

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

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

Melvin I. Urofsky (dalam USIS, 2001:4) pada intinya mengemukakan, pemerintah seharusnya sebisa mungkin, bersikap terbuka, yang artinya gagasan dan keputusannya harus terbuka bagi pengujian publik secara seksama. Sudah barang tentu tidak semua langkah pemerintah harus dipublikasikan, namun penduduk punya hak untuk mengetahui bagaimana jalannya pemerintah yang dibiayai oleh uang negara.

Bagi masyarakat, UU KIP merupakan bentuk pengakuan hak masyarakat atas informasi dan bagaimana hak tersebut harus dipenuhi dan dilindungi oleh negara. Sedangkan bagi pemerintah maupun badan publik lainnya, UU KIP merupakan pedoman hukum untuk memenuhi dan melindungi hak atas informasi masyarakat. Pedoman hukum tersebut untuk menghindari terjadinya pelanggaran hak masyarakat atas informasi sekaligus jaminan agar keterbukaan tidak merugikan kepentingan setiap orang dan kepentingan negara yang dilindungi oleh hukum.

Dengan berlakunya UU No.14 Tahun 2008 ini, terdapat banyak konsekuensi yang harus ditanggung bersama baik oleh penyelenggara negara maupun masyarakat. Implikasi

dari berlakunya UU ini adalah adanya tuntutan kesiapan bagi penyelenggara pemerintahan dalam penyediaan informasi publik beserta media yang dapat dipergunakan masyarakat untuk mengakses informasi tersebut sebagai bentuk pemenuhan pelayanan kepada masyarakat sebagai pemohon informasi. Pemerintah pusat maupun pemerintah daerah di seluruh Indonesia didorong untuk mewujudkan keterbukaan informasi publik disetiap implementasi kebijakan. Berbagai upaya yang ditempuh untuk memenuhi tuntutan tata kelola pemerintahan yang baik (*Good Governance*) yang mensyaratkan adanya akuntabilitas, transparansi dan partisipasi masyarakat untuk mewujudkan reformasi birokrasi (*open government*).

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

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

Dalam PERKI tersebut dengan jelas menyatakan bahwa media situs (*website*) merupakan salah satu media penyedia layanan informasi yang wajib dimiliki oleh setiap Badan Publik Negara. Hal ini berarti bahwa pengembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dan penggunaan Internet sebagai kanal bagi setiap situs (*website*) untuk

saling bertukar data dan informasi menjadi sangat penting dalam rangka mendukung penyebaran informasi yang cepat, tepat waktu, murah dan sederhana.

Namun demikian, data pemanfaatan internet dalam pemerintahan di Indonesia menunjukkan bahwa belum semua pemerintah daerah memanfaatkan internet sebagai media komunikasi. Berdasarkan data, dari 470 pemerintah daerah baik tingkat provinsi, kotamadya maupun kabupaten, hanya 224 pemerintah daerah (48%) yang memiliki situs web sebagai tahap pertama pembangunan e-government. Dari 224 situs web tersebut, 201 diantaranya dapat dibuka (aktif), sedangkan sisanya tidak dapat dibuka (*under construction/ suspended / page not found*).

Tabel 1

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

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

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

- a. 80% - 100%: DKI Jakarta, DI Yogyakarta, Jawa Timur, dan Bali
- b. 60% - 79%: Lampung, Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Kalimantan Timur
- c. 40% - 59%: Sumatera Barat, Riau, Banten, dan Sulawesi Utara
- d. 20% - 39%: Sumatera Utara, Sumatera Selatan, Kalimantan Barat, Kalimantan Selatan, Nusa Tenggara Timur, Nusa Tenggara Barat, Gorontalo, dan Sulawesi Selatan

- e. 1% - 19%: Nanggro Aceh Darussalam, Jambi, Bengkulu, KalimantanTengah, Sulawesi Tengah, Sulawesi Tenggara, Papua, dan Maluku Utara.
- f. 0%: Bangka Belitung, dan Maluku.

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

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

Kabupaten Sleman merupakan salah satu pemerintah daerah di DI.Yogyakarta yang selaluberupaya untuk meningkatkan tingkat adopsi pelaksanaan UU KIP di ranah birokrasi. Melaluipemanfaatan dan penerapan teknologi informasi dan komunikasi di setiap

bidang pelayanan publik dalam rangka implementasi pelaksanaan UU KIP, Pemerintah Kabupaten Sleman mampu memberikan pelayanan yang prima bagi masyarakat melalui media Internet. Internet merupakan salah satu media yang dipercaya mampu merangkul masyarakat luas dalam satu waktu secara bersamaan. Internet, sebagai representasi dari teknologi informasi masa kini, telah menunjang efektifitas dan efisiensi operasional perusahaan, terutama peranannya sebagai sarana komunikasi serta sarana untuk mendapatkan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh sebuah usaha dan bentuk badan usaha atau lembaga lainnya. (Andi, 2003:17-18).

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

Berkaitan dengan penjabaran di atas, studi ini akan mempelajari tentang berbagai upaya yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Sleman dalam melakukan manajemen penanggulangan tanggapan dan keluhan masyarakat, yang dalam hal ini dilakukan oleh Bagian Humas Sekretariat Daerah, sebagai salah satu perwujudan UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

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

Hal lain yang menjadi pertimbangan adalah karena Pemkab Sleman menjadi pelopor pembuatan sub domain Pengelolaan Pelayanan Informasi dan Dokumentasi (PPID) di DI Yogyakarta mulai bulan September 2012 yang dapat diakses melalui alamat www.ppid.slemankab.go.id. Sub domain ini dibuat untuk memudahkan masyarakat mendapatkan data-data tentang kinerja Pemkab termasuk data-data keuangan. Masyarakat dapat langsung mengunduh informasi yang diperlukan, bahkan untuk informasi-informasi yang dikecualikan, masyarakat juga dapat mengajukan permintaan informasi hanya dengan mengisi blanko permintaan informasi yang disediakan. Melalui subdomain ini pula, masyarakat dapat menyampaikan berbagai pertanyaan, tanggapan atau bahkan keluhan melalui layanan “Kontak Kami” untuk ditanggapi langsung oleh admin yang berwenang.

Contoh penerapan UU KIP dapat dilihat dari beberapa usaha yang dilakukan diantaranya adalah adanya multi canal akses yang memudahkan masyarakat melakukan komunikasi dua arah dengan birokrasi pemerintahan daerah Kabupaten Sleman. Multi kanal

akses terdiri dari website www.slemankab.go.id, *sms gateway*, surat warga online, serta portal keluhan-saran. Selain itu, Bagian Humas Setda Sleman juga memfasilitasi keluhan dan tanggapan masyarakat yang disampaikan melalui media massa baik cetak maupun elektronik seperti misalnya surat warga, interview langsung dengan pimpinan daerah melalui siaran Bupati menyapa di RRI yang disiarkan setiap Rabu, serta Dialog Sembada di TVRI Jogja setiap bulannya.

Setiap tanggapan dan keluhan yang masuk melalui berbagai media di atas baik yang berupa keluhan, tanggapan maupun pertanyaan dari warga akan difasilitasi Bagian Humas untuk dikoordinasikan dengan SKPD terkait yang berwenang menjawab tanggapan atau pertanyaan warga tersebut. Hal ini dilakukan melalui kegiatan monitoring media yang dilakukan setiap harinya. Hingga bulan Agustus 2012 tercatat sejumlah 17.104 tanggapan dan keluhan yang masuk dan ditangani oleh Bagian Humas Setda Sleman. Berikut merupakan rata-rata tanggapan dan keluhan yang masuk melalui berbagai media tanggapan yang dikelola Bagian Humas Setda Kabupaten Sleman selama Januari hingga Agustus 2012 :

Tabel 1

Rata-rata Tanggapan dan Keluhan yang Ditanggapi

Bagian Humas Setda Sleman tahun 2012

No	Bulan	Surat Warga www.slemankab.go.id	Pemberitaan media	Portal keluhan- saran	SMS warga
1.	Januari	111	45	-	-
2.	Februari	88	47	5	-
3.	Maret	103	44	6	-
4.	April	95	46	5	1
5.	Mei	118	38	2	-
6.	Juni	98	40	2	-
7.	Juli	91	47	2	3
8.	Agustus	69	25	3	-
	Total	773	332	25	4

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

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

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

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

- a. Portal web *www.slemankab.go.id* berisi tentang data/informasi mengenai Kabupaten Sleman diantaranya adalah berita-berita seputar Sleman, informasi pariwisata, informasi perizinan, informasi pengadaan barang dan jasa, informasi prosedur administrasi kependudukan, informasi subdomain SKPD dan instansi

vertikal, serta forum interaktif dengan warga yang berupa forum surat warga. Dalam forum ini, masyarakat dapat mengirim berbagai informasi, pendapat, usulan, pertanyaan, keluhan dan lain-lain yang akan ditanggapi langsung oleh admin dari tim internet Kabupaten Sleman.

- b. Layanan SMS – 2740 Sistem layanan keluhan masyarakat berbasis SMS. Masyarakat bisa menyampaikan keluhan ke Pemkab Sleman dengan mengirimkan SMS ke nomor 2740. Masyarakat juga bisa mengakses informasi seputar hotel, *event* wisata, dan lain-lain dengan mengirim SMS ke nomor 2740.
- c. Sebagai salah satu bentuk pelayanan pengelolaan dokumentasi informasi, Pemkab Sleman hingga saat penelitian ini dilakukan tidak mengalami sengketa informasi seperti yang terjadi di pemerintah daerah lain di DI.Yogyakarta. Sengketa informasi publik adalah sengketa yang terjadi antara Badan Publik dan Pengguna Informasi Publik yang berkaitan dengan hak memperoleh dan menggunakan informasi berdasarkan perundang-undangan. Dengan demikian, dapat dilihat bahwa pengelolaan tanggapan dan keluhan di Sleman cukup baik dibanding pemerintah daerah lain.
- d. Sistem Administrasi Kependudukan (SAK) Sistem Administrasi Kependudukan adalah suatu sistem informasi untuk pengolahan data kependudukan dan pencetakan KTP, Kartu Keluarga, Kartu Identitas Penduduk Sementara. Sistem ini menggunakan *database* terdistribusi, *database* terletak di masing-masing kecamatan. Sinkronisasi data penduduk ke server-server di Dinas Penduduk dan Catatan Sipil dilakukan baik melalui jalur intranet maupun dengan metode *backup restore* dengan *USB Disk*.
- e. Website www.slemankan.go.id telah memiliki SOP mengenai permintaan informasi dan penanganan yang murah, cepat dan mudah, serta menyediakan meja

informasi (*help desk*) dan layanan interaktif *chatting* dengan operator secara *real time*.

- f. Sebagai media kehumasan, *website www.slemankab.go.id* juga telah meraih penghargaan website pemerintah kabupaten terbaik kategori media kehumasan dari Bakohumas pada tahun 2012.

B. RUMUSAN MASALAH

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

1. Bagaimana upaya transparansi informasi publik yang dilakukan Pemkab Sleman sebagai upaya optimalisasi pelaksanaa UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik?
2. Bagaimana media website Pemkab Sleman dapat mewedahi kebutuhan masyarakat dalam menyampaikan tanggapan dan keluhan kepada pemerintah?

C. TUJUAN PENELITIAN

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

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat teoritis

Diharapkan dapat memberikan kontribusi pada kajian kehumasan khususnya bagi

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

2. Manfaat praktis

Dapat memberikan masukan, khususnya tentang optimalisasi serta pemanfaatan website sebagai media pendukung humas pemerintah. Sehingga ke depannya dapat memberikan masukan bagi institusi tentang pengelolaan tanggapan dan keluhan guna membentuk citra positif di mata publik.

E. KERANGKA TEORI

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

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

1. Media Baru

Menurut Lister dkk (2009:13), di dalam bukunya *New Media A Critical Introduction*, melihat media baru sebagai berikut:

New media actually refers to a wide reange of changes in media production, distribution and use. These are more than technological changes, they are also textual, conventional and cultural.

Media baru sebenarnya merujuk pada perubahan besar pada produksi, distribusi dan penggunaan media. Perubahan ini tidak hanya pada sisi teknologi, konvensional dan kultural

1.1 Karakteristik Media Baru

Lister dkk (2009:13-35) juga menguraikan media baru ke dalam karakteristiknya. Menurut Lister dkk, karakteristik media baru akan mempertajam pengertian dari definisi media baru itu sendiri. Terdapat lima karakteristik yang harus diketahui.

1. Media baru bersifat digital.
2. Data yang ada dapat diperkecil sampai pada ukuran yang paling efisien dengan pengaksesan kecepatan yang tinggi.
3. Dapat dimanipulasi dan dirubah.
4. Media baru bersifat interaktif dimana terjadi interaksi dua arah yang bersifat aktif.
5. *Hypertext* merupakan karakteristik yang juga ada pada media baru. Teks pada sebuah media akan terhubung dengan *link* atau teks lain yang berada di luar aplikasinya.
6. Media baru bersifat virtual. Media baru akan mampu menjelaskan pengalaman besar di dalam sebuah lingkungan yang dibangun oleh grafik media itu sendiri dan video digital dimana para pengguna dapat berinteraksi satu sama lain dengan kesan nyata.
7. Media baru bersifat dipersal. Karakter ini membuat media baru berkembang dan menyediakan banyak bentuk sehingga target audiensnya menjadi

berbeda-beda atau terkelompokkan. Pada akhirnya media baru tidak lagi disebut media massa karena jenis berita, isi berita dan pesan berbeda-beda untuk diberikan kepada orang yang berbeda-beda pula.

1.2. Kelebihan dan Kekurangan Media Baru

Media baru merupakan media yang sedang diadaptasikan pada kehidupan dewasa ini. Dimana begitu banyak terdapat hal-hal baru yang dapat mempengaruhi keberlangsungan media itu sendiri. Akan terdapat banyak kekurangan maupun kelebihan yang dapat ditemukan dari media ini.

1.2.1. Kelebihan media baru

Media baru dapat diatur sesuai kebutuhan dan selera para konsumennya. Selain itu, media baru dapat mengelompokkan target konsumen dengan mudah dengan membuat kategori-kategori pada media online tersebut. Dengan media baru, produk lokal dalam negeri dapat dikenal melalui media *online* yang dapat diakses oleh siapapun dan dimanapun melalui dunia maya. Konsumen dapat mengakses media baru dengan sangat mudah melalui internet baik itu PC, notebook atau bahkan *handphone* yang sudah dilengkapi dengan layanan internet (Shuk Ying, 2006:41-50)

1.2.1. Kekurangan Media Baru

Media baru tidak menampilkan iklan dengan menyeluruh selayaknya media tradisional seperti majalah, televisi, *newsletter* dan lain-lain. Selain itu media cetak atau tradisional seperti koran memiliki analisa yang lebih tajam, dapat membuat orang benar-benar mengerti isi berita dengan analisa yang lebih mendalam dan dapat membuat orang berfikir lebih spesifik tentang isi tulisan. Media baru memiliki tantangan yang besar yaitu harus terus memperbaharui mengingat *feedback* yang datang pada media *online* juga sangat cepat dan

banyak. Email yang langsung masuk pada media online seringkali disinyalir berupa spam atau virus yang memungkinkan akan dapat mengacaukan sistem pada media online atau bahkan dapat membajak admin beserta *password* yang ada sehingga nantinya para pembajak dapat leluasa menggunakan *account* tersebut dan mengacaukan segalanya. Selain menjadi keuntungannya yang dapat diakses dimana-mana, akan tetapi juga menjadi kekurangan media *online* bahwa media ini hanya dapat diakses oleh mereka yang mempunyai koneksi internet. Lantas bagaimana dengan mereka yang berada di luar jangkauan internet atau mereka yang tidak tahu bagaimana cara menggunakan komputer, hal ini tentu menjadi segmentasi khusus orang-orang tertentu (Matthias, 2005:359-370).

2. Penerapan Media Baru dalam Pembentukan *Good Governance*

Pemerintah sebagai lembaga non profit merupakan organisasi yang bersasaran pokok untuk mendukung suatu isu atau perihal dalam menarik perhatian publik untuk suatu tujuan yang tidak komersial, tanpa ada perhatian terhadap hal-hal yang bersifat mencari laba (moneter). Dari definisi tersebut terlihat jelas bahwa perbedaan yang paling mencolok adalah organisasi non profit tidak bertujuan mencari keuntungan dalam menjalankan organisasinya. (Farid Hamid, 2011: 146).

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

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

Dari uraian tersebut dapat ditarik kesimpulan mengenai peran utama public relations yang pada intinya adalah sebagai berikut :

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

Seperti dinyatakan oleh DeFleur dan Dennis (1988:298) yang menyatakan bahwa PR dari perspektif komunikasi merupakan sebuah proses komunikasi dimana individu atau unit-unit masyarakat berupaya untuk menjalin relasi yang terorganisasi dengan berbagai kelompok atau publik untuk tujuan tertentu. Menilik fungsi PR dalam definisi tersebut maka pemerintah sebagai sebuah institusi memiliki tugas dan fungsi yang sama yaitu untuk

menjalin relasi yang baik dengan publiknya yang dalam hal ini merupakan publik eksternal yaitu masyarakat.

Menurut John D Millet dalam *Management in Public Service for Effective Performance* (Betty Wahyu Nila Sari, 2012: 74) memiliki beberapa tugas utama yakni :

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

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

Dilatarbelakangi hal tersebut, Pemerintah daerah perlu memberlakukan sebuah sistem yang memfasilitasi masyarakat untuk menyampaikan aspirasi, masukan, gagasan,

kritikan, keluhan dan tanggapan yang berlangsung *bottom up* dari masyarakat ke pemerintah. Keberadaan media baru sangat berperan penting dalam mewadahi komunikasi dua arah antara masyarakat ke pemerintah. Salah satu bentuk media baru yang dapat dipergunakan adalah melalui website resmi pemerintah.

Millet J.J. (dalam Arifin Abdurrahman, 1971:80) mengemukakan bahwa, “dalam menjalankan aktivitas penerangan dan sebagainya digunakan suatu sistem komunikasi yang cocok yakni tergantung pada (1) keadaan dari yang menerima komunikasi; (2) adanya alat-alat komunikasi mencukupkan.”

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

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

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

Dengan menggunakan internet sebagai media informasi dan komunikasi, pemerintah mampu mewujudkan karakteristik komunikasi di era demokrasi dan reformasi yaitu : (1) sisi munculnya tuntutan pemerintahan yang betul-betul memberikan pelayanan kepada masyarakat; (2) tuntutan keterbukaan dan transparansi terhadap semua level kebijakan. (Dr. Erliana Hasan,2005:118)Humas pemerintah sebagai pelaku komunikator sekaligus agen pembangunan melalui internet dapat mewujudkan transparansi dari kebijakan-kebijakan yang diterapkan. Disamping itu melalui sistem penanggulangan keluhan masyarakat, humas pemerintah juga mampu memberikan pelayanan prima kepada masyarakat.

3. Public Relations di Internet

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

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

Internet adalah salah satu media yang dapat dipergunakan dalam tugas kehumasan karena sifatnya yang interaktif. Melalui media online ini humas dapat memperluas publik dan

mempergunakannya untuk menyampaikan berbagai info mengenai institusi seperti press release, advertorial dll. Keberadaan internet memudahkan humas untuk menyampaikan pesannya tanpa mediator. Selain itu kelebihan lain e-PR adalah sebagai berikut:

- a. Jangkauan luas : dengan menggunakan internet memungkinkan hubungan yang lebih luas tanpa terhalang perbedaan letak geografis.
- b. Informasi dapat diakses 24 jam
- c. Interaktif : internet memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara komunikan dan komunikator sehingga terjalin komunikasi yang interaktif.
- d. Respon cepat : karena komunikasi yang terjalin adalah komunikasi yang interaktif dan dua arah maka respon antar pasrtisipan berlangsung sangat cepat bahkan dalam hitungan detik
- e. Banyak tersedia informasi yang selalu diperbaharui dan aktual
- f. Biaya yang terjangkau : bila dibandingkan media lain internet merupakan media yang murah dan terjangkau
- g. Kontak dengan media lebih mudah dilakukan : melalui internet, humas dapat menjalin hubungan dengan pers lebih mudah

Melalui internet, praktisi PR dapat menggunakan internet untuk berbagai aktivitas diantaranya sehingga dapat dihasilkan beberapa manfaat pemanfaatan internet sebagai berikut (Soleh Sumirat, 2010: 192) :

- a. PR menyadari bahwa khalayak/publik dapat mengakses semua press release atau news release yang dikirimkan melalui internet atau server dengan menggunakan kata-kata yang mudah dicari dan dipahami
- b. Publik dapat mengakses press release dalam *home page* yang ada di *world wide web*

- c. PR dapat membuat *mailing list* dari publiknya. Mailing list adalah perangkat elektronik yang dapat menyebarkan press release kepada publiknya melalui kotak *email*.

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

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

Website adalah media penyebaran informasi yang saat ini sangat mudah diakses dan dijumpai. Website atau yang biasa dikenal dengan *www (world wide web)* merupakan kumpulan dokumen yang tersebar di beberapa komputer server yang terhubung menjadi satu jaringan yang disebut internet. Menurut Yuhfizar, web adalah suatu metode untuk menampilkan informasi di internet baik berupa teks, gambar, suara maupun video yang interaktif dan mempunyai kelebihan untuk menghubungkan (*link*) satu dokumen dengan dokumen lainnya (*hypertext*) yang dapat diakses melalui sebuah browser.

3.1 Kriteria Website yang Baik

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

a. *Usability*

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

b. Navigasi yang mudah dipelajari pengguna website

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

c. Graphic design yang menarik pengguna

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

d. Content yang lengkap

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

e. *Compatibility*

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

- f. *Loading time* yang tidak terlalu lama

Loading time atau waktu panggil adalah penentu apakah pengguna website memutuskan tetap mengakses web atau berpindah ke website yang lain. *Loading time* yang terlalu lama akan membuat pengguna berpindah ke website lain yang tampilannya lebih ringan dan lebih mudah diakses.

- g. *Functionality*

Untuk menciptakan sebuah website yang dinamis, interaktif dan 'hidup' seorang programmer harus mampu mengajak pengunjung berkomunikasi secara langsung melalui aspek teknologikalnya dengan menggunakan berbagai script misal PHP,ASP,Java,CGI dsb.

3.2 Pengelolaan website

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

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

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

F. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yang hasilnya diharapkan dapat secara tepat dan rinci menjelaskan bagaimana pengelolaan serta pemanfaatan website sebagai sarana pengelolaan tanggapan dan keluhan oleh Bagian Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Sleman.

Pendekatan kualitatif sendiri menurut Bogdan dan Taylor (Moleong, 2000:3) merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Karakter deskriptif atau metode deskriptif sendiri menurut Whitney (Moh Nazir,1988:63) adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan kegiatan-kegiatan,sikap-sikap, pandangan-pandangan serta proses-proses yang sedang berlangsung.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

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

3. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui:

3.1 Studi Pustaka

Yaitu teknik pengumpulan data dari berbagai pustaka yang berhubungan dengan penelitian seperti buku-buku, surat kabar, majalah dan sebagainya (Nasution, 1995:145). Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan beberapa dokumen seperti misalnya mekanisme penanganan tanggapan dan keluhan, SOP tanggapan keluhan, notulen rapat, SK Bupati dsb.

3.2 Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu (Deddy Mulyana, 2001:180)

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara tak terstruktur atau wawancara mendalam yang dapat dilakukan spontan tanpa batasan variabel. Menurut Deddy Mulyana (2001:181) wawancara tidak terstruktur mirip dengan percakapan formal. Metode ini bertujuan memperoleh bentuk-bentuk tertentu informasi dari semua responden.

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

Wawancara akan dilakukan egaliter baik dari Pemkab Sleman selaku komunikator maupun masyarakat yang menyampaikan tanggapan dan keluhan selaku komunikan. Informan yang akan diwawancarai meliputi administrator tanggapan, teknisi website, Kabag Humas selaku pembuat keputusan, dan tim tanggapan dan keluhan masyarakat yang berada di dinas terkait. Disamping itu akan dilakukan juga wawancara dengan masyarakat yang menyampaikan tanggapan dan keluhan tentang

bagaimana tingkat kepuasan masyarakat atas penanganan tanggapan tersebut. sebagai upaya uji validitas data.

4. Teknik Analisis Data

3.3 Pengumpulan data

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

3.4 Reduksi data

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

3.5 Penyajian data

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

3.6 Penarikan kesimpulan

Langkah terakhir adalah membuat kesimpulan dari hasil pemikiran dengan jalan melakukan perbandingan mengenai kenyataan di lapangan dengan teori berdasarkan data yang telah didapat (Nasution, 1992:14)

5. Validitas Data

Penelitian melalui triangulasi menurut Moleong (2000:330) adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan pengecekan sumber lain untuk

pembandingan, yaitu penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori dalam penelitian secara kualitatif. Artinya teknik triangulasi adalah sebagai upaya untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks pengumpulan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan dengan kata lain bahwa pihak peneliti dapat melakukan *check* dan *recheck* temuan-temuannya (Ruslan, 2006:219)

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