



Digital Public Relations Dalam Pemanfaatan Program Keluarga Harapan (PKH) Kementerian Sosial RI

Ahmad Haikal Kahfi

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Jakarta

Winda Dwi Astuti Zebua

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Jakarta

Alamat : Jl. K.H. Ahmad Dahlan Cireundeu, Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, Banten,
15419, Indonesia

Korespondensi Penulis: a.haikalkahfi@gmail.com

Abstract. *As an agent to serve the needs of the community, the Ministry of Social Affairs is expected and required to have good work productivity in serving the community so that the continuity of an institution/organization must maintain its trust. To support the Ministry of Social Affairs in its communication services, it must be able to achieve unidirectional or effective communication by using the digital public relations communication model to achieve its targets directly. The Ministry of Social Affairs provides social assistance called the family hope program. This program aims to alleviate poverty in Indonesian society, in various categories of social assistance. This type of research is field research with a qualitative descriptive method. Determining subjects used non-probability sampling with purposeful sampling. The number of informants was 4 people, namely staff from the Ministry of Social Affairs, practitioners of the Indonesian Ministry of Social Affairs' Family Hope Program and Digital Public Relations Lecturers. Data collection techniques used interviews and documentation. The results of the interviews revealed that the Ministry of Social Affairs' digital utilization method in the family hope program built by the Ministry of Social Affairs had been well developed. However, there are several things that must be addressed in order to strengthen public trust in the content presented by the Ministry of Social Affairs customers.*

Keywords : *Digital public relations, public relations bureau of the Indonesian Ministry of Social Affairs*

Abstrak. Sebagai agen untuk melayani kebutuhan masyarakat, Kementerian sosial diharapkan sekaligus dituntut untuk memiliki produktifitas kerja yang baik dalam melayani masyarakat sehingga kelangsungan sebuah lembaga/organisasi harus mempertahankan kepercayaan nya. Untuk mendukung kementerian sosial dalam layanan komunikasinya harus dapat menjangkau sifat komunikasi yang searah atau efektif dengan cara menggunakan model komunikasi *Digital public relations* demi mencapai sarannya secara langsung. Kementerian Sosial menyediakan bantuan sosial yang dinamakan program keluarga harapan, program ini bertujuan untuk mengentaskan kemiskinan masyarakat Indonesia, dalam berbagai macam kategori bantuan sosial. Jenis penelitian ini adalah *field research* dengan metode *deskriptif kualitatif*. Penentuan subjek menggunakan *non-probability sampling* dengan jenis *purposeful sampling*. Jumlah informan sebanyak 4 orang yaitu dari Staff Kementerian Sosial, praktisi program keluarga harapan kementerian sosial RI dan Dosen *Digital Public Relations*. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi Hasil wawancara diketahui bahwa cara pemanfaatan digital kemensos dalam program keluarga harapan yang dibangun oleh pihak Kemensos sudah terbangun dengan baik. Namun, ada beberapa hal yang harus dibenahi guna memperkuat kepercayaan masyarakat dari konten yang disuguhkan oleh pihak Kementerian Sosial.

Kata Kunci: *Digital public relations, biro humas kementerian sosial RI*

PENDAHULUAN

Instansi publik merupakan salah satu sarana yang dimiliki oleh negara untuk melayani kebutuhan masyarakat salah satunya ialah kementerian sosial republik Indonesia. Instansi publik tersebar untuk melayani di bidang kesehatan, pendidikan, keamanan, hukum dan masih banyak

bidang lainnya. Sebagai agen untuk melayani kebutuhan masyarakat, instansi publik diharapkan sekaligus dituntut untuk memiliki produktifitas kerja yang baik dalam melayani masyarakat sehingga kelangsungan sebuah lembaga/organisasi harus mempertahankan kepercayaannya. Namun tidak hanya itu saja terkait penjelasan instansi pemerintah, menurut *cermati.com* menjelaskan terkait instansi pemerintah bahwa instansi pemerintah merupakan seluruh lembaga pemerintahan yang menjalankan fungsi administrasinya pada lingkungan eksekutif, hal tersebut termasuk juga dalam skala pusat, atau daerah, komisi, dewan, dan badan yang memperoleh dana APBN atau APBD. Maka fungsi seorang humas di lingkungan pemerintahan sangat penting dalam membangun relasi kepada masyarakat baik secara umum maupun secara khusus. Apalagi pemerintah tengah menghadapi berbagai persoalan kemasyarakatan yang mendasar. Upaya revitalisasi kehumasan sangat penting dan menjadi tuntutan yang mendesak saat ini, wajib dilaksanakan di semua instansi pemerintah, sebagai momentum strategis untuk melakukan perubahan tatanan peranan kehumasan yang dapat bersinergi secara efektif. Humas pemerintah selalu dituntut kemampuannya dalam menghadapi tantangan dan perubahan lingkungan yang sangat cepat. (Estu Rahayu, 2002, p. 72).

Salah satu informasi yang harus dilakukan seorang humas adalah program pemanfaatan digital public relations dalam program PKH, dilansir dari website kemensos, program keluarga harapan adalah program pemberian bantuan sosial bersyarat kepada keluarga miskin (KM) yang ditetapkan sebagai keluarga penerima manfaat PKH, PKH adalah program yang dibuat sebagai upaya percepatan penanggulangan kemiskinan. Dalam program PKH (Program Keluarga Harapan), fungsi Humas (Hubungan Masyarakat) memiliki peran penting dalam beberapa aspek, Fungsi humas bertanggung jawab dalam menyampaikan informasi secara jelas, akurat, dan tepat waktu kepada masyarakat terkait program PKH. Mereka mengkomunikasikan berbagai kebijakan, manfaat, dan prosedur program kepada masyarakat dengan cara yang mudah dipahami. Humas juga memiliki peran strategis dalam mengelola krisis yang terkait dengan program PKH. Mereka membantu dalam mengidentifikasi dan mengatasi berbagai isu atau kontroversi yang mungkin muncul terkait program tersebut.

Fungsi humas dalam program PKH juga melibatkan kegiatan edukasi dan informasi kepada masyarakat. Humas mengkomunikasikan informasi penting tentang program PKH, seperti persyaratan, mekanisme pendaftaran, manfaat yang diberikan, dan perubahan kebijakan terbaru. Dengan adanya pemanfaatan digital akan menjadikan salah satu bentuk adaptasi terhadap perkembangan teknologi komunikasi yang dilakukan oleh kementerian sosial, kehadiran era digital yang terjadi seperti saat ini tentunya akan semakin memberikan rasa mudah dalam melakukan komunikasi. Dengan mudahnya dalam menyampaikan informasi

tentunya revolusi digital juga bisa kita katakan sebagai wujud globalisasi, yakni proses integrasi yang dilakukan secara internasional karena adanya pertukaran pandangan dunia, pemikiran, produk, dan berbagai aspek kebudayaan lain karena adanya peningkatan infrastruktur telekomunikasi internet dan moda transportasi. Teknologi Informasi perkembangannya setiap waktu semakin pesat. Inovasi teknologi yang mendukung informasi ini menyebabkan perkembangan teknologi informasi yang demikian pesat, dimana setiap informasi yang ada di dunia ini kita dapatkan dengan waktu yang relatif singkat (Ritonga, Nainggolan, and Ritonga 2020). Definisi *digital public relations* adalah cara kerja *public relations* yang mengharuskan praktisi humas handal dalam menggunakan teknologi dan mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi yang canggih demi membangun hubungan yang baik antar pihak (Hidayat, Dasrun 2014:95).

Program keluarga harapan lebih dimaksudkan kepada upaya membangun sistem perlindungan sosial kepada masyarakat miskin di Indonesia. Masalah kemiskinan masih menjadi sorotan utama kita terkait dengan usaha-usaha pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan sosial di Indonesia. Kemiskinan merupakan fenomena dan masalah sosial yang terus-menerus dikaji, kemiskinan menjadi perhatian pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Tentunya kedatangan digital public relations akan lebih mudah membantu masyarakat dalam mendaftarkan kartu PKH secara online. Kemensos telah menyediakan kemudahan pendaftaran PKH September 2022 melalui aplikasi secara online. Dilansir dari tirto.id langkah-langkah dalam mendaftar kartu pkh secara online: Unduh aplikasi cek bansos melalui play store atau app store lakukan registrasi untuk membuat akun baru dan lengkapi data diri . Setelah itu akan memasuki ke halaman utama aplikasi cari dan klik menu daftar usulan. Pilih opsi tambah usulan dan isi data diri dan pilih jenis bantuan sosial PKH, setelah selesai mendaftar, tinggal menunggu proses verifikasi dan validasi oleh pihak berwenang.

Dengan adanya pendaftaran secara online akan memberikan kecepatan pelayanan yang lebih baik dengan memberikan kemudahan pendaftaran, karena tidak perlu datang ke instansi yang bersangkutan status pendaftaran dapat diketahui setiap saat pemenuhan kebutuhan informasi mengenai proses registrasi yang dapat dipenuhi, maka dari itu *Digital public relations* harus memberikan informasi baik secara eksternal atau internal.

TINJAUAN PUSTAKA

Public Relations

Public relations adalah falsafah dan fungsi manajemen yang diekspresikan melalui kebijaksanaan dan kegiatan-kegiatan untuk melayani kepentingan publik, melakukan kegiatan komunikasi bagi publiknya untuk menciptakan pengertian dan *goodwill* dari publiknya.

Dengan demikian pengertian *public relations* jika dilihat dan diterjemahkan dari asal katanya adalah Hubungan antar public (Anita Yulianti, 2022). Elyus & Soleh (2021) humas adalah kegiatan yang tersusun, terprogram dan berkelanjutan, serta dilakukan oleh orang yang ahli dalam tata kelola komunikasi yang baik sehingga dapat menciptakan kepercayaan di masyarakat. Merujuk dari beberapa pengertian humas di atas, dapat dimaknai bahwa humas merupakan segala usaha terencana untuk menjembatani komunikasi antara organisasi atau lembaga dengan publik atau khayalaknya sehingga mencapai kemanfaatan dan kesepakatan bersama sehingga tujuan dari organisasi tercapai. (soleh, 2021). *Public relations* juga dapat diartikan menurut menurut Kotler adalah program yang dibuat untuk mempromosikan serta menjaga kepercayaan perusahaan atau organisasi untuk setiap produk atau informasi yang disampaikan kepada masyarakat.

Tujuan *Public Relations* adalah mengelolakomunikasi antara manajer dan berbagai publiksecara efektif. Dengan kata lain, profesional PR adalah mediator antara klien (manajemen) danpublik (semua kelompok utama yang menjadisandaran organisasi). Para praktisi *Public Relations* berkomunikasi dengan masyarakat internal dan eksternal yang relevan untuk mengembangkan hubungan yang positif serta menciptakan konsistensi antara tujuan organisasi dengan harapan masyarakat.

Digital Public Relations

Digital Humas adalah gabungan dari strategi humas dan juga elemen-elemen SEO (*Serch Engine Optimization*) seperti *content marketing* dan media sosial. Praktek Humas merupakan salah satu bagian dan juga kegiatan dari humas yang tentunya diadaptasi dari penggunaan teknologi informasi dan komunikasi bagi suatu perusahaan atau lembaga dan sudah banyak sekali perusahaan / lembaga yang menggunakan digital humas terlebih lagi media pemberitaan contohnya seperti koran serta majalah yang mempunyai website serta media sosial tentu saja karena pentingnya penyebaran informasi digital yang dirasakan oleh setiap perusahaan, maka harus ada kesadaran untuk memenuhi kebutuhan informasi media dan manajemen yang tepat harus diterapkan untuk mengimplementasikannya (azizah, 2022). *Digital public relations* merupakan era dimana pengguna internet sudah semakin banyak, sehingga agar tidak tertinggal dengan perkembangan zaman yang ada kini praktisi *public relations* dituntut untuk dapat memanfaatkan internet guna mendukung dan memaksimalkan kinerjanya. Jika *Digital public relations* merupakan kegiatan *public relations* yang memanfaatkan media internet guna memaksimalkan kinerja para praktisi *Public Relation*.

Elemen Digital public relations

Dalam menjalankan pekerjaannya, seorang Digital public relations (Online Public Relations) perlu memahami sifat media dan memiliki visi seberapa besar efektivitas; pengaruh terhadap publik dan memahami mengapa media tersebut penting bagi publik. elemen tersebut adalah *transparency, porosity, the internet as an agent, richness in content, dan reach*.

Era Digital

Era digital merupakan suatu masa di mana Sebagian besar masyarakat pada era tersebut menggunakan system digital dalam kehidupan sehari-harinya. Menurut Communication Technology Timeline yang dikutip Dan Brown, berbagai jenis media elektronik di dunia mulai merebak pada awal tahun 1880an dimulai dengan alat komunikasi telepon, tape-recorder, radio. Barang elektronik lainnya seperti televisi, TV kabel, telepon selular baru mulai digunakan oleh banyak masyarakat sekitar tahun 1940 – 1970an. Teknologi komunikasi dari media elektronik pada awalnya masih menggunakan sistem analog, dan baru beralih ke sistem digital dengan ditandai hadirnya transformasi produk media seperti e-book, internet, koran digital, elibrary, e-shop dsb. Masa ini juga sering disebut sebagai revolusi digital. Revolusi digital ini telah dimulai pada awal tahun 1990an di dunia. Dengan mengingat prinsip-prinsip sistem digital tadi, maka era digital merupakan era di mana aliran informasi melalui media-media komunikasi bersifat jelas, akurat dan cepat (Rahayu, pengaruh era digital terhadap perkembangan bahasa anak, 2019). Menurut penjelasan definisi di atas ada beberapa penjelasan tentang public relations juga menurut para ahli seperti yang di kemukakan oleh *Frank Jefkins* yaitu “*Public Relations consist of all forms of planned communication, outwards and Inwards, between an organization and its publics for the purposes of Achieving specific objectives concerning mutual understanding*” (*Public Relations* merupakan keseluruhan bentuk komunikasi yang terencana, baik itu keluar maupun ke dalam, yakni antara suatu organisasi dengan publiknya dalam rangka mencapai tujuan yang spesifik atas dasar adanya saling pengertian). Menurut penjelasan di atas adalah dapat disimpulkan bahwa *public relations* adalah seni yang menciptakan pengertian *public* yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan *public* terhadap suatu individu atau organisasi salah satunya melalui media sosial. (Mukarom, 2015)

Definisi Media Sosial

Pengertian Media Sosial Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan mencipta -kan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Internet menurut Budi Sutedjo berasal dari kata “International Network” yang merupakan sebuah jaringan komputer yang sangat besar

yang terdiri dari jaringan-jaringan kecil yang saling berhubungan yang menjangkau seluruh dunia. Internet adalah kependekan dari inter-network. Secara harfiah mengandung pengertian sebagai jaringan komputer yang menghubungkan beberapa rangkaian. Jaringan internet juga didefinisikan sebagai jaringan komputer yang mampu menghubungkan komputer di seluruh dunia sehingga berbagai jenis dan bentuk informasi dapat dikomunikasikan antar belahan dunia secara instan dan global. (Philip Kotler dan Kevin Keller (dalam Fauzi, 2016) mengungkapkan bahwa media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, dan video informasi baik dengan orang lain maupun perusahaan dan vice versa. Dari kedua penjelasan tentang pengertian media sosial di atas peneliti juga mengutip pengertian media social dari buku *public relations* di era digital. Bahwa kehadiran media dengan segala kelebihanannya telah menjadi bagian hidup manusia. Perkembangan zaman menghasilkan beragam media salah satunya media sosial. Media social merupakan media social di internet yang memungkinkan pengguna untuk mewakili dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan social secara virtual. (Cahyono, 2018) Media sosial juga bisa diartikan sebagai alat, jasa, dan komunikasi yang memfasilitasi hubungan antara orang dengan satu sama lain dan memiliki kepentingan yang sama.”(Definisi ini diungkapkan oleh chris Garret dalam buku pengaruh media sosial dan Gerakan massa terhadap hakim). (Pahlevi, 2021).

Peneliti memilih media sosial sebagai objek penelitian karena media sosial menjadi fenomena yang luar biasa di lingkungan masyarakat global, untuk itu di perlukan mediator yang mencegah terjadinya krisis informasi atau pun kesalah pahaman internal maupun eksternal,dalam lingkup ini humas atau pun *public relations* berperan untuk menyalurkan informasi dan menjembatani kegiatan komunikasi dengan masyarakat internal maupun eksternal, sejalan dengan itu kita pun dihadapkan pada era informasi yang menurut kita untuk dapat menerima dan memberikan informasi secara efektif dan efisien.

Program Keluarga Harapan

Program Keluarga Harapan (PKH) adalah suatu program yang memberikan bantuantunai kepada Keluarga Penerima Manfaat (KPM), jika KPM tersebut memenuhi persyaratanyang terkait dengan upaya peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), yaitu pendidikan dan kesehatan. Sebagai sebuah program sosial bersyarat, PKH membuka akses keluarga miskin terutama ibu hamil dan anak untuk memanfaatkan berbagai fasilitas layanan kesehatan(faskes) dan fasilitas layanan pendidikan (fasdik) yang tersedia di sekitar masyarakat tersebut. Manfaat PKH juga mulai didorong untuk mencakup penyandang disabilitas dan lanjut usia dengan mempertahankan taraf kesejahteraan sosial sesuai dengan

amanat konstitusi dan Nawacita Presiden RI. Manfaat keluarga harapan mampu mengangkat penerima manfaat keluar dari kemiskinan, meningkatkan konsumsi keluarga bahkan pada skala lebih luas mampu mendorong para pemangku kepentingan dipusat dan daerah untuk melakukan perbaikan infrastruktur dan pendidikan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Dalam pengumpulan data dilakukan pada kondisi alamiah (*natural setting*) penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah sebagai lawannya adalah eksperimen dimana adalah peneliti adalah sebagai instrumen kunci teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan) analisis data bersifat induktif/ kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menerangkan makna daripada generalisasi. Lokasi penelitian ini adalah di kementerian sosial. Kemudian, waktu yang digunakan untuk penelitian ini dilaksanakan sejak dikeluarkannya izin pembuatan proposal skripsi dalam waktu kurang lebih 3 bulan dimulai sejak bulan September sampai bulan November awal. Dengan melakukan kegiatan didalamnya seperti menentukan tema permasalahan, membuat judul, pengajuan judul, membuat draft proposal skripsi serta bimbingan kepada dosen pembimbing. Alamat : Kementerian Sosial RI, Jl. Salemba Raya No.28, RW.6, Paseban, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10430.

Teknik penentuan informan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode sampling yang setiap individu atau unit dari populasi tidak memiliki kemungkinan (*non-probability*) yang sama untuk terpilih. Ada pertimbangan pertimbangan tertentu yang mendasari pemilihan sampel. Biasanya, pertimbangan pertimbangan tersebut di sesuaikan dengan latar belakang fenomena yang di angkat dan tujuan penelitian. Teknik yang digunakan yaitu teknik *purposefull sampling* yaitu teknik yang digunakan dengan melihat ciri-ciri yang dimiliki subjek yang dipilih karena ciri-ciri yang dimiliki informan sesuai dengan tujuan penelitian yang akan dilakukan.

Tabel 1. Teknik Penentuan Informan Key Informan

Rara Safitri	Biro Humas Program Pkh Kementerian sosial RI
Informan	
Nama	Jabatan
Sarah utami arimbi putri	Biro Humas kementerian sosial RI
Ditya nur kusumaningdyah	Biro Humas kementerian sosial RI
Safwatamal Al zinji	Biro Humas Kementerian sosial RI

Teknik pengumpulan data merupakan sebuah cara serta proses yang digunakan oleh penulis dalam mendapatkan informasi data yang dibutuhkan. Penelitian kualitatif ataupun penelitian kuantitatif tentu samasama menggunakan data yang diperlukan dengan tujuan hal ini ialah untuk membantu penulis mendapatkan data atau informasi yang otentik. Dalam penelitian ini mengumpulkandata dengan cara sebagai berikut :

a. Wawancara

Menurut (Sugiyono, 2018) wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interview*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interview*) untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang diberikan. Objek penelitian ini menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur yaitu dimana pewawancara memberikan pertanyaan yang tidak sesuai dengan daftar pertanyaan yang sudah tertulis atau lebih fleksibel.

b. Dokumentasi

Menurut (Sugiyono, 2018) Langkah ketiga dalam bentuk teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis adalah dokumentasi. Dokumentasi adalah pengumpulan data-data yang diperoleh dari dokumen-dokumen dan pustaka sebagai bahan analisis dalam penelitian ini. Teknik yang digunakan untuk mencatat data-data sekunder yang tersedia dalam bentuk arsip atau dokumen dokumen. Teknik ini dipergunakan untuk mengetahui data dokumentasi yang berkaitan dengan hal-hal yang akan penulis teliti. Data berupa dokumen seperti ini dapat dipakai untuk mengenali informasi yang terjadi dimasa silam atau dimasa lampau.

Uji keabsahan data penelitian ini menggunakan Triangulasi

1. Triangulasi sebagai metode mengolah data
2. Triangulasi sebagai sumber
3. Triangulasi sebagai Teknik
4. Triangulasi sebagai Waktu

Tabel 2. Triangulasi sumber

Nama	Jabatan
Dosen <i>digital public relations</i> universitas Muhammadiyah jakarta	Biro Humas kementerian sosial RI
Mairiti	Praktisi Program Pkh Kementerian sosial RI

HASIL

Pada bagian ini berisi mengenai hasil penelitian berupa data dan fakta yang telah ditemukan di lapangan secara langsung, serta disesuaikan dengan teori yang digunakan peneliti mencoba untuk memaparkan hasil dari wawancara tentang *digital public relations* dalam membangun citra positif kementerian sosial RI.

Mengingat penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, serta dengan pengumpulan data yang digunakan wawancara dan dokumentasi, maka hasil penelitian ini disajikan dan dianalisis berdasarkan hasil wawancara dengan informan, sebagai berikut :

a. Subjek Pertama (Biro Humas Kementerian Sosial)

Transparansi

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan subjek diketahui bahwa Humas Kemensos menjunjung tinggi keterbukaan informasi publik yang mudah dan cepat diakses bagi Masyarakat agar pemanfaatan program pkh melalui digital bisa terlaksana dengan baik.

Internet porosity

Dalam aktivitas dan kegiatan digital yang dibuat secara otomatis banyak dilakukan kegiatannya pada platform digital, instansi pemerintahan Kemensos melakukan koordinasi antar unit untuk mengurangi dan mengantisipasi terjadinya porositas yang berbahaya.

Kemudian, Sarah Utami juga menjelaskan bahwa instansi pemerintahan Kemensos juga merumuskan kegiatan komunikasi secara tepat.

Lalu ada juga tambahan dari Ditya Nur Kusumaningdyah selaku biro humas kementerian sosial yang menyatakan tentang porosity :

“Ada juga tambahan dari saya, caranya yaitu memberikan informasi yang valid kepada masyarakat melalui sosial media, salah satunya yaitu Instagram, contohnya misalkan ada berita hoax yang memang dari pihak kita tidak pernah melakukan sesuatu yang di beritakan, kita langsung memposting kembali berita hoax itu melalui sosial media Supaya Agar informasi yang telah di beritakan tidak menyebar luas, ”lalu kita juga selalu menginformasikan informasi melalui platform online resmi seperti situs web resmi,artikel, dan akun media sosial resmi”.

Richness and reach

Konten yang disiapkan dalam aktivitas dan program digital kemensos tentu harus bervariasi, jangka waktu yang ditentukan juga harus sesuai dengan kebutuhan agar membangun keterlibatan dari public.

Dalam menciptakan konten yang variative tentu dibutuhkan pengetahuan mengenai tren yang sedang berlangsung dimasyarakat. Hal ini dapat diungkapkan sebagaimana dari pernyataan Sarah Utami sebagai berikut :

“Kalo Untuk kemewahan konten yang kita posting si biasanya kita selalu mengikuti trend yang sedang berlangsung dan yg kedua kita juga mempunyai visual art yang sudah menjadi andalan Kemensos dalam memposting unggahan tersebut”

Program Pkh kementerian social RI

Pemanfaatan *digital pr* memang sangat diharapkan agar memudahkan Masyarakat dalam mengakses program pkh terlebih di era kepemimpinan menteri yang baru yang saat ini menjalankan tugasnya untuk membantu Masyarakat sosial dan meyakinkan akan program program kesejahteraan sosial. Mairita memberikan tambahan dengan pernyataan mengenai *Digital Public Relations* dalam pemanfaatan program pkh Hal tersebut diungkapkan sebagai berikut:

“Tentu saja kemensos menggunakan digital pr dalam program pkh ya agar dapat mempermudah dan meningkatkan kesadaran Masyarakat tentang program pkh, selain itu juga pemanfaatan digital dalam program pkh memang sangat penting, agar masyarakat tidak tertinggal akan informasi seputar program pkh .online sudah bisa dimanfaatkan untuk masyarakat yang ingin mendaftarkan diri dengan persyaratan yang sesuai. Dengan cara seperti itu tentunya kita sudah siap respon dalam menanggapi pendapat masyarakat hal ini akan membangun kepercayaan dan memperkuat transparansi

Porosity

Menurut salah satu Mairita praktisi program pkh kementerian social RI dari kementiran sosial bahwa tujuan postingan dari kemensos sudah sesuai dengan program yang sudah direncanakan untuk Masyarakat. Hal ini dapat diungkapkan sebagaimana dari pernyataan subjek sebagai berikut :

“Menurut saya, kalo dilihat dari sosial media nya memang terlihat seperti sudah mampu dan sudah sesuai dengan tujuan media sosial itu sendiri, contohnya adanya postingan mengenai bantuan sosial, bantuan terhadap anak-anak disabilitas dan postingan program pkh. Sehingga penyebaran informasi penting seputar program program yang sudah dirancang berjalan dengan lancar.

Richness in content & reach

Dilanjutkan oleh Mairita selaku praktisi humas kementerian social RI tentang penilaian Richness in content & reach kementerian social.

“Kalau menurut saya sudah cukup bagus dalam penyediaan konten konten yang sudah di upload ke Instagram kemensos, dari pengambilan gambar ataupun videonya sudah berkualitas tinggi, mungkin hanya kurang siap tanggap saja dalam pengaduan yang masyarakat telah sampaikan .

b. Subjek Ketiga (Dosen *Digital Public Relations*)

Transparansi

Menurut salah satu Dosen di salah satu Universitas mengatakan bahwa konten yang dibuat atau disuguhkan sudah sangat bagus sekali dan sangat transparansi karena diposting dan dicantumkan laporan keuangan. Hal ini dapat diungkapkan sebagaimana dari pernyataan subjek sebagai berikut: *“Menurut saya Sudah sangat bagus sekali saya liat disitu juga misalnya kaya laporan keuangan mereka cantumkan mereka publikasikan, kemudian juga nomor nomor penting atau misalnya headline headline yang bisa di hubungi kalau ada masyarakat yang membutuhkan, hanya mungkin di biodata nya saja bisa dilengkapi, kaya semacam nomor nomor penting itu dibikin seperti linktree, kalau di Instagram kemensos yang dipaparkan hanya website saja, agar masyarakat tidak berkali kali mengklik untuk mendapatkan nomor headline .*

Richness in content and reach

Dilanjut dengan pernyataan beliau yang mengatakan bahwa media social kemensos tumbuh secara organik atau followers yang memang ingin mengikuti media social kemensos murni karena kesadaran sendiri bukan followers yang dibayar atau dibeli. Hal ini dapat diungkapkan sebagaimana dari pernyataan subjek sebagai berikut:

“Kalau dari jumlah followers dengan jumlah reach dari setiap konten saya lihat sudah cukup bagus dan kebetulan juga sangat baik sekali karena Instagram kemensos ini tumbuh secara organik dalam arti tidak ada dia terlihat membeli followers, untuk yang like juga jadi bertumbuh secara organik juga, hanya sangat di sayangkan Kemensos kayanya belum membuat kaya semacam konten collaborations, misal seperti kemenparekraf sering melakukan collaborations dengan menterinya, sepertinya ini bagus juga untuk meningkatkan reach dan juga biar informasi lebih didapatkan atau dibaca oleh banyak pihak.

c. Subjek Kedua (Praktisi PKH Kementerian sosial RI)

Transparansi

Menurut mairita praktisi PKH dari kementerian sosial RI mengenai keterbukaan informasi dari kemensos dalam digital public relation, subjek menyatakan bahwa kemensos sudah memberikan informasi terkait program PKH.

Hal ini dapat diungkapkan sebagaimana dari pernyataan subjek sebagai berikut

“Kalo menurut pandangan saya kemensos memang sudah memberikan informasinya melalui sosial media mengenai program yang sudah mereka rencanakan sehingga pemanfaatan digital pr dalam program pkh lebih terbuka lagi, contohnya seperti pendaftaran pkh secara

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan tentang “*digital public relations*” dalam pemanfaatan program PKH kementerian sosial melalui digital public relations peneliti dapat menyimpulkan bahwa banyak aspek yang menjadikan digital public relations dalam pemanfaatan program PKH adalah sebagai berikut :

a. **Transparansi**

Transparansi yang dilakukan kementerian sosial sudah dilakukan secara transparan sehingga semua yang dilakukan bisa bermanfaat untuk masyarakat, sebagai instansi pemerintah yang menangani banyak masyarakat, Kemensos juga sedang memfokuskan layanan terkait bansos oleh karena itu sangat di perlukan adanya transparansi pelayanan public untuk menciptakan rasa kepercayaan dari masyarakat terhadap pelayanan publik yang diberikan pemerintah.

b. **Richness and Reach**

Digital kementerian sosial menciptakan *Richness In Content And Reach* dengan cara mengupload konten yang dilakukan setiap harinya tentunya Kemensos mempunyai sosial media planning agar konten yang disuguhkan beragam tiap harinya, hal tersebut akan menambah richness pada konten.

Kemensos juga sudah memiliki konten planner guna untuk mendiskusikan konten yang menarik sebagai target untuk menambah reach. Lalu ditambahkan lagi dengan program yang baru berjalan yaitu comment centre sehingga adanya kekayaan informasi mulai dari keluhan hingga informasi yang bisa disebarkan ke khlayak.

Jumlah followers dari pihak Kemensos berkembang secara baik atau organik. Organic yang dimaksud adalah naiknya jumlah followers bukan karena disebabkan oleh system curang atau jual beli followers tetapi karena konten-konten yang disuguhkan oleh pihak Kemensos itu sendiri

c. **Porosity**

Porosity untuk mengurangi dan mengantisipasi porosity, kemensos terus melakukan kordinator antar unit yang ada dilapangan, agar pesan yang kita sampaikan melalui sosial media menjadi pesan yang konsisten. Selain itu, informais yang disampaikan oleh Kemensos sesuai dnegan tujuan danfungsi dari Kemensos itu sendiri.

d. *Digital public relations* dalam pemanfaatan Program keluarga harapan kementerian social RI

Lebih mempermudah masyarakat dalam mengakses informasi terkait seputar program keluarga harapan dan lebih efisien bagi masyarakat yang ingin mendaftarkan kartu pkh secara online.

DAFTAR PUSTAKA

- Anita Yulianti, L. a. (2022). Pengaruh kepercayaan diri seseorang public relations dalam berkomunikasi . *cebong jurnal vol.1 no 2* , 34.
- Anom, E. (2004). public relations dalam kegiatan marketing . *junal komunikologi vol 1 no 1* , 2.
- Azizah, d. d. (2022). peran humas digital pada publik eksternal direktorat jendral pendidikan . *jurnal ilmu sosial dan pendidikan vol 6 no 4* , 22.
- Givari, A. M. (2020). STRATEGI HUMAS DALAM MEMBANGUN CITRA. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 3.
- Hendryadi, I, T., & R, Z. (2019). *Pedoman Penelitian Bisnis dan Akademik*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Manajemen dan Publikasi Imperium.
- Idarwati Ningsih, 2. A. (2022). Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di. *JURNAL MAPPESONA*, 15.
- Jovita dwijayanti, y. i. (2018). hubungan antara cyber public relations dalam mengkomunikasikan etika bisnis dan citra burgeens. *jurnal komunikasi pembangunan* , 189.
- Mandaru, s. S. (2022). praktik digital public relations dalam upaya meningkatkan citra positif perusahaan pt pln persero. *jurnal politikom indonesiana* , 47.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mukarom, Z. (2015). *Management public relations* . Bandung : Pustaka setia bandung .
- Mukaromah, A. Y. (2019). PUBLIKASI PEMBERITAAN DALAM PEMBENTUKAN CITRA LEMBAGA. *Islamic Communication Journal*, 5.
- Ningsih, A. H. (2022). Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di SMPN 1 Tellu Siattinge. *JURNAL MAPPESONA*, 15.
- Rahayu, P. (2019). pengaruh era digital terhadap perkembangan bahasa anak. *journal.metrouniv*,
- Rahayu, P. (2022). Strategi Humas di SMK IPIEMS Surabaya Dalam Meningkatkan Citra dan. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 5.

- Rahayu, P. (2022). Strategi Humas di SMK IPIEMS Surabaya Dalam Meningkatkan Citra dan Kepercayaan Publik Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 126.
- Soleh, E. &. (2021). strategi humas dalam meningkatkan citra sekolah di era pandemi covid 19. *jurnal inspirasi management pendidikan* , 21.
- Supanda, W. (2020). PERAN PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN. *comunicare jurnal*, 94.
- Zahra Ainussyifa, W. S. (2022). Pemanfaatan Instagram Kementerian Sosial RI Dalam Meningkatkan. *Jurnal Cyber PR*, 5.
- Media informasi program keluarga harapan kemensos RI. Instagram PKH kementerian sosial RI. Website resmi kementerian sosial RI