampaikan pesan humas.

Banyaknya kegiatan PR dalam membangun citra melalui konferensi pers, media tour dan lainnya merupakan hal yang lazim namun kegiatan menggunakan *Cyber PR* yang masih cukup baru dalam dunia cukup menarik untuk diteliti. Itu dikarenakan masyarakat cenderung tertarik terhadap apa yang lebih “populer” di masyarakat saat ini yang dimana masyarakat saat ini cenderung tidak dapat lepas dari kegiatan yang menggunakan internet. Strategi penggunaan *Cyber Public Relations* dalam profesi PR adalah salah satu bentuk komunikasi yang digunakan PR yang dimana PR dituntut untuk bekerja secara praktis, cepat dan dinamis sehingga di era digital saat ini, penggunaan internet diharapkan dapat lebih direspon oleh masyarakat.

Menurut Ardianto dalam bukunya *Handbook of Public Relation* (2013:239) di dunia pemerintahan, PR bertugas menjalankan kegiatan kebijakan publik dan pelayanan publik. Salah satu kegiatan PR dalam menjalankan kebijakan publik adalah memberikan informasi tentang kebijakan pemerintahan yang mengikat rakyat atau masyarakat. Sedangkan untuk pelayanan publik adalah memberikan pelayanan terbaik, dengan birokrasi yang tidak berbelit-belit untuk memberikan kepuasan kepada rakyat atau masyarakat sehingga dunia pemerintahan memperoleh citra positif dari rakyat atau publik.

Esensi tujuan PR di dunia pemerintahan, seperti halnya PR di dunia bisnis adalah membuat berbagai program pemerintah yang dapat membentuk,



meningkatkan, dan memelihara citra positif dan reputasi yang baik agar dapat memperoleh opini publik yang menguntungkan, serta dukungan dan simpati rakyat atau publik.

Hal itu menjadi pertimbangan Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) Perwakilan Provinsi Sumatera Selatan dimana institusi ini adalah mempunyai misi Mewujudkan Pembangunan Berwawasan Kependudukan dan Mewujudkan Norma Keluarga Kecil Bahagia Sejahtera (NKKBS). Demi mencapai misi ini, Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional Perwakilan Provinsi Sumatera Selatan tentunya memerlukan pendekatan secara persuasif kepada masyarakat dan secara terus menerus demi membangun kepercayaan terhadap masyarakat.

Dalam mencapai misi tentunya diperlukan berbagai hal misalnya saja dari Sumber Daya Manusianya, yaitu dari kedua pihak yang dimana lembaga itu sendiri (BKKBN) sebagai penyedia informasi dan yang berkewenangan soal pelayanan informasi serta adanya pemohon informasi yang dapat menggunakan informasi secara bijak. Selain itu, sebagai penghubung kedua hal itu diperlukan yang namanya media yang dapat diperoleh dan dijangkau secara mudah, murah, cepat, tepat waktu, dan sederhana.

Hal ini juga tidak lain berdasarkan UU No 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Pasal 2 ayat 3 yang dimana berbunyi “ Setiap Informasi Publik harus dapat diperoleh setiap Pemohon Informasi Publik dengan cepat dan tepat waktu, biaya ringan, dan cara sederhana. Internet adalah salah satu jawabannya. Penggunaan internet yang sudah disebutkan tadi bahwa saat ini menjadi salah satu akses yang paling sering digunakan oleh masyarakat karena mudah, cepat, dan murah. Oleh karena itu penggunaannya sangat dimanfaatkan. internet sebagai salah satu jenis fasilitas yang cukup sering digunakan oleh masyarakat karena dapat memuat berbagai konten baik dari gambar, tulisan, audio, video, sehingga sangat mendukung dalam penyebaran informasi.

Penyebaran informasi melalui internet sebagai alat yang dapat menjangkau publik disebutkan didalam Peraturan Komisi Informasi Pusat nomor 1 tahun 2010 tentang Standar Informasi Publik, pada pasal 20 ayat 2 yang

berbunyi “badan publik negara wajib mengumumkan informasi yang wajib disediakan dan diumumkan secara berkala sebagaimana dimaksud dalam pasal 11 sekurang-kurangnya melalui situs resmi (website).

Betty dalam bukunya *Humas Pemerintah* (2012:106) mengungkapkan sesuai amanat UU No. 14 tahun 2008, upaya untuk segera menunjuk Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) sebagai langkah pertama. Hal ini karena informasi tidak akan dapat disebarluaskan atau dirahasiakan dengan baik jika belum ada pejabat/tenaga ahli yang memiliki kemampuan dalam hal penyimpanan, pendokumentasian, penyediaan, dan atau pelayanan informasi. Karena itu, badan publik harus mempersiapkan dan merekrut PPID yang kompeten dibidangnya dalam menjalankan aktifitas pengelolaan dan pelayanan informasi kepada publik.

Meskipun bekerja dibidang yang sama dengan, PPID dan pejabat kehumasan memiliki tugas yang berbeda. Perbedaan yang pokok adalah pejabat kehumasan merupakan juru bicara bagi instansinya sedangkan PPID bertanggungjawab atas pengelolaan informasi dan dokumentasi sesuai dengan klasifikasi jenis-jenis informasi. Selain itu, pejabat kehumasan adalah kepala unit kerja yang melaksanakan urusan wajib bidang komunikasi dan informasi serta tugas-tugas kehumasan. Sementara, PPID melekat pada pejabat struktural yang membidangi tugas dan fungsi pelayanan informasi. Dengan kata lain, PPID tidak harus kepala unit kerja yang melaksanakan urusan wajib bidang komunikasi dan informasi. Oleh karena itu, PPID dan pejabat kehumasan memperkuat pelaksanaan tugas dan kewajiban masing-masing dalam rangka membangun citra positif pemerintah.

Dalam hal ini juga diterapkan oleh BKKBN Perwakilan Provinsi Sumatera Selatan. Berdasarkan Keputusan Kepala Perwakilan BKKBN Provinsi Sumatera Selatan Nomor:1168/KT.005/J5/2012 tentang Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Perwakilan BKKBN Provinsi Sumatera Selatan pada pasal pertama menjelaskan Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) bertanggungjawab dibidang penyimpanan, pendokumentasian, penyediaan, dan/atau pelayanan informasi di BKKBN. Dalam

Keputusan Kepala Perwakilan BKKBN ini juga menetapkan Kepala Bidang Advokasi, Penggerakan dan Informasi sebagai atasan PPID, Kasubbid Data dan Informasi sebagai ketua, Kasubbag Umum dan Humas sebagai wakil ketua, dan Kasubbag Kepegawaian dan Hukum sebagai sekretaris.

Artikel, berita, ataupun kegiatan (dapat berupa foto maupun video) serta *link* dari berita online yang dimuat dan dirilis melalui oleh BKKBN Perwakilan Provinsi Sumatera Selatan tentunya harus mengandung hal yang informatif, edukatif dan persuasif dalam menulis pesannya agar pesan yang disampaikan dapat diterima sehingga membangun citra yang baik oleh masyarakat.

Onggo dalam bukunya *Cyber Public Relations* (2004) yang menegaskan strategi PR online atau PR digital atau juga *Cyber PR* adalah membidik situs berita dan komunitas online yang berorientasi khusus. PR dapat menyampaikan siaran pers, artikel, foto, suara, dan atau video ke situs yang berhubungan dengan *core business* organisasi. Menurut Onggo, adapun aktivitas yang digunakan PR dalam pemanfaatan *Cyber PR* antara lain ialah *e-mail*, *e-zine* (majalah atau berita online), *blogs*, *twitter* dan *microblogging*, *facebook*, *youtube* dan *wire service* (situs perusahaan atau *web* perusahaan).

Sasaran utama dalam kegiatan *cyber public relation* yaitu Pasangan Usia Subur (PUS) yang termasuk dalam kisaran umur remaja. Itu dikarenakan media internet lebih dekat pendekatannya terhadap remaja yang aktifitasnya lebih sering di jejaring internet sehingga kegiatan *cyber public relations* lebih memfokuskan terhadap remaja.

**Tabel 1**

**Status PUS dan Kesertaan Ber-KB anggota Bina Keluarga Remaja (BKR) bulan Oktober 2018**

NO	KABUPATEN/KOTA	JML. KELUARGA ANGGOTA BKR	ANGGOTA BKR DARI SELURUH TAHAPAN KS				ANGGOTA BKR DARI SELURUH TAHAPAN KPS DAN KS I			
			BERSTATUS PUS	%	PUS BER-KB	%	BERSTATUS PUS	%	PUS BER-KB	%
(1)	(2)	(3)	(4)	(5=4/3*100)	(6)	(7=6/4*100)	(8)	(9=8/3*100)	(10)	(11=10/8*100)
1601	Ogan Komering Ulu	3399	2536	74.61%	493	19.44%	914	26.89%	309	33.81%

160 2	Ogan Komering Ilir	6265	4784	76.36%	3316	69.31%	3406	54.37%	2458	72.17%
160 3	Muara Enim	15375	9923	64.54%	6921	69.75%	6654	43.28%	4780	71.84%
160 4	Lahat	5521	3915	70.91%	3137	80.13%	2297	41.60%	1761	76.67%
160 5	Musi Rawas	6099	5077	83.24%	3166	62.36%	1952	32.01%	1527	78.23%
160 6	Musi Banyuasin	4748	3775	79.51%	3489	92.42%	1535	32.33%	1387	90.36%
160 7	Banyuasin	3191	1960	61.42%	1461	74.54%	1505	47.16%	1145	76.08%
160 8	Ogan Komering Ulu Timur	9303	8004	86.04%	6803	85.00%	2213	23.79%	1729	78.13%
160 9	Ogan Komering Ulu Selatan	2098	1521	72.50%	1020	67.06%	853	40.66%	552	64.71%
161 0	Ogan Ilir	6944	4444	64.00%	3234	72.77%	2787	40.14%	2246	80.59%
161 1	Empat Lawang	1871	1266	67.66%	1051	83.02%	619	33.08%	581	93.86%
161 2	Penukal Abab Lematang Ilir	4025	3448	85.66%	3146	91.24%	1536	38.16%	1380	89.84%
161 3	Musi Rawas Utara	1530	1352	88.37%	1220	90.24%	780	50.98%	572	73.33%
167 1	Kota Palembang	6303	3878	61.53%	2771	71.45%	2534	40.20%	1715	67.68%
167 2	Kota Pagar Alam	931	734	78.84%	544	74.11%	367	39.42%	67	18.26%
167 3	Kota Lubuk Linggau	2577	1945	75.48%	1660	85.35%	791	30.69%	712	90.01%
167 4	Kota Prabumulih	1909	1526	79.94%	1090	71.43%	556	29.13%	430	77.34%
JUMLAH		82089	60088	73.20%	4452 2	74.09%	31299	38.13%	2335 1	74.61%

Sumber : [www.bkkbn.go.id](http://www.bkkbn.go.id) diakses pada 15 November 2018

Tabel 1 menunjukkan 82.089 jumlah anggota Bina Keluarga Remaja (BKR) di Sumatera Selatan. Dalam tahapan Keluarga Sejahtera (KS) Muara Enim menunjukkan sebagai yang memiliki Pasangan Usia Subur (PUS) yang paling banyak yaitu 9923 dari jumlah anggota BKR yaitu 15375 sedangkan untuk yang paling sedikit yaitu Pagar Alam yaitu 734 dari jumlah anggota BKR sebanyak 931 tetapi berbanding terbalik PUS ber- KB paling sedikit bukanlah Pagar Alam namun OKU dengan jumlah PUS ber- KB yaitu 493 dari yang berstatus PUS 2536 dengan anggota BKR ialah 3399 orang.

Tujuan utama dalam keluarga berencana adalah keluarga sejahtera. Keluarga Sejahtera (BKKBN,1994:5) adalah Keluarga yang dibentuk berdasarkan perkawinan yang sah, mampu memenuhi kebutuhan hidup spiritual dan materi yang layak, bertaqwa kepada Tuhan Yang /maha Esa, memiliki hubungan yang selaras, serasi, dan seimbang antar anggota dan antar keluarga dengan masyarakat dan lingkungan.

### Gambar 1

#### Contoh gambaran keluarga sejahtera menurut BKKBN



Sumber : [www.bkkbn.go.id](http://www.bkkbn.go.id) diakses pada 27 November 2018

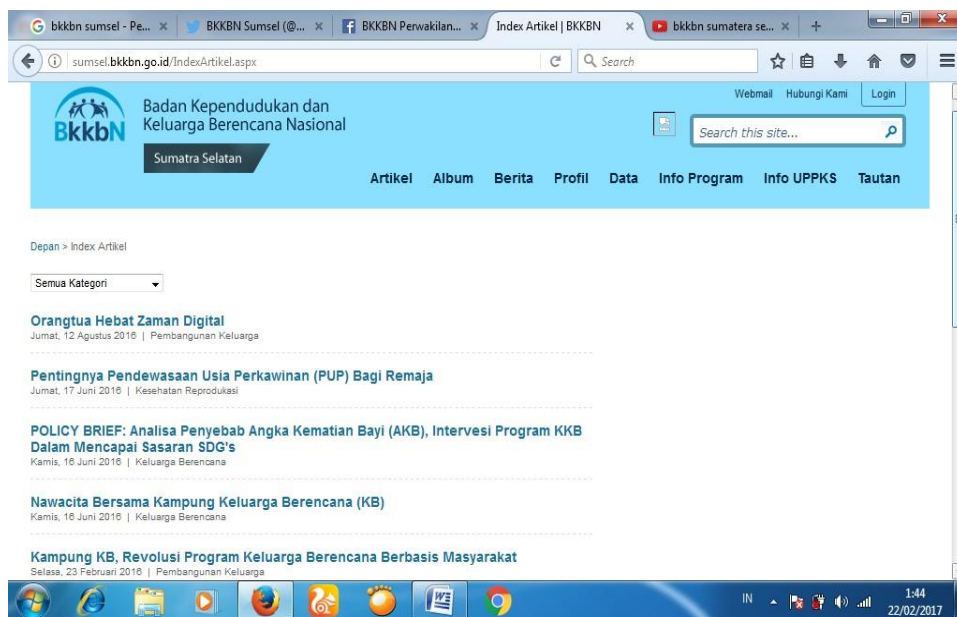
Gambar 1 tersebut merupakan salah satu contoh gambaran keluarga sejahtera yang diharapkan oleh BKKBN. Didalam gambaran tersebut keluarga cukup memiliki dua anak saja. Itu dikarenakan paa zaman sekaran tuntutan keluarga semakin meningkat tidak hanya dalam sandang, pangan, papan dan pendidikan tetapi juga rekreasi, hiburan, dan transportasi. Untuk memenuhi semua kebutuhan itu semua dapat memungkinkan jika jumlah anggota semakin kecil.

Dari aktivitas yang dijalankan PR melalui *Cyber PR* masih memiliki beberapa hal yang kurang diperhatikan oleh PR BKKBN Perwakilan Provinsi Sumatera Selatan dalam pemanfaatan dan fungsinya di dalam *Cyber Public Relations*. Misalnya saja kurangnya pemberian informasi atau berita dari kegiatan terbaru dalam media yang digunakan oleh BKKBN Perwakilan Provinsi Sumatera Selatan secara rutin.

BKKBN kurang memberikan informasi dan berita terkini tentang kegiatan atau program secara rutin untuk melakukan pendekatan terhadap masyarakat. Di twitter resmi tersebut (@bkkbnsumsel) kicauan terakhir di posting adalah tanggal 9 Mei 2016. Begitu juga halnya dengan situs website resmi (sumsel.bkkbn.go.id) BKKBN Perwakilan Proinsi Sumatera Selatan yang postingan artikel terakhirnya adalah 25 Agustus 2017 sedangkan postingan berita terakhir adalah 25 Januari 2017.

## Gambar 2

### Tampilan situs website resmi BKKBN Perwakilan Provinsi Sumatera Selatan



Sumber : [www.sumsel.bkkbn.go.id](http://www.sumsel.bkkbn.go.id) pada tanggal 15 Maret 2018

Gambar 2 tersebut merupakan salah satu contoh BKKBN melakukan kegiatan memberikan informasi melalui situs resmi yaitu [www.sumsel.bkkbn.go.id](http://www.sumsel.bkkbn.go.id) melalui artikel, berita dan data yang seharusnya di berikan secara rutin tapi BKKBN tampaknya kurang memanfaatkan media yang seharusnya dapat memberikan informasi secara cepat seperti situs website resmi BKKBN Perwakilan Proinsi Sumatera Selatan yang postingan artikel terakhirnya adalah 25 Agustus 2017 sedangkan postingan berita terakhir adalah 25 Januari 2017. Kehadiran *Cyber Public relatios* diharapkan adanya komunikasi yang interaktif dan dua arah yang dimana adanya proses komunikasi antara pelaksana

dan pengguna. Begitu juga halnya yang harus dilakukan oleh pihak BKKBN Perwakilan Provinsi Sumatera Selatan.

Salah satu contoh pihak BKKBN Perwakilan Provinsi Sumatera Selatan kurang memanfaatkannya dalam pendekatan lebih kepada masyarakat. yaitu dalam facebook resmi BKKBN Perwakilan Provinsi Sumatera Selatan yang dimana ada salah satu akun yang bertanya namun hingga saat ini belum ada respon dari pihak terkait padahal telah ditanyakan pada satu (1) tahun yang lalu.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang tersebut, akan diteliti bagaimana peranan Cyber Public Relations BKKBN Perwakilan Provinsi Sumatera Selatan dalam membangun citra yang di mana konteks utama dari penelitian ini adalah bagaimana PR BKKBN Perwakilan Provinsi Sumatera Selatan melakukan penyampaian informasi melalui media online yang terangkum dalam peranan Cyber Public Relations agar dapat membangun citra di masyarakat.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Bagaimana Peranan hubungan masyarakat dalam penggunaan *Cyber Public Relations* untuk membangun citra Perwakilan Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional Provinsi Sumatera Selatan ?

## **1.3. Tujuan**

Untuk mengetahui Peranan hubungan masyarakat dalam penggunaan *Cyber Public Relations* untuk membangun citra Perwakilan Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional Provinsi Sumatera Selatan

## **1.4. Manfaat**

### 1. Manfaat teoritis

- a. Dalam bidang akademis, untuk referensi dan gambaran bagi peneliti berikutnya dengan peranan hubungan masyarakat dalam penggunaan *Cyber Public Relations* dalam membangun citra kepada publik didalam perkembangan cara berkomunikasi di masa yang mendatang
- b. Bagi Instansi, untuk menambah literatur penelitian tentang peranan yang diterapkan oleh instansi melalui *Cyber Public Relations* dalam membangun citra

## 2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan gambaran dan informasi kepada Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) Perwakilan Provinsi Sumatera Selatan agar dapat lebih memaksimalkan penggunaan cyber public relations dalam membangun citra di masyarakat.
- b. Memberikan informasi kepada publik, terutama masyarakat Sumatera Selatan dalam memanfaatkan fasilitas yang disediakan agar dapat mewujudkan misi dari kepada Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) Perwakilan Provinsi Sumatera Selatan yaitu Mewujudkan Pembangunan Berwawasan Kependudukan dan Mewujudkan Norma Keluarga Kecil Bahagia Sejahtera (NKKBS).



## Daftar Pustaka

### Buku

- Amirullah. 2015. *Manajemen Strategi: Teori Konsep Kinerja*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Handbook of Public Relation*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro. 2013. *Handbook of Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Darmastuti, Rini. 2007. *Etika PR&E-PR*. Yogyakarta: Gava Media.
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Human Relations & Public Relations*. Bandung: Mandar Maju
- Hidayat, Dasrun. 2014. *Media Public Relations; Pendekatan Studi Kasus Cyber Public Relations Sebagai Metode Kerja PR Digital*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jefkins, Frank. 2004. *Public Relation*. Jakarta: Airlangga, Edisi Kelima
- Kusumawati, Frida. 2009. *Crisis Public Relations*. Jakarta : PT. Ghalia Indonesia
- Onggo, Bob Julius. 2004. *Cyber Public Relations*. Jakarta:Elex Media Komputindo
- Ruslan, Rosady. 2012. *Etika Kehumasan Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Perkasa
- Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations&Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sari, Betty Wahyu Nilla. 2012. *Humas Pemerintah*.Yogyakarta: Graha Ilmu
- Soemirat, Soleh, & Ardianto, Elvinaro. 2012. *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung: Rosdakarya
- Soerjono Soekanto. 2009. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta:Rajawali Pers

### Internet

- DIPA BKKBN. 2018. *Informasi dan Kinerja Anggaran Program*. Dari <http://aplikasi.bkkbn.go.id/>Diakses pada 15 Maret 2018
- Diyana Yusup.2016. *Penggunaan Cyber Public Relations Facebook Fanpage PT Pindad (Persero) Kota Bandung (Studi Deskriptif Penggunaan Cyber*

*Public Relations Facebook Fanpage PT Pindad (Persero) Dalam Menjaga Citra Perusahaan* di [http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/725/jbptunikompp-gdl-diyananyus-36248-7-unikom\\_4-1.pdf](http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/725/jbptunikompp-gdl-diyananyus-36248-7-unikom_4-1.pdf) diakses pada 14 November 2018 Pukul 14.25 WIB

Esty Cahya Ningsih. 2015. *Peran Humas Dalam Rangka Membangun Citra Dan Mempromosikan SMK PGRI 1 Sentolo Kulon Progo* di <http://eprints.uny.ac.id/28386/1/SKRIPSI%20%28ESTY%20CAHYANIN%20GSIH%2011402241007%29..pdf> diakses pada Jumat, 08 Desember 2017 pukul 1.20 WIB

Helwa Septi Tricahyani. 2016. *Peran Humas bkkbn Provinsi Sumatera Selatan dalam mensosialisasikan Program Kependudukan Keluarga Berencana dan Pembangunan Keluarga Berbasis Keluarga* di <http://eprints.radenfatah.ac.id/1076/1/Helwa%20Septi%20Tricahyani%20%2812510029%29.pdf> diakses pada Jumat, 08 Desember 2017 pukul 1.35 WIB

Laporan Pengendalian Lapangan. 2018. *Status PUS Dan Kesertaan Ber-KB Anggota Bina Keluarga Remaja (BKR)* Dari <http://aplikasi.bkkbn.go.id/>. Diakses pada 20 September 2018