

**Efektivitas Humas dan Wartawan dalam Menyosialisasikan Program  
Website Layanan Aspirasi Diskominfo Labuhan Batu**

**Ahmad Budi Sakti Tambak<sup>1</sup>, M. Yoserizal Saragih<sup>2</sup>, Syahrul Abidin<sup>3</sup>**

<sup>123</sup>Universitas Islam Negeri Sumatera Utara  
ahmadbudisakti@gmail.com<sup>1</sup>

**ABSTRACT**

*Communication is a need that cannot be separated from humans. In the develop of mass communication there was a development regarding mass media when the internet was discover. The aim to achieved through this research is: "to determine the effectiveness of public relations and journalists in socializing the aspiration service website program at Diskominfo Labuhan Batu". The type of research carried out in this research is qualitative research, namely research based on post-positivist philosophy, used to examine the condition of natural objects. The results of this research show that the uses of the Labuhan Batu Diskominfo website had been effective, because people with technological developments now demand that ASN/PNS are media literate. So automatically, previously the website might have been widely used by the private sector, now the government is using the website and social media too. Now people are more concern, especially government public relations, who are increasingly concerned that a website can be more representative or competent of the agency's image. The advantages of using the Labuhan Batu Diskominfo website include: we can better share data or public policy information by the Labuhan Batu Diskominfo, it can be use to image the Labuhan Batuc Diskominfo, the information provided is always up to date or the latest.*

**Keywords:** *public relations, journalists, website*

**ABSTRAK**

Komunikasi merupakan satu kebutuhan yang tidak dapat lepas dari manusia. Dalam perkembangan komunikasi massa terdapat suatu perkembangan tentang media massa ketika ditemukannya internet. Adapun tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah: "untuk mengetahui efektivitas humas dan wartawan dalam menyosialisasikan program *website* layanan aspirasi pada Diskominfo Labuhan Batu". Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian yang bersifat kualitatif, yaitu penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *website* Diskominfo Labuhan Batu sudah efektif, karena orang-orang dengan perkembangan teknologi sekarang menuntut ASN/PNS itu melek sama media. Jadi secara otomatis yang tadinya mungkin *website*

itu banyak digunakan oleh pihak swasta, sekarang pemerintah sudah menggunakan *website* dan ke arah media sosial juga. Sekarang orang lebih kosen terutama humas pemerintah semakin peduli bahwa sebuah *website* itu bisa lebih representatif atau kompeten dari citra instansi. Kelebihan penggunaan *website* Diskominfo Labuhan Batu antara lain kita bisa lebih bisa *mensharing* data-data ataupun informasi kebijakan publik oleh Diskominfo Labuhan Batu, bisa digunakan untuk pencitraan Diskominfo Labuhan Batu informasi yang diberikan selalu *up to date* atau terbaru.

**Kata Kunci:** humas, wartawan, *website*

## PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan satu kebutuhan yang tidak dapat lepas dari manusia. Dalam perkembangan komunikasi massa terdapat suatu perkembangan tentang media massa ketika ditemukannya internet. Pengguna internet kini terus meningkat dengan semakin canggihnya teknologi informasi serta semakin murah dan mudahnya mengakses internet. Segala bentuk informasi dapat menyebar secara cepat bahkan cenderung sulit untuk dikontrol, hal ini menjadikan manusia semakin dimanjakan oleh berbagai kecanggihan teknologi. Sebagai salah satu fungsinya, internet dapat memudahkan penggunaannya untuk bertukar informasi tanpa harus bertatap muka satu sama lain.

Al-Qur'an menyatakan bahwa berbicara yang benar, menyampaikan pesan yang benar-benar adalah prasyarat untuk kebesaran, kebaikan, kemaslahatan, dan amal. Apabila ingin sukses dalam karir, ingin memperbaiki masyarakat, maka kita harus menyebarkan pesan yang benar. Dengan perkataan lain, masyarakat menjadi rusak apabila isi pesan komunikasi tidak benar, apabila isi pesan komunikasi tidak benar, apabila orang menyembunyikan kebenaran karena takut menghadapi *establishment* atau rezim yang menegakkan sistemnya di atas penipuan atau penutupan kebenaran menurut Al-Qur'an tidak akan bertahan lama.

*Website* merupakan halaman situs sistem informasi yang dapat diakses secara cepat. *Website* ini didasari dari adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Melalui perkembangan teknologi informasi, tercipta suatu jaringan antar komputer yang saling berkaitan. Jaringan yang dikenal dengan istilah internet secara terus-menerus menjadi pesan-pesan elektronik, termasuk email, transmisi file, dan komunikasi dua arah antar individu atau komputer. Menurut Laquey dalam Ardianto, internet merupakan jaringan longgar dari ribuan jaringan komputer dapat menjangkau jutaan orang di seluruh dunia (Ardianto, 2017:150). Pada saat ini, internet telah berkembang menjadi sarana komunikasi yang sangat cepat dan efektif, karena internet dijadikan alat pertukaran informasi dan komunikasi secara langsung bagi setiap orang dengan tempat yang berbeda. Kehadiran internet ini memunculkan media baru yang dapat menjangkau semua kalangan secara cepat, tepat dan bersamaan dengan biaya yang murah. Internet suatu media yang sangat besar

manfaatnya yang menjadikan *cyberspace* komunikasi baru dari masyarakat dunia. Hal tersebut tidak terlepas dari berbagai karakteristik dari internet sendiri.

Melalui karakteristik tersebut, internet memberikan berbagai macam fasilitas yang dapat dirasakan pengguna, karena internet dapat menjadi media pertukaran dan penyampaian informasi. Salah satu fasilitas yang digunakan sebagai media pertukaran dan penyampaian informasi, HTTP:// (HyperText Transfer Protocol). HTTP menurut Sahid adalah protokol hypertext, yaitu serangkaian aturan komunikasi yang memungkinkan browser melakukan transaksi data dengan server web (Sahid, 2016:55). Dengan HTTP untuk mengakses *website*, pengguna tidak perlu menuliskan HTTP:// di awal kalimat. Pengguna dapat dimudahkan dalam mengakses dengan langsung menulis nama domain bagian kedua *website* tersebut.

Penggunaan *website* sudah menjadi suatu perhatian oleh banyak kalangan, mulai dari pengusaha, akademisi, pemasaran, praktisi media massa, perusahaan, hingga instansi pemerintahan. Dari *website* ini banyak kalangan menggunakannya sebagai media promosi, alat penjualan, hingga memberikan materi informasi yang berkaitan gambaran detail suatu instansi atau lembaga. Tak hanya itu, dengan adanya *website* banyak orang yang berlomba-lomba untuk dapat mempromosikan dirinya. Hal ini ditandai dengan adanya situs-situs atau *website* yang memberikan fasilitas untuk dapat berhubungan dengan orang banyak, seperti jejaring sosial Facebook, Friendster, Twitter, blog, Myspace, dan *website* lainnya. Kini, semakin maraknya penggunaan *website* oleh berbagai orang dan juga kalangan, maka membuat perusahaan maupun instansi pemerintahan menggunakan *website* perusahaan. Adanya penggunaan *website* pada suatu perusahaan dalam penyampaian informasi tidak terjadi begitu saja tanpa adanya peran seseorang atau divisi dalam pengelolaannya.

Pengelolaan *website* untuk menyampaikan informasi kepada khalayak biasanya dilakukan Public Relations atau Hubungan Masyarakat (Humas). Public Relations atau Humas dalam instansi pemerintahan sama halnya dengan Public Relations perusahaan yang dijadikan sebagai penghubung antara publiknya. Public Relations atau Humas dalam instansi pemerintahan merupakan penyampai informasi atau bagian yang menjelaskan mengenai kebijaksanaan dan tindakan-tindakan tertentu serta aktivitas dalam melaksanakan tugas-tugas atau kewajiban-kewajiban pemerintahan. Keberadaan Humas di instansi milik pemerintah merupakan keharusan dalam upaya menyebarluaskan atau untuk mempublikasikan tentang sesuatu kegiatan atau informasi instansi bersangkutan yang ditujukan untuk masyarakat luas.

Berdasarkan paparan fungsi Public Relations atau Humas dalam instansi pemerintahan, dapat diketahui lingkup pekerjaan Public Relations atau Humas berhubungan dengan penyampaian informasi untuk kepentingan publik mengenai instansi. Pekerjaan yang biasa dilakukan Public Relations atau Humas antara lain: publikasi kepada media massa melalui penulisan berita (*press release*), mengadakan

kegiatan untuk membentuk citra, menyampaikan informasi kepada publik melalui *newsletter*, dan membina hubungan dengan pers. Di setiap kegiatannya Public Relations atau Humas menggunakan berbagai media konvensional (cetak atau televisi dan radio) untuk menyampaikan informasi atau berita tentang instansi. Media konvensional yang digunakan untuk menunjang pekerjaan Public Relations atau Humas diantaranya *press release*, konferensi pers, *newsletter*, dan pengiklanan perusahaan melalui media massa.

Dengan media konvensionalnya eksistensi Public Relations dapat bertahan hingga saat ini, walaupun harus dengan membuat perhitungan anggaran waktu, biaya, dan tenaga yang lebih besar. Dinas Komunikasi dan Informatika mempunyai tugas membantu pemerintah daerah melaksanakan urusan pemerintahan bidang komunikasi, informatika, persandian, dan statistik yang menjadi kewenangan daerah dan tugas pembantuan yang diberikan kepada pemerintah daerah. Berdasarkan penjabaran di atas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul, **“Efektivitas Humas dan Wartawan dalam Menyosialisasikan Program Website Layanan Aspirasi Diskominfo Labuhan Batu.”**

## **TINJAUAN LITERATUR**

### **Pengertian Kebijakan Publik**

Nugroho (2018:31) mengatakan kebijakan publik adalah keputusan yang dibuat oleh negara, khususnya pemerintah, sebagai strategi untuk merealisasikan tujuan negara yang bersangkutan. Kebijakan publik adalah strategi untuk mengantarkan masyarakat pada masa awal, memasuki masyarakat pada masa transisi, untuk menuju pada masyarakat yang dicita-citakan. Subarsono (2010:17), kebijakan publik adalah jika kita mengetahui suatu fakta-fakta yang membantu dalam bentuk kebijakan-kebijakan yang mungkin timbul, sementara itu dapat memberikan sesuatu yang bersifat mengenai bagaimana individu-individu, kelompok-kelompok atau pemerintah dapat bertindak untuk mencapai tujuan-tujuan kebijakan mereka, maka kita layak memberikan hal-hal tersebut dan tidak layak untuk berdiam diri. Kebijakan publik adalah jalan mencapai tujuan bersama yang dicita-citakan. Jika cita-cita bangsa Indonesia adalah mencapai masyarakat yang adil makmur dan sejahtera berdasarkan Pancasila dan UUD 1945, maka kebijakan publik adalah seluruh prasarana dan sarana untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan kata lain, kebijakan publik adalah hal-hal yang diputuskan pemerintah untuk dikerjakan dan hal-hal yang diputuskan pemerintah untuk tidak dikerjakan.

Melihat defenisi di atas, Subarsono (2010:20), maka kebijakan publik dapat disimpulkan bahwa: a) Keputusan atau aksi bersama yang dibuat oleh pemilik wewenang (pemerintah). b) Berorientasi pada kepentingan publik dengan pertimbangan secara matang terlebih dahulu baik buruk dampak yang ditimbulkan.

c) Untuk melakukan sesuatu atau tidak melaksanakan sesuatu. d) Aksi pemerintah dalam mengatasi masalah dengan memperhatikan untuk siapa, untuk kapan, dan bagaimana kebijakan dilaksanakan. Kebijakan selain itu dibuat tersendiri oleh lembaga legislatif maupun eksekutif, ada juga kebijakan yang merupakan gabungan antara keduanya, yaitu yang dibuat dalam bentuk kerja sama antara legislatif dan eksekutif.

Di Indonesia, produk kebijakan publik dibuat oleh kerja sama kedua lembaga ini adalah undang-undang di tingkat nasional dan peraturan daerah di tingkat provinsi dan kabupaten/kota. Selain itu, kebijakan publik adalah jalan mencapai tujuan bersama yang dicita-citakan. Tujuan bangsa Indonesia adalah mencapai masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan UUD 1945, maka kebijakan publik adalah seluruh sarana dan prasarana untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan kata lain, kebijakan publik adalah hal-hal yang diputuskan pemerintah untuk dikerjakan. Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kebijakan publik adalah serangkaian tindakan yang dipilih dan dialokasikan secara sah oleh pemerintahan atau negara kepada seluruh anggota masyarakat yang mempunyai tujuan tertentu demi kepentingan publik.

### **Implementasi Kebijakan Publik**

Menurut Islamy (2014:25) menyimpulkan bahwa implementasi kebijakan publik merupakan proses kegiatan administratif yang dilakukan setelah kebijakan ditetapkan dan disetujui. Kegiatan ini terletak di antara perumusan kebijakan dan evaluasi kebijakan. Implementasi kebijakan mengandung *top-down*, maksudnya menurunkan atau menafsirkan alternatif-alternatif yang masih abstrak atau makro menjadi alternatif yang bersifat konkrit atau mikro.

Menurut Winarno (2017:149) juga berpendapat implementasi kebijakan publik adalah salah satu tahap dari sekian tahap kebijakan publik. Implementasi kebijakan publik hanya merupakan salah satu variabel penting yang berpengaruh terhadap keberhasilan suatu kebijakan dalam memecahkan persoalan-persoalan publik. Tangkilisan (2013:1) menyatakan bahwa implementasi kebijakan publik adalah tahap pembuatan keputusan di antara pembentukan sebuah kebijakan-kebijakan seperti halnya dalam pasal-pasal sebuah undang-undang legislatif, pengeluaran sebuah peraturan eksekutif, pelolosan keputusan pengadilan atau keluarnya standar peraturan dan konsekuensi dari kebijakan bagi masyarakat yang mempengaruhi beberapa aspek kehidupannya.

### **Pelayanan**

Menurut Kotler dalam Laksana (2018) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Sedangkan Gronroos dalam Tjiptono (2015) menyatakan bahwa pelayanan merupakan proses

yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangible* yang biasa (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan, jasa dan sumber daya, fisik atau barang, dan sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan.

Dalam penetapan sistem pelayanan mencakup strategi yang dilakukan, di mana pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dapat merasakan langsung, agar tidak terjadi distorsi tentang suatu kepuasan yang akan mereka terima. Sementara secara spesifik adanya peranan pelayanan yang diberikan secara nyata akan memberikan pengaruh bagi semua pihak terhadap manfaat yang dirasakan pelanggan.

### **Pelayanan Publik**

Pelayanan publik sangat erat kaitannya dengan pemerintah, karena salah satu tanggung jawab pemerintah ialah memberikan pelayanan kepada masyarakat. Kualitas pelayanan publik yang diterima masyarakat secara langsung dapat dijadikan tolak ukur dalam menilai kualitas pemerintah. Pelayanan publik dalam perkembangannya timbul dari adanya kewajiban sebagai suatu proses penyelenggaraan kegiatan pemerintahan baik yang bersifat individual maupun kelompok.

Pelayanan publik memiliki peranan penting dalam kehidupan masyarakat saat ini dikarenakan tidak semua jasa atau pelayanan disediakan oleh pihak swasta, oleh karena itu, pemerintah memiliki kewajiban untuk memenuhi kebutuhan pelayanan masyarakat yang tidak disediakan swasta tersebut. Menurut Sinambela (2011:5) pelayanan publik diartikan sebagai pemberian layanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan.

### **Humas**

Menurut Frank Jefkins (dalam Morissan, 2018:8) memberikan batasan humas, yaitu sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun keluar antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. Menurutnya, humas pada intinya senantiasa berkenan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui pengetahuan, dan melalui kegiatan-kegiatan tersebut diharapkan akan muncul suatu dampak, yakni perubahan yang positif. Menurut Moore (2015:6) humas adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan-kebijaksanaan dalam prosedur-prosedur seorang individu atau sebuah organisasi berdasarkan kepentingan publik, dan menjalankan suatu program untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan publik.

## **Media Massa**

Perkembangan media massa tidak terlepas dari ilmu komunikasi yang pada intinya bertujuan untuk menyampaikan pesan karena pada dasarnya media massa berfungsi menyampaikan pesan kepada masyarakat luas. Sejarah perjalanan media massa di Indonesia memperlihatkan adanya pasang surut peran media massa. Hal ini terjadi karena media massa sebagai bagian dari subsistem komunikasi Indonesia dalam sistem sosial Indonesia, akan dipengaruhi oleh subsistem sosial lainnya, termasuk ideologi, politik, dan pemerintahan negara di mana media massa itu berada. Media massa merupakan media informasi yang terkait dengan asyarakat, digunakan untuk berhubungan dengan khalayak (masyarakat) secara umum, dikelola secara profesional dan bertujuan mencari keuntungan. Menurut Bungin, media massa merupakan institusi yang berperan sebagai *agent of change*, yaitu sebagai institusi pelopor perubahan. Secara umum, media massa diartikan sebagai alat-alat komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak dan cepat kepada audiens dalam jumlah yang luas dan heterogeny.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian yang bersifat kualitatif. Menurut Sugiyono (2014: 15), pengertian penelitian kualitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah. Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah daripada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi. Metode penelitian ini lebih suka menggunakan teknik analisis mendalam (*in-depth analysis*), yaitu mengkaji masalah secara kasus perkasus. Menurut Afrizal (2016: 13), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi subjek yang alamiah, di mana penelitian adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Mendefinisikan Permasalahan dari Strategi Humas dan Wartawan Diskominfo Labuhan Batu dalam menyosialisasikan *Website* Diskominfo Labuhan Batu kepada Masyarakat**

Seorang praktisi humas dan wartawan harus dapat mengenal gejala dan penyebabnya dan perlu melibatkan dirinya dalam penelitian dan pengumpulan fakta.

Salah satu suksesnya sebuah program adalah dengan mencari terlebih dahulu latar belakang dari pembuatan program yang dilakukan atau dikenal dengan istilah mendefinisikan permasalahan, dalam kesehariannya penting bagi seorang humas dan wartawan untuk memperhatikan tiap perkembangan yang terjadi dalam organisasinya, baik itu yang bersifat ke dalam ataupun keluar, di sini Diskominfo Labuhan Batu berhasil menemukan indikasi bahwa ketersediaan *website* ini tidak diketahui masyarakat secara keseluruhan, selain itu juga sebagian masyarakat masih belum memahami kegunaan *website* sebagai media informasi. Dalam melakukan pengumpulan data awal ini penulis mengamati bahwa humas dan wartawan dari Diskominfo Labuhan Batu benar-benar ingin masyarakat yang membuka atau berkunjung ke *website* Diskominfo dapat memperoleh dan mencari informasi-informasi perkembangan seputar daerah Labuhan Batu di *website* tersebut sehingga dari fakta yang ditemukan bahwa masyarakat daerah Labuhan Batu terlihat kurang antusias dalam mengetahui tentang perkembangan informasi yang ada. Pada intinya, permasalahan yang ditemukan program menyosialisasikan *website* ini dilakukan ialah masyarakat masih rendah akan teknologi informasi.

Dari pemaparan informan, fakta-fakta yang ditemukan tersebut perlu ditindak lanjuti, sehingga diperlukan cara agar masyarakat tidak rendah pengetahuannya terhadap teknologi informasi, sehingga masyarakat bisa berkembang perencanaan dan program dari strategi humas dan wartawan Diskominfo Labuhan Batu dalam menyosialisasikan *website* Diskominfo Labuhan Batu kepada masyarakat. Dalam manajemen, perencanaan adalah proses mendefinisikan tujuan organisasi, membuat strategi untuk mencapai suatu tujuan, dan mengembangkan rencana aktivitas kerja organisasi. Perencanaan merupakan suatu proses terpenting dari semua fungsi manajemen karena tanpa perencanaan fungsi-fungsi lain, pengorganisasian, pengarahan, dan pengontrolan tidak akan dapat berjalan.

Perencanaan dibagi berdasarkan jangka waktunya menjadi rencana jangka panjang dan rencana jangka pendek. Rencana jangka panjang umumnya didefinisikan sebagai rencana dengan jangka waktu tiga tahun, rencana jangka pendek adalah rencana yang memiliki jangka waktu satu tahun. Rencana jangka pendek dengan melakukan penyuluhan, seperti dalam acara rapat antar kepala desa dengan menyisipkan program *website*. Kemudian dilakukan kepada masyarakat melalui tenaga ahli yang telah dikirim oleh pemerintah, selain itu juga memberikan buku pedoman tentang penggunaan *website*. Rencana jangka panjangnya menjadi pusat pelayanan publik dan dapat menjalin kerja sama dengan media *online* lain. Karena *website* ini masih terbilang baru, rencana jangka pendek yang akan dilakukan, yaitu menyosialisasikan *website* terlebih dahulu kepada masyarakat dengan sebaik mungkin melalui penyuluhan, seperti dalam acara rapat antar kepala desa kami menyisipkan program tersebut, kemudian dilakukan kepada masyarakat melalui tenaga ahli yang telah dikirim, selain itu, memberikan buku pedoman kepada masyarakat tentang penggunaan *website*.

Kemudian jangka panjangnya *website* ini dapat menjadi situs pusat sebagai pelayanan publik, kemudian dapat berkerja sama dengan media *online* dan cetak, antara lain Labuhan Batuexpress.com dan tribunnews.com. Tujuan dalam program ini, yaitu melakukan kerja sama dengan media lain, seperti media *online* dan media cetak, antara lain Labuhan Batuexpress.com dan tribunnews.com. Dalam melakukan kerja samanya Diskominfo Labuhan Batu melakukan pemberian informasi berupa pelayanan informasi kepada masyarakat berupa pelayanan umum, potensi-potensi wisata yang berada di daerah Labuhan Batu. Seperti yang diungkapkan oleh informan kedua: tujuan diadakannya program ini, yaitu dapat menjalin kerja sama dengan media lain, seperti Labuhan Batuexpress.com dan tribunnews.com yang di mana pemerintah memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat berupa pelayanan umum, potensi-potensi wisata yang berada di daerah Labuhan Batu. Dengan cara menyosialisasikan *website* ini, direncanakan agar dapat memberikan pengetahuan informasi dengan baik dari sebuah situs *website* di mata masyarakat, dengan kata lain konsep dari program menyosialisasikan *website* ini berupa mengedepankan sisi perkembangan teknologi informasi kepada masyarakat.

#### **Aksi dan Komunikasi dari Strategi Humas dan Wartawan Diskominfo Labuhan Batu dalam Meyosialisasikan *Website* Diskominfo Labuhan Batu kepada Masyarakat**

Diskominfo Labuhan Batu dari segi pelaksanaan yang dilakukan dalam menyosialisasikan *website* ini telah melibatkan beberapa media massa baik media cetak maupun media *online* yang cukup baik, dari segi pelaksanaan terindikasi tidak ada masalah dalam pelaksanaannya. Informasi dan pelayanan publik yang terdapat di *website* juga diberikan petunjuk dan penjelasan dengan baik mengingat personal yang juga sudah sangat kompeten di bidangnya, Diskominfo Labuhan Batu dari segi pelaksanaan yang dilakukan dalam menyosialisasikan *website* ini mempunyai bentuk dan media komunikasi yang terasa pada saat program ini dilaksanakan dengan memberikan pelatihan kepada masyarakat tentang penggunaan *website* yang dilakukan secara gratis diruangan yang telah disediakan di Diskominfo Labuhan Batu.

Dalam praktiknya, perencanaan yang dibuat telah diterapkan, dan sesuai dengan patokan yang dibuat, sehingga pelaksanaan pun dapat berjalan lancar. Melaksanakan proses komunikasi tentunya diperlukan komunikasi efektif dalam melakukannya, disini bentuk komunikasi yang terjalin dalam penelitian ini adalah bentuk komunikasi massa. Seperti yang diungkapkan oleh (Effendy, 2016:48) mengenai komunikasi massa, komunikasi melalui media massa modern yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi luas yang ditujukan kepada umum. Dalam setiap komunikasi pasti terdapat hambatan-hambatan. Hambatan adalah sesuatu yang menjadi penghalang pada saat suatu program sedang berlangsung atau sebelumnya.

**Evaluasi Program dari Strategi Humas dan Wartawan Diskominfo Labuhan Batu dalam menyosialisasikan *Website* Diskominfo Labuhan Batu kepada Masyarakat**

Mengadakan evaluasi tentang suatu program sangat diperlukan, karena pada tahap evaluasi, yaitu untuk menjawab pertanyaan “apa saja yang telah berhasil kita capai dari pelaksanaan dan perencanaan yang telah dibuat terkait aksi dan komunikasi”. Tahap ini merupakan tahap kontrol dan barometer terhadap kinerja atau kegiatan seorang humas dan wartawan. Dan dari pengamatan peneliti, program humas dan wartawan dalam tahap ini ialah sebagai berikut:

1. Meninjau program humas dan wartawan yang telah terlaksana
2. Mengevaluasi apa yang tercapai dan belum tercapai
3. Mengevaluasi pelaksanaan program yang keluar dari patokan yang ditetapkan dalam perencanaan secara rutin.

Secara garis besar apa yang penulis dapat dari wawancara adalah bahwa dari segi evaluasi program cukup berjalan baik (penilaian pribadi informan, dengan catatan tentu saja sisi subjektivitas sulit untuk dikesampingkan) karena yang terpenting adalah apa yang dilaksanakan telah sesuai dengan apa yang direncanakan. Dari pengamatan peneliti, para informan cukup puas dengan hasil yang ada, meskipun ada yang dirasa kurang dalam sosialisasi *website* ini.

**KESIMPULAN**

Penggunaan *website* Diskominfo Labuhan Batu sudah efektif, karena orang-orang dengan perkembangan teknologi sekarang menuntut ASN/PNS itu melek sama media. Jadi secara otomatis yang tadinya mungkin *website* itu banyak digunakan oleh pihak swasta, sekarang pemerintah sudah menggunakan *website* dan ke arah media sosial juga. Sekarang orang lebih konsen terutama humas pemerintah semakin peduli bahwa sebuah *website* itu bisa lebih representatif atau kompeten dari citra instansi. Kelebihan penggunaan *website* Diskominfo Labuhan Batu, antara lain kita bisa lebih bisa *sharing* data-data ataupun informasi kebijakan publik oleh Diskominfo Labuhan Batu, bisa digunakan untuk pencitraan Diskominfo Labuhan Batu informasi yang diberikan selalu *up to date* atau terbaru. Terdapat pilihan pencarian untuk mempermudah pengunjung *website* mencari informasi.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abdurahrahma, Oemi. (2011). Dasar-dasar Public Relations. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Ali, Hasan. (2013). Marketing dan Kasus-kasus Pilihan. Yogyakarta. CAPS (Center for Academic Publishing Service)
- AS, Enjang. (2019). Komunikasi Konseling, Bandung: Nuansa
- Bajari, Atwar. (2015). Metode Penelitian Komunikasi. Cetakan Pertama. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Cangara, Hafied. (2014). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada
- Cherry, Collin. (1978). World Communication: Threat or promise? New York: John Wiley & Son
- Dedi. (2010). "Ilmu Komunikasi, Pengantar". Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Dharmamesta, Swastha. Basu., & Handoko, Hani. T. (2014). Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Liberty
- Effendy, Uchjana. Onong. (2019). Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Handoko, Hani. T. (1986). Manajemen Edisi 2. Yogyakarta: BEFE.
- Handoko, Hani. T. (2012). Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: BEFE.
- Muhammad, Arni. (2014). Komunikasi Organisasi. Bumi Aksara, Jakarta Mulyana,
- Mukhtar. (2013). Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif. Jakarta: GP Press Group.
- Narimawati, Umi. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi. Bandung: Agung Media
- Nugroho, Riant. (2013). Metode Penelitian Kebijakan. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Robbins, P. Stephen., & Judge, A. Timothy. (2013). Organizational Behavior Edition 15. New Jersey: Pearson Education.
- Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. Yogyakarta: ANDI

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Sunarto. (2013). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: BPFE-UST

Supratiknya. (2013). Komunikasi Antarpribadi Tinjauan Psikologis. Yogyakarta

Swastha, Basu. (2018). Menejemen Pemasaran Modern. (edisi 2). Yogyakarta: Penerbit Liberty-Yogyakarta

Vardiansyah, Dani. (2014). Pengantar Ilmu Komunikasi: Pendekatan Taksonomi Konseptual. Jakarta: Ghalia

Widjaja, W. A. (2010). Komunikasi dan Hubungan Masyarakat. Jakarta: Bumi Aksara

Wiryanto. (2015). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. Grasindo. Wiryanto, 2016, Teori Komunikasi Massa, Jakarta, PT Grasindo