

STRATEGI HUMAS SIBER MELALUI PENGELOLAAN KONTEN WEBSITE PEMERINTAH
Studi Kasus *website* www.subang.go.id pada Dinas Komunikasi dan Informatika
Kabupaten Subang

Hadi Purnama¹, Abdullah Adnan², Arie Prasetio³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung
email: hadipurnama21@gmail.com¹; adnanomatic@gmail.com²; ariejatock@gmail.com³

Abstrak

Dalam tata kelola (*good governance*) harus selalu mengedepankan kepentingan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang terlibat didalamnya, termasuk yang dilakukan oleh pemerintah sebuah sebagai institusi publik yang melayani kepentingan masyarakat. Tata kelola juga tidak lepas dari pemerataan, persamaan, efisiensi, transparansi, dan akuntabilitas informasi yang disampaikan oleh pemerintah kepada seluruh pemangku kepentingan. Dalam menjalankan perannya tersebut, maka posisi *public relations* atau hubungan masyarakat pemerintah dalam konteks penelitian ini dipegang oleh Diskominfo menjadi bagian sentral dalam pemerintahan daerah sebagai pihak yang dapat mengelola aspirasi publik dan semua pemangku kepentingan. Pemerintah daerah di era desentralisasi menjadi salah satu sumber acuan dalam pengelolaan kebijakan pemerintah dengan memanfaatkan dan memaksimalkan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Pemanfaatan TIK dalam sistem pengelolaan pemerintah daerah diterapkan melalui *e-government* dalam rangka menciptakan tata kelola pemerintah yang baik, salah satu bentuknya dengan penggunaan website Pemda. Melalui *website subang.go.id* Pemerintah Kabupaten Subang yang dikelola oleh Diskominfo, menjadi ujung tombak pemerintah dalam menyebarkan informasi kepada publik. Untuk mengetahui strategi pengelolaan konten *website subang.go.id* milik Pemkab Subang, maka dilakukan penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan studi kasus. Dari hasil pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan penelusuran dokumen yang relevan, peneliti berhasil mendapatkan sejumlah temuan penting. Penelitian ini menemukan hasil berupa permasalahan terkait dengan pengelolaan website oleh Diskominfo Pemkab Subang. Diantara persoalan yang masih dihadapi berkaitan dengan pengelolaan konten *website subang.go.id* adalah masih kurangnya koordinasi dalam pengelolaan website, terbatasnya SDM pengelola website, tidak dilakukannya pembaruan konten, tampilan website yang kurang menarik, rendahnya interaktivitas antara pengelola dengan pengguna website, serta kurangnya akses masyarakat dalam memanfaatkan website, tampilan website yang monoton. Mengacu pada standard pengelolaan konten website, maka permasalahan masih terjadi pada level riset, perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Salah satu temuan penting dari munculnya permasalahan pengelolaan *website subang.go.id* adalah masih terpisahnya dan tidak adanya koordinasi dalam hal tugas dan tanggung jawab antara bagian Humas Pemkab Subang yang sebatas sebagai pemasok informasi di satu sisi, dengan peran Diskominfo Pemkab Subang sebagai pihak yang bertugas memublikasikan informasi.

Kata kunci: *Cyber Public Relation; Website; Pemerintah Kabupaten Subang; Good Governance; e-Government*

Abstract. *In governance (good governance) should always put the interests of the stakeholders (stakeholders) are involved, including those conducted by a government as a public institution that serves the public interest. Governance is also not out of equity, equality, efficiency, transparency, and accountability of the information submitted by the government to all stakeholders. In carrying out that role, then the position of public relations or public relations of government in the context of this study is held by Diskominfo a central part in local government as a party that can manage the aspirations of the public and all stakeholders. The local government in the era of decentralization to be one source of reference in the management of government policies by utilizing and maximizing the utilization of information and communication technology (ICT). Utilization of ICT in local government management system implemented through the e-government in order to create good governance, one of its forms with the use of local government website. Through the website subang.go.id Subang regency government managed by Diskominfo, spearheading the government in disseminating information to the public. To know subang.go.id website content management strategies have Subang regency, then carried out studies using qualitative research methods and case study approach. From the data collected through in-depth Interview, observation, and search relevant documents, investigators managed to get a number of important findings. This study found the results in the form of problems related to the management of the website by Diskominfo Subang regency. Among the problems that are still faced with regard to the management of website content subang.go.id is still a lack of coordination in the management of the website, limited human resources manager of the website, it does not update the content, see the website less attractive, low interactivity between the manager of the users of the website, as well as the lack of access the public in using the website, the website look monotonous. Referring to the standard website content management, the problem still occurs at the level of research, planning, implementation and evaluation. One important finding of the emerging management issues subang.go.id website is still separation and lack of coordination in terms of duties and responsibilities between the PR Subang regency were limited as suppliers of information on the one hand, the role Diskominfo Subang regency as the people in charge publish information.*

Keywords: *Cyber Public Relations; Website; Subang District Government; Good Governance,*

1. Pendahuluan

Di era keterbukaan saat ini serta di tengah desentralisasi pemerintahan dengan pihak pemerintah daerah sebagai lokomotif pembangunan, maka instansi pemerintahan dituntut untuk mampu menerapkan konsep tata kelola yang baik (*good governance*). Secara umum *governance* diartikan sebagai kualitas hubungan antara pemerintah dan pemangku kepentingan yang dilayani dan dilindunginya, *governance* mencakup 3 (tiga) domain yaitu *state* (negara/pemerintahan), *private sectors* (sektor swasta/dunia usaha), dan *society* (masyarakat).

Untuk menciptakan tata kelola pemerintah yang baik, pemerintah salah satunya dapat menerapkan yang disebut dengan *E-Government (e-govt)*. *E-govt* merupakan pemanfaatan teknologi internet oleh pemerintahan untuk melayani masyarakat dengan kemudahan akses untuk pemerintah dalam hal pelayanan, informasi dan untuk menambah kualitas pelayanan serta memberikan peluang bagi masyarakat untuk berpartisipasi. Salah satunya adalah pendayagunaan *website*.

Pemerintah Kabupaten Subang memiliki *website* yang beralamat di www.subang.go.id sebagai sarana utama untuk menyebarkan informasi publik kepada masyarakat. Pengelolaan konten *website* Subang saat ini dipegang penuh oleh Diskominfo. Hanya saja dalam beberapa tahun terakhir *website* Subang tidak mampu berkompetisi dengan *website* kabupaten lainnya. Hal tersebut terlihat dari Peremingkatan *e-govt* Indonesia dengan nilai dibawah rata-rata setiap tahunnya. Konten yang kurang *update* juga menjadi permasalahan utama *website* Subang tidak menarik di mata masyarakatnya sendiri.

Berdasarkan informasi pada peremingkatan PeGI tahun 2012, Kabupaten Subang pernah memasuki peremingkatan PeGI dengan nilai rata-rata 1,79 yang dikategorikan kurang baik karena memperoleh nilai rata-rata di bawah 2,50. Sedangkan pada

tahun 2013 PeGI tidak melakukan peremingkatan pada wilayah Jawa Barat sehingga peremingkatan untuk e-Government Kabupaten Subang pun tidak dapat dipelajari kenaikan atau penurunannya. Barulah setelah pada tahun 2014 kembali peremingkatan PeGI dilakukan kembali dan memperlihatkan bahwa Kabupaten Subang tidak menorehkan hasil sedikit pun sehingga tidak masuk dalam standar peremingkatan PeGI. Hal itu terlihat pada situs resminya yang tidak melampirkan hasil peremingkatan di wilayah Jawa Barat sebagaimana diperlihatkan pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1
Peringkat PeGI tahun 2014
Sumber: pegilayanan.go.id

NO	KABUPATEN/KOTA	DIMENSI					NILAI RATA-RATA	KATEGORI
		KEBUJARAN	KELEMBAGAAN	INFRASTRUKTUR	APLIKASI	PERENCANAAN		
1	Kota Cimahi	2,79	2,87	2,90	2,80	2,90	2,83	Baik
2	Kota Bogor	2,83	2,87	2,88	2,80	2,87	2,80	Baik
3	Kota Bekasi	2,81	2,80	2,84	2,80	2,70	2,85	Baik
4	Kota Depok	2,85	2,87	2,82	2,87	2,82	2,84	Baik
5	Kabupaten Purwakarta	2,80	2,80	2,80	2,87	2,87	2,85	Baik
6	Kabupaten Bandung	2,42	2,55	2,24	2,37	2,55	2,43	Kurang
7	Kota Cirebon	2,38	2,27	2,24	2,23	2,55	2,33	Kurang
8	Kabupaten Bekasi	1,75	2,53	2,33	2,00	2,33	2,19	Kurang
9	Kota Sukabumi	2,21	2,50	2,05	1,90	2,07	2,15	Kurang
10	Kabupaten Cirebon	1,92	2,40	2,00	2,17	2,30	2,14	Kurang
11	Kabupaten Kuningan	1,83	2,05	2,00	2,00	2,27	2,10	Kurang
12	Kabupaten Bogor	1,83	2,27	1,81	2,03	2,00	1,99	Kurang
13	Kota Tasikmalaya	2,00	2,20	1,80	2,10	1,70	1,98	Kurang
14	Kabupaten Indramayu	1,88	2,13	1,87	1,83	1,87	1,85	Kurang
15	Kabupaten Garut	1,88	2,07	1,71	1,73	1,87	1,78	Kurang
16	Kabupaten Cianjur	1,58	2,07	1,45	2,07	1,40	1,67	Kurang
17	Kabupaten Tasikmalaya	1,25	1,70	1,84	2,05	1,40	1,61	Kurang
18	Kabupaten Sumedang	1,25	1,87	1,87	1,80	1,40	1,65	Kurang
19	Kota Banjar	1,38	1,53	1,24	1,53	1,25	1,38	Sangat Kurang
20	Kabupaten Sukabumi	1,04	1,80	1,14	1,50	1,40	1,34	Sangat Kurang
21	Kabupaten Ciamis	1,25	1,83	1,85	1,40	1,20	1,52	Sangat Kurang
22	Kabupaten Karawang	1,00	1,50	1,10	1,40	1,47	1,27	Sangat Kurang
23	Kabupaten Pangandaran	1,00	1,40	1,00	1,40	1,00	1,17	Sangat Kurang
RATA-RATA		1,83	2,18	1,88	2,03	1,98	1,98	Kurang

Permasalahan tersebut yang membuat tim peneliti tertarik untuk mengkaji secara mendalam Strategi Pengelolaan Konten Website www.subang.go.id yang dikelola oleh Diskominfo Pemerintah Kabupaten Subang.

**II. Tinjauan Pustaka
Cyber Public Relation**

Cyber public relation atau Humas Siber menurut Onggo (2004: 1) adalah inisiatif *Public Relations (PR)* yang menggunakan media Internet sebagai sarana publisitasnya. Sedangkan Bob Julius Onggo menjabarkan tentang *cyber public relation* atau dalam

bukunya disebut dengan E-PR, yaitu :

- (a) **E** adalah Elektronik
 “e” didalam E-PR adalah sama halnya dengan “e” sebelum kata *mail* atau *commerce* yang mengacu pada media elektronik Internet. Mengingat popularitas dan multifungsi media Internet, media ini dimanfaatkan pula oleh para pelaku *PR* untuk membangun merek (*brand*) dan memelihara kepercayaan (*trust*).
- (b) **P** adalah *public*
 “*Public*” disini mengacu bukan hanya pada *public*, namun pasar konsumen. *Public* juga tidak hanya mengacu pada satu jenis pasar konsumen, namun pada berbagai pasar atau *public audiences*. Media Internet bisa memudahkan kita untuk menjangkau mereka dengan lebih cepat atau sebaliknya, memudahkan mereka untuk menjangkau kita.
- (c) **R** adalah *relations*
 “*Relations*” merupakan hubungan yang harus di pupuk antara pasar dan bisnis Anda. Itulah kunci kepercayaan pasar agar suatu bisnis berhasil. Menariknya, melalui media Internet hubungan yang sifatnya *one-to-one*.

Jadi pada dasarnya Humas Siber adalah sebutan untuk segala macam aktivitas PR seperti siaran pers, konferensi pers, ataupun segala bentuk yang termasuk dalam PR yang memanfaatkan Internet.

Strategi PR

PR dalam melaksanakan tanggungjawabnya dengan menggunakan sistematika yang terarah dalam suatu strategi kerja yang dilakukan melalui empat tahap sebagaimana diungkapkan Suhandang (2004: 142) yaitu:

- 1) Penelitian (*research*) Tahapan ini merupakan kegiatan pengumpulan, pengolahan, analisa dan penyajian data yang dilakukan secara sistematis dan objektif untk memecahkan suatu persoalan atau menguji suatu hipotesis untuk mengembangkan prinsip-prinsip umum.
- 2) Perencanaan (*planning*) Pada tahapan ini, humas menyusun rencana kerja kegiatan yang berifat rasional, lentur atau fleksibel dan berkelanjutan untuk melaksanakan tujuan dan cara mencapainya.
- 3) Pelaksanaan (*action*) Dalam tahapan ini humas memadukan tenaga kerja, alat kerja, informasi, uang, tempat dan waktu kerja, sehingga akhirnya dapat mewujudkan produk yang dinamakan hasil kerja, penempatan tenaga kerja dan kegiatan untuk menggerakkan para pelaksana agar mau dan mampu bekerja mencapai tujuan yang telah ditentukan.
- 4) Penilaian (*evaluation*) Melalui tahapan ini dapat diketahui hal-hal yang perlu mendapatkan perhatian lebih lanjut demi kesempurnaan cita-cita perusahaan selanjutnya. Tahapan penilaian ini merupakan kontrol atau barometer terhadap pelaksanaan kerja.

III. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Studi kasus ini dipilih dengan berdasarkan pada cara peneliti dalam memilih strategi pengelolaan konten *website* oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kabupaten Subang dan permasalahan di dalamnya sebagai karakter kasus khas yang menjadi nilai penting dalam metode studi kasus sebagaimana diungkapkan Stake (dalam Creswell, 2013:137) bahwa studi kasus

kualitatif dapat disu-sun untuk mengilustrasikan kasus yang unik, kasus yang memiliki kepentingan yang tidak biasa dalam dirinya dan perlu dideskripsikan atau diperinci. Paradigma konstruktivisme memungkinkan peneliti memahami realitas sosial berdasarkan interpretasi yang dibangun atas dasar pemaknaan peneliti pada perilaku sosial yang ada. Paradigma konstruktivisme memberikan keleluasaan bagi peneliti untuk memahami realitas sosial sebagai produk makna sebagaimana diungkapkan Hidayat (2003:3) bahwa paradigma konstruktivis ialah paradigma yang hampir merupakan antitesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia sosial mereka.

IV. Hasil Penelitian

Regulasi tentang pengelolaan *website* di Pemerintah Subang seringkali disinggung pada wawancara, sehingga membuat peneliti tertarik untuk membedah siapa sebenarnya yang memiliki tanggung jawab penuh tentang pengelolaan *website*. Berdasarkan Tugas Pokok dan Fungsi (Tupoksi) antara Humas dan Diskominfo sangatlah berbeda. Hal ini dituliskan pada Tupoksi Diskominfo Paragraf 5 Pasal 21 bahwa Seksi Pelayanan Informasi Telematika mempunyai tugas pokok melaksanakan penyiapan bahan serta melaksanakan pelayanan informasi melalui media telematika. Media telematika yang dimaksud pada pasal tersebut salah satunya adalah *website*, hal tersebut diketahui peneliti pada saat mengklarifikasi peraturan tersebut saat melakukan wawancara. Sedangkan Tupoksi Humas menurut Peraturan Bupati Tahun 2008, Pasal 20, adalah melakukan pemberitaan, penerangan dan penyebarluasan

sega-la kegiatan program dan hasil pembangunan yang dicapai Pemerintah Daerah kepada Masyarakat luas guna memperjelas kebijakan Pimpinan Pemerintah Daerah baik melalui media cetak dan media elektronik. Terlihat bahwa Tupoksi Humas bagian Pemberitaan tidak menyebutkan adanya penyebaran informasi melalui media telematika atau *website*.



Gambar 1

Tampilan website subang.go.id Pemerintah Kabupaten Subang
Sumber: www.subang.go.id

Informan dari Diskominfo sempat menyatakan bahwa pengelolaan konten seharusnya dilakukan oleh Humas, sedangkan Diskominfo hanya mengurus teknis saja. Hal itu bertolak belakang dengan Peraturan Bupati Nomor 50 Tahun 2015, bahwa pengelolaan konten maupun teknis pada *website* induk Subang harus dilakukan oleh Diskominfo. Sehingga yang berperan sebagai pengelola konten *website* menurut Peraturan Bupati dan Tupoksi seharusnya sepenuhnya dilakukan Diskominfo. Hal ini membuat peneliti menyimpulkan bahwa yang memegang peranan penting dalam implementasi Humas Siber dan *e-government* di Pemerintah Subang adalah Diskominfo karena peranannya yang langsung mengelola pemberitaan melalui *website* induk Subang.

Pada pengelolaan konten *website* pemerintah, didalamnya harus memenuhi beberapa aturan yang tercantum pada UU

Nomor 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP), bahwa di setiap *website* pemerintahan harus memiliki sedikitnya tiga jenis kriteria informasi, yaitu: (1) informasi yang wajib disediakan dan diumumkan; (2) informasi yang wajib diumumkan secara serta merta; (3) informasi yang wajib tersedia setiap saat. Berdasarkan hasil wawancara, Diskominfo Subang sudah menampilkan tiga jenis informasi publik tersebut pada *website*-nya. Meskipun informasi yang ditampilkan tidak secara berkala diperbarui.

Dari aspek ketersediaan SDM pengelola *website*, merujuk pada hasil wawancara dengan informan, sempat diungkapkan bahwa dalam praktiknya Diskominfo mengakui kekurangan SDM dalam pengelolaan konten *website*. Hal ini merupakan salah satu masalah internal dan memang seharusnya memiliki tim mandiri dalam pengelola *website*. Tercantum pada Peraturan Bupati Subang nomor 50 tahun 2015 tentang Pendayagunaan Website bab 4 pasal 15, tertulis bahwa paling kurang ada tujuh SDM yang termasuk di dalam tim pengelola diantaranya: (1) Penanggung Jawab; (2) Ketua; (3) Sekretaris; (4) Redaktur; (5) Editor; (6) Administrator; dan (6) Reporter.

Namun, mengacu pada fakta di lapangan Diskominfo Subang tidak memiliki kelengkapan tim pengelola *website*. Saat ini - ketika penelitian dilakukan - *website* subang.go.id hanya memiliki satu dari tujuh posisi yang harusnya dimiliki, yaitu reporter. Hal ini terjadi - seperti tegaskan salah seorang informan - bahwa saat ini Diskominfo Kabupaten Subang masih menggunakan SK Kepala Dinas, bukan merujuk pada Perbup No. 50 tahun 2015. Sehingga pembentukan tim pengelola *website* belum dapat direalisasikan.

Observasi yang dilakukan penulis pada *website* subang.go.id menunjukkan pemberitaan dalam *website* tersebut tidak diperbarui setiap hari, atau tidak *update*. Dua faktor penyebabnya adalah keterbatasan SDM

dan konten yang dapat diangkat ke dalam *website*. Masalah lain yang ada pada *website* adalah desain yang kurang menarik serta tidak adanya halaman aspirasi pada *website* subang.go.id. Padahal menurut Peraturan Menteri Kominfo No. 17 Tahun 2009 tentang Diseminasi Informasi Bagian Ketiga Pasal 8, ditulis bahwa Media Baru seperti Website (*media online*) sekurang-kurangnya setiap hari dilakukan pembaruan (*updating*). Tentu hal ini tidak sesuai dengan yang dilakukan oleh Diskominfo pada *website* subang.go.id.

Potensi berita sebenarnya tidak harus selalu mengenai program atau aktivitas pemerintah Kabupaten Subang, melainkan mengangkat berbagai potensi daerah dari berbagai aspek, meliputi aspek sosial kemasyarakatan, ekonomi dan ekonomi kreatif, potensi seni, budaya, dan tradisi lokal, hingga keunikan objek wisata yang masih luput dari peliputan media arus utama.

Intinya, konten yang dapat diangkat di *website* Pemkab Subang seharusnya dapat mengembangkan keseluruhan potensi yang dimiliki daerah, serta mampu menjangkau ke setiap pelosok wilayah Kabupaten Subang. Sehingga, dari sisi konten tidak akan pernah kekurangan bahan baku yang akan terus dikembangkan. Dalam jangka menengah dan panjang, apabila pengelolaan konten yang beragam dan kaya bukan saja akan mendongkrak jumlah kunjungan (*visit*) ke *website* subang.go.id, melainkan juga akan menaikkan reputasi pemerintah Kabupaten Subang.

Mengenai hilangnya halaman aspirasi, berdasarkan wawancara hal ini sengaja dihapus oleh pihak Diskominfo, karena staf Diskominfo tidak memiliki wewenang untuk menjawab pertanyaan dari masyarakat. Jadi staf cukup kerepotan jika setiap pertanyaan masyarakat harus terlebih dahulu disampaikan ke petinggi. Padahal berdasarkan Peraturan Menteri Kominfo Tahun 2016 Bab 5 Pasal 11, tertulis sekurang-kurangnya konten *website* pemerintah meliputi salah satunya layanan

aspirasi dan pengaduan serta halaman kontak. Jika Diskominfo sengaja menghapus halaman tersebut, sudah sangat jelas bahwa Diskominfo Subang melanggar peraturan menteri.

Mengacu pada Undang-undang, Peraturan Menteri, Peraturan Bupati, Tupoksi Diskominfo Kabupaten Subang, praktik pengelolaan *website* subang.go.id menurut hemat peneliti sama sekali tidak sesuai. Lebih jauh lagi, apa yang sudah dilakukan dalam pengelolaan *website* subang.go.id sudah tidak melaksanakan apa yang ditulis dan diundangkan.

V. Simpulan dan Saran

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya, ditemukan beberapa simpulan.

Pertama, penelitian (*research*) dalam pengelolaan konten *website* oleh Diskominfo menemui beberapa permasalahan seperti kurangnya akses masyarakat ke *website*, tampilan *website* yang monoton, kurangnya koordinasi dan SDM, tidak ada interaksi timbal balik yang terjadi antar pemerintah dan masyarakat melalui *website*.

Kedua, pada bagian perencanaan (*planning*) bahwa Humas dijadikan sebagai kontributor berita sedangkan Diskominfo hanya melakukan publikasi langsung via *website*. Rencana lain adalah target audiens Primer yaitu masyarakat dan Sekunder yaitu investor dalam dan luar negeri. Target produksi berita diharapkan memenuhi satu berita dalam satu hari. Serta memuat informasi publik pada *website*.

Ketiga, pada tahap pelaksanaan (*action*) Diskominfo Subang menunjuk humas bertanggung jawab dalam produksi berita sedangkan Diskominfo bertugas dalam menyeleksi berita yang akan di publikasikan. Sumber berita didapat dari reporter internal Pemkab Subang. Target pemberitaan satu berita dalam satu hari tidak dapat tercapai.

Promosi *website* dilakukan melalui email resmi, juga kepada para tamu dalam dan luar negeri.

Keempat, pada tahap penilaian (*evaluation*) dalam pengelolaan konten *website* oleh Diskominfo menunjukkan beberapa permasalahan yaitu regulasi penanggung jawab pengelola *website* belum jelas. Dibutuhkan survey ke masyarakat terkait konten *website* Subang. Pembaruan berita serta tampilan *website* perlu diperbaiki untuk membuat masyarakat berminat mengakses *website*.

Saran

- 1) Pihak Diskominfo dan Humas diharapkan mampu melaksanakan Tugas Pokok dan Fungsi sesuai Peraturan Bupati yang berlaku untuk menghindari tumpang tindih regulasi terkait pengelolaan konten *website*.
- 2) Merealisasikan tim pengelola *website* sesuai dengan peraturan bupati No. 5 Tahun 2015.
- 3) Pembaruan konten sebaiknya dilakukan berkala untuk menarik minat masyarakat untuk mengakses *website*.
- 4) Memiliki halaman aspirasi dan kontak untuk terbentuknya komunikasi dua arah.

Daftar Pustaka

- Cutlip, Scott M; Allen H Center dan Glen M. Broom. 2007. *Effective Public Relations: Edisi Kesembilan* (terj. Tri Wibowo, cetakan kedua). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Onggo, Bob Julius. 2004. *Cyber Public Relation*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Moleong, Lexy J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Hidayat, Dedy N .2003. *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Jakarta:Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Creswell, John W. 2013. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan*

Mixed Edisi Ketiga. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sedarmayanti, 2007. *Good Governance & Good Corporate Governance*. Bandung: CV. Mandar Maju.

Suhandang, Kustadi, 2004. *Public Relations Perusahaan: Kajian, Program, Implementasi*. Bandung: Nuasa Cendekia.