

STRATEGI HUMAS PEMERINTAH KOTA PAREPARE DALAM MENGELOLA MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA INFORMASI COVID-19

*Parepare Government PR Strategy In Managing Social Media
As An Information Media Covid-19*

Zhafrab Fayiz¹, Rahman Saeni²

¹Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin, Makassar

Email: zhafranfayiz2510@gmail.com

²Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin, Makassar

Email: rahmansaeni@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords:

*Social Media
Strategy, Public
Relations, Covid-19
information*

Kata Kunci:

*Strategi Media
Sosial, Humas,
Informasi Covid-19*

How to cite:

Fayiz, Z., & Saeni, R.
(2022). Strategi
Humas Pemerintah
Kota Parepare Dalam
Mengelola Media
Sosial Sebagai
Media Informasi
Covid-19. Kareba:
Jurnal Ilmu
Komunikasi, 11(1),
31-41

ABSTRACT

Purpose study this are : (1) for knowing and understand Strategy PR Parepare City Government In Managing Social Media As Information Media Covid-19 , (2) for knowing and understand the inhibiting factor for the Public Relations of the Parepare City Government in disseminating information on covid-19 Type study this use type qualitative descriptive. Primary data collected with use method participant and interview deep to Service Parepare City of Communications and Informatics, Head of Public Relations and Public Communication and Public Relations Expert for the City of Parepare who became the informant. Secondary data obtained from existing sources _ through search ingredient reading as books, journals, thesis and related articles on the internet with study this. Data that has been succeed collected next will analyzed by qualitative descriptive. From result study found that ; The Public Relations of Parepare City Government plays an important role in disseminating information on covid-19 through social media by implementing social media management strategies, namely (1) Planning , (2) Activation and Evaluation , (3) Optimization ; The inhibiting factors for the Public Relations of the Parepare City Government in disseminating covid-19 information are (1) Inter-agency communication (2) Delay in data presentation by the Health Office (3) Uncentralized covid- 19 information.

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah : (1) untuk mengetahui dan memahami Strategi Humas Pemerintah Kota Parepare Dalam Mengelola Media Sosial Sebagai Media Informasi Covid-19, (2) untuk mengetahui dan memahami faktor penghambat Humas Pemerintah Kota Parepare dalam menyebarkan informasi covid-19 Tipe penelitian ini menggunakan tipe kualitatif deskriptif. Data primer dikumpulkan dengan menggunakan cara partisipan dan wawancara mendalam kepada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare, Kepala Bidang Humas dan Komunikasi Publik dan Tenaga Ahli Humas Pemerintah Kota Parepare yang menjadi informan. Data sekunder diperoleh dari sumber yang ada melalui penelusuran bahan bacaan seperti buku, jurnal, skripsi dan artikel di

internet yang terkait dengan penelitian ini. Data yang telah berhasil dikumpulkan selanjutnya akan dianalisis secara kualitatif deskriptif. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa ; Humas Pemerintah Kota Parepare berperan penting dalam penyebaran informasi covid-19 melalui media sosial dengan menerapkan strategi pengelolaan media sosial yaitu (1) Perencanaan, (2) Aktivasi dan Evaluasi, (3) Optimalisasi; Faktor penghambat Humas Pemerintah Kota Parepare dalam menyebarkan informasi covid-19 yaitu (1) Komunikasi antar instansi (2) Keterlambatan penyajian data oleh Dinas Kesehatan (3) Informasi covid-19 yang tidak terpusat.

PENDAHULUAN

Humas memiliki peran penting dalam instansi pemerintah, peran humas sangat berpengaruh agar membangun *image* pemerintah dari apa yang mereka lakukan. Humas bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, menyakinkan, mengambil simpati, dan membuat masyarakat tertarik dan merasa dekat dengan lembaga pemerintah. Seiring perkembangan arus reformasi birokrasi dan era keterbukaan informasi publik, peran humas semakin penting dan strategis dalam kinerja pemerintahan. Sebagai komunikator publik, humas pemerintah harus menjaga citra lembaganya, memberikan pelayanan dan mengkomunikasikan pesan atau menyebarkan informasi kepada masyarakat tentang kebijakan dan program kerja lembaganya. Selain sebagai komunikator publik, humas bertindak sebagai mediator yang proaktif dalam menjembatani kepentingan instansi pemerintah, dan menampung aspirasi serta memperhatikan keinginan-keinginan publik.

Pada situasi pandemi *covid-19* seperti saat ini, pemerintah daerah memerlukan langkah-langkah yang terukur dalam menyebarkan informasi mengenai *covid-19*, program-program berkaitan dengan penanganan *covid-19*, serta kampanye penerapan protokol kesehatan. Sebagai mediator komunikasi antara pemerintah daerah dan masyarakat, humas memegang kendali atas penyebaran informasi dari pemerintah ke masyarakat. Terlebih, banyaknya berita *hoax* yang tersebar menyebabkan persepsi masyarakat yang berbeda-beda mengenai penanganan pandemi ini. Humas memerlukan strategi dalam menyebarkan pesan dan pemilihan media yang tepat agar informasi tentang covid-19 dapat disampaikan dengan tepat sasaran.

Tabel 1. Daftar Negara Pengguna Internet Terbanyak Di Asia

Negara Pengguna Internet Di Asia	Jumlah Pengguna Internet
Tiongkok	989,08 Juta Jiwa
India	755,82 Juta Jiwa
Indonesia	212,35 Juta Jiwa
Jepang	118,63 Juta Jiwa
Banglades	116,14 Juta Jiwa

Sumber : (*internetworldstats, 2021*)

Perkembangan media komunikasi mengharuskan humas pemerintah untuk dapat menggunakan beberapa media untuk menyampaikan informasi kepada publik yang sifatnya internal maupun

eksternal. Dengan banyaknya masyarakat Indonesia yang menggunakan internet, komunikasi melalui media sosial menjadi salah satu alternatif yang sangat menarik. Saat ini sedang marak penggunaan media sosial di kalangan masyarakat, mulai dari remaja hingga orang tua kini aktif bermain media sosial. Media sosial sepertinya sudah menjadi kebutuhan primer bagi sebagian orang dalam kegiatan sehari-hari. Media sosial terbilang menjadi salah satu media penyebaran informasi yang cukup efektif untuk semua kalangan. Sehingga tidak jarang, akibat cepatnya informasi yang menyebar di media sosial sebuah isu yang belum jelas kebenarannya bergerak liar di luar kendali pihak-pihak terkait. Dalam hal ini, Humas di suatu pemerintahan dituntut memiliki kemampuan untuk mengelola akun media sosial agar informasi-informasi yang berkaitan dengan lembaga dapat tersampaikan dengan baik, hal ini juga yang dilakukan oleh Humas di Pemerintah Kota Parepare.

Sebelum menggunakan media sosial sebagai media informasi, Humas Parepare seringkali menggunakan media cetak seperti koran dan radio dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat Kota Parepare. Selain itu, cara lain untuk mengumumkan/mensosialisasikan suatu kebijakan pemerintah kepada masyarakat dengan menggunakan mobil pengeras suara yang berkeliling menyusuri setiap sudut kota untuk menyampaikan informasi serta melalui media radio dan TV yang dimiliki oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare. Cara-cara tersebut bahkan masih digunakan hingga hari ini. Namun, humas pemkot parepare lebih aktif menggunakan media sosial dalam rangka penyebaran informasi. Beberapa *platform* media sosial yang dipilih antara lain media sosial *instagram* dan *facebook*.

Tabel 2. Media Sosial yang digunakan Humas Pemerintah Kota Parepare

Media Sosial Humas Pemerintah Kota Parepare	Nama Pengguna	Jumlah Pengikut
Instagram	@humaskotaparepare	5.385
Facebook	Humas Setdako Parepare	7.634
YouTube	Humas Pemkot Parepare	54

Sumber: Data Sekunder, 2022.

Dari tabel dan gambar di atas terlihat bahwa saat ini akun instagram Humas Pemkot Parepare (@humaskotaparepare) memiliki 5.385 pengikut. Lalu halaman facebook Humas Setdako Parepare diikuti lebih dari 7.600 orang dan laman Youtube Humas Pemkot Parepare dengan 54 *Subscriber*. Humas Pemerintah Kota Parepare memiliki peranan yang sangat penting dalam menyebarkan informasi penanganan covid-19 di Kota Parepare khususnya melalui media sosial. Dilihat dari kinerja yang dilakukan, humas pemkot Parepare sangat aktif dan bekerja keras dalam membagikan informasi kepada masyarakat di media sosial. Hal ini tentu sudah menjadi tugas dan tanggung jawab humas pemkot Parepare agar masyarakat memperoleh informasi yang *valid*. Penggunaan media sosial yang tepat juga membantu efektifitas penyebaran informasi yang dilakukan.

Dalam menjalankan tugas dan menyebarkan informasi agar tepat sasaran dan mencapai tujuan, humas memerlukan suatu strategi agar apa yang diharapkan dapat tercapai dengan baik. Strategi humas merupakan langkah-langkah yang dilakukan oleh humas sebuah lembaga dalam mencapai tujuan dan efektivitas kinerja. Tahapan dalam menyusun strategi humas yaitu tahap *research* (penelitian), *planning* (perencanaan), *action and communication* (aksi dan komunikasi) dan yang terakhir yakni *evaluation* (evaluasi).

Penelitian ini akan berfokus kepada strategi humas pemerintah kota parepare dalam mengelola media sosial sebagai media informasi covid-19. Kota Parepare dipilih sebagai lokasi penelitian karena demografi yang unik. Luas wilayah Kota Parepare hanya

99,33 KM dengan jumlah penduduk yang hanya 151.454 orang menjadikan Kota Parepare menjadi kota dengan luas wilayah terkecil (0,21% dari keseluruhan luas wilayah Provinsi Sulawesi Selatan) dan jumlah penduduk kedua terkecil setelah Kabupaten Selayar. Humas Parepare juga baru menggunakan media sosial sebagai media informasi sejak 2016. Hal ini terlihat dari postingan pertama pada media sosial instagram (@humaskotaparepare) per tanggal 14 mei 2016 namun sempat berhenti hingga aktif kembali di tahun 2018. Selain itu, kasus *covid-19* di Kota Parepare yang masif dengan penyebaran yang sangat cepat menyebabkan Kota Parepare masih masuk kedalam kategori zona merah sejak awal ditetapkannya pandemi sehingga peran humas sebagai corong informasi Pemerintah Kota Parepare kepada masyarakat perlu diteliti lebih jauh.

KAJIAN LITERATUR

Strategi Pengelolaan Media Sosial

Di dalam pengelolaan media sosial, secara teknis pada dasarnya yang terpenting adalah mengatur perencanaan, aktivasi dan optimalisasi. Paramitha (Dalam Pakuningjati, 2015) menjelaskan proses pengelolaan media sosial umumnya meliputi:

- Perencanaan

Perencanaan merupakan proses paling awal dari pengelolaan. Proses ini merupakan cara ataupun perbuatan untuk merancang konsep serta fondasi dari pengelolaan yang akan dilakukan. Ada dua pertanyaan yang harus dijawab yaitu Mengapa (Why) dan Siapa (Who). Pertanyaan Mengapa merupakan pertanyaan untuk merancang alasan perusahaan/lembaga membutuhkan strategi komunikasi melalui media sosial. Hal ini berkaitan dengan tujuan lembaga atau perusahaan dan juga pola interaksi masyarakat saat ini. Sedangkan pertanyaan Siapa digunakan untuk merancang target dari perusahaan/ lembaga yang akan dijadikan sasaran komunikasi melalui media sosial. Dua hal ini penting karena nantinya akan memengaruhi bentuk media sosial yang akan digunakan, konten yang akan dibangun dan jenis informasi apa yang akan dibagikan. Pada proses ini juga perlu dilakukan identifikasi tingkah laku masyarakat, ketertarikan dan kebutuhan masyarakat guna merancang sebuah bentuk pemanfaatan media sosial yang tepat.

- Aktivasi dan Pengawasan

Aktivasi dan pengawasan merupakan proses yang terjadi setelah dilakukan perencanaan atau perancangan yang sesuai dengan tujuan dan target audience. Proses ini merupakan praktik pelaksanaan dari pemanfaatan media sosial. Pada proses ini muncul dua pertanyaan yang perlu dijawab yaitu Apa (What) dan Bagaimana (How). Apa (What), merupakan pertanyaan untuk menjawab informasi apa yang akan disampaikan serta konten pembeda apa yang akan dibangun yang membedakannya dari penggunaan media sosial yang lain. Dengan kata lain, pada tahap ini perlu disiapkan konten yang siap untuk diluncurkan melalui media yang telah dipilih kepada target yang telah ditentukan. Selain itu, Bagaimana (How) cara tim mengelola dan menempatkan pesan-pesan kedalam media sosial juga perlu

disiapkan pada proses ini. Maksudnya adalah melalui media apa pesan akan disampaikan kepada target audience. Seluruhnya disesuaikan dengan kebutuhan dari tujuan yang telah disusun diawal.

- **Optimalisasi**

Optimalisasi merupakan proses yang membantu kontinuitas jalannya pengelolaan. Pada proses ini dilakukan evaluasi konten dan identifikasi dari hasil pelaksanaan: apakah sudah mencapai tujuan. Biasanya pada proses untuk evaluasi agar dapat terukur digunakan Search Engine Optimization (SEO). SEO merupakan sebuah proses mendapatkan traffic atau memengaruhi visibilitas web/media sosial dalam mesin pencari gratis (biasa disebut free atau organic). SEO dapat digunakan untuk mengontrol dan mengevaluasi agar aktivasi media sosial dapat terus berjalan. Pada proses ini dilihat pula bagaimana traffic atau frekuensi aktivitas dan visibilitas agar dapat terus ditingkatkan sehingga pengelolaan dapat terus dilakukan

Humas Pemerintah

Definisi humas atau *public relations* adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam atau ke luar, antara suatu organisasi atau lembaga dengan segenap khalayaknya dalam rangka mencapai tujuantujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian (Jefkins, 2003). Dalam dunia pemerintahan *Public Relation* lebih sering disebut dengan kata Humas. Bahkan organisasi yang membawahi humas pemerintahan Indonesia dinamakan Bakohumas. Perbedaan pokok antara fungsi dan tugas hubungan masyarakat yang terdapat di instansi pemerintahan dengan non pemerintahan adalah tidak adanya unsur komersial walaupun humas pemerintah juga melakukan hal yang sama dalam kegiatan publikasi, promosi dan periklanan. Di humas pemerintahan lebih menekankan dalam pelayanan publik demi meningkatkan pelayanan umum agar lebih baik. Melalui humas pemerintahan, program kerja pemerintah dapat terealisasikan dengan baik. Humas pemerintah memberikan informasi kepada masyarakat dan memberikan pelayanan terkait program kerja dan tugas pemerintah.

Sosial Media

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content” (Rajesh, Sreeja; Michael, 2015).

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan temanteman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain Facebook, Instagram, dan Twitter. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Saat ini sudah banyak media sosial yang dapat kita temui saat kita membuka internet. Media sosial mengacu pada penggunaan platform media baru yang mensyaratkan adanya komponen dan saluran komunikasi publik yang ditandai dengan adanya aktivitas online. Media sosial mencakup struktur sosial dimana di dalamnya orang-orang dapat saling berinteraksi dan berkolaborasi antara satu dengan yang lainnya. Menurut Ron Jones, ada empat jenis media sosial, yaitu social news, social sharing, social networking dan social bookmarking (Kurniasih, 2013).

Lebih lanjut Jones menjelaskan bahwa social news menyediakan fitur berita dimana pembacanya dapat memilih dan memberi komentar pada berita tersebut. Berita yang mendapat pemilih terbanyak akan dipromosikan paling depan. Contoh dari Social News adalah Digg, Sphinn, Newsvine dan BallHype. Social sharing menyediakan fitur untuk membuat, mengunggah dan membagi foto dan video dengan orang lain. Contoh platformnya adalah Flickr, Snapfish, YouTube dan Jumpcut. Social networks memberi kesempatan kepada orang-orang untuk saling terhubung antara satu dengan yang lainnya sehingga mereka dapat terus mengikuti update informasi satu dengan lainnya. Contoh jejaring sosial adalah Facebook, LinkedIn, MySpace dan Twitter. Sementara di dalam Social bookmarking kita dapat menemukan site bookmark dan informasi yang menarik. Kita dapat menyimpan bookmarks online dan mengaksesnya dari manapun atau membaginya dengan yang lain. Contohnya adalah Delicious, Faves, StumbleUpon, BlogMarks dan Diigo, Jones dalam (Kurniasih, 2013).

METODE

Penelitian ini dilaksanakan selama kurang lebih 4 bulan, yakni pada bulan September 2021 - Januari 2022. Berlokasi di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Tipe penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian deskriptif-kualitatif yang menggambarkan keadaan suatu objek yang diteliti berdasarkan data yang di peroleh dalam penelitian. Kemudian pendekatan yang digunakan adalah studi kasus yang selanjutnya dilakukan pengamatan bagaimana strategi humas pemerintah kota parepare dalam mengelola media sosial sebagai media informasi *covid-19*. Subjek penelitian adalah pihak-pihak yang dijadikan sebagai sampel dalam sebuah penelitian. Subjek penelitian adalah informan (*key person*) orang yang memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti dalam pengumpulan data penelitian. Subyek dari penelitian ini ditentukan berdasarkan *purposive sampling* yakni seleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian (Kriyantono, 2006).

Teknik pengumpulan data dan analisis data yang akan dilakukan dalam penelitian ini dengan mengumpulkan data primer dan data sekunder. Data primer penulis peroleh melalui penelitian lapangan dengan menemui secara langsung informan. Adapun cara ini digunakan dengan dua cara melakukan observasi, wawancara mendalam dan studi pustaka. Selanjutnya data sekunder data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis kualitatif lalu diolah dan dianalisis secara deskriptif. Menurut bogdan (sugiyono, 2010) analisis data kualitatif adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Penelitian ini metode yang digunakan ialah konsep menurut miles dan huberman (sugiyono, 2010) mengemukakan tiga tahapan yang harus dikerjakan dalam menganalisis data penelitian kualitatif, yaitu reduksi data, paparan data, penarikan kesimpulan dan verifikasi.

HASIL PENELITIAN

Strategi Humas Pemerintah Kota Parepare Dalam Mengelola Media Sosial Sebagai Media Informasi Covid-19

Strategi Humas Pemerintah Kota Parepare dalam mengelola media sosial sebagai media informasi covid-19 yakni tahap perencanaan yang terdiri dari proses riset target audiens, riset kebutuhan informasi masyarakat, dan merencanakan konten yang tepat untuk masyarakat. Selanjutnya tahap aktivasi yang terdiri dari pemanfaatan seluruh media sosial, fitur-fitur media sosial, timeline konten covid-19 yang terjadwal, serta jenis konten yang beragam.

Pengawasan juga dilakukan untuk setiap konten yang disebar, serta bekerjasama dengan lembaga riset media untuk memberi masukan terhadap kinerja Humas Pemerintah Kota Parepare. Terakhir yakni tahap optimalisasi. Optimalisasi dilakukan oleh Humas pada pengelolaan media sosial seperti memanfaatkan fitur bisnis pada media sosial instagram dan facebook untuk mengoptimalkan target audiens yang dituju, serta pembacaan insight agar menjadi patokan dalam mengoptimalkan media sosial. Optimalisasi media sosial juga dilakukan dengan melibatkan audiens/followers dalam interaksi di media sosial seperti pada kolom komentar maupun question box instagram story atau QnA.

Faktor Penghambat Humas Pemerintah Kota Parepare Dalam Menyebarkan Informasi Covid-19

Faktor penghambat Humas Pemerintah Kota Parepare dalam menyebarkan informasi covid-19 yakni komunikasi yang kurang efektif antar instansi, keterlambatan penyajian data oleh Dinas Kesehatan Kota Parepare serta Informasi Covid-19 yang tidak terpusat

PEMBAHASAN

Strategi Humas Pemerintah Kota Parepare Dalam Mengelola Media Sosial Sebagai Media Informasi *Covid-19*

Humas dalam sistem Pemerintahan di Kota Parepare memiliki peran yang sangat penting untuk memberikan pemahaman kepada publik tentang kebijakan-kebijakan Pemkot Parepare dari segala aspek, lalu melakukan persuasi kepada masyarakat dengan tujuan untuk mengubah sikap dan tingkah laku terutama berkaitan dengan kebijakan strategis yang menyangkut kesejahteraan dan keselamatan masyarakat Kota Parepare serta berupaya untuk menyatukan sikap dan perilaku publik terutama pemangku kepentingan dan stakeholder, agar sesuai dengan target dari sebuah kebijakan yang dibuat oleh Pemerintah Kota Parepare.

Selain itu pentingnya Humas bagi Pemerintah Kota Parepare karena berkaitan dengan pembentukan opini masyarakat. Humas Pemerintah Kota Parepare dituntut untuk memiliki keterampilan dalam memberikan dan membentuk opini dalam hal pembentukan citra positif Pemerintah Kota Parepare.

Dalam Penanganan pandemi covid-19 Humas Pemerintah Kota Parepare berperan khusus dalam penyebaran informasi covid-19 dari hulu ke hilir. Humas dituntut cetakan untuk mengumpulkan data dan menyampaikan kepada masyarakat terkait status penyebaran covid terbaru, mensosialisasikan protokol kesehatan, dan mengambil peran untuk menangkal berita-berita yang tidak benar atau hoax melalui media-media yang dimiliki Humas seperti mobil pengeras suara, media elektronik yaitu TV dan Radio Humas, bekerjasama dengan media-media online untuk menyebarkan informasi, serta memaksimalkan peran media sosial sebagai media baru dalam menjangkau masyarakat.

Dalam penyebaran informasi covid-19 di media sosial instagram, Humas Pemerintah Kota Parepare tergolong cepat. Tercatat kasus covid-19 di Indonesia pertama kali terkonfirmasi pada tanggal 2/3/2020 sedangkan Kasus covid-19 pertama kali muncul di Sulawesi Selatan tanggal 19/3/2020. Humas Pemerintah Kota Parepare sendiri memulai pemberitaan covid-19 pada tanggal 16/2/2020 dengan judul berita “Walikota Parepare, HM Taufan Pawe, Meninjau langsung kondisi dan aktifitas yang dilakukan otoritas kesehatan pelabuhan dalam melakukan deteksi dini penyebaran virus corona (Covid-19)”

Untuk itu Humas Pemerintah Kota Parepare menerapkan strategi pengelolaan media sosial sehingga tugas Tim Humas dalam menginformasikan covid-19 tersistematis dan terukur

Strategi berarti tahapan atau langkah yang ideal untuk mewujudkan apa yang direncanakan. Pearce dan Robin (1997:20) mendefinisikan strategi yaitu kumpulan keputusan dan tindakan yang menghasilkan perumusan (formulasi) dan pelaksanaan (implementasi) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai tujuan yang diinginkan organisasi/perusahaan. Untuk mencapai tujuan humas, khususnya dalam pengelolaan media sosial sebagai media informasi covid-19 Humas Pemerintah Kota Parepare menerapkan sebuah strategi. Hasil penelitian ini mengemukakan bahwa dalam menjalankan strategi pengelolaan media sosial sebagai media informasi covid-19 mencakup 4 elemen dalam 3 tahapan yang perlu diperhatikan: 1) Perencanaan 2) Aktivasi dan Pengawasan 3) Optimalisasi.

Perencanaan

Dalam mengelola media sosial sebagai media informasi covid-19, Humas Pemerintah Kota Parepare memulai dengan tahap perencanaan. Proses perencanaan ini terdiri dari proses riset yang dilakukan oleh Tim Humas Pemerintah Kota Parepare untuk menentukan sasaran audiens/masyarakat dan kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat di masa pandemi covid-19. Kebutuhan informasi tersebut lalu menjadi acuan untuk mengumpulkan data. Proses pengumpulan data ini terdiri data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari dinas kesehatan kota parepare terkait perkembangan kasus covid-19 tiap pekan dan data-data perkembangan kasus covid lainnya seperti ketersediaan ruang isolasi dan vaksinasi. Sedangkan untuk informasi dan edukasi terkait program pemerintah dalam penanganan covid Humas Pemerintah Kota Parepare memperoleh data sekunder dari berbagai sumber. Data-data tersebut lalu diolah menjadi bahan konten dalam bentuk copywriting. Setelah bahan sudah siap diolah menjadi konten informasi, konten lalu dianalisa oleh creative director dan memutuskan bentuk konten yang akan dikeluarkan baik dalam bentuk grafis, video atau bentuk lainnya. Lalu masuk ke proses editing dan mengupload di sosial media humas.

Selain itu, proses perencanaan dalam strategi Humas Pemerintah Kota Parepare dalam mengelola media sosial sebagai media informasi covid-19 yakni pemilihan media sosial yang tepat. Humas Pemerintah Kota Parepare sendiri menggunakan media sosial instagram dan facebook karena faktor demografi masyarakat Indonesia yang dominan menggunakan media sosial tersebut. Walaupun sangat sulit untuk mendapatkan data yang pasti terkait jumlah pengguna media sosial instagram dan facebook di Kota Parepare, namun Instagram dan Facebook dinilai lebih bermasyarakat dibanding media sosial lainnya. Selain itu Humas Pemerintah Kota Parepare juga baru menggunakan kanal Youtube sebagai salah satu media penyebaran informasi khususnya dalam bentuk video berdurasi panjang.

Aktivasi dan Pengawasan

Dalam menjalankan strategi humas pemerintah kota parepare mengelola media sosial sebagai

media informasi covid-19. Humas pemerintah Kota Parepare menjalankan proses aktivasi. Proses ini berkaitan dengan penyajian konten berkaitan covid-19 di media sosial humas. Salah satu strategi yang diterapkan humas yakni menetapkan hari-hari tertentu dalam satu pekan khusus untuk menerangkan informasi covid-19. Aktivasi ini mengikuti trend kasus covid-19 seperti penyebaran informasi tentang data sebaran kasus covid-19 aktif di setiap kecamatan sewaktu trend kasus aktif covid-19 sangat tinggi di Kota Parepare, konten tersebut secara rutin di update setiap hari senin disetiap pekannya.

Lalu disetiap pekan dihari rabu dan kamis media sosial Humas juga rutin memberikan edukasi tentang protokol kesehatan dan kiat-kiat terhindar dari covid-19. Pada saat trend kasus covid berada dititik tertinggi pada bulan juli-agustus 2021 humas secara aktif menginformasikan ketersediaan ruang isolasi di rumah sakit-rumah sakit yang ada di Kota Parepare. Pada saat trend covid turun dan pemerintah menggalakkan program vaksinasi, Humas secara rutin menyebarkan informasi vaksinasi seperti lokasi vaksin dan jumlah capaian target vaksinasi di Kota Parepare.

Bentuk aktivasi media sosial humas pemerintah kota Parepare juga terlihat dari keberagaman konten yang disajikan. Media sosial humas pemerintah kota Parepare memanfaatkan fitur-fitur yang ada di instagram seperti instagram post, instagram stories, reel maupun vidio. Dalam penyebaran informasi covid-19 Humas Pemerintah Kota Parepare lebih sering mengeluarkan konten dalam bentuk infografis terkait informasi penanganan covid-19. Hal-hal tersebut merupakan bentuk aktivasi media sosial.

Setelah dilakukan aktivasi, pada tahap strategi humas pemerintah kota parepare dalam mengelola media sosial sebagai media informasi covid-19, dilakukan pengawasan terhadap setiap informasi yang disebar melalui media sosial Humas Pemerintah Kota Parepare. Pengawasan ini dilakukan oleh pejabat yang bertanggung jawab langsung dengan jalannya humas yakni Kepala Bidang Humas dan Komunikasi Publik serta Kepala Dinas Komuniaksi dan Informatika Kota Parepare. Secara rutin dilakukan pemantauan di setiap platform media sosial yang dimiliki oleh Humas pemerintah Kota Parepare. selain pengawasan konten informasi yang keluar, juga dilakukan analisa opini dan isu yang bersumber dari publik. Hal ini tentu sejalan dengan humas digital yang tidak lagi melakukan komunikasi satu arah namun terjalin komunikasi dua arah antara humas dan audiens dalam memberikan tanggapan terhadap informasi yang disebar oleh humas. Bentuk pengawasan yang lebih menyeluruh terhadap media sosial humas juga dilakukan. Dinas komunikasi dan Infomatika selaku SKPD yang membawahi Humas melakukan audit komunikasi untuk mengevaluasi kinerja Humas pemerintah Kota Parepare dan juga bekerjasama dengan lembaga riset media Indonesia Indicator untuk memberikan rekomendasi kepada Pemerintah Kota Parepare dalam hal jumlah pemberitaan dimana rekomendasi diberikan setiap hari dan setiap pekan.

Optimalisasi

Ketiga, Optimalisasi. Setelah dilakukan perencanaan, aktivasi dan pengawasa. Strategi humas pemerintah Kota Parepare dalam mengelola media sosial sebagai media informasi covid-19 selanjutnya yaitu optimaliasi. Optimalisasi media sosial humas dilakukan dalam rangka meningkatkan impresi dan ketertarikan masyarakat dalam mengakses media sosial humas pemerintah Kota Parepare. Bentuk optimalisasi yang dilakukan seperti memilih media sosial yang tepat yaitu instagram dan facebook dimana media sosial tersebut memiliki angangement yang besar di masyarakat. Selain itu Humas Pemerintah Kota Parepare memanfaatkan fitur bisnis di media sosial instagram dan facebook untuk memperluas jangkauan dan mempromosikan konten dengan kepada audiens yang diinginkan seperti menurut usia atau lokasi-lokasi tertentu.

Faktor Penghambat Humas Pemerintah Kota Parepare Dalam Menyebarkan Informasi Covid-19

Berdasarkan pemaparan informan dan temuan-temuan maka peneliti menjabarkan faktor penghambat Humas Pemerintah Kota Parepare dalam menyebarkan informasi *covid-19* yaitu sebagai berikut:

Komunikasi Yang Kurang Efektif Antar Instansi

Dalam penyajian informasi *covid-19* Humas Pemerintah Parepare membutuhkan support dalam bentuk data maupun informasi kegiatan instansi lain dilingkup Pemerintah Kota Parepare yang berhubungan dengan upaya penanganan covid-19 Kota Parepare. Komunikasi yang kurang efektif antar instansi/SKPD di lingkup pemerintah Kota Parepare menjadi sebuah hambatan bagi humas dalam penyebaran informasi *covid-19* yang melibatkan instansi terkait.

Keterlambatan Penyajian Data Oleh Dinas Kesehatan

Dalam proses penyebaran informasi *covid-19* Humas harus menyajikan data yang kredibel dan cepat karena data kasus covid-19 yang terus *ter-update*. Namun humas terhambat oleh keterlambatan penyajian data oleh Dinas Kesehatan sebagai satu-satunya sumber data terkait perkembangan kasus *covid-19*. Humas Pemerintah Kota Parepare harus berinisiatif untuk mencari data tersebut agar dapat diolah dan diinformasikan kepada masyarakat melalui media sosial yang dimiliki Humas.

Informasi Covid-19 yang tidak terpusat

Dalam proses perencanaan, informasi covid-19 harus kredibel sehingga perlu sumber data yang akurat. Namun karena informasi covid-19 yang tidak terpusat dan berasal dari berbagai sumber menyebabkan Humas Pemerintah Kota Parepare harus lebih teliti untuk mengolah data dari sumber terpercaya. Selain itu adanya media-media sosial dari instansi lain dalam lingkup Pemerintah Kota Parepare menyebarkan informasi covid-19 menyebabkan keluar dari berbagai corong.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan pada Bab sebelumnya, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Strategi Humas Pemerintah Kota Parepare dalam mengelola media sosial sebagai media informasi covid-19 yakni tahap perencanaan yang terdiri dari proses riset target audiens, riset kebutuhan informasi masyarakat, dan merencanakan konten yang tepat untuk masyarakat. Selanjutnya tahap aktivasi yang terdiri dari pemanfaatan seluruh media sosial, fitur-fitur media sosial, timeline konten *covid19* yang terjadwal, serta jenis konten yang beragam. Pengawasan juga dilakukan untuk setiap konten yang disebar, serta bekerjasama dengan lembaga riset media untuk memberi masukan terhadap kinerja Humas Pemerintah Kota Parepare. Terakhir yakni tahap optimalisasi. Optimalisasi dilakukan oleh Humas pada pengelolaan media sosial seperti memanfaatkan fitur bisnis pada media sosial instagram dan facebook untuk mengoptimalkan target audiens yang dituju, serta pembacaan insight agar menjadi patokan dalam mengoptimalkan media sosial. Optimalisasi media sosial juga dilakukan dengan melibatkan audiens/followers dalam interaksi di media sosial seperti pada kolom komentar maupun

question box instagram story atau QnA.

Faktor penghambat Humas Pemerintah Kota Parepare dalam menyebarkan informasi Covid-19 yakni komunikasi yang kurang efektif antar instansi, keterlambatan pengayian data oleh Dinas Kesehatan Kota Parepare serta Informasi Covid-19 yang tidak terpusat.

REFERENSI

- Badan Pusat Statistik. (2021). KOTA PAREPARE DALAM ANGKA 2021.
- Bungin, B. (2011). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Rineka Cipta.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2009). Effective Public Relations (Ed. 9, Cet. 3). Kencana.
- Dio Alif Utama. (2018). STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA PEMERINTAH KOTA PALEMBANG.
- Edward L. Bernays. (1952). Public Relations. University of Oklahoma Press.
- Frida Kusumastuti. (2004). Dasar-Dasar Humas (Cet 2). GHALIA INDONESIA.
- Henderi, M. Y., & Yuliana, I. G. (2007). Pengertian Media Sosial. Wlipurn.
- internetworldstats. (2021, March). Top 20 Countries in internet users. Internetworldstats .
- Iriantara, Y. (2019). Humas Pemerintah 4.0. Media Nusantara, 16(1).
- Jefkins, F. (2003). Public Relations Edisi Kelima Terjemahan Daniel Yadin. In Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). Marketing Management -14/E. In Marketing Management: A Cultural Perspective.
- Kriyantono, R. (2006). Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertasi Contoh Praktis Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. In Teknik Praktis Riset Komunikasi by Rachmat Kriyantono.
- Kurniasih, N. (2013). Penggunaan Media Sosial bagi Humas di Lembaga Pemerintah. Forum Kehumasan Kota Tangerang, September.
- McQuail, D. (2012). Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi 6 Buku 1. http://slims.umn.ac.id//index.php?p=show_detail&id=10488
- Miles, M., & Huberman, A. (2014). Miles and Huberman. In Qualitative Data Analysis: An expanded sourcebook.
- Neni Yulianita. (2007). Dasar-dasar Public Relations (printing 1). PPU-LPPM UNISBA.
- Pakuningjati, A. L. (2015). Pengelolaan Media Sosial dalam Mewujudkan Good Governance (Studi Kasus Pengelolaan Media Sosial LAPOR! sebagai Sarana Aspirasi dan.
- Puntoadi, D. (2011). Menciptakan Penjualan via Social Media. In Business & Economics , E-Commerce.
- Rajesh, Sreeja; Michael, J. (2015). Effectiveness of Social Media in Education. International Journal of Innovative Research in Advanced Engineering, 10(2).
- Ruslan, Rosady, SH, M. (2012). Manajemen Public Relations & Media Komunikasi. In Manajemen Public Relations & Media Komunikasi.
- Sari, B. W. N. (2012). Humas Pemerintah (1st ed.). Graha Ilmu.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2012). Dasar-dasar public relation. PT. Remaja Rosda Karya.
- Sugiono. (2016). Metode Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D. In Bandung: Alfabeta.
- Zarrella, D., & Zarrella, A. (2011). The Facebook Marketing Book. In Sebastopol, CA: O'Reilly Media, Inc. (Vol. 30, Issue 10).