

IMPLEMENTASI PUBLISITAS PEMKAB MAMUJU DALAM WEBSITE MAMUJUKAB.GO.ID

Nurul Zhafirah Amilia, M¹, Amalia Zul Hilmi²

¹Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial, Universitas Fajar
email: nurulzhafirah06@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial, Universitas Fajar
email: amaliazhilmi@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini difokuskan pada pengimplementasian publisitas Pemerintah Kabupaten Mamuju melalui websitenya yaitu mamujukab.go.id. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi publisitas yang dilakukan oleh Pemkab. Mamuju melalui websitenya dalam pemerataan komunikasi dan informasi publik melalui website dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder yaitu dengan mengumpulkan data berupa artikel berita bergambar yang diambil dari laman website mamujukab.go.id serta mengumpulkan data tambahan melalui wawancara dengan satu orang narasumber. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan tujuh indikator publisitas, yaitu publications, identity media, events, news, speeches, public service activities, dan sponsorship menunjukkan bahwa Pemerintah Kabupaten Mamuju telah menerapkan publisitas dalam websitenya. karena seluruh publisitas yang dilakukan dalam website nya telah memenuhi indikator publisitas.

Kata Kunci: publisitas; website; media baru; pemerintah

PENDAHULUAN

Memasuki era digital saat ini, pemerintah mengikuti arus digitalisasi dengan menghadirkan *e-government*. *E-government* menciptakan suatu bentuk pola komunikasi baru dimana publik dapat mengakses segala jenis kebutuhan informasi terkait pemerintahan secara mudah dan cepat tanpa terhalang oleh adanya birokrasi yang selama ini menjadi hambatan. Bentuk media digitalisasi yang saat ini dikembangkan oleh pemerintah dalam rangka memberikan informasi secara terbuka kepada publik salah satunya dengan adanya *website* dilingkungan pemerintahan.

Website pemerintah merupakan salah satu media yang menyediakan informasi yang terbuka kepada publik. Keterbukaan informasi yang disajikan dalam *website* dapat menjawab kegelisahan publik tentang adanya anggapan birokrasi yang tertutup dan tidak terbuka menjadi berorientasi kepada kebutuhan publik yang transparan, selain itu keberadaan *website* juga mampu memunculkan pola komunikasi baru antara pemerintah dengan publik menjadi lebih mudah dan apresiatif.

Data tentang pengguna internet di Indonesia semakin meningkat dari tahun ke tahun yang hingga 2020 telah mencapai sejumlah 73,7% atau 196,71 juta pengguna, artinya lebih dari 50% jumlah penduduk Indonesia telah mampu menggunakan internet.

Adapun data dari hasil survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia) kuartal II 2020 mengenai alasan masyarakat dalam memanfaatkan internet menunjukkan bahwa walaupun pengguna internet di Indonesia besar tetapi pemanfaatan internet bidang layanan publik hanya sebesar 13,6% masyarakat yang mengakses layanan informasi berita. Hal ini disebabkan karena masih banyak informasi lembaga publik yang belum menyadari betapa pentingnya keterbukaan informasi publik melalui pemanfaatan internet bidang layanan publik.

Meskipun pengguna internet dalam bidang layanan publik masih tergolong rendah, bukan berarti tidak ada lembaga publik yang menjalankan pemanfaatan internet dalam bidang layanan

publik dengan baik dan penuh tanggung jawab. Salah satu lembaga publik tersebut yaitu pemerintah kabupaten Mamuju melalui website *mamujukab.go.id*.

Hal ini dapat dilihat dari *traffic* pengunjung web *mamujukab.go.id* yang dimana menunjukkan bahwa dalam satu tahun terakhir sebanyak 164.129 pengunjung telah mengunjungi website dengan total jumlah konten yang dikunjungi sebanyak 556.902 konten, dan bahkan jika dilihat dari jumlah pengunjung selama empat bulan terakhir mulai dari bulan Agustus hingga Mei itu masih menyentuh angka ribuan yang telah mengunjungi website.

Wujud dari kepedulian yang dilakukan Pemkab. Mamuju dalam pemerataan komunikasi dan informasi publik melalui website merupakan program bidang Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian Pemerintah Kabupaten Mamuju. Pemanfaatan internet dalam bidang layanan publik yang dilakukan oleh Pemkab. Mamuju merupakan sebuah upaya dalam menyelenggarakan keterbukaan informasi karena dengan adanya website resmi, masyarakat dapat melihat perkembangan program pemerintah yang dikelola oleh Humas pada laman website baik dalam bentuk berita maupun pengumuman.

Pemkab Mamuju menggunakan Official Website sebagai sarana komunikasi dan informasi, pengelolaan website tersebut dilakukan oleh staff humas yang aktif memberikan informasi seperti kegiatan internal maupun eksternal, kebijakan Lembaga serta informasi lengkap tentang Pemerintahan. Pada laman website resmi Pemkab Mamuju memuat informasi mengenai Pemerintahan Kabupaten Mamuju seperti Selayang Pandang yang didalamnya terdapat informasi tentang profil, pemerintahan dan gambaran umum. Press Release pada website ialah berupa berita tentang kegiatan – kegiatan yang berkaitan dengan pemerintahan. Quick Links yang memuat informasi tentang layanan atau daftar permohonan aduan, informasi seluruh OPD Pemkab Mamuju, serta daftar Alamat dan E-mail OPD. Dokumentasi memuat informasi tentang laporan keuangan serta galeri tentang Pemkab Mamuju.

Dari segala jenis informasi yang disediakan dalam laman website resmi Pemkab Mamuju, press release merupakan jenis informasi yang paling sering terupdate, hal tersebut dikarenakan setiap kegiatan Pemerintah Mamuju khususnya yang dihadiri oleh Bupati Mamuju humas harus meliputi dan menyusun press release dari kegiatan tersebut lalu dimuat ke dalam website pada hari itu juga.

Press release merupakan salah satu kegiatan Humas untuk mempublikasikan Lembaga melalui media massa. Press release merupakan informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh humas suatu lembaga atau organisasi yang disampaikan kepada pengelola pers atau redaksi media massa agar dapat dipublikasikan di media. Press release tidak hanya dipublikasikan oleh media massa atau media cetak saja, dalam berkembangnya teknologi informasi press release dapat di publikasikan melalui website organisasi atau lembaga. Kegiatan press release yang dilakukan oleh praktisi humas dalam setiap aktivitas lembaga atau organisasi bertujuan memberikan informasi tentang kegiatan serta kebijakan-kebijakan yang berada dalam organisasi atau lembaga atau organisasi kepada publik yang di publikasikan melalui media massa (website organisasi).

Press release pada laman website merupakan artikel bergambar yang diunggah secara berkala oleh humas pemkab Mamuju yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada publik, dengan harapan informasi-informasi yang diberikan oleh humas tersebut dapat mengubah pola pikir serta tingkah laku masyarakat baik itu terhadap kebijakan-kebijakan pemerintah maupun jika ada isu – isu yang beredar khususnya dikalangan masyarakat Mamuju.

Salah satu *Press release* yang diterbitkan oleh humas pada laman website Pemkab Mamuju tentang Pelantikan Eseleon Pemkab. Mamuju. Artikel tersebut berjudul “Right Man In The Right Job Di Pelantikan Eselon Pemkab Mamuju”, jika dilihat dari judul dari berita tersebut memiliki makna yaitu mendudukan orang yang tepat pada posisi yang tepat pula, dan dengan memperkuat makna judul berita tersebut Humas mencantumkan dalam artikel beberapa kata sambutan dari Bupati Mamuju yang menegaskan bahwa mutasi ini tidak semata – mata atas pertimbangan politis atau atas faktor suka tidak suka, melainkan dengan kajian professional, dalam artikel ini juga terdapat empat gambar yang mendukung pernyataan pada artikel dari press release tersebut.

Dengan diterbitkannya berita ini tidak lain memiliki tujuan yaitu untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat yang masih terbawa dalam suasana politik karena tidak bisa dipungkiri bahwa isu – isu negatif mutasi sangat mudah membentuk pola pikir masyarakat, apa lagi bagi seorang pemimpin yang beranjak dari dunia politik. Berdasarkan latar belakang diatas penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian terhadap implementasi publisitas yang ada dalam website mamujukab.go.id selama empat bulan terakhir (Agustus, Juli, Juni, Mei) sebagai sarana informasi bagi masyarakat.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah implementasi publisitas Pemkab Mamuju dalam website mamujukab.go.id?

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui implementasi publisitas Pemkab Mamuju dalam website mamujukab.go.id.

Manfaat penelitian

Adapun beberapa manfaat yang didapat dari adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan teoritis

Penelitian ini dapat memberikan pemikiran baru terhadap hal-hal yang berkaitan dengan teori yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan terhadap implementasi publisitas pada laman website, dan diharapkan pula dapat menjadi karya penelitian yang bermanfaat bagi penelitian yang sejenis serta berhubungan dengan teori-teori yang sesuai dengan kenyataan yang ada di lokasi objek penelitian.

2. Kegunaan praktis

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pemerintah kabupaten Mamuju untuk menjadi referensi bagi Instansi publik lainnya dalam implementasi publisitas pada website

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi adalah proses dimana seseorang berusaha untuk memberikan pengertian atau pesan kepada orang lain melalui pesan simbolis. Komunikasi bisa dilakukan secara langsung maupun tidak langsung, dengan menggunakan berbagai media komunikasi yang tersedia. Komunikasi langsung berarti komunikasi disampaikan tanpa penggunaan mediator atau perantara, sedangkan komunikasi tidak langsung berarti sebaliknya.

Senada dengan itu, Everest M. Rogers menyatakan bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud mengubah tingkah laku mereka. Sedangkan menurut Anwar Arifin komunikasi berarti suatu upaya bersama-sama orang lain, atau membangun kebersamaan dengan orang lain dengan membentuk perhubungan. Komunikasi adalah “proses atau tindakan menyampaikan pesan (*message*) dari pengirim (*sender*) ke penerima (*receiver*), melalui suatu medium (*channel*) yang biasa mengalami gangguan (*noise*). Dalam definisi ini, komunikasi haruslah bersifat *intentional* (disengaja) serta membawa perubahan.

Public relation dapat diartikan menciptakan hubungan timbal balik dengan publik dalam maupun luar perusahaan. Jadi maksudnya adalah menciptakan dan membina hubungan yang harmonis dengan pihak dalam perusahaan misalnya pimpinan dan karyawan perusahaan dan pihak luar perusahaan misalnya masyarakat, lembaga atau instansi pemerintah yang terkait dengan perusahaan.

Definisi mengenai Public Relations yang dikemukakan oleh Muslimin (2004:4) adalah suatu kegiatan untuk menanamkan dan memperoleh pengertian, *good will*, kepercayaan, penghargaan dari public relations terdapat suatu usaha untuk mewujudkan hubungan yang harmonis antara suatu badan dengan publiknya, usaha untuk memberikan atau menanamkan kesan yang menyenangkan, sehingga akan timbul opini publik yang menguntungkan bagi perusahaan.

Fungsi utama *public relations* adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga/organisasi dengan publiknya, intern maupun ekstern, dalam rangka menanamkan

pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi public dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini public) yang menguntungkan lembaga atau organisasi.

Media massa sendiri memiliki tindak komunikasi yang akhirnya disebut sebagai komunikasi massa. Komunikasi massa dapat diartikan sebagai komunikasi yang dilakukan melalui media massa baik media cetak maupun elektronik sebagai alat untuk menyebarkan informasi. Seperti yang dikemukakan oleh Dedy Nur Hidayat (Nurdin, 2011: 2), komunikasi massa adalah studi ilmiah tentang media massa beserta pesan yang dihasilkan, pembaca / pendengar / Penentuan yang akan coba di lainnya, dan efeknya terhadap mereka.

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Ardianto, 2009: 3), yakni: “*massa is message communication through a mass medium to a large number of people*”. Dari pernyataan tersebut dapat di definisikan bahwa “komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang” Sedangkan di dalam bukunya pengantar ilmu komunikasi (Wiryanto, 2004: 70), Wiryanto mengatakan bahwa komunikasi massa terdiri dari unsur unsur sumber (*source*), pesan (*massage*), saluran (*channel*), penerima (*receiver*) serta efek (*effect*).

New Media atau Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Teknologi yang digambarkan sebagai media baru adalah digital, dan sering kali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, mampat, interaktif, dan tidak memihak. Media baru bukanlah televisi, film, majalah, buku atau publikasi berbasis kertas.

Beberapa fungsi dari media baru ini misalnya untuk mencari informasi, menambah ilmu pengetahuan, mencari pekerjaan, bahkan mungkin hanya untuk bermain game, karena medianya yang semakin multifungsi maka semakin banyaklah para pemakai yang menggunakannya. *New media* ini memiliki beberapa karakteristik. *New media* memiliki enam karakteristik, yakni: digital, *interactive*, *hypertextual*, *virtual*, *network*, dan *simulated*. (Lister, 2009: 13), Dari ke enam karakteristik di atas, interaktivitas merupakan konsep utama dalam new media.

e-PR merupakan cara yang dilakukan oleh *public relations* untuk menjalin hubungan dengan khalayak nya dengan menggunakan media internet. *e-PR* adalah penerapan dari perangkat teknologi informasi dan komunikasi yang digunakan untuk keperluan aktivitas *public relations*. Tujuannya untuk mempercepat penyampaian informasi dan memberikan respon cepat terhadap permasalahan yang muncul dalam organisasi (Onggo,2004:2). Sejak kemunculannya, *e-PR* menjadi sebuah perspektif baru bagi humas dalam melaksanakan fungsi kehumasan nya.

Beberapa ahli menyebutkan pemakaian internet terutama pada masa krisis komunikasi, mengidentifikasi masalah, manajemen dan komunikasi interaktif. Sedangkan kegunaan lainnya adalah untuk menyebarluaskan informasi dalam bentuk *newsletter* elektronik, *press release* (yang dalam hal ini karena dipublikasikan melalui *website* bisa disebut *release* atau *news release*) Yang dapat diakses oleh semua orang termasuk media (Soemirat & Ardianto, 2003:191).

Kutip dari Muslimin dalam buku Humas dan konsep kepribadian, mendefinisikan publisitas sebagai Pesan yang direncanakan, dieksekusi didistribusikan melalui media tertentu untuk memenuhi kepentingan public tanpa membayar pada media. (Kriyantono, 2008: 41). Dari pengertian diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa publikasi merupakan suatu kegiatan dalam menyampaikan dan menyebarluaskan pesan atau informasi yang berkaitan dengan lembaga atau organisasi kepada publik internal maupun eksternal dengan menggunakan media komunikasi sebagai saluran penyampaian pesan yang efektif.

Menurut Elvinaro Ardianto mengatakan dalam buku Komunikasi massa bahwa tujuan dari publisitas adalah memperoleh perhatian publik melalui penyebaran melalui media cetak dan elektronik, mencakup surat kabar, majalah, televisi, radio, talk show, dan acara lainnya, publisitas online, kelompok-kelompok, dan *website* (Ardianto, 2011: 263).

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor pemerintah Kabupaten Mamuju Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian yang beralamat di Jl. KS. Tubun No. 33, Rimuku, Mamuju, Sulawesi Barat. Adapun waktu penelitian dilakukan pada Agustus 2022.

Tipe Penelitian

Peneliti yang lakukan adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif dengan pendekatan induktif. Analisis secara induktif merupakan prosedur untuk menemukan konsep, tema ataupun model berdasarkan interpretasi analisis ataupun peneliti melalui pembacaan yang detail terhadap teks. Peneliti akan menganalisis isi website pemerintah kabupaten Mamuju dengan berdasarkan indikator publisitas yang di mana sumber datanya akan diperoleh melalui observasi pada laman website dan data pendukung dari hasil wawancara terhadap obyek yang akan diteliti sekaligus menggambarkan, serta menguraikan pokok permasalahan yang akan dibahas dan kemudian ditarik kesimpulannya

Teknik pengumpulan data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data dengan observasi dan wawancara

1. Observasi

Observasi adalah kegiatan memperhatikan secara akurat, mencatat fenomena yang muncul dan mempertimbangkan hubungan antar aspek dalam suatu fenomena tersebut, pengamatan yang dimaksud ialah agar peneliti bisa menangkap makna fenomena dari pemahaman subjek, sehingga interpretasi peneliti harus sesuai berdasarkan interpretasi subjek yang diteliti. Melalui observasi ini peneliti mengamati postingan yang diunggah pada laman website mamujukab.go.id selama empat bulan terakhir yaitu mulai dari bulan Agustus, Juli, Juni, Mei. Selain itu peneliti juga mencatat hal-hal yang berkaitan dengan penelitian ini.

2. Wawancara

Wawancara Terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Dalam teknik ini peneliti telah menyiapkan instrument Penelitian berupa pertanyaan pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah dipersiapkan. Dalam wawancara ini setiap responden diberikan pertanyaan yang sama. (Sugiyono, 2019: 317-321). Berdasarkan penjelasan diatas, penulis akan melakukan wawancara terstruktur agar lebih mudah dalam melakukan analisis data. Penulis akan melakukan wawancara dengan satu orang informan pada Humas Pemerintah Kabupaten Mamuju yaitu Kepala Humas atau Kepala Bidang Komunikasi dan Informasi Publik Bapak Andi Rasmuddin.

Teknik analisis data

Adapun Teknik analisis data yaitu memiliki langkah-langkah sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Reduksi data yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data mentah atau data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Dengan kata lain proses reduksi data ini dilakukan oleh penulis secara terus menerus saat melakukan penelitian untuk menghasilkan data sebanyak mungkin. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah penulis untuk mengumpulkan data selanjutnya. Jadi penulis perlu mereduksi data untuk memilih dan merangkum data-data yang masuk melalui angket, dokumentasi dan observasi. Penulis perlu memilih antara data-data yang fokus mengenai kesiapan warga Kelurahan Tamalanrea Kota Makassar dalam menghadapi penyiaran digital.

2. Penyajian Data

Data yang disusun dari hasil reduksi data kemudian nantinya akan disajikan dalam bentuk narasi deskripsi. Data yang akan disajikan merupakan data yang dapat digunakan untuk menjawab

permasalahan yang akan diteliti. Setekah itu, data akan disajikan secara rinci maka langkah selanjutnya adalah membahas data yang disajikan tersebut.

3. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan hasil penelitian yang diambil dari hasil reduksi dan panyajian data adalah merupakan kesimpulan sementara. Kesimpulan sementara ini masih dapat berubah jika ditemukan bukti-bukti kuat lain pada saat proses verifikasi data di lapangan. Jadi proses verifikasi data dilakukan dengan cara penulis terjun kembali di lapangan untuk mengumpulkan data kembali yang dimungkinkan akan memperoleh bukti-bukti kuat lain yang dapat mengubah hasil kesimpulan sementara yang diambil. Jika data yang diperoleh memiliki kejagan (sama dengan data yang telah diperoleh) maka dapat diambil kesimpulan yang baku dan selanjutnya dimuat dalam laporan hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Adapun implementasi publisitas yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Mamuju melalui website nya yaitu mamujukab.go.id berdasarkan tujuh indikator kegiatan publisitas atau marketing public relation menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:553) yaitu:

1. *Publications* (Publikasi)

Seluruh artikel yang diunggah dalam website mamujukab.go.id dalam empat bulan terakhir bersifat publikasi. Publikasi menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:553) perusahaan mempercayakan perluasan produk berdasarkan dari publikasi materi untuk mempengaruhi dan menarik pembeli yang dituju. Yang termasuk di dalamnya membuat laporan tahunan, brosur, artikel, koran perusahaan, majalah dan materi audiovisual.

Publikasi yang dilakukan pemkab Mamuju dalam website mamujukab.go.id yaitu dengan menerbitkan sejumlah artikel berupa kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Bupati Mamuju, Kepala Humas Andi Rasmuddiin juga mengatakan bahwa sasaran utama humas dalam mempublikasikan informasi melalui website nya yaitu masyarakat luas dan mereka juga melakukan kerja sama dengan beberapa saluran-saluran informasi termasuk dengan media konvensional seperti media online Adapun artikel yang bersifat publikasi yang peneliti temukan dalam website yaitu berjumlah 15 artikel.



Gambar 4.2. Press release dalam website

Sumber : website mamujukab.go.id

2. *Identity Media* (Media Identitas)

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:553) Perusahaan perlu membuat identitas yang bisa dikenal oleh masyarakat dengan mudah. Misalnya: logo perusahaan, alat-alat tulis, brosur, tanda, formulir perusahaan, kartu nama, bangunan, seragam dan peraturan pakaian.

Selama empat bulan terakhir, dalam website mamujukab.go.id peneliti menemukan sebanyak 15 artikel, humas Pemkab Mamuju melakukan/membuat media identitas pada website melalui artikel, setiap artikel yang diunggah tertera nama atau inisial penulis artikel dan juga nama instansi yang membuat artikel tersebut, salah satu contohnya seperti pada artikel dibawah ini,

Setiap artikel yang diunggah dalam empat bulan terakhir tertera nama penulis dan asal instansi dari penulis artikel pada bagian akhir penulisan. Hal ini merupakan cara humas dalam membuat identitas pada proses publisitas melalui artikel pada website.

3. *Events*

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:553), Perusahaan bisa menarik perhatian mengenai produk baru ataupun kegiatan perusahaan dengan cara mengadakan acara khusus seperti wawancara, seminar, pameran, kompetisi, kontes dan ulang tahun dari barang itu supaya dapat menjangkau masyarakat luas.

Berdasarkan artikel yang diunggah dalam website mamujukab.go.id, peneliti menemukan 2 artikel yang masuk dalam kategori events yaitu artikel dengan judul Launching Maskot Ciu-Ciu, Jawaban Pemkab. Mamuju Akan Tantangan Pelaksanaan Porprov 2022 dan artikel dengan judul Masuk 100 Besar KEN 2022, Pembukaan Manakarra Fair Dihadiri Menparekraf Sandiaga Uno. Dari artikel pada website tersebut kita dapat mengetahui bahwa pemkab. Mamuju melakukan publisitas melalui acara Manakarra Fair.

4. *News* (Berita)

Menurut M. Fikri dkk dalam buku Public Relations (2021), press release adalah informasi yang dibuat serta disusun oleh PR suatu industri, organisasi, ataupun lembaga, dengan tujuan memberi informasi kepada publik melalui media massa, baik secara online maupun offline. Dan menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:553). Salah satu dari tugas utamanya Public Relations adalah untuk membuat ataupun menemukan acara yang sesuai dengan perusahaan, produknya, orang-orangnya atau pegawainya, dan membuat media tertarik untuk memuat berita press release dan hadir dalam konferensi pers.

Dalam empat bulan terakhir pada website mamujukab.go.id, semua artikel yang diunggah oleh humas bersifat *News*, humas mengunggah artikel berupa berita dari seluruh kegiatan yang dilaksanakan maupun dihadiri oleh pimpinan Pemerintah Kabupaten Mamuju. Kepala Humas Andi Rasmuddin juga mengatakan bahwa setiap ada agenda kegiatan itu dibuatkan berita lalu diekspose ke website sebagai saluran utama dan juga ke media-media konvensional lainnya yang memiliki kerja sama dengan Pemkab Mamuju.

5. *Speeches* (Pidato)

Menurut M. Fikri dkk dalam buku Public Relations (2021), Semakin tinggi kebutuhan perusahaan untuk dapat menjawab setiap keperluan masyarakat dengan menjawab pertanyaan dari media atau memberikan pengarahan di asosiasi penjualan atau pertemuan para penjual yang bertujuan untuk membicarakan soal penjualan dapat membangun citra perusahaan.

Jika dilihat dari isi artikel yang diunggah dalam website mamujukab.go.id selama empat bulan terakhir itu semuanya bersifat *speeches/pidato* karena pada setiap artikel yang diunggah merupakan salah satu bentuk pengarahan dari Bupati Mamuju salah satu contohnya seperti terhadap permasalahan atau isu yang telah merasahkan masyarakat dengan adanya artikel yang diterbitkan dalam website itu dapat memberi jawaban secara tidak langsung kepada masyarakat. Karena pada artikel yang terbitkan terdapat beberapa kutipan dari sambutan Bupati Mamuju dalam kegiatan tersebut. Hal ini juga disampaikan oleh Kepala humas bapak Andi Rasmuddin dalam

wawancaranya yang mengatakan bahwa humas tidak menjawab dalam bentuk klarifikasi namun humas melakukannya dengan cara menerbitkan artikel yang berkenaan dengan isu tersebut.

6. *Public Service Activities* (Berperan Serta Dalam Aktivitas Sosial)

Selama empat bulan terakhir peneliti menemukan 2 artikel dari kegiatan aktivitas sosial yang dilakukan oleh Pemkab Mamuju, M. Fikri dkk dalam buku *Public Relations* (2021) mengemukakan bahwa, Perusahaan bisa membangun image yang positif dengan cara menyumbang uang atau waktu dalam hal-hal yang positif.

Berdasarkan artikel yang diunggah dalam website dengan judul *Perahu Kayak Untuk Ramlah, Bupati Harap Muncul Ramlah-Ramlah Berikutnya* dan artikel dengan judul *SDK Serahkan Bantuan Bioflok Untuk Kelompok Budidaya Ikan Di Kalukku*, dari kegiatan tersebut menunjukkan bahwa Pemkab. Mamuju telah melakukan aktivitas sosial dengan memberikan bantuan dan aspirasi kepada masyarakat.

7. *Sponsorship* (Persponsoran)

Menurut M. Fikri dkk dalam buku *Public Relations* (2021) Perusahaan bisa memasarkan barang mereka dengan mensponsori acara olah raga atau acara kebudayaan yang bermanfaat bagi kelangsungan perusahaannya.

Dari seluruh artikel yang diunggah pada website dalam empat bulan terakhir, terdapat satu artikel yang menunjukkan bahwa Pemkab. Mamuju telah melakukan persponsoran, hal ini dapat dilihat dari artikel yang diunggah pada website nya dengan judul *Launching Super MG, Intervensi 500 KK Miskin Rentan Pasca Bencana Di Mamuju*. Dari kegiatan/acara tersebut kita dapat melihat bahwa Pemkab. Mamuju telah melakukan persponsoran dengan mendukung kegiatan *Launching Super MG* yang dilaksanakan oleh *Islamic Relief* dan *Yayasan karampuang*.

KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah serta hasil pengolahan data peneliti menemukan bahwa, selama empat bulan terakhir dimulai dari bulan Agustus, Juli, Juni, hingga bulan Mei terdapat sebanyak 15 artikel yang diunggah dalam website mamujukab.go.id. Adapun tujuh indikator atau tolak ukur dalam kegiatan publisitas yaitu yang pertama publikasi, pada website peneniliti menemukan bahwa seluruh artikel atau sebanyak 15 artikel yang merupakan masuk dalam kategori publikasi, ke-dua yaitu media identitas, peneliti juga menemukan sebanyak 15 artikel yang masuk dalam kategori media identitas, ke-tiga *events*, pada website mamujukab.go.id terdapat 2 artikel yang masuk dalam kategori *events*, ke-empat berita atau *news*, terdapat 15 artikel atau keseluruhan artikel ialah bersifat bersifat berita, indikator ke-lima yaitu *speeches* atau pidato, dalam website mamujukab.go.id terdapat 15 artikel yang bersifat pidato, ke-enam yaitu berperan serta dalam aktivitas sosial, pada kategori ini peneliti menemukan 2 artikel yang menunjukkan Pemkab. Mamuju telah melakukan aktivitas sosial, dan indikator terakhir yaitu persponsoran/*sponsorship*, peneliti menemukan 1 artikel yang menunjukkan bahwa Pemkab. Mamuju juga melaksanakan persponsoran. Berdasarkan hal tersebut peneliti menyimpulkan bahwa Pemerintah Kabupaten Mamuju telah menerapkan publisitas dalam website.

REFERENSI

- A. Michael Huberman, dan Matthew B. Miles. 2014. *Analisis data Kualitatif*
 Abdul Kadir. 2014. *Pengenalan Sistem Informasi Edisi Revisi*. Andi. Yogyakarta.
 Ardianto, Evnaro. 2009. *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama.
 Ardianto dan Soemirat. 2004. *Dasar-Dasar Public Relations*; PT. Remaja Rosdakarya, Bandung
 Afifah, Khairina Nur. 2021. *Microblog pada Instagram sebagai Media Informasi Pengembangan Diri (Analisis Isi pada Akun @satupersenofficial)* Skripsi. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.
 Pembimbing Kayyis Fithri Ajhuri, M.A
 Bob Julius Onggo. 2004. *Cyber Public Relations*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Beni Ahmad Saebani. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Pustaka Setia
- Davis, Gardon B. 2012. *Analisis Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi
- DeVito, J.A. 2011 *Komunikasi Antar Manusia*. Tangerang Selatan, Karisma Publishing Group.
- Fitriansyah, F. (2019). Analisis Isi Buku Teks Teknologi Pembelajaran Sebagai Sumber Belajar Mahasiswa. *Cakrawala*, 19(2), 207–212.
- Flew, T. 2005. *New Media: An Introduction (edisi kedua)*. Oxford University Press.
- Hasugian, P. S. 2018. Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Informasi. *Jurnal Of Informatic Pelita Nusantara*, 3(1), 82–86
- Kriyantono, Rachmat .2012. *Public Relation Writing*, edisi kedua. Jakarta: Prenada Media
- Lister. 2009. *New Media: A Critical Introductions, Second Editions*, New York: Routledge
- Laba, I Nengah. 2020. *Pola Komunikasi Publik di Tengah Pandemi*. Diakses melalui dempasarinstitu.com
- McQuail, Dennis. 2005. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Morissan. 2010. *Manajemen Public Relations (Strategi Menjadi Humas Profesional)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nasution, Ahmadriswan. 2020. *Bahan Ajar Teknik Komunikasi Publik. Pusat Pendidikan dan Pelatihan BPS*.
- Notoadmodjo, 2003. *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta Rosdakarya
- Nurdin, 2011. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nurdiansyah, E. 2016. Keterbukaan Informasi Publik Sebagai Upaya Mewujudkan Transparansi bagi Masyarakat. *Jurnal Bhineka Tunggal Ika*, 3(2), 147-151.
- Pontoh, W. P. 2013. Peranan Komunikasi Interpersonal Guru dalam Meningkatkan Pengetahuan Anak (Studi Pada Guru-Guru di TK Santa Lucia Tuminting). *Jurnal "Acta Diurna" Volume 1, No. 1*.
- Prasetyo., Ekkal, 2015. *Rancang Bangun Sistem Informasi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Rahmanyah Kabupaten Musi Banyuasin Berbasis Website*. *Jurnal Informanika*, 1, (2), 19-30
- Prayudi. 2007. *Penulisan Naskah Public Relations*. Yogyakarta: CV Andi Offset (Penerbit ANDI).
- Rahmat Hidayat, 2010. *Cara Praktis Membangun Website Gratis: Pengertian Website*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Kompas, Gramedia
- Rillan E. Woleley, 1969. *Understanding Magazines*. Iowa.
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2003. *Dasar-Dasar Publik Relation*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Spurgeon, 2008. *Old Media VS New Media*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno, 2006. *Analisis Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendar, A. 2020. Keterbukaan Informasi Publik Bentuk Keseriusan Pemerintah Menuju Good Governance (Implementasi Undang Undang Nomor 14 Tahun 2008). *Jurnal Wacana Kinerja: Kajian Praktis-Akademis Kinerja dan Administrasi Pelayanan Publik*, 13(2), 243-251.
- Sumartias, S. 2016. *Dinamika Keterbukaan Informasi Publik*. Jakarta Timur: PT Balai Pustaka (Persero).
- Wibisono & Susanto. 2015. *Perancangan Website Sebagai Media Informasi Dan Promosi Batik Khas Kabupaten Kulonprogo*. *Evolusi*, 3(2), 65
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasar