

STRATEGI CYBER PUBLIC RELATIONS PEMERINTAH PROVINSI NUSA TENGGERA BARAT DALAM MENINGKAMPANYEKAN PENGENDALIAN COVID-19

STRATEGY CYBER PUBLIC RELATIONS PROVINCIAL GOVERNMENT OF WEST NUSA TENGGERA IN A CAMPAIGN FOR CONTROL COVID-19

Arbain Febrianto¹, Hartin Nur Khusnia², Baiq Vira Safitri³.

¹²³Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mataram, NTB, Indonesia

Corona Virus menjadi salah satu penyakit yang menular dengan cepat dari satu orang ke orang lainnya. Corona Virus Disease atau disingkat Covid-19 merupakan penyakit yang disebabkan oleh Virus Corona baru yang pertama kali ditemukan di Wuhan, Tiongkok, bulan Desember 2019. Covid-19 menyebar dengan masif ke banyak negara, salah satunya Indonesia. Di Indonesia terdapat 6.719.815 kasus positif dan 160.612 korban meninggal pada data pertanggal 30 Desember 2022. Covid-19 menyebar ke seluruh daerah di Indonesia, salah satunya Provinsi Nusa Tenggara Barat. Jumlah orang yang terjangkit Nusa Tenggara Barat yaitu 29.087 kasus positif dan 655 korban meninggal dunia per-tanggal 19 Agustus 2020. Berdasarkan hal tersebut, maka Humas NTB mengoptimalkan setiap media untuk mengkampanyekan pencegahan penyebaran Covid-19. Salah satu media yang saat ini lebih efektif untuk digunakan yaitu media digital. Oleh karena itu, penting bagi Humas NTB untuk mengoptimalkan Cyber Public Relation. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Cyber Public Relations yang dilakukan oleh Humas Pemerintahan Provinsi NTB dalam mengkampanyekan pengendalian Covid-19 dengan menyertakan data berasal dari Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat yang merupakan supplier atau penyalur data terkait jumlah korban Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan menggunakan model Miles dan Huberman. Untuk menguji keabsahan data, peneliti menggunakan metode triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Cyber Public Relations Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat membuat program yang bernama Produksi Konten Kreatif untuk mengkampanyekan pengendalian Covid-19. produksi konten kreatif tersebut memuat tiga bagian pokok sebagai landasan untuk disebarkan kepada masyarakat yaitu edukasi, informasi, dan sosialisasi. Hal ini dilakukan secara berulang dan konsisten, tidak memberikan segmentasi pada khalayak yang dimana semua konten yang diproduksi diperuntukan untuk siapa saja yang dapat melihatnya., dan mengedepankan kecepatan penyaluran informasi agar masyarakat menjadi semakin sadar dan dapat mencegah penularan Covid-19.

Kata Kunci: Cyber Public Relation, Pemprov NTB, Covid-19

ABSTRACT

Corona Virus is a disease that spreads quickly from one person to another. Corona Virus Disease or Covid-19 for short is a disease caused by a new Corona Virus that was first discovered in Wuhan, China, in December 2019. Covid-19 has spread massively to many countries, one of which is Indonesia. In Indonesia, there were 6,719,815 positive cases and 160,612 deaths as of December 30, 2022. Covid-19 has spread to all regions in Indonesia, one of which is West Nusa Tenggara Province. The number of people infected with West Nusa Tenggara, namely 29,087 positive cases and 655 deaths as of August 19, 2020. Based on this, NTB Public Relations optimizes every media to campaign to prevent the spread of Covid-19. One of the media that is currently more effective to use is digital media. Therefore, it is important for Public Relations of NTB to optimize Cyber Public Relations. This study aims to determine the Cyber Public Relations strategy carried out by the Public Relations of the NTB Provincial Government in campaigning for Covid-19 control by including data originating from the West Nusa Tenggara Provincial Health Office which is a supplier or distributor of data related to the number of Covid-19 victims. This study uses a qualitative method with a descriptive approach. Data collection techniques were carried out by interviews, observation and documentation. Data analysis techniques using the Miles and Huberman models. To test the validity of the data, researchers used the source triangulation method. The results showed that the West Nusa Tenggara Provincial Government's Cyber Public Relations strategy created a program called Creative Content Production to campaign for Covid-19 control. The creative content production contained three main parts as a basis for dissemination to the public, namely education, information, and outreach. This is done repeatedly and consistently, does not provide segmentation to the audience where all content produced is intended for anyone who can see it, and prioritizes the speed of information distribution so that people become more aware and can prevent transmission of Covid-19.

Keywords: Cyber Public Relations, NTB Provincial Government, Covid-19

PENDAHULUAN

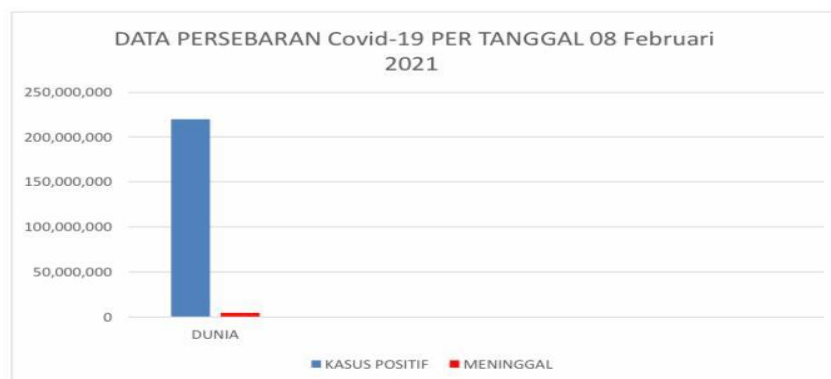
Covid – 19 merupakan suatu penyakit menular yang disebabkan oleh virus yang dengan mudah dapat berpindah dari satu orang ke orang lain secara langsung maupun tidak langsung. Penyakit menular ini disebabkan oleh virus corona yang pertama kali ditemukan di Wuhan, Tiongkok, bulan Desember 2019. Terlebih di Indonesia sendiri penyakit menular saat ini masih menjadi masalah utama kesehatan masyarakat. Dilansir pada situs www.who.indonesia.com (diakses pada 20 November 2020) penyakit menular ini menimbulkan pandemik yang

terjadi di beberapa negara yang mengakibatkan kematian dalam kurun waktu yang relatif singkat.

Setelah China, Indonesia tercatat sebagai salah satu negara dengan banyaknya jumlah penderita penyakit Covid – 19. Dilansir pada situs www.who.coronavirus.com (diakses pada 20 November 2020), virus Corona merupakan suatu kelompok virus yang masih dalam golongan Middle East Respiratory Syndrome (MERS) dan Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS) yang dapat menjangkiti hewan atau manusia. Virus ini diketahui menyebabkan infeksi saluran pernapasan pada manusia dengan gejala sesak napas, rasa lelah yang berlebih, hilangnya indra penciuman dan indra perasa hingga diare. Gejala yang paling umum adalah demam batuk pilek, hidung tersumbat, sakit tenggorokan yang biasanya bersifat ringan dan muncul secara bertahap. Terkadang adapun beberapa orang yang terinfeksi tidak menunjukkan gejala apa pun dan tetap merasa sehat yaitu (OTG) Orang Tanpa Gejala. Orang yang lanjut usia dan memiliki penyakit bawaan seperti tekanan darah tinggi, gangguan jantung dan diabetes memiliki peluang lebih besar mengalami sakit yang lebih parah.

Dilansir pada situs www.GugusTugasPercepatanPenangananCovid-19.com (diakses pada tanggal 30 Desember 2022) secara global akibat penyakit ini telah menjangkiti 660.300.641 orang dan menelan 6.689.977 korban yang meninggal pada data pertanggal 30 Desember 2022, yang kasusnya kian hari makin bertambah. Dapat dilihat dalam table berikut:

Tabel 1.1 Data Persebaran Covid-19 Secara Global

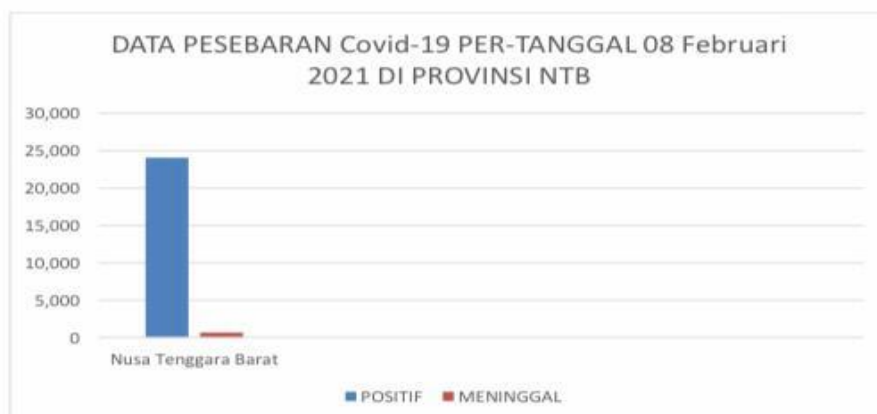


Sumber: www.SatuanTugasPercepatanPenangananCovid-19.com

Salah satu faktor yang menyebabkan terjangkitnya hingga kematian korban akibat COVID-19 di Indonesia, diantaranya adalah kesehatan masyarakat yang buruk dan kesenjangan dalam sistem perawatan kesehatan. Seperti yang dilansir pada website berita okezone.com (diakses pada 20 November 2020) dengan judul berita “Tingkat Kematian Covid-19 di Indonesia Tertinggi se-Asia”. Juru Bicara pemerintah untuk penanganan Covid-19, Achmad Yurianto, mengatakan kesadaran masyarakat yang masih kurang jadi faktor utama meningkatnya jumlah kasus di Indonesia. Terlebih saat ini banyak masyarakat yang memaksakan untuk pulang ke kampung halamannya di tengah pandemi.

Karena faktor-faktor tersebut mengakibatkan penyebaran Covid-19 ini cepat menyebar luas salah satunya adalah di provinsi NTB. Saat ini masih menjadi masalah utama belum teratasinya covid-19 oleh Pemerintah Provinsi NTB, seperti yang dibicarakan oleh juru bicara penanganan Covid-19 yaitu I Gede Putu Aryadi, S. Sos, MH, yang mengatakan kesadaran masyarakat masih kurang dan masih rendahnya tingkat kebersihan dan kesehatan. Fenomena penyakit menular covid-19 ini menjadi perhatian khusus dari pemerintah Provinsi NTB. Pasalnya dilansir pada situs www.SatuanTugasPercepatanPenangananCovid-19.com

(diakses pada 20 Februari 2021) di Indonesia, Provinsi NTB dengan jumlah 29.087 kasus positif pertanggal 30 Desember 2022 yang mengakibatkan NTB berstatus zona merah.



Tabel 1.2 Data Persebaran Covid-19 di Provinsi NTB

Sumber: www.SatuanTugasPercepatanPenangananCovid-19.com

Sejauh ini Tim Hubungan Media Provinsi NTB telah mengadakan sejumlah kampanye program pencegahan penyakit Covid-19 melalui media offline dan online. Humas Pemrov bekerja sama dengan Organisasi Perangkat Daerah membentuk tim “Baku Humas Pemrov NTB” yang beranggotakan Humas Pemprov, Humas Polda NTB, Humas Danrem NTB dan Kesbangpol untuk mengkampanyekan pengendalian Covid-19 melalui media offline seperti membuat pamflet, poster yang dipasang di beberapa area terbuka di pasar-pasar, bandara, pelabuhan, dan masing-masing area perkantoran yang mudah dilihat oleh masyarakat. Pada media online Humas Pemprov menyebarkan informasi Covid-19 melalui web-web resmi dan media social baik di facebook, instagram, dan twitter yang dikampanyekan oleh masing-masing perangkat daerah tersebut, selain itu juga bekerja sama dengan para selebgram untuk menyampaikan wawasan terkait Prokes untuk menekan persebaran Covid-19 melalui akun media sosialnya.

Namun yang menjadi prioritas adalah pengetatan akses transportasi di darat, laut dan udara yang mengharuskan setiap orang menggunakan surat keterangan bebas Covid-19. Program-program ini diharapkan dapat mengatasi permasalahan - permasalahan yang terjadi di masyarakat dalam menanggulangi penyakit menular Covid-19. Upaya penanggulangan tersebut digagas dari Dinas Pemerintahan Provinsi NTB melalui Biro Humas dan Protokolnya. Mengingat situasi pandemic saat ini tidak memungkinkan adanya tatap muka yang menyebabkan adanya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dan social distancing menuntut Humas Pemerintah NTB untuk mengoptimalkan kegiatan – kegiatan yang bersifat online.

Di dalam Biro Humas dan Protokol tersebut terdapat unit-unit humas yang dibagi menjadi beberapa bagian yaitu biro humas dan protokol, bagian pemberitaan, bagian pengolah data dan naskah pimpinan, bagian hubungan media, dan bagian dokumentasi. Unit hubungan dengan media yang diketuai oleh Bapak Tarmidzi S.Kom., ME bertanggung jawab terhadap pengelolaan media internet sekaligus mengurus beberapa kegiatan yang bersifat online. Hubungan dengan

media ini merupakan salah satu unit yang berperan penting karena dianggap bisa membantu program-program kampanye dengan tidak memerlukan kontak fisik mulai dari pengelolaan informasi hingga bentuk-bentuk kampanye secara virtual yang dilakukan. Media offline saat ini kurang efektif untuk menyebarkan kampanye pengendalian Covid-19 sehingga pemerintah dalam hal ini menggunakan strategi Cyber Public Relations melalui media online.

Dengan munculnya teknologi komunikasi online atau internet dimanfaatkan banyak pemerintahan sebagai sarana publisitas dan kampanye. Melalui penggunaan media internet, Humas Pemerintah Provinsi NTB dapat mengkampanyekan pengendalian penyakit Covid-19 dengan jangkauan yang lebih luas, oleh karena itu setiap aspek aktivitas di dunia maya (online) suatu instansi sebenarnya mempunyai kekuatan yang lebih besar dalam melakukan komunikasi dengan publik. Jarak yang jauh tidak lagi ditempuh secara manual dengan bertemu secara face to face, person to person tetapi dapat dilakukan dengan cepat, tepat, menghemat tenaga dan waktu. Hal inilah yang membuat pentingnya penerapan Cyber Public Relations sebagai salah satu strategi dalam mengkampanyekan informasi tentang Covid-19. Strategi ini diharapkan dapat memaksimalkan penyebaran informasi kampanye pemerintah dalam pengendalian Covid-19 kepada masyarakat dengan tepat sasaran.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disajikan diatas menurut peneliti Strategi Komunikasi Cyber Public Relations Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat Dalam Mengkampanyekan Pengendalian Covid-19 menarik untuk dijadikan penelitian karena melalui Cyber Public Relations serta penggunaan media internet untuk mengkampanyekan pengendalian Covid-19 dengan jangkauan yang lebih luas, oleh sebab itu Hal inilah yang membuat pentingnya penerapan Cyber Public Relations sebagai salah satu strategi dalam mengkampanyekan informasi tentang Covid-19.

Metode

Penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran dan pemahaman mengenai kegiatan Cyber Public Relations yang dilakukan oleh Humas

Pemerintah Provinsi NTB. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan suatu fenomena secara terperinci dan mendalam melalui pengumpulan data (Nursidiq, 2010:23).

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan deskriptif dengan tujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat berdasarkan fakta dan sifat populasi atau objek tertentu. Menurut Ruslan (dalam Setiyarini, 2010:38) Deskriptif artinya menggambarkan tentang karakteristik (ciri-ciri) individu, situasi atau kelompok tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti akan menguraikan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai strategi Cyber Public Relations dari Humas Pemerintahan Provinsi NTB dalam mengkampanyekan pencegahan Covid-19 berdasarkan data temuan di lapangan.

Subyek penelitian dalam penelitian ini yaitu Tim Hubungan Media Humas Pemerintahan Provinsi NTB yang merupakan lembaga yang memiliki tugas pokok dan fungsi dalam mengkampanyekan pencegahan Covid-19. Strategi Cyber Public Relations yang dilakukan oleh divisi Hubungan Media pada Humas Pemerintahan Provinsi NTB dalam mengkampanyekan pencegahan Covid-19. Lokasi dalam penelitian ini adalah kantor Pemerintahan Provinsi NTB yang berada di Jl. Pejanggik No.12 Mataram, Nusa Tenggara Barat. Penelitian ini akan dilaksanakan selama 6 bulan yang terhitung dari bulan Januari – Juni tahun 2022.

Data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik snowball sampling. Teknik snowball sampling merupakan teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar dalam (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini jenis snowball sampling yang diterapkan adalah snowball sampling linear yang dimana terdapat 1 sumber informasi yang ditentukan oleh peneliti lalu sumber informasi memberikan rujukan terkait informasi yang lebih banyak.

Fokus dalam penelitian ini untuk mengetahui Strategi Cyber Public Relations Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat Dalam Mengkampanyekan Pengendalian Covid-19 yang terdiri dari perencanaan dan program, aksi dan komunikasi, dan evaluasi program.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan model analisis data dari Miles dan Huberman. Model analisis data ini terdiri dari tiga aktivitas, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dilakukan dengan teknik triangulasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan dan Program Cyber Public Relations Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat Dalam Mengkampanyekan Pengendalian Covid-19.

Berdasarkan hasil penelitian, Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam menyusun strategi komunikasinya terlebih dahulu melakukan perencanaan dan program. Menurut Cutlip dan Center dalam Danandjaja (2011:47) dalam perencanaan dan program meliputi hal-hal sebagai berikut :

1. Komunikator

Berdasarkan hasil wawancara Komunikator atau sumber informasi dalam perencanaan dan program cyber public relations dalam mengkampanyekan pengendalian covid-19 adalah Tim Hubungan Media Pemerintah Nusa Tenggara Barat itu sendiri yang bertugas untuk merumuskan pesan dan konsep apa yang akan di release setiap harinya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Tim Hubungan Media Pemerintah Nusa Tenggara Barat merupakan sender penentu yang bertugas menyusun, menyaring informasi yang layak dan dibutuhkan masyarakat, sekaligus menjadi bagian yang mengirim pesan. Data yang disusun berasal dari Tim Satgas Covid-19 Nusa Tenggara Barat dan Dinas Kesehatan Nusa Tenggara Barat yang merupakan liding sector untuk perkembangan data dan jumlah pasien covid-19 dan penanganan apa yang harus dilakukan setiap harinya. Dalam perumusan pesan yang akan diterbitkan pada social media, Tim Hubungan Media Pemerintah Nusa Tenggara Barat bekerjasama dengan dinas

kesehatan Nusa Tenggara Barat yang bertugas untuk menginformasikan perkembangan data dan jumlah covid-19 setiap harinya sehingga pesan yang disampaikan akurat berdasarkan fakta yang terjadi di lapangan.

2. Pesan

Berdasarkan hasil wawancara pesan yang telah dibuat dan disusun oleh Tim Hubungan Media Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat disebarluaskan kepada masyarakat dengan menggunakan metode penyampaian pesan yang dapat mempengaruhi khalayak atau pesan yang diulang-ulang. Humas Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat melakukan metode Redundancy (repetition), yaitu cara penyampaian pesan yang dilakukan dengan cara mempengaruhi khalayak melalui pesan yang diulang – ulang. Pesan yang disampaikan pada dasarnya memiliki isi dan makna yang sama, namun dalam penyampaiannya seringkali disampaikan dengan cara yang berbeda dan dikemas dengan tampilan atau design yang berbeda agar masyarakat tidak merasa bosan dan tetap tertarik untuk membaca pesan tersebut.

Berdasarkan pernyataan dari salah satu informan Ronal Ommy, maka dapat dilihat bahwa pesan yang disampaikan oleh pemerintah yang berkaitan dengan Covid-19 tersampaikan dengan baik kepada masyarakat. Pemberitaan dan himbuan yang terkait dengan Covid-19 dapat mengedukasi masyarakat perihal Covid-19. Selain itu, Ronal Ommy juga menjelaskan bahwa pesan-pesan yang dibagikan di media sosial dikemas dengan baik oleh pemerintah sehingga masyarakat merasa mudah untuk membacanya. Selanjutnya, Berdasarkan penjelasan dari Apriana Safitri tersebut, maka dapat dipastikan bahwa Tim Humas Pemerintah NTB selalu memberikan informasi yang kredibel kepada masyarakat. Jenis informasinya pun beragam, ada yang hanya untuk menginformasikan, mengedukasi, dan menghimbau masyarakat. Variasi isi pesan ini dikemas dengan bahasa yang mudah dipahami masyarakat. berdasarkan bentuk isi pesan terdapat empat bentuk isi pesan yang digunakan oleh Humas Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam mengkampanyekan pengendalian covid-19, yaitu Informatif, persuasif, edukatif, dan cursive.

3. Media

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Mohamad Azhar selaku Staff Tim Media Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam menyampaikan pesan Cyber Humas Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat memilih media digital yang dimana dapat menjangkau khalayak luas, media digital menjadi pilihan yang tepat mengingat seluruh aktivitas masyarakat berpindah dari yang semula luar jaringan menjadi dalam jaringan, dengan alasan itulah Tim Hubungan Media Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat memilih media digital sebagai media penyaluran informasi.

Penggunaan media sosial yang berbeda menjadi pilihan yang tepat melihat dari beragamnya kegemaran dari setiap khalayak terhadap media sosial tertentu, hal tersebut didukung oleh data dari Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat yang peneliti akses pada tanggal 20 dan 23 Oktober 2022. Data tersebut mencakup sekitar 50.000 pengunjung aplikasi instagram, 48.000 pengunjung facebook, dan 2.500 pengunjung aplikasi twitter yang dirangkum pada setiap 3 bulan sekali dengan jumlah tersebut stabil setiap waktunya. Media social yang digunakan oleh Tim Hubungan Media Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat diantaranya adalah Instagram, Fecebook, Twitter, Youtube, dan Website Smeeton.

4. Komunikan

Berdasarkan hasil wawancara dan penentuan media target sasaran yang ingin dituju oleh Humas Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat adalah seluruh lapisan masyarakat dengan mempertahankan seluruh kegemaran dan minat yang diinginkan oleh setiap komunikan yang ingin dituju. Penyusunan strategi yang dilakukan oleh Tim Hubungan Media Humas Provinsi Nusa Tenggara Barat yang selanjutnya akan diterapkan pada media yang telah ditentukan dan target yang telah ditentukan pula, pelaksanaan strategi tersebut akan dijabarkan dalam bagian aksi dan komunikasi cyber public relation Tim Hubungan Media Humas Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Aksi dan Komunikasi Cyber Public Relations Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat Dalam Mengkampanyekan Pengendalian Covid-19.

Berdasarkan hasil wawancara program Humas Pemerintah Nusa Tenggara Barat dalam kampanye mengendalikan Covid-19 melalui Media sosial atau yang biasa di sebut cyber public relations adalah dengan menyusun program yang setiap harinya di release di media social Humas Pemerintah Nusa Tenggara Barat, strategi tersebut sejalan dengan pendapat Harwood Child tentang beberapa strategi dalam kegiatan public relations yaitu Strategy of Publicity (Kampanye penyebaran pesan).

Humas Pemerintah Nusa Tenggara Barat membuat program yang bernama Produksi Konten Kreatif yang sesuai dengan perencanaan pesan yang sebelumnya ditetapkan oleh Tim Hubungan Media Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat. Produksi konten kreatif pada dasarnya menjadi produksi konten besar yang dimana akan disebar pada seluruh media sosial yang sudah peneliti sebutkan diatas, dengan kata lain 1 konten yang diproduksi akan digunakan dan disebar ke seluruh media sosial yang dimiliki oleh Tim Hubungan Media Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Pesan yang diproduksi oleh Tim Hubungan Media Humas Provinsi Nusa Tenggara Barat berasal dari beberapa sumber, misal pesan yang berupa informasi korban dan edukasi protokol kesehatan pengendalian Covid-19 berasal dari Tim Satgas Covid-19 Nusa Tenggara Barat, pesan berupa tindakan apa yang bisa dilakukan dari segi kesehatan dan medi berasal dari Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara, sumber pesan yang bergaram akan berdampak pada bentuk pesan yang beragam juga tergantung pada kebutuhannya. Program produksi konten kreatif tersebut dibagi menjadi 3 bagian, yaitu edukasi, informasi, dan sosialisasi.

Evaluasi Cyber Public Relations Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat Dalam Mengkampanyekan Pengendalian Covid-19.

Evaluasi menjadi tahap akhir dalam pelaksanaan strategi cyber public relations, kegiatan ini ditujukan untuk melakukan penilaian terhadap program yang telah dirumuskan. Evaluasi menjadi tolak ukur berhasil atau tidaknya program yang dijalankan, maksudnya adalah dalam tahap ini akan terlihat bagaimana strategi yang telah dilaksanakan apakah telah benar atau masih perlu adanya perbaikan. Pelaksanaan evaluasi oleh Humas Pemerintah Nusa Tenggara Barat dilakukan untuk memaksimalkan informasi tepat pada sasaran yaitu pengendalian penyebaran Covid-19.

Berdasarkan hasil wawancara dan didukung oleh hasil observasi, tim media Humas Provinsi Nusa Tenggara Barat melakukan penyesuaian bentuk informasi yang akan diterbitkan, sebagai contoh informasi yang memuat pesan tentang pengendalian Covid-19 dengan sederhana atau lebih kepada konten hiburan yang menarik paling digemari oleh khalayak dibandingkan dengan konten-konten yang hanya memuat informasi yang monoton. Evaluasi yang dilakukan oleh Tim Hubungan Media Provinsi Nusa Tenggara Barat berdasarkan pada perubahan keadaan pada saat pandemic covid-19. Informasi yang diberikan oleh Tim Hubungan Media Provinsi Nusa Tenggara Barat pada saat pandemic konsisten dikarenakan bertujuan untuk menyampaikan informasi secepat mungkin tidak berdasarkan konten apa yang digemari oleh khalayak.

Penutup

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa strategi Cyber Public Relations Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat Dalam Mengkampanyekan Pengendalian Covid-19 adalah dengan membuat program yang bernama Produksi Konten Kreatif, yang dimana di dalam program produksi konten kreatif tersebut dibagi menjadi 3 bagian, yaitu, edukasi, informasi, dan sosialisasi. Strategi cyber public relation diatas dilaksanakan secara konsisten dan terus menerus selama pandemi covid-19, penyampaian pesan yang dilakukan tersebut dengan cara mempengaruhi khalayak melalui pesan yang berulang-ulang. Pesan yang disampaikan pada dasarnya memiliki isi dan makna yang sama namun dalam penyampaiannya seringkali disampaikan dengan cara yang berbeda dan dikemas dengan tampilan yang berbeda. Tahap akhir pelaksanaan strategi cyber

public relations Humas Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam pengendalian covid-19 adalah melakukan penyesuaian terhadap hasil evaluasi yaitu penyesuaian bentuk informasi yang akan disampaikan, sebagai contoh informasi yang memuat konten yang lebih mengarah kepada bentuk hiburan banyak diproduksi setelah dilakukan evaluasi.

Saran

a. Saran Akademis

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan sehingga diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih mendalam terkait strategi cyber public relations dalam mengkampanyekan sebuah program dengan menganalisis berdasarkan teori lain yang berkaitan dengan penelitian selanjutnya yang tak lepas dari penelitian ini, hal tersebut dapat memperkaya hasil literasi terkait hasil penelitian selanjutnya.

Kekurangan dalam penelitian ini adalah tidak menganalisis secara menyeluruh terkait pelaksanaan sebuah program dengan menerapkan strategi cyber public relation yang lebih sesuai dengan fokus penelitian. Dalam penelitian ini juga tidak mendapatkan hasil yang signifikan mengingat lamanya waktu pengerjaan sehingga banyaknya data yang sudah tak lagi dimiliki oleh subjek penelitian.

b. Saran bagi Tim Hubungan Media Humas Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat:

Dalam melaksanakan strategi cyber public relation pada media sosial resmi, Tim Hubungan Media diharapkan mampu menganalisis lebih mendalam terkait segmentasi komunikasi tujuan pesan sehingga dapat diterima dengan baik, walaupun pada akhirnya ketepatan waktu menjadi hal yang harus diperhitungkan dalam komunikasi kebencanaan.

Tim Hubungan Media Humas Provinsi NTB dapat melakukan tindakan strategis seperti lebih aktif mempersuasi komunikasi dengan bekerjasama dengan influencer-influencer lokal yang aktif di media sosial, tidak hanya melakukan

media tracking saja dalam mengkampanyekan pengendalian Covid-19. Selain itu diharapkan Humas Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat tidak hanya memantau komentar yang ada disetiap postingan akan tetapi dapat lebih interaktif dengan para followers di kolom komentar tersebut mengingat interaksi atau hubungan timbal balik di sosial media sangat penting maka saran kedepannya hal ini lebih diperhatikan lagi.

Daftar Pustaka

Buku-Buku :

- Ardianto, Elfinaro. 2014. *Handbook of Public Relations*, Pengantar Konprehensif. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Ardianto, Elfinaro. 2004. *Public Relations Suatu Pendekatan Praktis "Kiat Manjadi Komunikator Dalam Berhubungan Dengan Publik dan Masyarakat*, Jakarta : Pustaka Bani Quraisy.
- Breakenridge, D. (2008). *PR 2.0 New Media, New Tools, New Audiences*. New Jersey: FT Press.
- Cangara, Hafied. 2014. *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Elvinaro, *Public Relations, Suatu Pendekatan Praktis "Kiat Menjadi Komunikator Dalam Berhubungan Dengan Publik Dan Masyarakat"* (Jakarta:Pustaka Bani Quraisy, 2004) h. 183
- Gita, Aprinta. 2014. *Strategi Public Relations dalam pembentukan Citra Institusi Pendidikan Tinggi Swasta*. THE MESSENGER. 6. 1.
- Herdiana, A. Nana. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Jawa Barat : CV. Pustaka Setia.
- Krianto, Rahmat. 2008. *Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Media Group.
- Mulyana, Deddy. 2016. *Ilmu Komunikasi; Suatu Pengantar*. Edisi ke-21. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya Offset.

- Moore, H. *Public Relations: Principles, Cases, and Problems*. Terjemahan Lilawati Trimo & Deddy Djamiludin Malik. Bandung. PT Remaja Rosdakarya. 2005.
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Nova, Firsan. 2011. *Krisis Public Relations, Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, Dan Reputasi Perusahaan*. Jakarta : Rajaali Pers.
- Ruslan, Rosady. 2003. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Edisi Revisi. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Ruslan, R. (2013). *Kiat dan strategi kampanye public relations*. RajaGrafindo Persada.
- Sandra, Oliver. 2007. *Strategi Public Relations*. Jakarta : Erlangga.
- S. Gassing, Syarifuddin dan Suryanto. 2016. *Public Relations*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Onggo, Bob Julius. 2004. *E-PR Menggapai Publisitas di Era Interaktif Lewat Media ONLINE*. Yogyakarta: ANDI.
- Ruslan, Rosady. 2006. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2008. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Edisi ke-27. Bandung : CV. ALFABETA.
- Uchjana, Onong Effendy. 2015. *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*. Edisi ke-26. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Yuliatwati & Enjang, Pera Irawan. 2016. "Peran Cyber Public Relations Humas Polri dalam Memberikan Pelayanan Informasi Publik Secara Online". *Jurnal Politikom Indonesiana*. 1. 1.

Skripsi :

Dhia Oktafian Kuldias Putri, *Strategi Cyber Public Relations Hartono Lifestyle Mall Solo Baru Dalam Meningkatkan Traffic Pengunjung Mall*, (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Surakarta), Tahun 2019.

Ratnawati, *Strategi Kampanye Public Relations Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Melakukan Donor Darah Pada Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Makasar*, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar), Tahun 2019.

Siti Nurhayati, *Cyber Public Relations Humas Polresta Surakarta Dalam Membangun Citra Melalui Media Social*, (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Surakarta), Tahun 2019.

Wahyu Ridha, *Strategi Public Relations dalam membangun citra perusahaan pada excellent Islamic shool (EXISS) A BA TA*, (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta), Tahun 2014.

Internet :

World Health Organization, *Virus Corona*, <https://www.who.int/indonesia/news/novel-coronavirus/qa-for-public>, Diakses Pada Tanggal 08 Februari 2021

Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19, *Peta Sebaran Kasus Covid-19 Di Indonesia*, <https://Covid19.Go.Id/Peta-Sebaran>, Diakses Pada Tanggal 31 Agustus 2020

Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat, *Data Sebaran Covid-19 Di Nusa Tenggara Barat*, <https://Corona.Ntbprov.Go.Id/>, Diakses Pada Tanggal 31 Agustus 2020

Okezone, *Tingkat Kematian Covid-19 Di Indonesia Tertinggi Se-Asia, Ini Penjelannya*, <https://www.okezone.com/tren/read/2020/04/30/620/2207185/tingkat-kematian-covid-19-di-indonesia-tertinggi-se-asia-ini-penjelannya>, Diakses Pada Tanggal 31 Agustus 2020

World Health Organization, *Pertanyaan dan jawaban terkait Corona virus* <https://www.who.int/indonesia/news/novel-coronavirus/qa/qa-for-public>