PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora
Vol.3, No.5, Agustus 2024

Implementasi *Cyber Public Relations* Pemerintah Kabupaten Sumedang melalui Media "WA KEPO"

Raisya Wahyuning Maulida[1], Evi Novianti[2], Retasari Dewi[3]
[1,2,3]Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran
E-mail: raisya20001@mail.unpad.ac.id[1], evi.novianti@unpad.ac.id[2] , retasari.dewi@unpad.ac.id[3]

Article History:
Received: 30 Agustus 2024
Revised: 08 Agustus 2024
Accepted: 14 Agustus 2024

Keywords: *Cyber PR, social media, govenrment public relations, public information, information transparency*

Abstract: *Sumedang Regency Government implements cyber public relations by designing and managing public information using a social media platform called WA KEPO (WhatsApp Kebutuhan Informsi dan Pelayanan Online). This research aims to examine how the Sumedang Regency Government implements cyber public relations. The study employs a qualitative approach with a case study research method. The findings indicate that the Sumedang Regency Government uses WA KEPO as a medium for public information to ensure transparency. Information shared through WA KEPO demonstrates a commitment to transparency. The presence of cyber public relations elements in WA KEPO shows that using WA KEPO as a public information medium represents a form of cyber public relations activity and reflects digital transformation within the government system. The public uses WA KEPO to access information and public services. Although the platform has facilitated access to information, the effectiveness and challenges faced by users when accessing WA KEPO need to be re-evaluated. The Sumedang Regency Government implements cyber public relations through WA KEPO by taking strategic steps to establish the platform and by collaborating with regional organizations (OPDs) and vertical agencies. The choice of WhatsApp is based on its widespread use among people in Indonesia and the convenience and speed it offers in delivering information. This study concludes that the Sumedang Regency Government effectively implements cyber public relations through WA KEPO as an information medium.*

PENDAHULUAN

Pada penyelenggaraan pemerintah, humas merupakan suatu saluran untuk membangun interaksi dan membangun sarana penyebaran informasi antara pemerintah dengan publik. Kebijakan pemerintah tanpa adanya upaya komunikasi yang efektif, sulit untuk diterima dan mendapat dukungan dari publik (Ramadani, 2022). Sehingga humas bertanggung jawab dalam membuka saluran komunikasi untuk dapat meningkatkan partisipasi publik dalam penyelenggaraan

pemerintah.

Menurut Grunig dan Hunt (1984) *public relations* melibatkan beberapa aktivitas komunikasi, seperti agen pers yang menggunakan media untuk mempublikasikan berita, *public information* yang menyediakan informasi kepada publik, dan sebagai komunikator yang mendorong komunikasi dua arah anatara publik dengan organisasi (Suwatno, 2018). Pendapat tersebut menunjukkan bahwa dalam penyelenggaraan pemerintah, akivitas humas adalah menyampaikan informasi dan membuka komunikasi antara pemerintah dengan publiknya sehingga tercapainya partisipasi publik dalam kebijakan pemerintah. Fungsi humas dalam menyelenggarakan komunikasi dua arah antara publik dengan pemerintah dapat menentukan kesuksesan pemerintah dalam mencapai tujuan dan citra yang hendak dicapai (Ruslan, 2016).

Pada era keterbukaan informasi publik, menjadi tantangan bagi institusi pemerintah dalam mengelola informasi. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik menjelaskan bahwa setiap lembaga yang dibiayai oleh negara maupun masyarakat harus menyediakan data dan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat mengenai perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program yang dilakukan oleh suatu lembaga publik (Undang-Undang Republik Indonesia, 2008). Regulasi tersebut menjadi persoalan penting bagi humas untuk mengelola informasi yang transparan sesuai dengan kebutuhan publiknya. Dalam menyampaikan informasi, humas pemerintah menghadapi tantangan dalam menyampaikan informasi publik secara tepat dan cepat menggunakan berbagai media komunikasi.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menyebabkan adanya transformasi dalam menyampaikan informasi publik melalui penggunaan media baru *(new media)*. Teknologi informasi yang digambarkan sebagai media baru bersifat digital, integratif, interaktif, dan bersifat jaringan (Gunawan et al ., 2022). Melalui penggunaan media baru, informasi dapat diterima dengan mudah, cepat dan sebagai media komunikasi yang efisien (Effendy & Uchjana, 2017). Salah satu jenis dari media baru adalah media sosial yang memiliki kecepatan untuk melakukan sebuah interaksi, lebih efisien, lebih murah, dan lebih cepat untuk mendapatkan suatu informasi baru (Gunawan et al ., 2022).

Berkenaan dengan transformasi digital menyebabkan penyebaran informasi digital menjadi sangat penting bagi perusahaan maupun institusi pemerintah untuk memenuhi kebutuhan informasi publiknya. *Public relations* yang memiliki fungsi dalam menyampaikan informasi dituntut untuk memanfaatkan keberadaan media baru sebagai media informasi publik.

Pemanfaatan internet dalam PR menyebabkan adanya perubahan aktivitas *public relations* menjadi *cyber public relations* (Kusuma Dewi et al., 2021). *Cyber public relations* menggambarkan aktivitas *public relations* yang dilakukan melalui media internet untuk membangun pemahaman tentang organisasi (Puspitasari & Purwani, 2022). Berdasarkan uraian tersebut, aktivitas *cyber public relations* saat ini banyak dilakukan praktisi PR diberbagai organisasi, termasuk instansi pemerintah.

Pada penelitian tentang Pemanfaatan Media Sosial dalam Penyebaran Informasi Program Pemerintah, menjelaskan bahwa Humas Pemerintah memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk berkomunikasi, berdiskusi, dan berkolaborasi untuk menyebarluaskan program pemerintah (Novianti et al, 2020). Kemudian, penelitian lain tentang strategi *cyber public relations* oleh Pemerintah Kota Tanggerang menunjukkan bahwa *cyber public relations* digunakan untuk menjalin hubungan dengan publik melalui publikasi informasi (W. T. Saputra et al ., 2021). Penelitian lain tentang *cyber public relations* juga menjelaskan bahwa penggunaan Instagram sebagai alat *cyber public relations* dinilai membantu dalam menyampaikan pesan secara efektif dan efisien sehingga membuat perusahaan atau produk perusahaan populer dan menjangkau pasar yang luas (Mujianto et al ., 2020). Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa aktivitas

cyber public relations sudah diimplementasikan oleh berbagai organsiasi melalui berbagai media digital.

Aktivitas *cyber public relations* juga dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Sumedang. Melalui Dinas Komunikasi dan Informatika, Persandian dan Statistik (Diskominfosanditik) memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk membuat *platform* media sosial bernama WhatsApp Kebutuhan Informasi dan Pelayanan *Online* (WA KEPO). *Platform* tersebut digunakan untuk menyediakan informasi dan pelayanan publik di Kabupaten Sumedang.

Diskominfosanditik menciptakan WA KEPO pada tahun 2022 yang merupakan sebuah layanan digital berbasis *chat bot* melalui aplikasi WhatsApp dengan nomor 0811-2220-2220. WA KEPO dapat diakses dengan mengirimkan pesan kunci seperti "Sampurasun", "Halo", "Selamat Pagi", dan "Assalamu'alaikum". Kemudian, WA KEPO akan merespon pesan tersebut dengan menu utama yang menyediakan berbagai macam informasi.

Platform WA KEPO dibentuk karena adanya inisiasi dari Bupati Sumedang, yakni Dony Ahmad Munir agar proses penyampaian informasi dan berbagai layanan yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Sumedang mudah diakses oleh masyarakat. Seperti yang disampaikan oleh Staf Bidang Informatika berikut.

> "Awalnya ini ide dari pimpinan kita untuk membantu menyampaikan informasi ke masyarakat, apa-apa saja yang sudah dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Sumedang. Kemudian, ada beberapa layanan yang dimasukkan ke dalam WA KEPO untuk mempermudah masyarakat mendapatkan layanan tersebut. Makanya dibentuklah WA KEPO." (Wawancara dengan Barkat Agustino, 2024)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa WA KEPO dibentuk untuk membantu menyampaikan informasi kepada masyarakat. Di samping itu, WA KEPO merupakan bentuk implementasi dari Peraturan Bupati Sumedang Nomor 56 Tahun 2021 tentang Rencana Induk Sistem Pemerintahan Berbasis Elektornik Pemerintah Daerah Kabupaten Sumedang Tahun 2021-2025 (Peraturan Bupati Sumedang, 2021). Kemudian, WA KEPO juga merupakan bentuk dari keterbukaan informasi publik yang diatur dalam Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik Nomor 14 Tahun 2008 (Undang-Undang Republik Indonesia, 2008). Seperti yang disampaikan oleh Staf Bidang Informasi dan Komunikasi Publik berikut.

> "Kalau untuk latar belakang dibentuknya WA KEPO kan pertama memang ada aturannya bahwa pemerintah daerah harus digitalisasi informasi. Terus yang kedua yaitu sebagai keterbukaan informasi publik di mana sudah tersusun di undang-undang nomor 14 tahun 2008. Jadi gimana caranya masyarakat bisa dengan mudah mengakses informasi di pemerintah Kabupaten Sumedang salah satunya dengan aplikasi WA KEPO." (Wawancara dengan Siti Patonah, 2024)

Inovasi WA KEPO telah membantu Pemerintah Kabupaten Sumedang meraih beberapa penghargaan, yaitu menjadi Badan Publik Informatif dari Komisi Informasi Jawa Barat pada tahun 2022 (Wijaya, 2023), penghargaan *Best of The Best* pada Kompetensi Inovasi Jawa Barat (KIJB) tahun 2023 (Putri, 2023), dan yang terbaru, Sumedang berhasil menjadi kabupaten paling informatif di Jawa Barat pada ajang Anugerah Keterbukaan Informasi Publik tahun 2023 (Wijaya, 2023). Penghargaan yang diraih oleh Kabupaten Sumedang melalui WA KEPO tersebut menandakan bahwa pemerintah berhasil memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi melalui *platform* WhatsApp sebagai media informasi publik.

Penggunaan media sosial oleh Pemerintah Kabupaten Sumedang bukan hal yang baru,

Pemerintah Kabupaten Sumedang sudah memanfaatkan *Website*, Instagram, Facebook, X (Twitter), dan Youtube sebagai media untuk menyampaikan informasi publik. Namun, Pemerintah Kabupaten Sumedang memilih media sosial WhatsApp sebagai media unggulan untuk menyediakan layanan informasi publik berdasarkan media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat, seperti pernyataan berikut.

> "Kenapa kita memilih WA, ya karena kita tahu saat ini WA banyak digunakan oleh masyarakat dan juga media yang mudah untuk digunakan oleh semua kalangan." (Wawancara dengan Siti Patonah, 2024)

Pernyataan tersebut dibuktikan dari data laporan We Are Social yang menyebutkan bahwa pada tahun 2023, WhatsApp merupakan media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat kategori umur 16-64 tahun, yakni dengan total pengguna sebanyak 92,1% dari total pengguna media sosial di Indonesia (We Are Social, 2023). Dengan demikian, penggunaan media sosial WhatsApp sebagai media informasi publik dapat memberikan informasi kepada khalayak luas dengan pengguna yang banyak sehingga proses penyampaian informasi dapat diterima secara luas, mudah, dan cepat.

Adapun WhatsApp sebagai media untuk menyampaikan informasi publik merupakan sebuah inovasi baru. Melalui WhatsApp, individu dapat bersosialisasi dan saling menyampaikan pesan menggunakan jaringan internet (Enterprise, 2012). Seperti dalam penelitian Penggunaan Status WhatsApp Sebagai *Digital Marketing*, menjelaskan bahwa WhatsApp sudah banyak dimanfaatkan oleh para pelaku usaha dan terbukti efektif digunakan sebagai sarana pemasaran dan promosi produk dan jasa (Andamisari, 2021). Penelitian lain juga menjelaskan bahwa WhatsApp Bot banyak digunakan sebagai media untuk menyebarluaskan informasi yang dapat membentuk sikap publik dengan meningkatkan pengetahuan dan pemahaman publik (Widyaningrum et al ., 2022).

Adapun WA KEPO dalam aktivitas Humas Pemerintah Kabupaten Sumedang digunakan sebagai media untuk menyampaikan informasi publik kepada khalayak luas. Artinya, media WhatsApp digunakan tidak hanya sebatas komunikasi antar pribadi maupun kelompok, melainkan komunikasi dengan publik luas. Hal tersebut merupakan kasus baru, di mana insitusi pemerintah menggunakan WhatsApp untuk memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses informasi publik. Penggunaan teknologi informasi dalam sistem pemerintahan memudahkan masyarakat untuk berinteraksi secara cepat dan akurat dengan pemerintah (Yuniawati et al ., 2023).

Berbagai studi telah mengidentifikasi aktivitas *cyber public relations* melalui berbagai macam media sosial. Namun, inovasi WA KEPO merupakan suatu kasus baru di mana media sosial WhatsApp digunakan dalam aktivitas *cyber public relations* sebagai media informasi di institusi pemerintah. Sehingga terdapat kebutuhan untuk mengeksplorasi bagaimana implementasi *cyber public relaitoins* melalui media WhatsApp sebagai media informasi publik.

Pemahaman tentang implementasi *cyber public relations* melalui media sosial WhatsApp dapat memberikan wawasan baru bagi aktivitas humas pemerintah dalam menyampaikan informasi publik. Berlandaskan keunikan dan kebaruan aktivitas *cyber public relations* melalui WA KEPO yang menjadi media sosial Humas Pemerintah Kabupaten Sumedang dalam menyampaikan informasi publik, peneliti ingin mengeksplorasi bagaimana implementasi *cyber public relations* oleh Pemerintah Kabupaten Sumedang melalui penggunaan media sosial WhatsApp Kebutuhan Informasi dan Pelayanan Online (WA KEPO) sebagai media informasi publik.

LANDASAN TEORI

Teori *New Media*

Teori *new media* dikemukakan oleh Pierre Levy yang membahas tentang perkembangan media baru. Dalam teori ini terdapat dua pandangan, pertama pandangan tentang interaksi sosial yang melihat bahwa keberadaan *world wide web* (www) sebagai sebuah lingkungan informasi terbuka, fleksibel dan dinamis sehingga mengembangkan orientasi pengetahuan manusia. Pandangan kedua, yaitu integrasi sosial yang menggambarkan media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya melainkan digambarkan sebagai cara untuk menciptakan masyarakat (Littlejohn & Foss, 2009). Dengan demikian, dalam teori tersebut menjelaskan bahwa keberadaan media baru dapat memberikan akses informasi untuk meningkatkan pengetahuan manusia. Media baru merupakan produk teknologi komunikasi yang hadir bersama dengan komputer digital atau dapat disebut bahwa keberadaan media massa secara konvensional, kini hadir dalam bentuk (Creeber & Martin, 2009).

Adapun jenis media baru diantaranya internet, *Website*, dan komputer multimedia. Media baru merupakan produk dari komunikasi bermediasi teknologi yang terdapat dalam komputer digital (Novianti et al., 2020). Terdapat enam karakteristik media baru, diantaranya digital, intekarivitas, *hypertextual*, jaringan, virtual, dan simulasi (Lister et al., 2009)

New media dalam penelitian ini mengacu pada penggunaan media sosial WhatsApp yang bernama WA KEPO sebagai media untuk menyampaikan informasi publik oleh Pemerintah Kabupaten Sumedang.

Cyber public relations

Di Indonesia, aktivitas *public relations* yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi memiliki banyak istilah, mulai dari *digital public relations, electronic public relations* (e-PR), *online public relations, cyber public relations*, maupun hubungan masyarakat *online*. Meskipun banyak istilah yang digunakan, semua penggunaan istilah tersebut memiliki pemahaman yang serupa yakni pemanfaatan media internet bagi praktisi PR dalam melaksanakan peran, tugas, dan praktik kehumasannya (Syahputra & Fuady, 2019).

Menurut Bob J. Onggo, *cyber public relations* merupakan kegiatan *public relations* yang menggunakan internet sebagai media komunikasi (Onggo, 2004). Melalui aktivitas *cyber public relations*, tidak terdapat batasan antara perusahaan dengan publiknya, sehingga pesan dapat disampaikan secara langsung kepada *audiens*. Selain itu, terdapat beberapa peranan *cyber public relations* bagi perusahaan diantaranya adalah memiliki jangkauan global yang lebih luas, komunikasi bersifat dua arah sehingga lebih interaktif, biaya lebih efisien, dapat menjadi *tools* atau wadah perusahaan untuk menjaga reputasinya dengan memberikan informasi positif tentang perusahaan, serta menjalin hubungan dengan para *stakeholders* (Onggo, 2004).

Adapun aktivitas *cyber public relations* menurut Holtz (2002) memiliki empat karakteristik sebagai berikut.

1. *Strategic* yakni kegiatan *public relations* yang berfokus dalam hal memengaruhi hasil
2. *Integrated* yakni kegiatan yang berfokus pada penggunaan internet sebagai elemen dalam penyusunan program komunikasi yang lebih luas
3. *Targeted* yakni kegiatan *public realtions* yang berfokus pada penggunaan internet dalam rangka mencapai target publiknya
4. *Measurable* yakni ekfektivitas dari kegiatan *public relaitons* harus dapat diukur, (Holtz, 2002).

Merujuk pendapat Philip & Young (2009) dalam aktivitas *public relations online* terdapat lima elemen diantaranya

1. *Transaprency* yang mengacu pada kejelasan dan keterbukaan dalam proses penyampaian

informasi
2. *Internet Porosity* yang diartikan sebagai transparansi tidak sengaja. Informasi yang disampaikan melalui media *online* dapat menyebabkan kebocoran data sehingga diperlukan adanya kebijakan untuk pengendalian informasi
3. *The Internet as an agent* yang menjelaskan bahwa informasi berupa kata-kata, gambar, video, suara, atau program dapat diubah oleh teknologi dan manusia sehingga menghasilkan informasi baru
4. *Richness in Content and Reach,* Kekayaan informasi dapat dilakukan dengan membuat konten yang terdiri dari kata-kata, gambar, video, diagram, suara, dan musik. Kemudian, kekayaan informasi juga dapat dicapai dengan meningkatkan keterlibatan orang-orang dalam komunitas *online.* Adapun jangkauan *(reach)* dapat dicapai dengan menggambarkan eksistensi *Website* bagi orang-orang yang mencari informasi. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara pertukaran *hyperlink, search engine optimization,* afiliasi, dan iklan. Selain itu, jangkauan dapat dilakukan melalui keterlibatan komunitas *online* (Philips & Young, 2009).

Konsep *cyber public relations* dalam penelitian ini mengacu pada penerapan *cyber public relations* oleh Diskominfosanditik Kabupaten Sumedang yang berperan sebagai humas pemerintah dalam menyediakan informasi publik. Humas Pemerintah Kabupaten Sumedang menggunakan media sosial yang bernama WhatsApp Kebutuhan Informasi dan Pelayanan *Online* (WA KEPO) untuk menyampaikan informasi publik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, yakni paradigma yang mengembangkan makna-makna subjektif atas pengalaman individu yang diarahkan pada objek tertentu (Creswell, 2017). Berdasarkan paradigma ini, peneliti mengandalkan pandangan partisipan tentang situasi yang diteliti melalui pertanyaan penelitian yang diajukan. Kemudian, dari pandangan partisipan tersebut peneliti mengembangkan makna tentang objek yang diteliti. Pada penelitian ini, paradigma konstruktivis digunakan untuk memahami aktivitas Pemerintah Kabupaten Sumedang dalam mengimplementasikan *cyber public relations* melalui media sosial WA KEPO untuk menyediakan informasi publik. Proses memahami objek penelitian didapat dari realitas aktivitas *cyber public relations* pada Pemerintah Kabupaten Sumedang dengan melibatkan pandangan dan pengalaman pengelola serta pengguna WA KEPO sebagai media informasi publik.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pada pendekatan kualitatif, peneliti berusaha untuk memahami makna suatu fenomena dari sudut pandang partisipan melalui pengumpulan data dengan cara mengamati perilaku peserta selama mereka terlibat dalam kegiatan (Creswell, 2017). Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif digunakan untuk meneliti fenomena *cyber public relations* pada Humas Pemerintah Kabupaten Sumedang melalui media sosial WA KEPO sebagai media informasi publik.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Metode studi kasus merupakan metode penelitian yang menganalisis suatu kasus secara mendalam berupa program, acara, aktivitas, proses, atau individu (Creswell, 2013). Merujuk pendapat Creswell, dalam studi kasus penelitian menekankan pada eksplorasi proses, aktivitas, dan peristiwa melalui pengumpulan data secara mendalam yang melibatkan berbagai sumber (Creswell, 2017). Melalui metode studi kasus, penelitian dapat menghasilkan analisis yang terperinci, mempertajam fokus penelitian, dan memberikan pemahaman mendalam terhadap fenomena yang diteliti. Pada penelitian ini, metode studi kasus digunakan untuk mengeksplorasi aktivitas bagaimana dan mengapa institusi pemerintah mengimplementasikan aktivitas humas dengan menggunakan media WhatsApp

sebagai media informasi. Peneliti melihat bahwa pengguna metode studi kasus dalam penelitian ini dapat memungkinkan peneliti untuk menggali lebih dalam tentang Pemerintah Kabupaten Sumedang dalam menggunakan WhatsApp sebagai media informasi. Lebih lanjut dapat mempelajari alasan menggunakan WhatsApp, proses implementasi WhatsApp sebagai media informasi, serta manfaat dan hambatan dalam menggunakan WhatsApp.

Studi kasus memungkinkan untuk mendapatkan data kualitatif yang kaya melalui wawancara dengan staf Diskominfosanditik Kabupaten Sumdang sebagai pengelola WA KEPO dan publik sebagai pengguna WA KEPO. Metode studi kasus dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang mengapa WhatsApp dipilih sebagai media informasi dan bagaimana implementasi WhatsApp sebagai media informasi.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

1. Observasi, dalam hal ini peneliti terlibat dalam kegiatan sosialisasi *platform* WA KEPO bersama dengan pegawai Diskominfosanditik Kabupaten Sumedang. Pada saat kegiatan berlangsung, peneliti melakukan observasi dengan melihat cara penggunaan WA KEPO dan jumlah pengguna WA KEPO.
2. Wawancara, dilakukan kepada informan yang telah ditentukan sebelumnya melalui teknik penentuan *key informan*. Adapun *key informan* dalam penelitian ini terdiri dari pengelola WA KEPO dan pengguna WA KEPO yang diuraikan dalam tabel berikut.

Tabel 1 Key Informan Penelitian

No	Nama	Kriteria Informan	Keterangan
1	Siti Patonah, A.Md., I.Kom	Pengelola Informasi Pemerintah Kabupaten Sumedang	Staf Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Diskominfosanditik
2	Barkat Agustino, S.Kom	Pengelola WA KEPO	Staf Bidang Informatika Diskominfosanditik
3	Firman, S.Kom	Pengelola WA KEPO	Staf Bidang Informatika Diskominfosanditik
4	CWP	Pengguna WA KEPO	Masyarakat
5	VN	Pengguna WA KEPO	Masyarakat
6	AKB	Pengguna WA KEPO	Masyarakat

Sumber: Peneliti, 2024

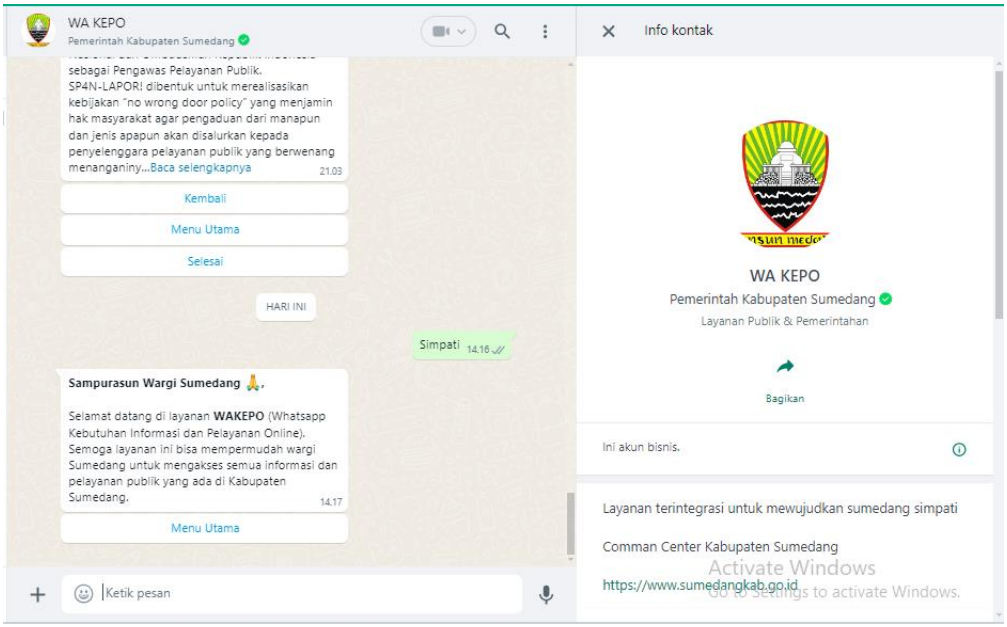
3. Studi Pustaka, dalam penelitian ini penulis memperoleh data dan informasi melalui studi pustaka dari buku-buku, artikel jurnal, dokumen informasi tentang Dinas Komunikasi dan Informatika, Persandian dan Statistik Kabupaten Sumedang, dan *Website* resmi Kabupaten Sumedang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

WA KEPO Sebagai Media Informasi Publik

Pemilihan nama WA KEPO diambil dari tokoh pendongeng Jawa Barat yakni “Wa Kepoh”. Nama tersebut dapat memberikan kesan kedekatan dengan masyarakat Kabupaten Sumedang yang merupakan masyarakat Sunda. Kemudian, didukung dengan kalimat sapaan dalam bahasa Sunda yakni “Sampurasun Wargi Sumedang”. Penggunaan bahasa yang dekat dengan kultur target audiens dapat meningkatkan kredibilitas pesan dan membangun kepercayaan (Al-Kandari et al .,

2019).



Gambar 1 Tampilan WA KEPO
(Sumber: Peneliti, 2024)

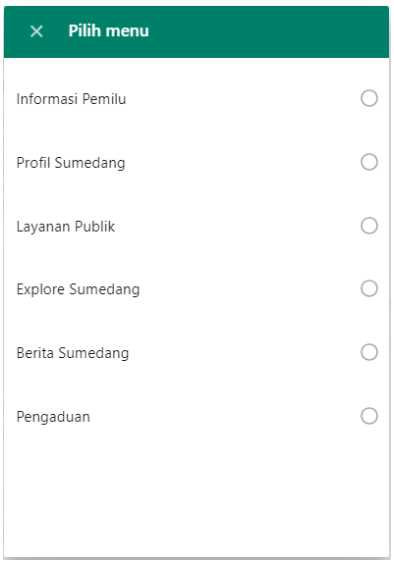
Tampilan akun WA KEPO menggunakan foto profil berupa logo Kabupaten Sumedang yakni "Insun Medal". Adapun akun WA KEPO menggunakan nama "Pemerintah Kabupaten Sumedang". Akun WA KEPO sudah diverifikasi dengan ikon centang hijau. Kemudian, jenis dari akun tersebut merupakan "Layanan Publik & Pemerintah". Pada laman bio, terdapat informasi yang tertera yakni "Layanan terintegrasi untuk mewujudkan Sumedang Simpati" serta terdapat informasi tautan situs resmi Pemerintah Kabupaten Sumedang. Adapun dari segi bahasa, WA KEPO menggunakan bahasa Indonesia dengan gaya bahasa formal. Bahasa tersebut dipilih agar dimengerti oleh semua kalangan pengguna. Seperti pernyataan dari Staf Bidang Informatika Diskominfosanditik, Firman, selaku pengelola WA KEPO.

> "Kenapa pakai yang formal karena biar bisa masuk ke semua kalangan takutnya pakai yang lebih tidak formal itu lebih ke anak muda, sedangkan targetnya kan bukan ke anak muda saja, takutnya orang tua gak paham juga jadi makanya yang universal." (Wawancara dengan Firman, 2024)

Penggunaan bahasa Indonesia memberikan kemudahan bagi pengguna untuk memahami informasi yang disajikan. Seperti dalam penelitian yang menyebutkan bahwa penggunaan bahasa yang baik dapat menciptakan rasa nyaman dan penerimaan pesan yang baik bagi publik (M. H. Saputra & Luthfi, 2023). Penelitian lain juga menyebutkan bahwa media sosial memiliki karakteristik dalam menyampaikan informasi yang singkat dan sederhana sehingga memudahkan informan dalam menyerap informasi yang diberikan (Kosasi et al., 2022). Dengan demikian, melalui penggunaan bahasa Indonesia tersebut, peneliti melihat bahwa WA KEPO dapat memberikan kemudahan bagi publik dalam menerima informasi.

WA KEPO dikatakan sebagai media informasi publik dapat dilihat dari jenis informasi yang disampaikan, meliputi informasi umum pemerintah daerah dan informasi layanan publik yang merupakan bagian dari program-program pemerintah. Informasi tersebut termasuk dalam

informasi publik yakni informasi yang dihasilkan, dikelola, dikirim, disimpan, dan/atau diterima oleh suatu badan publik yang berkaitan dengan penyelenggara dan/atau badan publik lainnya yang sesuai dengan Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik serta informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan publik (Undang-Undang Republik Indonesia, 2008). Berdasarkan regulasi tersebut, publikasi informasi dalam WA KEPO merupakan bagian dari implementasi Keterbukaan Informasi Publik.



Gambar 2 Menu Utama WA KEPO
(Sumber: Peneliti, 2024)

WA KEPO memiliki enam menu informasi utama. Adapun menu informasi tersebut peneliti kategorikan dalam jenis-jenis pesan sebagai berikut.

1. Informatif
   Informatif merupakan jenis pesan yang bertujuan untuk memberikan informasi atau pengetahuan kepada pengguna. Adapun menu yang termasuk ke dalam kategori ini adalah Informasi Pemilu, Profil Sumedang dan Explore Sumedang. Dalam menu tersebut menyajikan pesan yang berisi informasi tentang Kabupaten Sumedang seperti informasi KPU Sumedang, informasi daerah, informasi pariwisata, dan informasi UMKM.
2. Instruksional
   Instruksional merupakan jenis pesan yang memberikan petunjuk atau arahan tentang bagaimana melakukan sesuatu. Adapun menu informasi yang termasuk ke dalam jenis pesan instruksional adalah Layanan Publik dan Berita Sumedang. Kedua menu tersebut berisi informasi berupa arahan kepada pengguna untuk mengakses berbagai layanan publik di Kabupaten Sumedang dan arahan untuk mengakses berita pemerintah.
3. Konfirmatif
   Konfirmatif merupakan jenis pesan yang bertujuan untuk memastikan suatu informasi, tindakan, atau situasi. Menu informasi yang termasuk ke dalam jenis pesan ini adalah menu Pengaduan. Dalam menu tersebut berisi informasi untuk melakukan pengaduan maupun laporan tentang kedaruratan, berita hoaks, dan saran tentang Pemerintah Kabupaten Sumedang.
4. Naratif
   Naratif merupakan jenis pesan yang disampaikan dalam bentuk ceirta untuk menarik

perhatian pengguna. Menu informasi yang termasuk ke dalam jenis pesan ini adalah Menu Sejarah Sumedang. Dalam menu tersebut berisi informasi berupa narasi singkat tentang Sejarah Kabupaten Sumedang hingga filosofi Lambang Kabupaten Sumedang.

WA KEPO sebagai media informasi memanfaatkan internet untuk menyampaikan informasi kepada publik. Internet dapat menjadi komponen dalam memberikan manfaat transparansi (Philips & Young, 2009). Keterbukaan informasi publik dengan menggunakan media sosial dapat memberikan transparansi informasi. Merujuk pada pendapat Philips & Young (2009), dalam *cyber public relations* terdapat beberapa elemen diantaranya sebagai berikut.

1. *Transparency*

   Transparency menyiratkan bahwa media bersifat transparan dengan menyediakan banyak sumber informasi sehingga menunjukkan keterbukaan, komunikasi, dan akuntabilitas (Philips & Young, 2009). Seperti dalam penelitian tentang transparansi informasi publik oleh Pemerintah yang ditunjukkan melalui *Website* (Gunawan et al ., 2022). Penggunaan media sosial Twitter untuk mendiseminasikan informasi (W. T. Saputra et al ., 2021). Kamudian penggunaan Instagram sebagai media untuk menyampaikan pesan dalam aktivitas *public relaitons* (Ganiem & Agustina, 2023).

   WA KEPO merupakan bentuk dari keterbukaan informasi publik untuk memberikan transparansi informasi. Adapun bentuk transparansi dalam WA KEPO tercermin dari sumber informasi yang tersedia sehingga masyarakat Kabupaten Sumedang dapat mengakses informasi pubik. Transparansi melalui WA KEPO tersebut menghasilkan Pemerintah Kabupaten Sumedang meraih nilai Indeks Keterbukaan Informasi Publik tertinggi di Jawa Barat pada tahun 2023.

   Bentuk transparansi melalui WA KEPO dilakukan secara terkontrol oleh Pemerintah Kabupaten Sumedang. Informasi disajikan berdasarkan kebutuhan OPD dan lembaga vertikal di Kabupaten Sumedang untuk menyampaikan informasi. Transparansi tersebut berupa *controlled transparency* yang merupakan jenis transparansi dengan menyebarkan informasi ke publik melalui internet yang dilakukan secara terkontrol (Philips & Young, 2009). Upaya kontrol transparansi merupakan bentuk tanggung jawab humas pemerintah sebagai pengelola informasi. Seperti pendapat yang menyatakan bahwa humas pemerintah bertanggung jawab dalam menyebarluaskan informasi dan kebijakan pemerintah yang sesuai dengan instansinya (Ramadani, 2022).

2. *Internet perosity*

   Bentuk transparansi informasi melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dapat menyebabkan adanya kebocoran data. Berkaitan dengan elemen *internet perosity* yang merupakan bentuk transparansi tidak sengaja sehingga beberapa informasi yang seharusnya tidak dipublikasikan dapat lebih mudah bocor ke masyarakat karena mudahnya akses informasi (Philips & Young, 2009). Dalam kasus ini, perlu adanya acuan untuk standar keamanan dalam menggunakan media sosial untuk menyampaikan informasi.

   Pada proses penyampaian informasi melalui WA KEPO, Pemerintah Kabupaten Sumedang berpedoman pada Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik dalam mengelola informasi melalui WA KEPO. Sehingga informasi yang disampaikan melalui WA KEPO terbatas pada jenis-jenis informasi yang perlu disediakan seperti yang diatur dalam Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik. Sejauh ini, proses penyampaian informasi melalui WA KEPO tidak menyebabkan adanya kebocoran data. Di samping itu, publikasi informasi dikontrol oleh staf Pranata Komputer sebagai pengelola WA KEPO. Namun demikian, Pemerintah Kabupaten Sumedang tetap perlu untuk membuat standar keamanan dari segi *platform* yang digunakan sebagai langkah preventif dari adanya

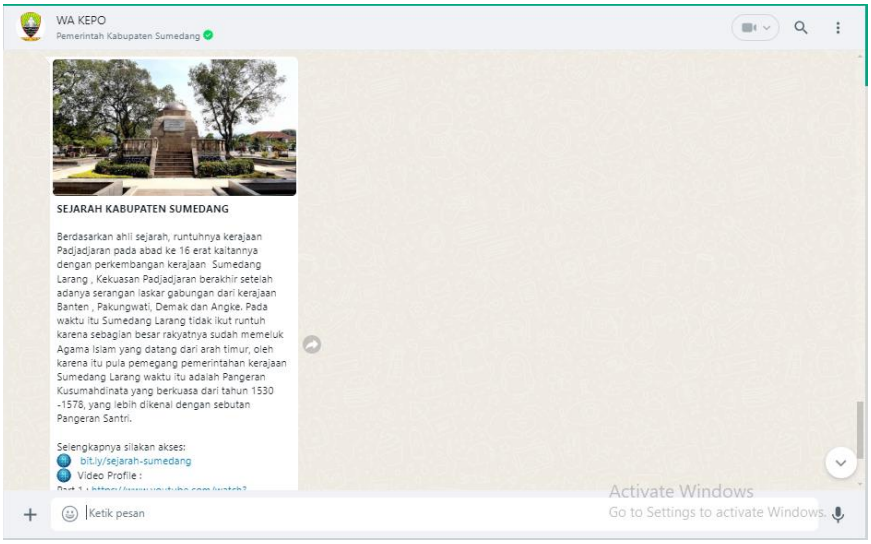
transparansi yang tidak terkontrol.

3. *Internet as an Agent*

   WA KEPO mengintegrasikan informasi-informasi tentang layanan publik. Dalam kasus ini, WA KEPO memberikan arah kepada pengguna untuk mengakses berbagai macam layanan publik melalui informasi alamat situs yang tersedia, salah satunya adalah layanan

   desa. Penggunaan media sosial membantu dalam memberikan konektivitas yang menghubungkan media satu dengan media lainnya (Rizal et al ., 2022). Berbagai informasi yang tersedia dalam WA KEPO disediakan oleh manusia dan diintegrasikan oleh teknologi yang menyediakan akses terhadap informasi tersebut. Kondisi tersebut sesuai dengan elemen *cyber public relations* yakni *internet as an agent* di mana internet dapat mengidentifikasi informasi dan menyatukan dengan berbagai informasi lain sehingga menciptakan informasi baru yang dilakukan oleh orang dan teknologi (Philips & Young, 2009).

4. *Richness in Content*



Gambar 3 Bentuk Informasi dalam WA KEPO
(Sumber: Peneliti, 2024)

Bentuk informasi dalam WA KEPO terdiri dari teks dan foto. Penggunaan foto dilakukan untuk memberikan visualisasi kepada para pengguna. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa informasi yang disajikan dalam WA KEPO memiliki kekayaan visual karena memuat teks dan foto sehingga membantu memperkuat pesan yang disampaikan. Adanya visualisasi merupakan bentuk kekayaan informasi yang dapat mencerminkan transparansi (Syafaat & Wahyudin, 2020). Merujuk pada penelitian tersebut, visualisasi pesan dalam WA KEPO dapat mendukung transparansi informasi. Adapun dalam elemen *cyber public relations* kondisi tersebut berkaitan dengan elemen *richness in content.* Menurut pendapat Philips & Young (2009) *richness in content* berarti informasi tersedia dalam bentuk kata-kata, gambar, suara, video, diagram, musik dan lain-lain yang disediakan untuk publik (Philips & Young, 2009).

5. *Reach*

   Terdapat elemen lain dalam *richess in content* yakni elemen *reach.* Kekayaan

informasi dapat tersampaikan oleh adanya *reach* (Syafaat & Wahyudin, 2020). Elemen *reach* merujuk pada jangkauan publik terhadap berbagai macam konten yang disediakan (Philips & Young, 2009). Namun, dalam kasus ini jangkauan informasi melalui WA KEPO hanya tersebar dan terbatas pada publik yang sudah mengetahui dan menggunakan WA KEPO. Sehingga, secara jangkauan belum seluas media sosial lain seperti *Website*, Instagram, Facebook, maupun X (Twitter). Hal ini karena media sosial tersebut dapat menggunakan fitur SEO *(Search Engine Optimizaion)* atau *social media ads* untuk memperluas jangkauan, sementara WA KEPO tidak menggunakan *tools* tersebut. Seperti dalam penelitian yang menyatakan bahwa aktivitas penyampaian informasi melalui akun Instagram @alaminuniversal menggunakan *tools* SEO, Instagram *Ads*, dan *hyperlink exchange* untuk meningkatkan jangkauan (Syafaat & Wahyudin, 2020).

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perlu memiliki teknik dalam mengelola media sosial sehingga dapat menjangkau publik yang luas. Oleh karena itu, dalam kasus WA KEPO diperlukan teknik mengelola media sosial khusus WhatsApp sehingga publik dapat mengetahui adanya WA KEPO dan meningkatkan jangkauan penyebaran informasi.

Sebagai media informasi publik, WA KEPO menggunakan fitur *chat bot* yang memiliki keunggulan berupa kecepatan dalam merespon pesan pengguna sehingga proses penyampaian informasi dan pelayanan publik berjalan cepat. WA KEPO memungkinkan adanya komunikasi dua arah antara pemerintah dengan publiknya melalui fitur kirim pesan. Adanya komunikasi dua arah dapat mendorong pemerintah mencapai tujuan. Seperti pendapat Ruslan (2016) yang menyebutkan bahwa fungsi humas dalam menyelenggarakan komunikasi dua arah antara publik dengan pemerintah dapat menentukan kesuksesan pemerintah dalam mencapai tujuan (Ruslan, 2016).

Adanya komunikasi dua arah yang dilakukan oleh Humas Kabupaten Sumedang relevan dengan konsep model komunikasi yang dikemukakan oleh Grunig dan Hunt (Suwatno, 2018). Dalam kasus ini secara umum menu informasi menunjukkan adanya komunikasi dua arah yang tidak seimbang. Hal tersebut karena pengguna mengakses informasi yang sudah tersedia dalam WA KEPO. Model komunikasi *two way asymmetric* merupakan bentuk komunikasi dua arah yang tidak seimbang (Suwatno, 2018). Adapun dalam menu konfirmatif, menunjukkan adanya aktivitas komunikasi dua arah antara publik dengan *human agent* WA KEPO. Sehingga dalam menu tersebut, pengguna bisa saling berinteraksi secara seimbang untuk meningkatkan pemahaman bersama. Kondisi tersebut menunjukkan model komunikasi *two way asymmetric* dalam aktivitas *public relations* di mana komunikasi bersifat dua arah dan mengutamakan adanya dialog (Suwatno, 2018).

Meskipun WA KEPO sebagai media informasi publik menciptakan komunikasi dua arah, Pemerintah Kabupaten Sumedang tetap menekankan pada penyebaran informasi berdasarkan kebutuhan OPD dan lembaga vertikal, tidak melibatkan kebutuhan publik. Melihat dari jenis informasi yang disajikan dalam WA KEPO, informasi tersebut merupakan informasi umum tentang Pemerintah Kabupaten Sumedang. Namun, informasi yang disajikan belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan publik. Hal tersebut karena belum semua informasi publik tersedia di WA KEPO seperti yang disampaikan oleh Siti Patonah, sebagai Staf Bidang Informasi dan Komunikasi Publik berikut.

> "Untuk sekarang memang belum semua layanan ada di WA KEPO, terus juga yang sulit itu informasi wisata karena memang di Sumedang lumayan banyak wisata tapi memang belum semuanya masuk ke WA KEPO karena sulitnya itu harus foto 360 harus ke tempat wisatanya." (Wawancara dengan Siti Patonah, 2024)

Kondisi tersebut menggambarkan bahwa pada dasarnya insititusi pemerintah melaksanakan aktivitas *public relations* berupa *public information.* Model komunikasi *public informations* merupakan jenis komunikasi yang menyediakan informasi kepada khalayak di mana kebenaran informasi menjadi penting (Suwatno, 2018). Hal tersebut juga relevan dengan hasil penelitian yang menyebutkan bahwa organisasi *non* profit lebih menekankan pada prinsip kegunaan informasi dibandingkan dengan komunikasi dialogis (Wang & Yang, 2020).

Aktivitas humas yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi dikenal dengan isitilah *cyber public relations* (Onggo, 2004). Sehingga penggunaan WA KEPO sebagai media informasi dalam aktivitas Humas Pemerintah Kabupaten Sumedang merupakan aktivitas *cyber public relaitons.* Aktivitas *cyber public relations* dalam institusi pemerintah menunjukkan adanya pergesaran aktivitas humas dengan memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan informasi publik. Tidak hanya Pemerintah Kabupaten Sumedang, peneliti menemukan bahwa terdapat beberapa institusi pemerintah yang sudah memanfaatkan media sosial, seperti WhatsApp untuk menyampaikan informasi publik. Sehingga peneliti melihat bahwa media sosial diperlukan dalam institusi pemerintah sebagai media informasi dan pelayanan publik.

Saat ini Pemerintah Indonesia mendorong pemanfaatan media baru melalui Kebijakan dan Strategi *E-Government* yang mewajibkan setiap lembaga negara mengembangkan *E-Government* dalam upaya menyelenggarakan pemerintahan berbasis elektronik guna meningkatkan kualitas pelayanan publik secara efektif dan efisien (W. T. Saputra et al ., 2021). Pada kasus ini, *cyber public relations* melalui media sosial di institusi pemerintah tidak hanya bentuk dari implementasi keterbukaan informasi publik. Penggunaan media sosial merupakan langkah transformasi digital dalam sistem pemerintahan yang berlandaskan pada Peraturan Bupati Sumedang tentang Sumedang Happy Digital Region dan Peraturan Presiden No 5 tentang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE) dalam memberikan pelayanan publik.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti melihat bahwa penggunaan WA KEPO sebagai media informasi publik dilakukan untuk menciptakan transparansi informasi dan sebagai wujud dari keterbukaan informasi publik. WA KEPO berperan sebagai agen untuk menyampaikan informasi dengan bahasa yang sederhana dan keberagaman bentuk informasi. Adanya elemen-elemen *cyber public relations* dalam media WA KEPO menunjukkan bahwa penggunaan WA KEPO sebagai media informasi publik merupakan bentuk aktivitas *cyber public relations* di insitusi pemerintah. Di samping itu, WA KEPO merupakan bentuk transformasi digital pada Sistem Pemerintahan Berbasis Elektornik (SPBE) di Kabupaten Sumedang.

Publik di Kabupaten Sumedang Menggunakan WA KEPO Sebagai Media Informasi Publik

Pemerintah Kabupaten Sumedang menciptakan WA KEPO sebagai media informasi publik. Melalui WA KEPO, diharapkan masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi dan layanan publik. Dalam hasil penelitian ini, peneliti mewawancarai masyarakat Kabupaten Sumedang yang menggunakan WA KEPO sebagai media informasi publik. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengguna, WA KEPO sebagai media informasi publik memberikan kemudahan bagi pengguna dalam mengakses informasi. Namun, penggunaan WA KEPO tersebut tidak untuk semua kalangan masyarakat. Seperti yang disampaikan oleh VN yang merupakan pegguna WA KEPO.

> "Informasi yang ada di WA KEPO ini sangat informatif, cukup mudah diakses juga tapi mungkin untuk kalangan usia yang sudah tua harus beradaptasi dulu dengan fitur-fiturnya." (Wawancara dengan VN, 2024)

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa publik di Kabupaten Sumedang sudah menggunakan WA KEPO sebagai media informasi. Hal tersebut dapat terlihat dari bagaimana publik mengakses informasi tentang Pemerintah Kabupaten Sumedang dan mengakses layanan publik melalui WA KEPO. Media sosial berperan sebagai sumber informasi yang cepat dan menjalankan peran informatif (Mboeik et al., 2020).

Onggo (2004) dalam Buku *Cyber public relations* menjelaskan bahwa terdapat manfaat yang didapat dari praktik *cyber public relations* diantaranya komunikasi konstan, respon yang cepat, interaktif, komunikasi dua arah, dan hemat (Onggo, 2004). Dalam kasus ini, peneliti menemukan bahwa penggunaan WA KEPO sebagai media informasi publik memberikan manfaat bagi masyarakat Kabupaten Sumedang.

Bagi pengguna, WA KEPO memberikan beberapa manfaat seperti kecepatan akses informasi, meningkatkan pengetahuan tentang Kabupaten Sumedang, dan mengakses layanan publik. Hasil wawancara menunjukkan bahwa kemudahan yang diberikan WA KEPO terdapat pada kemudahan dalam mengakses informasi. WA KEPO dapat menjangkau publik di wilayah Kabupaten Sumedang sampai publik di luar wilayah Kabupaten Sumedang. Publik yang jauh dari pusat pemerintahan dapat mengakses informasi dan layanan publik melalaui WA KEPO.

> "Waktu itu saya butuh surat keterangan izin usaha jadi tidak usah datang ke MPP. Jadi dari segi waktu, kalau pakai WA KEPO lebih efisien" (Wawancara dengan AKB, 2024)

Hal tersebut menggambarkan bahwa WA KEPO dapat memberikan pelayanan informasi kapan saja dengan menjangkau publik luas tanpa adanya batasan geografis. Kondisi tersebut relevan dengan pernyataan Onggo (2004) bahwa komunikasi konstan melalui internet tidak terbatas pada waktu dan berpotensi memiliki target publik di seluruh dunia (Onggo, 2004). Hal ini juga didukung oleh penelitian yang menyebutkan bahwa media sosial mengubah pola komunikasi sehingga humas dapat menjangkau khalayak luas menggunakan media sosial (Olayinka & Ewuola, 2019).

Berdasarkan hasil observasi terhadap penggunaan WA KEPO, tampilan menu informasi dalam WA KEPO menyulitkan pengguna untuk menemukan informasi yang dibutuhkan. Hal tersebut karena banyak informasi yang tidak ditampilkan pada laman utama sehingga pengguna harus menjelajahi setiap menu utama terlebih dahulu untuk sampai pada informasi yang dibutuhkan. Sementara dalam WA KEPO tidak memiliki fitur pencarian seperti pada mesin *search engine*. Dengan demikian, tampilan menu tersebut menyebabkan pengguna kehilangan arah untuk mengakses informasi yang dibutuhkan. Di samping itu, dalam menggunakan WA KEPO penggguna harus mengirim pesan terlebih dahulu untuk mendapat respon dari WA KEPO sehingga kondisi tersebut akan menyulitkan pengguna pemula. Selain itu, hambatan dalam penyampaian informasi melalui WA KEPO dapat terjadi karena faktor eksternal seperti sinyal internet yang kurang memadai sehingga menghambat dalam mengakses informasi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan teknologi terus berlangsung dan menuntut pengguna teknologi untuk menyesuaikan diri secara terus menerus (Maulidiyanti & Suciati, 2019).

Pemerintah Kabupaten Sumedang menilai bahwa WhatsApp merupakan media yang banyak digunakan sehingga yakin bahwa media tersebut memberikan kemudahan terhadap akses informasi. Akan tetapi, diperlukan evaluasi bagi pengguna sehingga media tersebut dapat diakses oleh pengguna dengan baik. Namun, Pemeritah Kabupaten Sumedang tidak memperhatikan penerimaan publik terhadap media tersebut sehingga muncul adanya hambatan. Kondisi tersebut berpengaruh terhadap cara pandang pengguna tentang efektivitas WA KEPO sebagai media informasi.

Hasil wawancara dengan pengguna WA KEPO yakni CWP yang menyatakan bahwa

informasi yang disampaikan melalui WA KEPO cukup efektif karena memberikan kemudahan akses informasi dan pelayanan publik. Adapun pengguna lain yakni VN yang menyatakan bahwa sejauh ini efektivitas penggunaan WA KEPO belum sepenuhnya efektif. Hal tersebut dikarenakan tidak terbiasanya VN menggunakan media sosial WhatsApp sebagai media informasi publik. Masyarakat cenderung terbiasa mengakses informasi publik melalui media sosial seperti Instagram, X (Twitter), Tiktok maupun melalui *Website* resmi.

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa media WhatsApp dapat menjadi hambatan jika digunakan sebagai media informasi. Karena di sisi lain, terdapat media yang cenderung lebih mudah digunakan untuk mengakses informasi, seperti Google yang dapat mengakses informasi melalui fitur pencarian dan media sosial lain seperti Instagram yang sudah biasa digunakan. Dengan demikian, terdapat pengguna yang merasa bahwa media WhatsApp tidak efektif digunakan sebagai media informasi publik.

Pemerintah Kabupaten Sumedang Melaksanakan *Cyber public relations* melalui WA KEPO

Mengacu pada pendapat Holtz (2002) bahwa aktivitas *cyber public relations* memiliki empat karakteristik yakni *strategic, integrated, targeted,* dan *measureable* (Holtz, 2002). Berdasarkan temuan penelitian, karakteristik dalam aktivitas *cyber public relations* Humas Pemerintah Kabupaten Sumedang melalui WA KEPO adalah sebagai berikut.

1. *Strategic*

   Langkah *strategic* yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kabupaten Sumedang adalah membuat *platform* WA KEPO untuk mengintegrasikan informasi dan meningkatkan aksesibilitas informasi publik. Pemerintah Kabupaten Sumedang memiliki berbagai macam alamat situs layanan publik dan informasi tentang pemerintah. Sehingga diperlukan satu media yang dapat mengintegrasikan berbagai informasi tersebut.

   > "Disetiap dinas punya layanannya masing-masing kaya www.disduk.sumedangkab.go.id. Dari latar belakang itu kan masyarakat susah mengingat alamat-alamat itu. Makanya dari Pemda sendiri menginisiasi bagaimana caranya masyarakat mudah mengakses terhadap layanan yang ada di Pemda." (Wawancara dengan Firman, 2024)

   Hasilnya WA KEPO dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses informasi dan layanan publik. Strategi tersebut dibentuk sejalan dengan regulasi transformasi digital Kabupaten Sumedang yakni memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk menyediakan infrastruktur dan memberikan layanan publik yang meningkatkan kualitas hidup warganya (Pemerintah Kabupaten Sumedang, 2020).

   Strategi tersebut sudah menggambarkan bahwa aktivitas *cyber public relations* dirancang untuk memengaruhi hasil yakni menyediakan akses informasi bagi publik. Hal ini juga didukung oleh hasil penelitian yang menyatakan bahwa strategi *cyber public relations* melalui media sosial dilakukan untuk menyediakan tempat untuk berbagi informasi (W. T. Saputra et al ., 2021). Di samping itu, Media sosial menjadi salah satu alternatif baru yang cukup praktis dan cepat dalam menyebarkan informasi khususnya dalam kegiatan kehumasan (Septiyani & Sari, 2021).

   Pada proses pembentukan WA KEPO, pemerintah mengidentifikasi kebutuhan dari OPD dan lembaga vertikal di Kabupaten Sumedang untuk mengintegrasikan berbagai jenis

informasi yang akan disampaikan kepada publik. Peneliti melihat bahwa dalam proses pembentukan WA KEPO, Pemerintah Kabupaten Sumedang berusaha untuk melihat kebutuhan organsiasi dalam menyediakan akses informasi publik. Kemudian, pada proses pembentukan WA KEPO melibatkan vendor untuk membangun media yang mudah digunakan oleh publik.

Teknoogi menjadi pendorong dalam mencapai tujuan organisasi. Dalam kasus ini, WA KEPO menjadi teknologi yang dibutuhkan bagi organisasi untuk mencapai tujuan yakni menyediakan akses informasi. Namun, dalam melihat kebutuhan *stakeholders,* Pemerintah Kabupaten Sumedang hanya melibatkan OPD dan lembaga vertikal di Kabupaten Sumedang, sementara publik sebagai sasaran pengguna layanan belum dilibatkan. Padahal fungsi humas salah satunya menjadi komunikator yang proaktif dalam menjembatani kepentingan pemerintah dengan publiknya (Ruslan, 2016). Artinya, Humas Pemerintah Kabupaten Sumedang harus dapat membuka komunikasi dengan publik untuk melihat informasi yang dibutuhkan oleh publik. Adapun kebutuhan *business* tercermin melalui kerja sama dengan vendor untuk membangun sebuah aplikasi yang berguna untuk menyampaikan informasi dengan mudah dan cepat.

2. *Integrated*

Karakterisitk *cyber public relaitons* yang kedua yakni *integrated.* Kegiatan *public relaitons* yang berfokus pada penggunaan internet sebagai elemen dalam menyusun program komunikasi (Holtz, 2002). Dalam melaksanakan aktivitas *cyber public relations,* Pemerintah Kabupaten Sumedang menggunakan elemen internet, yakni melalui media WhatsApp sebagai media informasi publik. Dengan demikian, karakteristik *integrated* tercermin dalam penggunaan media sosial untuk menyampaikan informasi publik. Karakterisitik *integrated* juga terlihat dari informasi yang tersedia dalam WA KEPO yang mengintegrasikan berbagai informasi dan layanan publik di Kabupaten Sumedang.

> "Jadi kita berkoordinasi dengan dinas-dinas yang ada di Kabupaten Sumedang, nanti kita tawarkan mereka mau menyampaikan informasi apa kepada masyarakat. Kalau ada yang mau disampaikan kita data, baru kita masukan ke dalam aplikasi WA KEPO." (Wawancara Barkat Agustino, 2024)

Aktivitas *cyber public relations* pada institusi pemerintah dibangun untuk mengintegrasikan berbagai informasi layanan publik dalam satu portal. WA KEPO mengintegrasikan informasi yang dapat terhubung dengan media lain seperti *Website,* Instagram, maupun Facebook Pemerintah Kabupaten Sumedang. Sehingga peneliti melihat bahwa adanya karakteristik yang mencerminkan internet dapat membantu dalam mengintegrasikan berbagai sumber informasi. Seperti penelitian yang menyebutkan bahwa dalam media sosial, terdapat konektivitas yang menghubungkan media satu dengan media lainnya (Rizal et al ., 2022).

3. *Targeted*

Karakteristik *targeted* merupakan kegiatan *public relations* yang berfokus pada penggunaan internet untuk mencapai target publiknya (Holtz, 2002). Dari temuan penelitian, aktivitas *cyber public relations* melalui WA KEPO belum mencerminkan karaktersitik dari *targeted.* Hal tersebut karena aktivitas penyampaian informasi hanya berfokus pada memberikan aksesibilitas informasi, sementara Pemerintah Kabupaten Sumedang tidak mempertimbangkan target publiknya secara spesifik. Kondisi tersebut seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh Afifah & Yanti (2022) yang menyatakan

bahwa menurut Diskominfo Kota Depok membuka target audiens seluas-luasnya akan jauh lebih efektif dalam menjangkau khalayak, salah satunya adalah warga kota (Afifah & Yanti, 2022). Sehingga peneliti melihat bahwa institusi pemerintah selama ini tidak menentukan target audiens secara spesifik karena untuk menjangkau publik luas.

Secara umum, WA KEPO dibentuk untuk menyampaikan informasi publik Pemerintah Kabupaten Sumedang. Berdasarkan hasil wawancara, target dari jumlah pengguna WA KEPO sebanyak 500.000 pengguna. Adapun jumlah pengguna WA KEPO pada tahun 2022-2023 sebagai berikut.

Tabel 1 Traffic WA KEPO Tahun 2022-2023

Tahun	Percakapan	Pesan	Pengguna
2022	18.880	69.576	14.741
2023	73.812	299.847	62.044
Jumlah	**92.692**	**369.423**	**76.785**

Sumber: Diskominfosanditik, 2024

Data tersebut menunjukkan bahwa pada tahun 2022, jumlah pengguna WA KEPO mencapai 14.741 pengguna dan pada tahun 2023 jumlah pengguna WA KEPO mencapai 76,785 pengguna. Data tersebut menunjukkan bahwa terdapat peningkatan jumlah pengguna, namun demikian jumlah pengguna tersebut belum mencapai target yang telah ditentukan. Sehingga perlu dilakukan evaluasi mengenai jumlah pengguna WA KEPO agar mencapai target yang telah ditetapkan.

Meskipun WhatsApp merupakan media yang banyak digunakan oleh publik di Indonesia, diperlukan identifikasi publik secara spesifik dengan mempertimbangkan apakah WhatsApp tersebut dapat digunakan oleh semua kalangan di Kabupaten Sumedang dan apakah WhatsApp dapat digunakan oleh pengguna dengan kondisi yang sama maupun dengan kondisi disabilitas. Berdasarkan temuan, hal tersebut tidak diperhatikan oleh Pemerintah Kabupaten Sumedang ketika melaksanakan *cyber public relations* melalui WA KEPO sehingga jumlah pengguna WA KEPO masih dibawah target yang direncanakan.

4. *Measureable*

Terakhir karakterisitk *measureable* yakni efektivitas dari kegiatan perencanaan *public relations* harus dapat diukur. Indikator penilaian bukan hanya perihal yang dapat dilihat seperti tanggapan *(feedback)* tetapi dampak yang diberikan dari kegiatan *public relations* (Holtz, 2002). Dari hasil penelitian, Pemerintah Kabupaten Sumedang melakukan evaluasi dengan melihat jumlah pengguna WA KEPO, jumlah pesan masuk, dan jumlah interaksi. Adapun *feedback* dari pengguna belum menjadi indikator dari evaluasi program *public relations.* Tidak adanya sistem evaluasi yang jelas, maka peneliti melihat bahwa aktvitias *cyber public relations* yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Sumedang tidak memperhatikan *measureable* dengan optimal.

Evaluasi tidak cukup dilihat dari jumlah pengguna, melainkan dapat dilihat dari proses bisnis yang dibangun ketika membuat WA KEPO. Artinya Pemerintah Kabupaten Sumedang harus dapat mengukur dari segi capaian tujuan dibentuknya WA KEPO, apakah WA KEPO tersebut memberikan solusi bagi pemerintah dalam memenuhi kebutuhan organisasi untuk menyampaikan informasi.

Berdasarkan uraian tersebut, *cyber public relations* Humas Pemerintah Kabupaten Sumedang melalui WA KEPO tercermin dari karakteristik aktivitas *cyber public realitons* yang telah dilakukan. Adapun efektivitas dari kegiatan perencanaan *public relations* belum dapat diukur

karena tidak adanya sistem evaluasi yang jelas. Peneliti melihat bahwa dalam melaksanakan *cyber public relaitons* di institusi pemerintah tidak terbatas pada aktivitas penyampaian informasi melalui media sosial, melainkan berkaitan dengan membangun arsitektur sistem pemerintahan berbasis elektronik sehingga diperlukan langkah strategis berdasarkan proses bisnis yang tepat untuk menyelesaikan persoalan yang dihadapi organisasi.

Alasan Pemerintah Kabupaten Sumedang Menggunakan Media Sosial WhatsApp

Berdasarkan hasil observasi, pemerintah Kabupaten Sumedang sudah menggunakan media sosial untuk menyampaikan informasi sejak tahun 2017. Media yang digunakan diantaranya adalah *Website*, Instagram, Facebook, X (Twitter), dan Tiktok. Pada tahun 2022, Pemerintah Kabupaten Sumedang mulai menggunakan media WhatsApp *Business* berbasis *Application Programming Interface* (API) sebagai media informasi dan pelayanan publik. Penggunaan media tersebut bertujuan untuk meningkatkan pelayanan publik dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi.

WhatsApp dipilih sebagai media informasi publik karena merupakan media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia dan diharapkan dapat memberikan kemudahan akses bagi masyarakat, sesuai dengan pernyataan dari Staf Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Diskominfosanditik berikut.

> "Kenapa WhatsApp karena itu tadi menurut survei dari We Are Social di tahun 2023 dan 2024 itu aplikasi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat itu adalah WhatsApp. Yang kedua beranjak dari survei itu tadi memang masyarakat di Kabupaten Sumedang sebagain besar juga menggunakan WhatsApp untuk berkomunikasi dan lebih familiar." (Wawancara dengan Siti Patonah, 2024)

Merujuk pada data dari We Are Social, pada tahun 2023 WhatsApp menjadi media yang paling banyak digunakan oleh pengguna aktif media sosial di Indonesia (We Are Social, 2023). Oleh karena itu, meskipun Pemerintah Kabupaten Sumedang memiliki media *Website,* Instagram, Facebook, X dan Youtube, media WhatApp dipilih untuk menyampaikan informasi karena dapat menjangkau publik yang luas.

Berdasarkan hasil observasi di lapangan, dibandingkan dengan media sosial lainnya, WA KEPO cenderung mudah digunakan karena dalam satu *platform* dapat mengakses berbagai informasi yang menghubungkan dengan *platform* layanan publik lainnya melalui tautan yang disediakan. Berbeda dengan media sosial lain misalnya Instagram, pengguna cenderung sulit untuk mengakses tautan yang diberikan melalui media tersebut. Sementara berbagai layanan publik di Kabupaten Sumedang memiliki alamat *Website* tersendiri sehingga membutuhkan media yang dapat menyampaikan berbagai tautan tersebut. Adapun jika informasi disampaikan melalui *Website,* pengguna harus mengingat alamat *Website* terlebih dahulu. Berbeda dengan WhatsApp, pengguna hanya perlu menyimpan nomor WhatsApp.

> "Jadi dari pada membuat aplikasi yang harus di *download* ataupun buka *Website,* masyarakat pasti lebih mudah menggunakan WhatsApp. Tinggal di *save* nomornya itu sudah langsung ada informasinya." (Wawancara dengan Siti Patonah, 2024)

Perbedaan antara WA KEPO dengan media lain yang sebelumnya sudah digunakan oleh Pemerintah Kabupaten Sumedang ada pada konten informasi yang disajikan. Pada media sosial Instagram dan Facebook informasi yang disajikan berupa agenda-agenda pemerintahan dan pimpinan daerah seperti Bupati, Wakil Bupati, maupun Sekretaris Daerah. Sementara pada *Website*

pemerintah, informasi yang disajikan hampir sama dengan yang tersedia di WA KEPO mulai dari profil sumedang, informasi pariwisata, hingga berbagai informasi layanan publik yang ada di Kabupaten Sumedang hanya bentuk tampilan menu informasi yang berbeda.

WhatsApp merupakan media sosial dengan kategori *social neworking* yang digunakan untuk interaksi dengan mengirim pesan, foto, maupun video yang dipublikasikan secara *real time* (Nasrullah, 2015). Penggunaan fitur *chat bot* dalam WhatsApp memberikan kecepatan respon bagi pengguna untuk mengakses informasi dengan keterbatasan sumber daya manusia yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Sumedang untuk meberikan layanan informasi.

Terdapat persamaan antara informasi yang disajikan melalui *Website* dan WA KEPO. Namun demikian, informasi yang disajikan di WA KEPO lebih kepada informasi singkat yang mengintegrasikan berbagai layanan publik milik Pemerintah Kabupaten Sumedang dengan kemudahan yang diberikan melalui fitur kirim pesan. Saat ini fitur *chat bot* sudah digunakan oleh Humas untuk memberikan pelayanan kepada publik (Maulidiyanti & Suciati, 2019).

Sebagai media informasi publik, penggunaan WhatsApp merupakan inovasi baru pada institusi pemerintah. Selama ini WhatsApp digunakan untuk komunikasi pribadi, akan tetapi Pemerintah Kabupaten Sumedang menggunakan media tersebut untuk komunikasi secara masal dengan publiknya. Seperti dalam laporan "Jumlah pengguna unik ponsel WhatsApp di seluruh dunia mulai Januari 2020 hingga Maret 2024" oleh Statista menjelaskan bahwa 85% konsumen lebih suka mengirimkan pesan kepada merek secara langsung (Statista, 2024). Data tersebut menunjukkan bahwa penggunaan WhatsApp dapat menjadi salah satu opsi untuk menjalin komunikasi dengan publik. Seperti dalam penelitian yang menjelaskan bahwa adanya pesan instan dapat memungkinkan perusahaan untuk melakukan interaksi secara langsung sehingga memudahkan untuk menerima respon secara langsung (Olayinka & Ewuola, 2019). Dengan demikian, penggunaan WhatsApp sebagai media informasi publik dapat membuka interaksi antara pemerintah dengan publik.

Berdasarkan data dari Similarweb, jumlah pengunjung *Website* Pemerintah Kabupaten Sumedang, selama bulan Januari – Maret 2024 sebesar 545.340 kunjungan (Similarweb, 2024). Jumlah pengunjung *Website* lebih besar dibandingkan dengan jumlah pengunjung WA KEPO selama bulan Januari – Maret 2024 yakni sebanyak 29.647 pengguna. Namun, data menunjukkan bahwa sumber pengguna mengakses *Website* Pemerintah Kabupaten Sumedang, sebanyak 9,25% berasal dari media sosial dengan rincian 68,88% dari Youtube, 29,79% dari WhatsApp, dan 1,32% dari Instagram (Similarweb, 2024).

Data tersebut menunjukkan bahwa meskipun jumlah pengguna WA KEPO lebih rendah dibandingkan dengan jumlah pengunjung *Website*, akan tetapi WhatsApp menjadi salah satu sumber lalu lintas pengguna dalam mengakses *Website* Pemerintah Kabupaten Sumedang. Sehingga peneliti melihat bahwa media WhatsApp dapat membantu meningkatkan jumlah kunjungan *Website* Pemerintah.

WhatsApp merupakan media baru yang digunakan oleh Pemerintah Kabupaten Sumedang sejak tahun 2022 untuk menyampaikan informasi publik. Secara teoretis, hal tersebut relevan dengan teori *new media* oleh Pierre Levy yang mengasumsikan bahwa keberadaan *World Wide Web* (www) sebagai sebuah lingkungan informasi terbuka, fleksibel dan dinamis sehingga mengembangkan orientasi pengetahuan manusia (Littlejohn & Foss, 2009). Hasil penelitian menunjukkan bahwa WA KEPO digunakan sebagai media informasi publik yang mampu membuka akses informasi sehingga publik mendapatkan pengetahuan tentang Pemerintah Kabupaten Sumedang.

WA KEPO menunjukkan bahwa penggunaan media baru dapat memberikan kemudahan dalam akses informasi. Hal tersebut karena karakteristik yang dimiliki oleh media baru. Merujuk

pada pendapat Lister 2009, media baru memiliki enam karakterisitik diantaranya digital, interaktivitas, *hypertextual,* jaringan, virtual, dan simulasi (Lister et al., 2009). Karakteristik digital, terlihat dari WA KEPO yang memuat data informasi dalam menggunakan alat API (*Application Programming Interface).* Alat tersebut dapat meningkatkan fungsi WhatsApp yang digunakan sebagai alat untuk menyampaikan pesan dengan menggunakan teknologi *chat bot.* Dalam karakteristik digital, data diubah dan diproses menggunakan mesin dan dibuat oleh manusia (Lister et al., 2009).

Karakteristik interaktivitas di mana media baru menawarkan konsumsi lebih aktif dibandingkan media konvensional (Lister et al., 2009). Hasil temuan menunjukkan bahwa WA KEPO memiliki kemampuan respon yang cepat dalam menyampaikan informasi dan memberikan ruang interaksi bagi pengguna melalui menu informasi dua arah yakni "Saran dan Keluhan". Kondisi tersebut relevan dengan penelitian yang menjelaskan bahwa media sosial merupakan kunci dari interaksi, sehingga diperlukan konten media sosial yang dapat menghasilkan interaksi dengan pengguna (Capriotti et al., 2021). Namun, secara keseluruhan interaksi yang dihasilkan oleh WA KEPO cenderung satu arah karena respon yang diberikan oleh robot yang hanya dapat merespon pengguna berdasarkan menu informasi yang sudah tersedia. Sehingga peneliti melihat bahwa informasi yang disampaikan melalui WA KEPO tidak menghasilkan percakapan dengan pengguna secara optimal melainkan hanya bersifat informatif.

Karakteristik *hypertextual* menggambarkan bahwa media baru dapat menghubungkan satu format informasi dengan format dan sumber informasi lainnya melalui *hyperlink* (Lister et al., 2009). Berdasarkan hasil penelitian, Pemerintah Kabupaten Sumedang memiliki berbagai macam layanan digital yang memiliki alamat *Website* tersendiri, sehingga perlu untuk mengintegrasikan berbagai tautan alaman *Website* tersebut dalam satu *platform* yakni WhatsApp. Hal tersebut juga didukung dari laporan *Website Performance* Pemerintah Kabupaten Sumedang yang menunjukkan bahwa WhatsApp menjadi salah satu sumber lalu lintas pengguna dalam mengakses *Website* Pemerintah Kabupaten Sumedang. Dengan demikian, WA KEPO dapat membantu meningkatkan jangkauan *Website* dengan format *hyperlink* yang disedikana oleh WhatsApp.

Pemerintah Kabupaten Sumedang menyampaikan bahwa WhatsApp dipilih karena dapat memberikan kemudahan bagi publik untuk mengakses informasi serta dapat menjangkau publik yang luas. Hal tersebut berikaitan dengan jaringan dan jangkauan yang dimiliki WhatsApp. Karakteristik jaringan dapat diartikan bahwa dalam media baru terdapat beberapa jaringan yang bertujuan untuk mempermudah, menemukan, dan menggunakan internet dalam mencari informasi (Lister et al., 2009) . WA KEPO mempermudah publik mengakses informasi, tetapi meskipun secara karakteristik media WhatsApp dapat menjangkau khalayak luas peneliti melihat bahwa jangkauan WA KEPO masih terbatas. Kondisi tersebut bertentangan dengan pendapat Lister (2009) yang menyatakan bahwa secara jangkauan, wilayah penyebaran informasi di internet sangat bebas dan tidak terbatas yang berarti media baru memiliki karakteristik virtual. (Lister et al., 2009). Dengan demikian, peneliti melihat bahwa pengguna WhatsApp sebagai media informasi publik memiliki kekurangan karena jangkauan yang terbatas.

WA KEPO dapat memberikan pelayanan publik secara *online,* seperti memberikan layanan surat keterangan. Hal tersebut menunjukkan bahwa media baru memiliki karakteristik simulasi di mana dapat menirukan beberapa media lama ke dalam media baru (Lister et al., 2009). Seperti hasil observasi di lapangan, melalui WA KEPO publik tidak perlu untuk datang ke Kantor Desa untuk membuat surat keterangan.

Berdasarkan uraian tersebut, media sosial WhatsApp dipilih sebagai media informasi publik oleh Pemerintah Kabupaten Sumedang mengacu pada media sosial yang paling banyak digunakan oleh publik. Di samping itu, berbagai karakteristik yang dimiliki oleh WhatsApp sebagai

media baru memberikan aksesibilitas informasi secara cepat dan mudah, serta dapat mengintegrasikan berbagai informasi. Dengan demikian, keunggulan dan karakteristik yang dimiliki oleh WhatsApp dapat menjadi opsi media untuk mendiseminasikan informasi di Pemerintah Kabupaten Sumedang.

KESIMPULAN

1. Penggunaan WA KEPO sebagai media informasi publik dilakukan untuk menciptakan transparansi informasi. WA KEPO berperan sebagai agen untuk menyampaikan informasi dengan bahasa yang sederhana dan keberagaman bentuk informasi. Adanya elemen-elemen *cyber public relations* dalam media WA KEPO menunjukkan bahwa penggunaan WA KEPO sebagai media informasi publik merupakan bentuk aktivitas *cyber public relations* di insitusi pemerintah. Di samping itu, WA KEPO merupakan bentuk transformasi digital pada Sistem Pemerintahan Berbasis Elektornik (SPBE) di Kabupaten Sumedang. Namun, jangkauan WA KEPO masih terbatas pada publik yang sudah mengetahui dan menggunakan WA KEPO. Oleh karena itu, Pemerintah Kabupaten Sumedang dapat melakukan teknik dalam mengelola media sosial WhatsApp berupa blasting pesan secara masal kepada nomor penduduk di Kabupaten Sumedang menggunakan WA KEPO sehingga publik di Kabupaten Sumedang dapat menerima informasi tentang nomor WA KEPO dan jangkaun media WA KEPO dapat lebih luas.
2. Publik di Kabupaten Sumedang menggunakan WA KEPO sebagai media informasi publik. WA KEPO digunakan untuk mengakses informasi tentang Kabupaten Sumedang dan layanan publik. Media tersebut sudah memberikan manfaat berupa kemudahan untuk mengakses informasi dan layanan publik, tetapi perlu ditinjau kembali efektivitas dan hambatan yang dialami pengguna pada saat mengakses WA KEPO. Namun, pengguna masih memiliki hambatan dalam mengakses WA KEPO. Pemerintah Kabupaten Sumedang perlu meninjau kembali hambatan yang dialami oleh pengguna tersebut dengan memperhatikan User Acceptance Test (UAT) pada media WA KEPO.
3. Humas Pemerintah Kabupaten Sumedang melaksanakan *cyber public relations* melalui WA KEPO dengan menentukan langkah strategis berupa pembentukan WA KEPO dan kolaborasi dengan SKPD dan lembaga lainnya. Aktivitas *cyber public relations* dilakukan untuk mengintegrasikan informasi dalam *platform* WA KEPO. Namun, tidak mempertimbangkan target publiknya secara spesifik sehingga jumlah WA KEPO masih dibawah target yang direncanakan. Efektivitas dari kegiatan perencanaan *public relations* belum dapat diukur karena tidak adanya sistem evaluasi yang jelas. dalam melaksanakan *cyber public relations* tersebut, Pemerintah Kabupaten Sumedang perlu untuk memperhatikan target publik secara spesifik dan kemampuan publik dalam mengakses WA KEPO.
4. Media sosial WhatsApp dipilih sebagai media informasi publik oleh Pemerintah Kabupaten Sumedang berdasarkan media sosial yang paling banyak digunakan oleh publik. Di samping itu, berbagai karakteristik dari media WhatsApp sebagai media baru memberikan aksesibilitas informasi secara cepat dan mudah, serta dapat mengintegrasikan berbagai informasi. Akan lebih baik, pemilihan media juga didasarkan pada kebutuhan publik di Kabupaten Sumedang dan ditinjau kembali efektifitas dan efisiensi penggunaan media WhatsApp sebagai media informasi publik karena jangkauan publik media tersebut yang masih terbatas.

5. Saran bagi penelitian selanjuntya, dapat melakukan penelitian tentang efektivtias pelaksanaan program *cyber public relations* melalui media sosial yang dilakukan oleh berbagai perusahaan atau instansi sehingga dapat menambah pengetahuan mengenai impelementasi *cyber public relations*.

DAFTAR REFERENSI

Afifah, G. N., & Yanti, A. A. (2022). Cyber Public Relations Activities of Depok City Diskominfo in Building a Positive Image. CHANNEL: Jurnal Komunikasi, 10(1), 9–20. https://doi.org/10.12928/channel.v10i1.22011

Al-Kandari, A. A., Gaither, T. K., Alfahad, M. M., Dashti, A. A., & Alsaber, A. R. (2019). An Arab Perspective on Social Media: How banks in Kuwait Use Instagram for Public Relations. Public Relations Review, 45(3). https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.04.007

Andamisari, D. (2021). Penggunaan Status Whatsapp Sebagai Digital Marketing Warga Kecamatan Medan Satria Bekasi Di Era New Normal. Jurnal Lugas, 66(1), 66–72. http://ojs.stiami.ac.id

Capriotti, P., Zeler, I., & Oliveira, A. (2021). Assessing Dialogic Features of Corporate Pages on Facebook in Latin American Companies. Corporate Communications: An International Journal, 26(5), 16–30. https://doi.org/10.1108/CCIJ-10-2020-0149

Creeber, G., & Martin, R. (2009). Digital Culture: Understanding New Media. Open University Press.

Creswell, J. W. (2013). Qualitative Inquiry & Research Design. Sage Publications.

Creswell, J. W. (2017). Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatifm dan Mixed (Edisi Ketiga). Pustaka Pelajar.

Effendy, & Uchjana, O. (2017). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek . PT Remaja Rosdakarya .

Enterprise, J. (2012). Chatting Tanpa Batas Menggunakan Whastapp . PT Elex Media Kompuntindo.

Ganiem, L. M., & Agustina, A. (2023). Cyber Public Relations Strategies for Enhancing Public Engagement: A Case Study of Koja Hospital Instagram. Athena: Journal of Social, Culture and Society, 1(3), 116–129. https://doi.org/10.58905/athena.v1i3.104

Gunawan, A. I., Yustikasari, & Ruchiat Nugraha, A. (2022). Implementasi Cyber Public Relations Pemerintah Kota Cimahi Sebagai Media Informasi Publik Mengenai Pancemi Covid-19 Dalam Mendukung E-Government. JPDSH Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora, 1(6). https://bajangjournal.com/index.php/JPDSH

Holtz, S. (2002). Public relations on the Net: winning strategies to inform and influence the media, the investment community, the government, the public, and more! Amacom.

Kosasi, S. B., Endri, E. P., Munir, A. L., Komunikasi, J., & Islam, P. (2022). New Media : Instagram @bolalobfootball Sebagai Media Informasi Sepakbola Masyarakat Kota Tangerang. Al Munir: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam, 13(1), 108–117. https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir/index

Kusuma Dewi, I., Yusriyah, K., & Komunikasi, I. (2021). Cyber Public Relations dalam Akun Instagram @official.antam PT Aneka Tambang untuk Menghadapi Revolusi Industri 4.0. Jurnal Ilmu Komunikasi, 4(1). http://medium.com/,

Lister, M., Divey, J., Giodings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). New Media - A Critical Introduction Second Edition. Routledge.

Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). Teori Komunikasi. Salemba Humanika.

Maulidiyanti, M., & Suciati, P. (2019). Inovasi Layanan Informasi Digital dengan ChatBot di Humas Insitusi Pendidikan. Jurnal Sosial Humaniora Terapan , 2(1), 22–34.

Mboeik, C., Andung, P. A., & Mandaru, S. S. E. (2020). Jurnal Politikom Indonesiana: Praktik Digital Public Relations dalam Upaya Meningkatkan Citra Positif Perusahaan PT. PLN (Persero) UIW NTT. Ilmu Politik Dan Ilmu Komunikasi, 5(2), 40–54. https://journal.unsika.ac.id/index.php/politikomindonesianahttps://journal.unsika.ac.id/index.php/politikomindonesiana40

Mujianto, H., Zikri, D., & Nurhadi, F. (2020). Optimalisasi Instagram Sebagai Alat Cyber Public Relations PT. GI di Era Industri 4.0. Jurnal Humaniora Yayasan Bina Darma , 7(1), 5–14.

Nasrullah, R. (2015). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Simbiosa Rekatama Media.

Novianti, E., Ruchiyat Nugraha, A., Komalasari, L., Komariah, K., Rejeki, S., & Padjadjaran, U. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Penyebaran Informasi Program Pemerintah (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran). https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir

Olayinka, P., & Ewuola, P. O. (2019). Impact of Social Media on Public Relations Practice. IJRDO-Journal of Social Science and Humanities Research, 4(5), 65–85.

Onggo, B. J. (2004). Cyber Public Relations: Membangun dan Mempertahankan Merk Global. Elex Media Komputindo.

Pemerintah Kabupaten Sumedang. (2020). Produk Hukum Transformasi Digital. https://sigeol.sumedangkab.go.id/

Peraturan Bupati Sumedang, Pub. L. No. 56 (2021).

Philips, D., & Young, P. (2009). Online Public Relations: A Practical Guide to Developing an Online Strategy in the World of Social Media. Kogan Page Limited .

Puspitasari, N., & Purwani, D. (2022). Cyber Public Relations . Adipura Books .

Putri, I. (2023). Pemkab Sumedang Raih Penghargaan “Best of The Best” di Ajang KJIB 2023. Detik News . https://news.detik.com/berita/d-6963352/pemkab-sumedang-raih-penghargaan-best-of-the-best-di-ajang-kijb-2023

Ramadani, T. (2022). The Government Public Relations Handbook. Bintang Semesta Media.

Rizal, M., Putra, A., Hidayahtullah, M., Pratama, A., Sosial, F. I., & Politik, D. (2022). Implementasi Digital PR Pada UM Buton dalam Menyebarkan Informasi Publik. Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial, 2(1), 55. https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i1.127

Ruslan, R. (2016). Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi. Raja Grafindo Persada.

Saputra, M. H., & Luthfi, M. (2023). Analysis of the Use of Social Media in Cyber Public Relations Activities of Pondok Darul Hijrah. Jurnal Komunikasi, 17(2), 128–137. https://doi.org/10.21107/ilkom.v17i2.21095

Saputra, W. T., Ayuningtyas, F., & Agustina, D. G. (2021). Cyber Public Relations Strategies by the South Tangerang Government in Developing Its Image. Walailak Journal of Social Science, 14(1), 1–11. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/wjss

Septiyani, D., & Sari, Y. (2021). Cyber Government Public Relations Management in Strengthening The Image of The Information Technology Board and National Communication (WANTIKNAS). Moestopo International Review on Social, Humanities, and Sciences, 1(2), 105–117. https://doi.org/10.32509/mirshus.v1i2.21

Similarweb. (2024). Website Performance sumedangkab.go.id. Website Similarweb. https://pro.similarweb.com/#/digitalsuite/websiteanalysis/overview/website-performance/*/999/2024.01-2024.03?webSource=Total&key=sumedangkab.go.id

Statista. (2024). Number of unique WhatsApp mobile users worldwide from January 2020 to

March 2024. https://www.statista.com/statistics/1306022/whatsapp-global-unique-users/

Suwatno. (2018). Pengantar Public Relations Kontemporer. PT Remaja Rosda Karya.

Syafaat, M., & Wahyudin, D. (2020). ANALISIS IMPLEMENTASI DIGITAL PUBLIC RELATIONS PADA KONTEN INSTAGRAM @ALAMINUNIVERSAL. Jurnal Pustaka Komunikasi, 3(1), 1–12. http://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom

Syahputra, A., & Fuady, M. E. (2019). Strategi Digital Public Relations pada INFOBDG (Studi Kasus Mengenai Strategi Digital Public Relations pada InfoBDG dalam Mempertahankan Eksistensi Corporate Image). Prosiding Hubungan Masyarakat.

Undang-Undang Republik Indonesia (2008).

Wang, Y., & Yang, Y. (2020). Dialogic Communication on Social Media: How organizations Use Twitter to Build Dialogic Relationships with Their Publics. Computers in Human Behavior, 104, 1–8. https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106183

We Are Social. (2023). Digital 2023: Indonesia . https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia

Widyaningrum, E. A., Yestari, F. E. J., Sari, E. A., & Srihartini, I. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Informasi Swamedikasi Online Berbasis Whatsapp Bot Terhadap Kepuasan Masyarakat. JFIOnline | Print ISSN 1412-1107 | e-ISSN 2355-696X, 14(2), 117–129. https://doi.org/10.35617/jfionline.v14i2.73

Wijaya, P. S. (2023a). Sumedang Raih Nilai Tertinggi Jadi Kabupaten Paling Informatif di Jawa Barat. Pemerintah Kabupaten Sumedang. https://sumedangkab.go.id/berita/detail/sumedang-raih-nilai-tertinggi-jadi-kabupaten-paling-informatif-di-jawa-barat

Wijaya, P. S. (2023b). WA KEPO Jadikan Pemda Sumedang Raih Penghargaan Badan Publik Informatif . Pemerintah Kabupaten Sumedang. https://sumedangkab.go.id/berita/detail/wa-kepo-jadikan-pemda-sumedang-raih-penghargaan-badan-publik-informatif

Yuniawati, F., Bakti, I., & Nugraha, A. R. (2023). City branding Kabupaten Sumedang melalui program Sumedang Happy Digital Region. Comdent: Communication Student Journal, 1(1), 30. https://doi.org/10.24198/comdent.v1i1.44684