



## Fungsi *Cyber Public Relations* Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan

Siena Gita Rahman<sup>1\*</sup>, Lilik Sumarni<sup>2</sup>

Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia <sup>1,2</sup>

Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cireundeu, Kec. Ciputat Tim.,  
Kota Tangerang Selatan, Banten 15419

Korespondensi penulis: [sienagitarahman@gmail.com](mailto:sienagitarahman@gmail.com)

**Abstract** : The development of communication technology, one of which is the internet has indirectly given birth to a form of virtual reality or the cyber world. This increasingly advanced information and communication technology directly encourages optimization in the role of public relations or public relations. *Cyber Public Relations* is a form of Public Relations initiative in using internet media as a publicity effort. This research aims to determine *Cyber Public Relations* using a descriptive qualitative approach method and *cyber public relations* theory proposed by Philips & Young (2009). Research data was obtained through primary data, namely interviews and secondary data from literature studies and observations. The research results show that in terms of transparency, the South Jakarta City Administration's Communications, Informatics and Statistics Department utilizes digital media such as websites and social media to convey accurate and easily accessible information. The concept of "internet porosity" is applied by utilizing the internet as the main media to disseminate information widely and effectively. By utilizing the internet as the main agent, the South Jakarta City Administration's Communications, Informatics and Statistics Department is able to disseminate quickly and reach various levels of society through publications that are easy to understand. The application of "richness in content reach" through YouTube allows the delivery of educational and inspiring information to build strong connections with the community.

**Keywords**: *Public Relations Function, Cyber Public Relations, Communications, Information, Statistics Department*

**Abstrak** : Perkembangan teknologi komunikasi, salah satunya internet secara tidak langsung turut melahirkan bentuk realitas virtual atau dunia *cyber*. Teknologi informasi dan komunikasi yang kian maju ini secara langsung mendorong adanya optimalisasi dalam peran humas ataupun *Public Relations*. *Cyber Public Relations* merupakan sebagai salah satu bentuk inisiatif *Public Relations* dalam menggunakan media internet sebagai upaya publisitasnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *Cyber Public Relations* dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif dan teori *cyber public relations* yang dikemukakan oleh Philips & Young (2009). Data penelitian diperoleh melalui data primer yaitu wawancara dan data sekunder studi literatur, observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam transparansi, Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan memanfaatkan media digital seperti situs web dan media sosial untuk menyampaikan informasi yang akurat dan mudah diakses. Konsep "internet porosity" diterapkan dengan memanfaatkan internet sebagai media utama untuk menyebarluaskan informasi secara luas dan efektif. Dengan memanfaatkan internet sebagai agen utama, Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan mampu menyebarkan informasi dengan cepat dan menjangkau berbagai lapisan masyarakat melalui publikasi yang mudah dipahami. Penerapan "richness in content reach" melalui YouTube memungkinkan penyampaian informasi yang edukatif dan inspiratif untuk membangun keterkaitan yang kuat dengan publik.

**Kata kunci**: Fungsi *Cyber Public Relations, Cyber Public Relations, Suku Dinas Komunikasi Informatika, Statistik*

### 1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi dipakai oleh manusia sebagai alat mengalirkan informasi atau pesan yang tujuannya dapat membantu manusia dalam menyelesaikan berbagai permasalahan supaya terwujudnya komunikasi yang ideal. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi menciptakan sesuatu media baru yang

dikenal dengan internet. Internet sangat bermanfaat sebagai alat baru dalam berkomunikasi untuk setiap masyarakat di seluruh dunia.

Internet membuat semua kelompok Internet membuat semua kelompok atau semua golongan masyarakat, baik pengusaha, intelektual, mahasiswa, praktisi, media massa, ibu rumah tangga, serta anak-anak dapat memanfaatkan manfaat dari keberadaan internet. Keberadaan internet saat ini sudah membuat suatu media baru yang dinamakan sebagai media sosial. Kehadiran media sosial dinilai dapat membantu mempermudah seorang praktisi humas dalam meningkatkan proses penyebaran informasi. Selanjutnya, media sosial bisa membantu tugas pemerintah dalam hal berinteraksi, mengajak masyarakat dan untuk mengabdikan keinginan masyarakat akan keterbukaan.

*Cyber Public Relations* dilakukan oleh *Public Relations* ataupun humas, tak terkecuali dalam bidang kehumasan pemerintah. Fokus utama dalam kegiatan *Cyber* ini adalah berbasis media online sekaligus membidik pemanfaatan media *online* secara optimal. Dengan fokus inilah, kelebihan atau keunggulan media online bisa didapatkan penuh oleh praktisi *Public Relations*, seperti kecepatan dalam penyebaran informasi kepada publik, komunikasi yang konstan dan stabil, dan komunikasi yang interaktif pada media *online* hingga praktisi humas dapat memperoleh *feedback* dari pelanggan atau pengunjung website yang dikelola oleh humas sendiri. Keunggulan lainnya adalah penghematan biaya pengeluaran.

Perusahaan dan instansi melakukan penyebaran informasi kepada masyarakat secara lebih terbuka melalui sistem digital contohnya seperti penggunaan *website* dan media sosial, yang bertujuan untuk membantu penyebaran informasi baik perusahaan dan instansi. Saat ini masyarakat bergantung pada media sosial, khususnya bagi instansi pemerintah karena instansi pemerintah yang berupaya mengatur segala aspek kehidupan masyarakat. Penyebaran informasi yang lebih terbuka menjadikan pemerintahan yang baik karena dituntut oleh masyarakat yang mempunyai hak untuk mengetahui kebijakan maupun program yang sedang dijalankan oleh pemerintah. Pada Undang-Undang Nomor 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik menjelaskan bahwa keterbukaan informasi merupakan suatu kebutuhan utama dan suatu hak asasi manusia untuk mendapatkan informasi.

Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan memiliki kewenangan penuh untuk mengelola website resmi Pemerintah Kota Jakarta Selatan sebagai sarana *Cyber Public Relations*, utamanya dalam pemenuhan dan optimalisasi layanan informasi terkait Pemerintah Kota Jakarta Selatan, dan berita terbaru (*update*). Hal ini akan membantu masyarakat Jakarta Selatan senantiasa mengetahui agenda pemerintahan dan kebijakan-kebijakan pemerintah.

Dalam era digitalisasi dan kemajuan teknologi informasi, kehadiran ruang *Cyber* telah menjadi hal yang sangat signifikan. Dalam konteks ini, Manajemen *Cyber Public Relations* menjadi aspek krusial yang perlu diperhatikan oleh Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan. *Cyber Public Relations* mengacu pada upaya manajemen reputasi dan komunikasi yang dilakukan melalui platform-platform digital, seperti media sosial, situs web, dan platform online lainnya.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### ***Public Relations***

Menurut Cutlip definisi *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang menemukan, menetapkan, dan mempertahankan hubungan-hubungan yang saling menguntungkan antara sebuah organisasi dengan golongan publik yang menjadi penentu kesuksesan atau kegagalan organisasi. Fungsi manajemen dalam pengertian ini sebenarnya adalah bentuk komunikasi terencana, hal itu berarti *Public Relations* bukanlah sesuatu yang asal-asalan atau spontan karena semua kegiatan yang dilakukan oleh *Public Relations* sebelumnya telah direncanakan dan di persiapkan secara matang (Cutlip, 2011:6).

Ruslan dalam (Imelda and Eif 2018) memaparkan tahap-tahap Manajemen *Public Relations* yang terdiri dari lima tahap yaitu "Perencanaan (*Planning*), Pengorganisasian (*Organizing*), Pengkodisian (*Communicating*), Pengawasan (*Controlling*) dan Penilaian (*Evaluating*)" yang dimana tahap-tahap tersebut menjadi acuan bagi *Public Relations* dalam menjalankan tugasnya (Imelda and Eif, 2018:114).

Definisi *Public Relations* menurut Frank Jefkin dalam Mujianto adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam atau ke luar, antara suatu organisasi dengan segenap khalayak dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian (Mujianto, 2018:90).

### ***Cyber Public Relations***

Bob Julius Onggo dalam (Hasna 2020:2007-8) mengartikan *Cyber Public Relations* sebagai sarana publikasi. *Cyber Public Relations* juga merupakan pelaksanaan kegiatan *Public Relations* dengan menggunakan internet. *Public Relations* dapat memanfaatkan internet karena jangkauannya yang begitu luas, mencakup seluruh dunia. Dengan teknologi semacam itu, dunia menjadi lebih sempit dan ini kesempatan bagi *Public Relations* untuk mempermudah pekerjaan mereka.

### **Fungsi Cyber Public Relations**

Salah satu cara melihat efektivitas adalah dampak yang diberikan ke publik. Optimalisasi penggunaan media *online* pada *public relations* dapat ditinjau dari 4 elemen dasar Menurut Philips & Young yaitu:

a. *Transparency*

*Cyber Public Relations* membutuhkan *transparency* dalam memberikan informasi kepada khalayak ataupun bagian dari organisasi atau perusahaan.

b. *Internet Porosity*

*Transparency* yang tidak sengaja dilakukan oleh praktisi *Public Relations*. Kemudian berinteraksi antara praktisi *Public Relations* dan juga khalayak melalui media sosial.

c. *The Internet as an Agent*

Internet sebagai salah satu agen untuk menyampaikan informasi ke khalayak. Karena penyampaian daring inilah akan menimbulkan pemaknaan oleh setiap perorangan yang mendapatkan informasi tersebut secara berbeda.

d. *Richness in Content and Reach*

Kekayaan informasi dapat muncul dan diberikan melalui jangkauan internet (Sujanto, 2022:213).

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang dapat menjelaskan suatu fenomena secara mendalam melalui pengumpulan data. Data kualitatif berupa kata, kalimat, dan narasi. Informasi akan didapatkan secara detail dan mendalam sehingga dapat menjelaskan suatu fenomena, isu, atau permasalahan. Pendekatan deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini untuk menguraikan bagaimana Fungsi *Cyber Public relations* Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan. Menurut Sugiyono analisa data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum meneliti di lapangan, dan setelah selesai penelitian di lapangan. Analisa data difokuskan selama proses di lapangan 274 bersama dengan pengumpulan data, analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data dan selesai pengumpulan data (Sugiyono, 2022:245).

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### HASIL PENELITIAN

No.	Konsep	Dimensi Konsep	Aspek yang digali
1	<p><i>Cyber Public Relations</i></p> <p>Philips and Young (2009) dalam Sujanto (2022)</p>	1. <i>Transparency</i>	<p>1.1 Informasi yang disediakan dapat dipublikasikan kepada khalayak</p> <p>1.2 menggunakan <i>overt transparency</i> informasi yang di dapat melalui website atau media sosial yang dimiliki perusahaan.</p> <p>1.3 Keterbukaan informasi publik dalam memenuhi kebutuhan informasi melalui media digital internal instansi.</p> <p>1.4 kecukupan informasi yang diterima oleh publik untuk menjaga komunikasi yang harmonis.</p>
		2. <i>Internet Porosity</i>	<p>2.1 Instansi mengontrol informasi yang akan disebarkan kepada publik</p> <p>2.2 informasi yang membawa dampak positif</p>
		3. <i>The Internet as an agent</i>	<p>3.1 Proses Transformasi sebuah pesan/topik yang menciptakan konsep terbaru</p> <p>3.2 ide dan gagasan dalam penyampaian pesan berdasarkan konten yang diakses</p>

		4. <i>Richness in content and reach</i>	4.1 Praktik <i>cyber public relations</i> yang melibatkan elemen richness dan reach 4.2 informasi jangkauan internet yang mengakibatkan kekayaan informasi tercipta dan tersampaikan dengan baik
--	--	---	---

## PEMBAHASAN

Pada tahap ini akan membahas mengenai pentingnya transparansi dalam konteks Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan. Memastikan keterbukaan informasi terhadap para pelanggan adalah hak yang mendasar bagi semua pihak terlibat. Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan memandang transparansi sebagai salah satu utama dalam berkomunikasi dengan publik, baik melalui *Media digital* seperti *website*, *medsos*, *digital activation*, *media online*. Melalui sarana ini, Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan berkomitmen untuk menyampaikan informasi yang jelas dan terpercaya.

Menurut Philips and Young, *transparency* merupakan sesuatu yang hidup dan berjalan (Sujanto, 2022:212). Transparansi yang diterapkan oleh Suku Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan mencakup lebih dari sekadar pencapaian dan program yang telah dilaksanakan. Transparansi ini juga melibatkan penyediaan wawasan mendalam tentang strategi dan langkah-langkah yang diterapkan untuk memajukan berbagai sektor. Dengan menjelaskan secara detail bagaimana kebijakan dan inisiatif dikelola serta diterapkan, Suku Dinas memastikan bahwa publik dapat memahami dengan jelas upaya-upaya yang dilakukan untuk memajukan pembangunan di berbagai bidang. Hal ini menunjukkan komitmen mereka terhadap transparansi yang menyeluruh dan mendalam. Dengan menyediakan informasi yang komprehensif dan mudah diakses, Suku Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan tidak hanya membangun kepercayaan dengan khalayak umum dan para pelaku industri, tetapi juga mendorong partisipasi aktif dalam mendukung visi dan misi pembangunan mereka. Transparansi ini memungkinkan masyarakat dan pemangku kepentingan untuk lebih memahami tujuan dan manfaat dari program-program yang dijalankan, serta berperan dalam menciptakan kolaborasi yang produktif. Partisipasi aktif yang didorong oleh keterbukaan informasi ini berkontribusi

pada pencapaian hasil yang lebih baik dan penguatan dukungan terhadap berbagai inisiatif pembangunan.

Pada tahap ini akan membahas mengenai *internet porosity*. Menurut Philips and Young (2009) , *internet porosity* merupakan jenis transparansi yang tanpa disengaja (Sujanto, 2022:213). Kecanggihan teknologi saat ini penting untuk dimanfaatkan dalam menyebarkan sebuah informasi agar khalayak dapat mengetahui informasi yang diberikan oleh Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan. Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan dalam sebuah memberikan informasi akan dilakukan kontrol atau pengecekan terlebih dahulu sebelum dipublikasi, informasi akan melewati beberapa prosedur sehingga penyebaran dipastikan layak untuk publik dan memberikan dampak positif.

Jika menyebarkan sebuah informasi tentang mengadakan sebuah acara, contoh ingin mengadakan vaksin hewan gratis, Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan harus melewati Prosedurnya terlebih dahulu. Prosedurnya adalah melakukan pengecekan melalui media sosial instagram dan publik memberikan umpan balik jika minat sudah sesuai dengan yang diinginkan, barulah kegiatan akan dibuat dan dipublikasikan melalui media internet Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan. Tujuan dari pembuatan kegiatan tersebut agar publik percaya untuk mengikuti program yang diselenggarakan oleh Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan dan informasi yang sudah diberikan oleh Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan dapat membuat publik lebih percaya apa yang sudah di informasikan.

Upaya yang dilakukan Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan untuk membangun kepercayaan publik tidak hanya dari membuat sebuah kegiatan, tapi juga membuat konten menarik dan informatif melalui sosial medianya. Informasi tidak hanya diberikan melalui media sosial instagram, Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan juga memberikan informasi agar membuat publik lebih percaya melalui *website* resminya. Saat Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan mengontrol informasi, Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan menggunakan media *monitoring* untuk mengelola seberapa efektifnya konten yang di-*posting*.

Pada tahap ini akan dibahas mengenai *the internet as an agent*. Menurut Philips and Young, *the internet as an agent* adalah dimana terjadinya sebuah proses transformasi sebuah person secara *online*, yang kemudian menciptakan konsep baru (Sujanto,2022:213).

Suku Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan

menyajikan informasi melalui postingan yang dirancang dengan sentuhan konsep visual yang memudahkan pemahaman. Informasi disampaikan dalam bentuk flyer yang menggabungkan teks dan gambar, bertujuan untuk membuat konten lebih mudah dipahami oleh publik. Dengan menggunakan desain yang menarik dan informatif, flyer ini membantu menjelaskan isi informasi yang disediakan di website dan media sosial, serta memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima dengan jelas dan efektif oleh audiens.

Selain itu, ide dan gagasan yang disajikan oleh Suku Dinas melalui flyer ini dirancang untuk mempermudah publik dalam menangkap dan memahami informasi. Pendekatan visual ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat serta mendorong partisipasi dalam kegiatan pariwisata yang bertanggung jawab dan berkelanjutan. Dengan cara ini, flyer tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan keterlibatan publik, memastikan bahwa informasi mengenai kegiatan dan inisiatif pariwisata dapat diakses dan dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakat.

Pada tahapan ini akan dibahas mengenai *richness in content and reach*. Menurut Philips and Young (2009), *richness in content and reach* adalah sebuah kekayaan informasi dimana suatu proses transparansi dieksekusi dimana dalam mencapai sesuatu dalam media internet dapat mengakibatkan kekayaan yang dimaksud tercipta dan tersampaikan dengan baik (Sujanto, 2022:214).

Penyampaian informasi yang telah diberikan oleh pihak Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan sudah bisa dikatakan kaya akan informasi kepada khalayak terkait program yang diadakan oleh Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan. Hal ini tercipta melalui informasi yang kaya dan mudah dipahami dari materi yang disediakan. Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan sangat memanfaatkan teknologi yang ada, khususnya dengan memberikan informasi secara *online*, sehingga tidak hanya pengunjung yang bisa mengakses informasi tersebut, tetapi juga khalayak luas dapat mengaksesnya. Informasi yang diberikan tidak hanya berupa tulisan, tetapi juga berbentuk gambar dan video.

Salah satu media sosial yang dimiliki oleh Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan yang berbentuk gambar dan video adalah youtube. Youtube menjadi salah satu alasan kekayaan informasi bagi Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan dalam mendukung kegiatan. Konten yang disediakan oleh youtube berupa konten edukatif dan inspiratif yang mudah di akses oleh publik.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

*Transparency*, Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan pentingnya transparansi dalam menyampaikan informasi. Dalam konteks ini, transparansi tidak hanya mencakup penyampaian data dan laporan yang akurat, tetapi juga memastikan bahwa informasi yang diberikan mudah diakses dan dipahami oleh masyarakat. Penggunaan media digital, seperti situs web dan media sosial, memainkan peran penting dalam menciptakan transparansi tersebut. Melalui platform-platform ini, Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan dapat mengomunikasikan kegiatan, pencapaian, dan rencana mereka dengan cara yang terbuka dan langsung, sehingga publik dapat memperoleh informasi yang jelas dan terpercaya. Pentingnya transparansi dalam komunikasi dengan publik tercermin dalam cara Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan memanfaatkan media digital sebagai sarana utama untuk menyebarluaskan informasi kepercayaan dan keterlibatan yang lebih baik.

*Internet Porosity*, Dalam konsep "internet porosity," Suku Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan memanfaatkan internet sebagai media utama untuk menyebarkan informasi secara luas dan efektif. Dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi, Suku Dinas tidak hanya mengandalkan postingan standar, tetapi juga mengembangkan konten yang menarik dan informatif di berbagai platform media sosial, terutama Instagram, yang dikenal efektif untuk menyebarluaskan informasi secara cepat dan efisien. Selain itu, website resmi Suku Dinas berfungsi sebagai platform tambahan untuk menyajikan informasi yang terpercaya dan mendalam. Pendekatan ini memungkinkan Suku Dinas untuk membangun kepercayaan publik dengan menyediakan informasi yang mudah diakses dan relevan melalui berbagai saluran digital, sehingga meningkatkan keterlibatan dan pemahaman masyarakat mengenai kegiatan dan inisiatif mereka.

*The Internet as an Agent*, Suku Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan memanfaatkan internet sebagai agen utama dalam menyebarkan informasi secara efektif, dengan memanfaatkan publikasi yang dirancang agar mudah dipahami, seperti dalam bentuk flyer. Akses internet yang luas dan mudah diakses memungkinkan informasi untuk menyebar dengan cepat dan menjangkau berbagai lapisan masyarakat secara efisien. Dengan demikian, internet tidak hanya berfungsi sebagai saluran distribusi, tetapi juga sebagai alat strategis untuk mendorong perubahan sikap dan pemahaman yang lebih efektif di kalangan publik. Pendekatan ini memastikan bahwa pesan-pesan penting dapat diakses oleh audiens yang lebih luas dan beragam, meningkatkan dampak dan efektivitas komunikasi.

*Richness in Content Reach*, Suku Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan telah berhasil menyampaikan informasi yang kaya dan komprehensif mengenai program-programnya melalui platform YouTube. Dengan mengunggah konten yang edukatif dan inspiratif yang mudah diakses, Suku Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan memanfaatkan YouTube untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Pendekatan ini memastikan bahwa pesan dan informasi yang disampaikan diterima dengan baik, menciptakan keterkaitan yang kuat dengan publik. Kekayaan informasi yang dihadirkan tidak hanya mendidik dan menginspirasi, tetapi juga secara efektif meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai berbagai program dan inisiatif yang dijalankan, menunjukkan keberhasilan dalam mencapai tujuan komunikasi mereka.

### **Saran**

Sebaiknya Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan memaksimalkan praktik *Cyber Public Relations* dalam menjalankan tugas dan fungsinya. Mendorong para praktisi *Public Relations* agar lebih aktif dan inovatif untuk memposting konten di media digital yang dimiliki. Kemudian sebaiknya Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan lebih memanfaatkan platform digital untuk menyebarkan informasi.

### **DAFTAR REFERENSI**

- Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2011). *Effective public relations* (Edisi ke-9, Cet. ke-4). Jakarta: Prenada Media Group.
- Darmadi, H. (2014). *Metode penelitian pendidikan sosial*. Bandung: Alfabeta.
- Jefkins, F. (2018). *Public relations* (Edisi ke-5). Jakarta: Erlangga.
- Effendy, O. U. (2020). *Human relations & public relations*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Gunawan, I. A., & Yustikasari, N. R. A. (2022). Implementasi cyber public relations Pemerintah Kota Cimahi sebagai media informasi publik mengenai pandemi Covid-19 dalam mendukung e-government. *Jurnal Cyber PR*, 3(7), 6967–6974.
- Gora, R. (2019). *Riset kualitatif public relations*. Surabaya: C.V. Jakad Publishing.
- Hasugian, G. G., Hendrayani, Y., & Handayani, L. (2020). Strategi humas siber dalam meningkatkan kualitas pelayanan informasi publik 4.0 di Badan Kepegawaian Negara. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(2), 167–178.
- Hidayat, D. (2014). *Media public relations*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Moleong, L. J. (2015). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mujianto, H. (2021). Peranan cyber public relations terhadap citra produk Rai Leathers di kalangan pelanggan. *PREcious: Public Relations Journal*, 1(2), 246–262.
- Mukarom, Z. L. (2015). *Manajemen pelayanan publik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Nasrullah, D. (2018). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasucha, Y. (2015). *Dasar-dasar penelitian*. Surakarta: Yuma Pustaka.
- Nazir, M. (2014). *Metode penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Puspitasari, N. (2022). *Cyber public relations: Berubah atau terlibas*. Yogyakarta: Adipura Book Centre.
- Onggo, B. J. (2017). *Cyber public relations*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Ruslan, R. (2014). *Manajemen public relations dan media komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Setiawan, R., Nilamsari, N., Hamzah, R. E., & Arifin, K. (2022). Implementasi cyber public relations dalam pengelolaan website Kementerian Sosial RI. *Jurnal Cyber PR*, 2(1), 84–93. <https://doi.org/10.32509/cyberpr.v2i1.2128>.
- Sukoco, I. (2014). Fungsi public relations dalam menjalankan aktivitas corporate social responsibility. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4(2), 188–198. <https://doi.org/10.15294/jdm.v4i2.2762>.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-2). Bandung: Prenadamedia Group.
- Sujanto, R. Y. (2022). *Pengantar public relations*. Jakarta: Erlangga.
- Suprawoto. (2018). *Government public relations*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Susanto, T., Utamidewi, W., Prakarsa, R., Muhamad, N., & Syamsuri, S. A. (2019). Implementasi cyber public relations Universitas Singaperbangsa Karawang pada persaingan era digital. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 3(1), 200–210.
- Susilo, A., & Sari, E. (2020). Implementasi program cyber public relations PT. Kereta Api Indonesia dalam mengelola informasi publik di media sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Medium*, 8(1), 18–29. [https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8\(1\).4792](https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(1).4792).
- Supada, W. (2020). Peran public relations dalam membangun pencitraan positif organisasi. *Jurnal Public Relations*, 1(86), 21–24.