

Efektivitas *Cyber Public Relation* Dinas Kesehatan Kota Bogor Terkait Informasi Covid-19 Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Masyarakat

Ane Sajahwa¹, Roni Jayawinangun², Layung Paramesti Martha³, Tiara Puspanidra⁴

¹⁻⁴ Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya,
Universitas Pakuan

Korespondensi penulis : sajahwaane@gmail.com¹, roni.jayawinangun@unpak.ac.id²,
layungparamesti@unpak.ac.id³, tiara.puspanidra@unpak.ac.id⁴

ABSTRACT. *This study aims to determine the Effectiveness of Cyber PR for Covid-19 Information from the Bogor City Health Office in meeting the public's need for health information. This study uses a quantitative research approach. The data in this study were collected using a closed questionnaire which was then analyzed by multiple linear regression by SPSS 24. The results showed that the fulfillment of Cyber Information Needs at the Bogor City Health Office was included in the Good category. The cyber PR media owned by the Bogor City Health Office is a means or equipment used by the Bogor City Health Office in disseminating information about health during the pandemic to meet the information needs of the community. In this case, the people of Bogor City prefer to find out directly to the cyber media of the Bogor City Health Office as a reference in finding information about health because people feel that the Bogor City Health Office provides complete and varied information and is clear in conveying information.*

Keywords: *Cyber Public Relation, Health Office, New Media.*

ABSTRAK. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Efektivitas *Cyber PR* Informasi Covid-19 Dinas Kesehatan Kota Bogor terhadap pemenuhan kebutuhan masyarakat mendapatkan informasi kesehatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Data pada penelitian ini dikumpulkan dengan kuesioner tertutup yang kemudian di analisis dengan regresi linear berganda oleh SPSS 24. Hasil penelitian membuktikan bahwa Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Cyber PR* Dinkes Kota Bogor termasuk pada kategori Baik. Media *PR* siber yang dimiliki Dinkes Kota Bogor menjadi sarana atau peralatan yang digunakan oleh Dinkes Kota Bogor dalam menyebarkan informasi seputar kesehatan di masa pandemi untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Dalam hal ini masyarakat Kota Bogor lebih memilih mencari tahu langsung ke media siber Dinkes Kota Bogor sebagai referensinya dalam mencari informasi seputar kesehatan karena masyarakat merasa bahwa Dinkes Kota Bogor memberikan informasi yang lengkap dan variatif serta jelas dalam menyampaikan informasi.

Kata Kunci: *Cyber Public Relation, Dinas Kesehatan, New Media.*

PENDAHULUAN

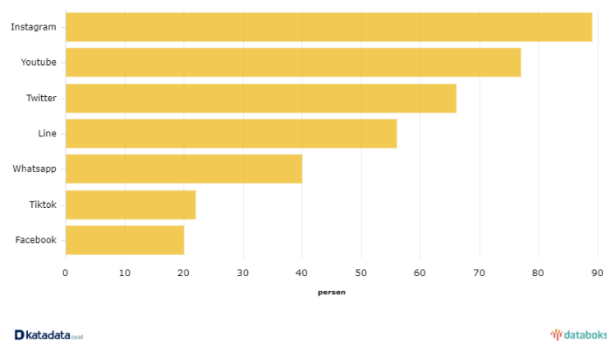
Informasi tentang suatu perusahaan menyebar lebih cepat ketika dikomunikasikan melalui media massa, pekerjaan *Public Relation* tidak dapat dipisahkan dari interaksinya dengan media. Seorang *Public Relation* dituntut untuk mengungkapkan materi di media, *Public Relation* dan media massa adalah mitra simbiosis yang saling menguntungkan. Dengan menggunakan media informasi, para profesional *Public Relation* memperkenalkan perusahaan mereka kepada masyarakat umum. *Cyber PR* merupakan aktivitas hubungan masyarakat yang dilaksanakan lewat internet, melalui publikasi yang melayani manajemen hubungan pelanggan. Setelah perusahaan memperoleh pengakuan luas, profesional *PR (Public Relation)* belajar

bagaimana informasi dikemas dalam media massa yang mendapatkan keyakinan dan berfungsi menjadi sumber klarifikasi apabila perusahaan mengalami krisis. Menurut Onggo *dalam* (Aprinta E.B 2014) Inisitif publik humas yang memakai internet menjadi media publikasi, melalui pemanfaatan Internet, perusahaan dapat mencoba menciptakan hubungan pribadi secara bersamaan dan interaktif dengan khalayak sasaran. Komunikasi yang efektif memainkan peran penting dalam operasi pemasaran Perusahaan. Berbagai berita atau informasi terkait suatu perusahaan dapat lebih cepat tersampaikan bila menyampaikannya secara langsung dengan media sosial yang perusahaan miliki dan kelola, maka media massa yang ada khususnya dengan media baru di masa pandemi COVID-19 paling bermanfaat bagi petugas hubungan masyarakat. Jelas bahwa bidang kesehatan adalah perusahaan atau organisasi yang paling banyak mendapat perhatian. Peran *PR* bertindak sebagai pengelola, membangun, dan memelihara untuk membuat peningkatan hubungan yang harmonis, baik, dan saling menguntungkan antara organisasi dan masyarakat di mata publik, hal itu dapat memengaruhi kegagalan ataupun keberhasilan organisasi (Rini, Rusmiwari, and Widodo 2017)

Kemunculan dan perkembangan *internet* mengantarkan era baru komunikasi di seluruh masyarakat. Komunikasi yang dilakukan kapan saja dan dimana saja tidak berlangsung begitu saja, tidak serta merta tersampaikan begitu saja, melainkan ada konteks dan situasi tertentu. Komunikasi dapat menghubungkan instansi, lembaga, perusahaan, atau organisasi yang dapat berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain menggunakan media digital saat ini. Hakikat komunikasi yaitu menyampaikan pesan (informasi) dari sumber terhadap penerima lewat penggunaan media dalam menciptakan kesamaan persepsi, sehingga terjadi komunikasi yang efektif. Keberadaan media sosial dapat membantu humas menjalin hubungan yang lebih erat dengan masyarakat umum. Internet merupakan jaringan dan sistem yang mendunia dan tersedia secara terbuka yang memakai media *online*. Suatu pengembangan teknologi modern 2.0 untuk menghubungkan banyak komputer, kabel, dan perangkat lainnya (Pienrasmi, 2015). Oleh karena itu, penggunaan media komunikasi yang beragam seperti media cetak, elektronik, dan media massa baru (*internet*) dewasa ini merupakan optimalisasi komunikasi yang lebih efektif, efisien, produktif, dan transparan (Indrayani, 2012).

Instansi saat ini juga aktif berkomunikasi dalam rangka mendukung tujuan, tugas, fungsi, dan peran organisasi. Prioritas transparansi bagi lembaga juga mendesak lembaga untuk berkomunikasi dengan khalayak sasarnya sebagai sarana transparansi dan akuntabilitas kepada publik tentang tindakan dan kegiatan lembaga. Petugas humas instansi adalah pelakunya yang berkomunikasi di dalam instansi. Lembaga humas, berbeda dengan humas

perusahaan, memiliki kewajiban yang lebih besar kepada publik karena mereka harus jujur dengan tetap menjaga martabat lembaga di mata publik. Memang, menurut pakar Scott M. Cutlip, humas pemerintah lebih kompleks karena praktisi humas pemerintah memiliki berbagai tugas dan kewajiban dengan publik (Cutlip, 2016). Humas Pemerintah atau disebut juga *Government Public Relation* adalah organisasi pemerintah dan/atau profesional yang mengelola informasi dan komunikasi secara meyakinkan, efektif, serta efisien untuk membina hubungan baik terhadap masyarakat melalui bermacam prakarsa dan fasilitas kehumasan untuk meningkatkan persepsi masyarakat dan reputasi instansi pemerintah. *Public Relations* (PR) memiliki peran yang krusial dalam membangun dan memelihara kepercayaan.



Gambar 2 Akses Informasi dari Sosial Media Terbanyak 2021

Sumber: Katadata, 2021.

Menurut gambar 2 tentang hasil survei Maverick Indonesia menunjukkan, 84% orang menggunakan media sosial untuk memperoleh informasi dan mengonsumsi berita. 89% responden mengatakan mereka lebih suka menggunakan Instagram untuk mendapatkan berita dan informasi. Hingga 77% dari mereka yang disurvei mendapatkan informasi dari media sosial melalui YouTube. Sementara, mendapatkan informasi dari media sosial melalui *Twitter* sebanyak 66% responden (Bayu, 2020). Salah satu inovasi terbaru dalam teknologi informasi dan komunikasi adalah media sosial. Di dunia sekarang ini, media sosial hadir dan mengubah paradigma komunikasi. Pemanfaatan teknologi untuk memberikan pelayanan publik, seperti konsep *smart city*. Jarak, waktu, dan geografi bukanlah halangan untuk berkomunikasi (Hikmah, 2024).

Salah satu lembaga negara yang memiliki media *online* ialah Dinas Kesehatan Kota Bogor. Dinas Kesehatan Kota Bogor yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat khususnya terkait informasi kesehatan. Dinas Kesehatan Kota Bogor bukan sekadar membicarakan tentang aktivitas apa yang dilaksanakan Dinas Kesehatan Kota Bogor, tetapi juga memberikan berbagai informasi terkini tentang kesehatan di Kota Bogor, termasuk

informasi tentang Covid-19. Tak jarang media *online* Dinas Kesehatan Kota Bogor juga memuat informasi protokol kesehatan yang harus dipatuhi warga Kota Bogor. Informasi terbaru dan kutipan positif mengenai aktivitas kesehatan di Kota Bogor diperlihatkan juga. Media *online* tersebut juga memberikan informasi lebih lanjut, misalnya tentang pusat vaksinasi di kota Bogor. Hal ini agar diberikan *update* pada masyarakat mengenai apa yang dialami di kota Bogor selama pandemi Covid-19. Dinas Kesehatan Kota Bogor yaitu satu di antara Lembaga yang sangat penting di pemerintahan karena bertanggung jawab pada informasi dan pelayanan Kesehatan pada pemerintahan dan masyarakat sehingga untuk dapat menyebarkan informasi secara cepat dan banyak memerlukan *Cyber PR* yang baik.

Terkait informasi kesehatan selama pandemi Covid-19 antara masyarakat Kota Bogor, Ada kekhawatiran bahwa materi terkait vaksin dapat mempengaruhi pandangan publik. Sehingga, banyaknya orang yang masih takut untuk mendapatkan vaksinasi. Ketakutan, kadang-kadang dibentuk oleh informasi yang tidak dapat dipertanggungjawabkan yang diterima dari media, meskipun faktanya sejauh ini tidak ada kematian terkait vaksin di kota Bogor. Lamanya waktu antara suntikan vaksin pertama dan dosis vaksin kedua menjadi penyebab rendahnya tingkat keberhasilan imunisasi di Kota Bogor. Meski demikian, jumlah vaksin yang sama telah diproduksi untuk dosis kedua oleh Pemkot Bogor. Dalam situasi ini, fungsi humas menjadi sangat penting, khususnya dikarenakan *PR* dapat memberi wawasan dan sebagai sumber diskusi untuk setiap eksekutif puncak pada instansi pemerintah dan sektor komersial. Untuk menciptakan lingkungan yang kondusif, humas harus memiliki wawasan dan keahlian yang cukup, dan pimpinan instansi atau swasta harus mampu berkomunikasi secara efektif dan efisien, menggambarkan kejadian yang sedang terjadi dengan aktif dan cepat (Suparmo, 2018).

Untuk itu, penting untuk mengetahui seberapa efektif *Cyber Public Relation* Dinas Kesehatan Kota Bogor pada pemenuhan kebutuhan informasi publik mengenai penanganan COVID-19. Kemudian, humas siber Dinas Kesehatan Kota Bogor pada praktiknya pula menggunakan media *online* sebagai media sosialisasi, berupa Instagram. Hingga saat ini, semua saluran tersebut masih aktif digunakan oleh Dinas Kesehatan Kota Bogor untuk mensosialisasikan produk dan program terkait kepada masyarakat. Pada masa pandemi COVID-19, media *online* dijadikan pilihan Dinas Kesehatan Kota Bogor dalam menginformasikan cara menangani COVID-19. Data yang terdapat pada media *online* Dinas Kesehatan Kota Bogor nantinya akan menjadi data pendukung penelitian Efektivitas *Cyber Public Relation* Dinas Kesehatan Kota Bogor Terkait Informasi Covid-19 Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis desain penelitian konklusif yang juga terbagi jadi dua kategori: desain kausal dan deskriptif. Metode penelitian eksploratif dan deskriptif dipakai dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, digunakannya jenis penelitian berupa jenis penelitian deskriptif dan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder. Data primer yang penelitian ini dapatkan dari kuesioner mengenai Efektivitas *Cyber Public Relation* Informasi Covid-19 Dinas Kesehatan Kota Bogor Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Masyarakat Mendapatkan Informasi Kesehatan. Pada penelitian sampel berjumlah 110 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dinas Kesehatan Kota Bogor menyediakan tata kelola komunikasi layanan kesehatan yang efisien dengan tujuan akhir untuk mencapai kecepatan tinggi dan tingkat keandalan yang tinggi dalam komunikasi kepada masyarakat terkait layanan kesehatan Dinas Kesehatan Kota Bogor. *Website* Covid-19 Dinas Kesehatan Kota Bogor meliputi informasi grafik, PSBB (yang memuat informasi dan laporan terkait PSBB), nomor telepon darurat Covid-19, hyperlink ke *website* perkembangan Covid-19 di Jawa Barat (<https://pikobar.jabarprov.go.id/>), Indonesia (<https://www.covid19.go.id/>) Di *website* Covid-19, Sosial media *Instagram* dan *Twitter* yang kapan saja terbuka informasi kesehatan untuk dilihat masyarakat.

Dalam analisis deskriptif mengenai penentuan *range*, peneliti membuat rentang klasifikasi dari tanggapan responden, survey pada penelitian ini memakai skala likert dengan skor paling tinggi 5 dan paling rendah 1. Jumlah respondennya yaitu sebanyak 110 orang. Melalui berbagai langkah berikut ini:

1. Penentuan skor minimal dan maksimal

$$\text{Skor minimal} = 110 \times 1 = 110$$

$$\text{Skor maksimal} = 110 \times 5 = 550$$

2. Penentuan jangkauan (R)

$$R = \text{skor maksimal} - \text{skor minimal}$$

$$R = 550 - 110 = 440$$

3. Penentuan banyak kelas (k)

Teknik pengolahan data yang dipakai penelitian ini yaitu menggunakan teknik pengukuran skala *Likert*, melalui penggunaan lima alternatif jawaban yang diperlihatkan tingkat nilai dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju.

Tabel 1 Instrumen Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Cukup (C)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Data diolah peneliti, 2022.

4. Membuat panjang interval skor
5. Membuat rentang interval dan klasifikasi

Agar penilaian dipermudah terhadap jawaban-jawaban responden, sehingga kriteria penelitian dibuat sesuai skor rata-ratanya berikut ini:

Tabel 2 Rentang Klasifikasi Variabel

Lebar Interval	Mean	% Skor	Keterangan
110 – 197	1,00 – ≤ 1,80	20 % - ≤ 36 %	Sangat Buruk
198 – 285	1,80 – ≤ 2,60	36 % - ≤ 52 %	Buruk
286 – 373	2,60 – ≤ 3,40	52 % - ≤ 68 %	Cukup
374 – 461	3,40 – ≤ 4,20	68 % - ≤ 84 %	Baik
462 – 550	4,20 – ≤ 5,00	84 % - ≤ 100 %	Sangat Baik

Sumber: Data diolah peneliti, 2022.

Pernyataan dari data penelitian ini merupakan analisis deskriptif serta bertujuan agar dijelaskan tanggapan responden mengenai jawaban pada kuesioner. Pernyataan dari data penelitian ini merupakan analisis deskriptif serta bertujuan agar dijelaskan tanggapan responden mengenai jawaban pada kuesioner.

Tabel 3 Deskriptif Data Efektivitas Cyber Public Relation

No.	Pernyataan	Jumlah Jawaban						Ket
		STS	TS	N	S	SS	Mean	
1	Dinkes Kota Bogor aktif dalam memberikan informasi dalam bentuk elektronik kepada masyarakat	0	1	24	53	32	4,05	Baik
2	Dinkes Kota Bogor memberikan informasi secara reguler ke media <i>internet</i> secara update	0	4	29	59	18	3,82	Baik
3	Dinkes Kota Bogor memberikan akses informasi yang lebih cepat dari biasanya dengan media <i>internet</i>	1	5	41	41	22	3,70	Baik
4	Dinkes Kota Bogor melakukan promosi kesehatan secara efektif di <i>internet</i>	0	6	40	39	25	3,75	Baik
5	Dinkes Kota Bogor memiliki ruang diskusi publik untuk masyarakat dalam membahas kesehatan di semua media sosialnya	2	19	39	37	13	3,36	Cukup
6	Dinkes Kota Bogor memanfaatkan media <i>internet</i> untuk membangun hubungan yang baik dengan masyarakat terkait kesehatan	0	8	36	44	22	3,72	Baik
7	Dinkes Kota Bogor memberikan informasi yang transparan, melalui <i>internet</i> kepada masyarakat.	0	1	39	51	19	3,80	Baik
8	Dinkes Kota Bogor memberikan akses link tambahan untuk mengakses beberapa berita yang dibutuhkan mengenai informasi tersebut	0	3	27	52	28	4,00	Baik
9	Semua informasi yang disampaikan Dinkes Kota Bogor adalah informasi yang pada hakikatnya didapatkan oleh masyarakat Kota Bogor	0	0	16	33	61	4,40	Sangat Baik
10	Semua informasi dari Dinkes Kota Bogor tidak ada kebocoran dalam perspektif masyarakat	0	0	46	51	13	3,70	Baik
11	Dinkes Kota Bogor memberikan informasi yang sangat informatif kepada masyarakat	0	0	34	49	27	3,93	Baik
12	Dinkes Kota Bogor menjadi agen informasi kepada masyarakat dengan baik	0	3	30	46	31	3,95	Baik
13	Dinkes Kota Bogor mengunggah informasi dengan gambar yang menarik	1	18	48	21	22	3,40	Baik
14	Dinkes Kota Bogor sangat kreatif dalam unggahan konten	1	18	51	25	15	3,31	Cukup
Total							3,77	Baik

Sumber: Data diolah peneliti, 2022.

Pada hasil yang ditemukan dari data statistic deskriptif variabel Efektivitas *Cyber Public Relations* (X) sehingga bisa diberikan kesimpulan bahwa 14 pernyataan Efektivitas *Cyber Public Relation* kategorinya baik dari skor yang diperoleh sebanyak 3,77. Skor terbesar terkait pernyataan “Semua informasi yang disampaikan Dinkes Kota Bogor adalah informasi yang pada hakikatnya didapatkan oleh masyarakat Kota Bogor” yang totalnya 4.40 dengan kategori Sangat Baik.

Tabel 4 Deskriptif Data Pemenuhan Kebutuhan Informasi

No.	Pernyataan	Jumlah Jawaban						
		STS	TS	N	S	SS	Mean	Ket
1	Dinkes Kota Bogor memberikan informasi kesehatan melalui berbagai aplikasi internet seperti <i>email</i> , media sosial dan <i>press release</i>	0	0	24	59	27	4,02	Baik
2	Informasi yang diberikan oleh Dinkes Kota Bogor sangat membantu masyarakat dalam menerima wawasan di <i>internet</i>	0	2	35	40	33	3,94	Baik
3	Dinkes Kota Bogor memberikan informasi kesehatan secara efektif melalui humas <i>internet</i>	0	3	43	40	24	3,77	Baik
4	Dinkes Kota Bogor memenuhi kebutuhan informasi masyarakat secara rutin dengan <i>Cyber Public Relation</i> di internet dan media massa	0	5	40	40	25	3,77	Baik
5	Akun <i>Instagram</i> Dinkes Kota Bogor memberikan informasi secara rutin dan konsisten.	0	2	38	36	34	3,92	Baik
6	Masyarakat mendapatkan informasi terbaru di akun <i>Instagram</i> Dinkes Kota Bogor.	0	1	38	41	29	3,86	Baik
7	Masyarakat mendapatkan <i>feedback</i> dari media sosial Dinkes Kota Bogor dengan dijawabnya pertanyaan mengenai sebuah berita/informasi.	1	10	38	34	27	3,69	Baik
8	Masyarakat mendapatkan informasi secara rutin melalui media sosial Dinkes Kota Bogor	0	1	43	41	25	3,81	Baik
9	Masyarakat mendapatkan informasi sesuai dengan yang dibutuhkan	0	0	33	46	31	3,98	Baik
10	Masyarakat mendapatkan informasi dengan jelas dari media Dinkes Kota Bogor	0	0	29	48	33	4,03	Baik
11	Masyarakat mendapatkan informasi yang ringkas dan padat dari Dinkes Kota Bogor	0	1	28	54	27	3,97	Baik
12	Masyarakat mendapatkan informasi yang cepat melalui media Dinkes Kota Bogor	0	2	33	43	32	3,95	Baik
Total							3,89	Baik

Sumber: Data diolah peneliti, 2022.

Daris hasil yang didapatkan pada data statistic deskriptif variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) ehingga bisa diberikan kesimpulan bahwa 12 pernyataan Pemenuhan Kebutuhan Informasi kategorinya Baik dari skor yang diperoleh sebanyak 3,89. Skor paling besar dari pernyataan ‘Masyarakat mendapatkan informasi dengan jelas dari media Dinkes Kota Bogor’ yang totalnya 4,03 termasuk kategori Baik.

Efektivitas Cyber PR Informasi Covid-19 Dinas Kesehatan Kota Bogor Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Masyarakat Mendapatkan Informasi Kesehatan Koefisien Korelasi (r)

Hasil pengukuran besarnya hubungan antara Efektivitas Kampanye Terhadap Minat Masyarakat bisa terlihat dalam tabel berikut:

Tabel 5 Tabel Hasil Uji Koefisien Korelasi

Correlations			
		Cyber PR	Pemenuhan Kebutuhan
Cyber PR	Pearson Correlation	1	.821**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	110	110
Pemenuhan Kebutuhan	Pearson Correlation	.821**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	110	110

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah peneliti, 2022.

Pada hasil korelasi tabel 5 tersebut, kemudian arti nilai r dikonsultasi pada tabel interpretasi nilai r, yaitu:

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 6 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.518	2.591		3.287	.001
	Cyber Public Relation	.723	.048	.821	14.918	.000

a. Dependent Variable: Informasi Kebutuhan Masyarakat

Pada tabel *unstandardized Coefficients* yang hasilnya dari tabel B didapatkan hasil koefisien regresi variabel efektivitas *Cyber Public Relation* .723 sehingga hasil hitung persamaan regresi linear yang rumusnya $Y = a + bx$ disajikan di bawah ini:

$$Y = 14.918 + .723X_1$$

Berikut hasil persamaan regresi yang peneliti paparkan:

1. Nilai *Constant* sebanyak 8.518 yang mana bila variabel efektivitas *Cyber Public Relation* tidak memengaruhi variabel Informasi Kebutuhan masyarakat, sehingga Informasi Kebutuhan Masyarakat mempunyai nilai tetapi sebanyak 8.518
2. Nilai koefisien regresinya .723 yang memperlihatkan bahwasanya variabel efektivitas *Cyber Public Relation* mempunyai koefisien regresi yang positif mengartikan tiap skor kerja bertambah pada efektivitas *Cyber Public Relation* nantinya meningkatkan nilai Informasi Kebutuhan Masyarakat sebanyak .723

Uji Hipotesis

Tabel 5 Uji Hipotesis

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.518	2.591		3.287	.001
	<i>Cyber Public Relation</i>	.723	.048	.821	14.918	.000

a. Dependent Variable: Informasi Kebutuhan Masyarakat

Nilai t tabel ditentukan peneliti dengan melihat jumlah sampelnya sebanyak 110 serta jumlah variabelnya yakni 2 melalui rumus pencarian t tabel = $n - k = 110 - 2 = 108$ yang taraf kesalahannya 5%, jadi t tabel pengujian satu ara dalam penelitian ini yakni sebanyak 1,659.

Hipotesis penelitian ini, yaitu:

H1: *Cyber Public Relation* Dinas Kesehatan Kota Bogor terkait Informasi Covid-19 berpengaruh nyata terhadap pemenuhan informasi kesehatan masyarakat.

H0: *Cyber Public Relation* Dinas Kesehatan Kota Bogor terkait Informasi Covid-19 tidak berpengaruh nyata terhadap pemenuhan informasi kesehatan masyarakat.

Nilai t tabel ditentukan peneliti dengan melihat jumlah sampelnya sebanyak 110 serta jumlah variabelnya yakni 2 melalui rumus pencarian t tabel = $n - k = 110 - 2 = 108$ yang taraf kesalahannya 5%, jadi t tabel pengujian satu ara dalam penelitian ini yakni sebanyak 1,659. Pada uji hipotesis individual t mempunyai kriteria penilaian yaitu bila nilai t hitung > t tabel sehingga diterimanya Ha serta bila sig. < 0,05 diterimanya hipotesis yang mengartikan variabel independen terhadap variabel dependen pengaruhnya signifikan. Artinya, *Cyber PR* Dinas Kesehatan Kota Bogor dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat mendapatkan informasi kesehatan terbukti Efektif.

Hasil uji hipotesis t pada variabel kerja *Cyber Public Relation* memiliki nilai t hitung sebanyak 14,918 > 1,659 serta nilai sig. yakni 0,000 < 0,05 mengartikan bahwa *Cyber Public Relation* pengaruhnya positif dan signifikan terhadap Informasi Kebutuhan Masyarakat. Pada hasil uji hipotesisnya yang memakai uji t sehingga bisa diberikan kesimpulan bahwa diterimanya hipotesis Ha dan ditolaknya Ho yang mengartikan *Cyber PR* pihak kesehatan kota bogor dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat mendapatkan informasi kesehatan terbukti efektif.

Penyebaran informasi kesehatan oleh pemerintah merupakan faktor signifikan dalam perubahan sikap yang terjadi di kalangan masyarakat umum (Alfita, 2024). Bahkan dengan maraknya penggunaan media siber dan penyebaran secara *online* mengenai informasi kesehatan Covid-19 dari Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Kota Bogor, masih

ada warga yang tidak mengindahkan himbauan yang pemerintah berikan. Hal itu dilihat dari kasus pelanggaran yang banyak terjadi terkait Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), serta bertambah banyaknya kasus orang yang dinyatakan tidak bersalah. Pada fase pra adaptasi praktik baru PSSB, berbagai denda, seperti denda Rp 50.000 untuk yang melanggar tidak memakai masker di tempat umum, mulai diperketat (Ayobogor 2020). Dalam menyampaikan informasi kesehatan pada masa pandemi Covid-19 oleh Dinas Kesehatan Kota Bogor, maka lembaga tersebut memanfaatkan efektivitas *Cyber Public Relation* dalam bentuk informasi digital. Karena masyarakat mencari aktivitas di rumah selama pandemi Covid-19, persentase pengguna internet naik sepuluh persen pada tahun 2020 (Kominfo, 2020). Kurangnya pemahaman dan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah menjadi salah satu variabel yang menyebabkan terus meningkatnya jumlah penderita Covid-19 tahun 2021.

Informasi penting dari bermacam aktivitas dan program Dinas Kesehatan Kota Bogor dan Profil Kesehatan termuat dalam *Website* Dinas Kesehatan, *website* Dinas Kesehatan Kota Bogor diharapkan bisa berguna untuk penyampaian informasi dan data pada bidang kesehatan yang bisa dipakai bukan sekadar tenaga kesehatan, tetapi bisa pula digunakan oleh masyarakat. *website* yang digunakan bisa mengunduh dan mengakses langsung peraturan perundangan, informasi dan data yang dipublikasikan terkait kesehatan berdasarkan kebutuhannya. Dinas Kesehatan Kota Bogor berupaya dalam menyediakan informasi yang terbaru, jadi bisa memenuhinya kebutuhan dan keinginan masyarakat dan pemangku kepentingan Kota Bogor, terutama masyarakat Indonesia secara umum. Selain dengan *website*, Dinas Kesehatan Kota Bogor juga terus memberikan informasi seputar kesehatan selama Covid-19 dari media sosial seperti yang teraktif yaitu Instagram. Saat ini, Instagram Dinas Kesehatan Kota Bogor memiliki lebih dari 60 ribu pengikut. Akun media sosial Dinas Kesehatan Kota Bogor tersebut sangat aktif dalam memberikan informasi kesehatan seperti vaksin, jumlah penyintas, informasi terkini kesehatan dan juga edukasi kesehatan pada masa pandemi.

Berdasarkan hasil penelitian ini, hasil uji hipotesis t pada variabel kerja *Cyber Public Relation* memiliki nilai t hitung sebanyak $14,918 > 1,659$ serta nilai sig. yakni $0,000 < 0,05$ mengartikan bahwa *Cyber Public Relation* pengaruhnya positif dan signifikan terhadap Informasi Kebutuhan Masyarakat. Dari hasil uji hipotesis memakai uji yang bisa diberikan kesimpulan bahwa diterimanya H_a dan ditolakanya H_o mengartikan *Cyber PR* pihak kesehatan kota bogor dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat mendapatkan informasi kesehatan terbukti efektif. Melalui penggunaan media internet, *Public Relation* pada Dinas Kesehatan Kota Bogor mempunyai peran yang lebih tinggi dari yang dulunya, serta hal itulah sebagai kesempatan yang bagus untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai kesehatan

selama pandemi Covid-19. Pada aspek aktivitas di media sosial mempunyai kekuatan yang lebih besar untuk berkomunikasi dengan khalayak umum. Terdapatnya internet informasi yang bisa dilaksanakan secara cepat mempersingkat waktu dan tenaga yang digunakan.

Hasil skor tanggapan responden terhadap efektifitas *Cyber Public Relation* Dinas Kesehatan Kota Bogor terkait informasi Covid-19 mengindikasikan bahwasanya nilai persentase yang diperoleh paling tinggi dari pernyataan ‘Semua informasi yang disampaikan Dinkes Kota Bogor adalah informasi yang pada hakikatnya didapatkan oleh masyarakat Kota Bogor’ sebesar (4,40) yang kategorinya efektif. Pada hasil itu, terlihat bahwa poin penting dari efektivitas informasi terhadap *followers* yaitu terdapat pemberian informasi yang tersampaikan memuat wawasan kesehatan yang ditujukan untuk masyarakat Kota Bogor. Kemudian pesan yang disampaikan oleh Dinkes Kota Bogor lengkap dan jelas yang selanjutnya terjadi perilaku untuk menyarankan ke orang lain.

Kemudian hasil skor tanggapan responden kepada pemenuhan kebutuhan informasi menunjukkan bahwa nilai persentase yang diperoleh paling tinggi dari ‘Masyarakat mendapatkan informasi dengan jelas dari media Dinkes Kota Bogor’ dengan perolehan (4,03). Pada hasil tersebut, terlihat bahwa poin penting untuk pemenuhan kebutuhan informasi *followers* yaitu pemberian informasi secara jelas dan detail dari terkait informasi kesehatan selama Covid-19 yang diunggah oleh Dinkes Kota Bogor secara up-to-date yang sudah di cek kebenarannya. Informasi kesehatan oleh Dinkes Kota Bogor tersebut juga sangat efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat dengan membagikan berita yang jelas dan mendalam sehingga dapat mengikis penyebaran informasi yang menyesatkan. Guha (1978) mendefinisikan permintaan informasi yang jelas sebagai kebutuhan informasi yang sangat tinggi yang dibutuhkan pengguna untuk membuat keputusan berdasarkan informasi tentang informasi mereka. Informasi ini kemudian digunakan untuk membuat keputusan yang tepat.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa masyarakat Kota Bogor setuju bahwa informasi yang diberikan oleh Dinkes Kota Bogor sangat membantu masyarakat dalam menerima wawasan di internet terkait kesehatan pada masa pandemi. Pandemi Covid-19 yang terjadi membuat masyarakat menjadi khawatir terkait penyebarannya, sehingga masyarakat membutuhkan informasi untuk mencegah penyebaran tersebut. Dinas Kesehatan Kota Bogor juga dianggap memenuhi kebutuhan informasi masyarakat secara rutin dengan *Cyber Public Relation* di internet dan media massa. Hal tersebut dibuktikan dengan akun media sosial salah satunya Instagram @dinkeskotabogor yang selalu rutin dan tanggap dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Selebihnya, Masyarakat mendapatkan *feedback* dari media sosial Dinas Kesehatan Kota Bogor dengan dijawabnya pertanyaan mengenai sebuah

berita/informasi, sehingga hal tersebut memberikan pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat selama masa pandemi Covid-19.

William Martin *dalam* (Faidlatul Habibah and Irwansyah 2021) *Peralihan Masyarakat Indonesia Menuju Masyarakat Informasi* oleh Rhoni Rodin menyatakan bahwa dalam masyarakat informasi, kualitas hidup, sosial dan ekonomi yang berubah tergantung dari pertumbuhan dan penggunaan informasi. Ciri utama masyarakat informasi adalah kepekaan masyarakat terhadapnya Pemanfaatan informasi dan kaitannya dengan akses dan aplikasi dalam kehidupan sehari-hari (Noor, 2019). Masyarakat informasi memberikan banyak hal positif untuk perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di hampir semua bidang kegiatan, mulai dari kehidupan kerja, pendidikan, sistem pemerintahan, hal-hal sederhana seperti rumah dan taman bermain. Menurut Furness, hubungan yang semakin intensif antara teknologi dan manusia membawa serta alternatif yang harus dihadapi oleh masyarakat informasi, yaitu memansuiawikan teknologi atau mendesain manusia menjadi seperti teknologi. Karena di era media baru, hampir semua bidang kehidupan manusia sangat bergantung pada ketersediaan teknologi (Faidlatul Habibah and Irwansyah 2021).

Dinas Kesehatan Kota Bogor menyampaikan informasi kepada masyarakat khususnya terkait informasi kesehatan menggunakan media. Dinas Kesehatan Kota Bogor tidak sekadar dibahas aktivitas apa yang dilaksanakan Dinas Kesehatan Kota Bogor, tetapi juga memberikan berbagai informasi terkini tentang kesehatan di Kota Bogor. Dengan membanjirnya informasi, komunitas memungkinkan lebih banyak orang untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan yang hanya tersedia untuk kelompok profesional untuk itu dipromosikan. Selain perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menghilangkan jarak antar kelompok orang. Dengan Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dapat dihadirkan sarana komunikasi yang berbeda. Banyak sekali sumber informasi yang datang dapat memperkaya ilmu dan pengetahuan bagi masyarakat. Informasi untuk institusi sangat berguna dalam mencapai tujuan yang ditetapkan dan dalam proses pengambilan keputusan. Banyaknya peran ilmu pengetahuan dalam masyarakat saat ini, maka sangatlah penting tenaga kerja yang memenuhi kualifikasi tertentu, yaitu teknologi informasi dan Komunikasi. Saat pandemi COVID-19, media *online* menjadi pilihan Dinas Kesehatan Kota Bogor dalam penyampaian informasi tentang penanganan COVID-19. Data yang terdapat pada media online Dinas Kesehatan Kota Bogor nantinya akan menjadi data pendukung penelitian *Efektivitas Cyber Public Relation Dinas Kesehatan Kota Bogor Terkait Informasi Covid-19 Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Masyarakat*. Mengingat media sosial yang digunakan untuk pembangunan interaksi dan komunikasi dengan masyarakat, penjangkauan pemerintah perlu dapat menggunakan

media sosial agar mendapatkan dukungan dan perhatian dari publik daripada hanya bertahan sebagai alat komunikasi tradisional. Berbagai media komunikasi digunakan Humas Pemerintah yang basisnya internet meliputi media sosial, *blog*, *portal berita*, dan website untuk menjalankan tugas dan fungsinya tersebut. Terlebih lagi media sosial sebagai media yang sangat banyak dipakai, entah itu individu ataupun lembaga/organisasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan keterangan pada bab 4, dan pembahasan beserta konsep dan teori yang mendukung penelitian ini, maka didapatkan kesimpulan:

- 1) *Cyber Public Relation* Dinas Kesehatan Kota Bogor terdiri dari Website Covid-19 Dinas Kesehatan Kota Bogor meliputi informasi grafik, PSBB (yang memuat informasi dan laporan terkait PSBB), nomor telepon darurat Covid-19, hyperlink ke website perkembangan Covid-19 di Jawa Barat (<https://pikobar.jabarprov.go.id/>), Indonesia (<https://www.covid19.go.id/>). Di website Covid-19, Sosial media Instagram dan Twitter. Seluruh *Cyber PR* Dinas Kesehatan Kota Bogor dibuktikan mempunyai efektivitas yang Baik.
- 2) Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Cyber PR* Dinas Kesehatan Kota Bogor termasuk pada kategori Baik. Dapat disimpulkan bahwa media *Cyber PR* yang dimiliki Dinkes Kota Bogor menjadi sarana atau peralatan yang digunakan oleh Dinkes Kota Bogor dalam menyebarkan informasi seputar kesehatan di masa pandemi untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Terkait hal ini masyarakat Kota Bogor lebih memilih mencari tahu langsung ke media siber Dinkes Kota Bogor sebagai referensinya dalam mencari informasi seputar kesehatan karena masyarakat merasa bahwa Dinkes Kota Bogor memberikan informasi yang lengkap dan variatif serta jelas dalam menyampaikan informasi.
- 3) Pada penelitian ini diketahui bahwa *Cyber Public Relation* pengaruhnya positif dan signifikan terhadap Informasi Kebutuhan Masyarakat. Dari penelitian ini bisa diberikan kesimpulan *Cyber PR* pihak kesehatan Kota Bogor dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat mendapatkan informasi kesehatan terbukti efektif. Masyarakat khawatir dengan penyebaran pandemi Covid-19 sebagai akibat dari wabah yang terjadi belakangan ini, sehingga masyarakat membutuhkan informasi tentang bagaimana cara mencegah penyebaran pandemi tersebut. Dinas Kesehatan Kota Bogor diyakini mampu memenuhi kebutuhan informasi masyarakat secara konsisten melalui pemanfaatan *Cyber Public Relation* di *internet* dan media sosial.

Saran

Saran yang bisa diberikan berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu:

1. Dinas Kesehatan Kota Bogor dapat memakai *website* menjadi pusat informasi krisis dikarenakan terlihat bahwa *website* sebagai media yang bisa diakses secara mudah oleh masyarakat dari beragam kalangan. Pemakaian *website* yang harus diperhatikan bahasa yang digunakan bisa dipahami dengan mudah dan melihat kualitas interaksi, informasi, dan kegunaan disebabkan akan bertambah tinggi penyebarannya saat netizen menilai dengan baik pada *website* itu.
2. Dinas Kesehatan Kota Bogor harus memperhatikan media sosial interaktif yang digunakan secara interval unggah yang teratur. Memanfaatkan fitur interaksi yang tersedia dan menanggapi komentar pengguna terkait dapat meningkatkan interaksi di media sosial. Konsistensi dalam waktu unggah konten bisa dicapai dengan menghindari kendala eksternal berupa hilangnya data pada beberapa divisi.
3. Implementasi *Cyber Public Relation* Dinas Kesehatan Kota Bogor tidak sekadar dikelola untuk menyebar informasi dengan cepat, namun juga untuk dilihat sebuah isu yang saat ini dialami terkait kesehatan di Kota Bogor perlu dapat menciptakan konten yang disukai dan menarik publik, agar terjadi peningkatan kepercayaan dan citra positif perusahaan terjaga.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfita, A. (2024). Inovasi Pelayanan Publik Menggunakan Co Creation. *Filosofi : Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*. Vol. 1 (2), 92-102.
- Hikmah, I. M. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Massa Di Kalangan Pelajar. *Filosofi : Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, Vol. 1 (2), 78-91.
- Bayu, D. J. (2020). Instagram Jadi Media Sosial Terfavorit Anak Muda Dalam Mengakses Berita. Retrieved November 8, 2021, from Databoks website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/12/17/instagram-jadi-media-sosial-terfavorit-anak-muda-dalam-mengakses-berita>.
- Cutlip, Scott M. (2016). *Effective Public. Relations*. Jakarta: Kencana.
- Dewi, & E, S. A. (2021). Komunikasi Publik Terkait Vaksinasi Covid 19”. *Jurnal: Health Care. Jurnal Kesehatan*, 10(1), 1–9.
- Faidlatul Habibah, Astrid, and Irwansyah Irwansyah. 2021. “Era Masyarakat Informasi Sebagai Dampak Media Baru.” *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 3(2): 350–63.

- Indrayani, H. (2012). Penerapan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Efektivitas, Efisiensi Dan Produktivitas Perusahaan. *Jurnal: El-Riyasah*, 13(1), 48–56.
- Julianti, D. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Elite Pro Green Lake City Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Properti Tahun 2023 . *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial*, Vol.2 (1), 127-136.
- Pienrasmi, Hanindyalaila. 2015. “Pemanfaatan Social Media Oleh Praktisi Public Relations Di Yogyakarta.” *Jurnal Komunikasi* 9(2): 199–210.
- Pratiwi, A. P., & Abdurrahman, M. S. (2021). Strategi Pengelolaan media sosial Instagram humas Pemkot Bandung dalam masa pandemi Covid-19. *EProceeding of Management*, 8(3), 1–14.
- Puspitadewi, Isni, Wina Erwina, and Nuning Kurniasih. 2016. “Pemanfaatan ‘Twitter Tmpoldametro’ Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Para Pengguna Jalan Raya.” *Jurnal Kajian Informasi dan Perpustakaan* 4(1): 21.
- Rini, Kurnia Setiyo, Sugeng Rusmiwari, and Herru Prasetya Widodo. 2017. “Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Universitas Tribhuwana Tungadewi.” *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 6(1): 34–37.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Suharyanti, Inez Gabrina dan. 2014. “Cyber Public Relations.” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. 3(2): 27–48.
- Suparmo, L. (2018). *Manajemen Krisis, Isu, dan Risiko Dalam Komunikasi* (A. O. Septiyana, Ed.). CV. Campustaka.