



- 91** Peran Komunikasi Lembaga Masyarakat Dalam Mengatasi
Non-consensual Dissemination Of Intimate Images (NCII) di Indonesia
Ariel Syalia Prananda, Shafa Ayu Aurellia, Wahidah Mevi Nihayah, Talitha Vanya Ekta,
Bunga Cinta Ariesa, Ibtisam Mumtaz Khairunnisa, Rani Sukma Ayu Suteja
- 110** Praktik Komodifikasi dan Kepelikan Sistem dalam Shopee Affiliates Program
Hikmatul Arifah Fitriani
- 125** Sistem Komunikasi Pengembangan Literasi Budaya Batak Toba
di Rumah Belajar Sianjur Mulamula
Elisabet Marthawati Samosir
- 143** Studi Komparasi Kualitas Website Pemerintah Daerah Sebagai Implementasi
E-Government Public Relations Dalam Keterbukaan Informasi Publik
Wahyu Eka Putri, Ascharisa Mettasatya Afrilia
- 164** Proses Media Relations Pada Holding Pangan BUMN ID FOOD
Elisabeth Mirza Giesella Putri, Fathiya Nur Rahmi



Jurnal Media dan Komunikasi Indonesia,
Volume 4, Nomor 2, September 2023 (halaman 91 – halaman 178)

Daftar ISI

- | | |
|---|------------|
| Peran Komunikasi Lembaga Masyarakat Dalam Mengatasi
Non-consensual Dissemination Of Intimate Images (NCII) di Indonesia
Ariel Syalia Prananda, Shafa Ayu Aurellia, Wahidah Mevi Nihayah, Talitha Vanya Ekta,
Bunga Cinta Ariesa, Ibtisam Mumtaz Khairunnisa, Rani Sukma Ayu Suteja | 91 |
| Praktik Komodifikasi dan Kepelikan Sistem dalam Shopee Affiliates
Program
Hikmatul Arifah Fitriani | 110 |
| Sistem Komunikasi Pengembangan Literasi Budaya Batak Toba di Rumah
Belajar Sianjur Mulamula
Elisabet Marthawati Samosir | 125 |
| Studi Komparasi Kualitas Website Pemerintah Daerah Sebagai
Implementasi E-Government Public Relations Dalam Keterbukaan
Informasi Publik
Wahyu Eka Putri, Ascharisa Mettasatya Afrilia | 143 |
| Proses Media Relations Pada Holding Pangan BUMN ID FOOD
Elisabeth Mirza Giesella Putri, Fathiya Nur Rahmi | 164 |

Studi Komparasi Kualitas Website Pemerintah Daerah Sebagai Implementasi E-Government Public Relations Dalam Keterbukaan Informasi Publik

Wahyu Eka Putri | Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Tidar
email: putri.eka@untidar.ac.id

Ascharisa Mettasatya Afrilia | Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Tidar
email: mettaafriilia@untidar.ac.id

ABSTRAK

Law Number 14 of 2008 concerning Public Information Disclosure (UU KIP) has brought logical consequences for all local governments in creating an information climate that is transparent, accurate and easily accessible to the public via the website. Therefore, efforts are needed to improve the quality of websites both in quantity and quality at the local government level. This study aims to determine the quality of the websites of the City Government of Magelang and the Government of Magelang Regency. The research method used is a qualitative method with a comparative approach with a unit of analysis in the form of a number of elements contained in the principle of dialogical communication. The results of the study show that referring to the five elements of dialogic communication, it is known that the Magelang City Government website and the Magelang Regency Government website have fulfilled a number of elements such as information updates, photo availability, and complaint facilities. However, there are still elements that have not been maximized, namely features that are two-way communications.

Keywords: website quality, government public relations, cyber public relations, digital public relations, public information disclosure

Pendahuluan

Kewajiban bagi seluruh badan publik untuk memberikan informasi yang transparan dan akuntabel tertuang dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Keterbukaan informasi dianggap sebagai hak bagi warga negara untuk mendapatkan informasi mengenai sesuatu yang bersifat publik, dan negara memiliki kewajiban membuka informasi yang menyangkut kepentingan khalayak (Noor, 2019). Sementara itu, Peraturan Pemerintah Nomor 61 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan UU KIP menjelaskan

mengenai kewajiban humas untuk membantu badan publik mengimplementasikan undang-undang tersebut. Implementasi UU KIP diterapkan dalam bentuk pengelolaan media-media sosial sebagai sarana untuk memberikan keterbukaan informasi kepada publik dan website merupakan salah satu media yang wajib dimiliki oleh setiap pemerintah daerah untuk mewujudkan keterbukaan informasi publik tersebut. Pada riset yang dilakukan tahun 2018 dinyatakan bahwa humas dianggap sebagai pihak yang paling tepat dalam menjaga reputasi

melalui keterbukaan informasi publik (Ratnasari et al., 2018).

Hal ini dikarenakan keterbukaan informasi publik melalui konten informasi yang dipublikasi dalam website badan publik adalah gerbang utama bagi masyarakat untuk lebih mengenal badan publik yang bersangkutan. Ismail (dalam Maulana, 2017) menegaskan bahwa penyajian berbagai informasi statis maupun dinamis menjadi konten yang harus ada dalam laman resmi dan kemudahan masyarakat dalam mengakses dan memahami informasi di laman juga akan meningkatkan reputasi institusi.

Era keterbukaan dalam mengakses informasi publik bersinergi dengan era teknologi informasi yang semakin terdigitalisasi. Hal ini tentu membawa konsekuensi logis bagi para insan humas termasuk humas pemerintahan dalam menjalankan fungsi dan perannya di dunia *cyber*. Tidak jarang, gempuran berita bohong/hoaks mendominasi paparan informasi di tengah publik. Kriyantono (2021:526) menyebutkan bahwa informasi hoaks berbeda dengan informasi palsu/*fake*. Pada informasi hoaks, masih ada sebagian fakta yang benar terjadi namun ditambahi dan dikurangi sebagian kecil atau sebagian besar. Sementara informasi palsu atau *fake* adalah sesuatu yang secara fakta tidak terjadi sama sekali namun dianggap ada atau dianggap terjadi.

Fenomena tersebut tentu menjadi tantangan tersendiri bagi insan humas dan perlu disikapi secara profesional. Tidak hanya untuk

memenuhi unsur keterbukaan, peran humas di era *cyber* juga sebagai garda terdepan dalam pengelolaan citra, krisis, sekaligus fasilitator informasi bagi organisasi dengan publiknya, baik melalui media konvensional maupun melalui media *online* seperti *website*.

Menurut Azhari (2017) hadirnya UU KIP yang dibarengi dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi harusnya dapat menjadi kekuatan dan pegangan bagi humas badan publik dalam mengoptimalkan fungsinya. Humas badan publik idealnya telah menjadi agen demokrasi dan menjalankan model komunikasi *two way symmetrical* (komunikasi dua arah) dengan tidak bertindak hanya sebatas alat propaganda atau penyedia informasi. Dengan kata lain, setiap organisasi harus berupaya untuk mendapatkan tempat dalam ruang komunikasi sosial *stakeholder* mereka melalui internet

Di era perkembangan teknologi informasi seperti sekarang ini, *website* merupakan sumber utama bagi sebagian besar individu dalam mencari informasi tentang suatu lembaga. Selain itu, *website* sekaligus menjadi saluran komunikasi yang dipilih oleh lembaga untuk berinteraksi dengan publiknya. *Website* dengan kemampuan interaktif yang tinggi dapat menjadi faktor utama dalam membangun relasi dan menjadi sarana dalam mengidentifikasi kebutuhan publik. *Website* juga telah banyak digunakan untuk memenuhi prinsip demokrasi, seperti keterbukaan dan akuntabilitas informasi publik (Ahmi & Mohammad; La Porte et al., dalam Kriyantono, 2021).

Kehadiran *website* sebagai fasilitas yang dapat

diakses karena adanya internet, telah membuka pintu bagi praktisi *public relations* untuk dapat melakukan komunikasi secara dua arah antara instansi kepada publiknya dalam konsep *interactivity* (Kelleher, 2007). Menurut Holzchlag (2001), hal tersebut mengindikasikan bahwa pengelola website harus memiliki pengetahuan tentang kegunaan, desain interface, desain website, dan memberikan perhatian lebih dalam hal interaktivitas dengan publik organisasinya. Interaktivitas dalam website organisasi sangat penting karena berpengaruh bagi persepsi publik organisasi (Guillory and Sundar, 2008).

Pin et.al., (dalam Kriyantono, 2021) menyebutkan bahwa adopsi teknologi berbasis web pada organisasi sektor publik telah menjadi fenomena global yang dikenal dengan istilah *e-government*. *E-government* merupakan versi elektronik dari pemerintah yang bertujuan untuk meningkatkan layanan publik yang disediakan pemerintah dengan memerhatikan beberapa konsep seperti transparansi, akuntabilitas, dan partisipasi (Nulhusna, et.al., dalam Kriyantono, 2021).

Konsep *e-government* tersebut berbanding lurus dengan pergeseran pola komunikasi humas yang saat ini juga mengarah ke dunia *cyber*. Pergeseran tersebut dikenal dengan istilah *e-public realtions* dan *e-government public relations*. Aktivitas humas pemerintah melalui media *online* dapat meningkatkan keterjangkauan serta memudahkan publik dalam mendapatkan informasi secara lebih cepat dan akurat. Hal ini tentu dapat menciptakan kualitas komunikasi

dua arah yang ideal.

Idealitas tersebut ternyata masih belum sejalan dengan realitasnya. Terlihat dari sejumlah riset menunjukkan bahwa secara kuantitas dan kualitas website pemerintah daerah masih perlu ditingkatkan. Pada tahun 2012, diketahui bahwa hanya terdapat 424 pemerintah daerah yang memiliki *website* dari total 489 pemerintah daerah. Dari jumlah yang memiliki *website* tersebut, diketahui hanya 353 website yang dapat diakses. Sementara pada tahun 2018, hasil riset menunjukkan bahwa dari 548 pemerintah daerah terdapat 543 memiliki website dan hanya 483 website yang dapat diakses (Kriyantono, 2021).

Riset terkait pengukuran kualitas website utama dan website PPID di Jawa Tengah juga dilakukan di tahun 2022 (Ratnasari, et.al.,). Hasilnya, terdapat setidaknya empat aspek yang masih perlu dilakukan pembenahan oleh humas sebagai pengelola *website* PPID yakni pada aspek kelengkapan informasi badan publik, mekanisme memperoleh informasi publik, kelengkapan informasi yang berkaitan dengan peraturan perundang-undangan, serta aspek aksesibilitas *website* PPID. Oleh karena itu, masih diperlukan riset terkait penggunaan website dan pengukuran kualitas website pemerintah daerah untuk dapat diimplikasikan bagi para insan humas, pengamat humas pemerintahan, serta pembuat kebijakan.

Lattimore (2010) dan Azhari (2017) menyatakan bahwa humas gagal menjalankan perannya dalam membentuk citra positif pemerintahan apabila peranan humas dalam menyebarluaskan informasi tentang kegiatan

pemerintahan tidak berdasarkan model komunikasi simetris dua arah. Sehingga penting untuk menganalisis website tidak hanya berdasarkan informasi yang disesuaikan dengan UU KIP namun juga melalui prinsip komunikasi dialogis yang dibangun dalam website tersebut. Penelitian ini berfokus kepada studi komparasi yang dilakukan untuk mengulik kualitas website utama Pemerintah Kota Magelang dan Pemerintah Kabupaten Magelang. Hal ini menjadi menarik karena Magelang merupakan suatu wilayah yang memiliki dua pemerintahan sekaligus. Adapun unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah indikator kualitas website sebagai media komunikasi dialogis yang berdasarkan pada prinsip dialogis menurut Kent dan Taylor (1998) yang dikutip oleh Kriyantono (2017). Kelima prinsip tersebut meliputi lingkaran dialogis (*dialogic loop*), informasi yang berguna (*useful information*), kemudahan antarmuka (*ease of interface*), konservasi pengunjung (*conservation of visitor*), dan generasi pengunjung kembali (*generation of returning visitor*).

Kerangka Pemikiran Digital Public Relations

Cutlip, Center dan Broom mendefinisikan *Public Relations* (PR) sebagai fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan baik dan bermanfaat dengan publiknya yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi (Kriyantono, 2017). Fungsi PR menurut Edward Bernays (dalam Nirmalasari,

2020) memiliki tiga elemen utama yaitu “... *informing people, persuading people, and integrating people with other people...*”. Namun saat ini, pemaknaan dan realisasi dari elemen-elemen tersebut telah mengalami pergeseran searah dengan adanya disrupsi teknologi informasi. Pola interaksi masyarakat tidak lagi sepenuhnya dilakukan secara *offline*. Era digital telah melahirkan beragam bentuk media yang pada akhirnya menciptakan ritme kehidupan yang semakin cepat dan mengaburkan jarak personal (Nirmalasari, 2020). Hal inilah yang pada akhirnya menggeser ekosistem kerja PR yang tidak hanya berkuat kepada kegiatan berbasis konvensional namun beralih ke dunia digital.

Digital Public Relations merupakan kegiatan *Public Relations* yang memanfaatkan media digital *online* untuk mengelola sekaligus meningkatkan reputasi dan pemahaman suatu organisasi. Di era Humas 4.0, *platform online* yang digunakan cukup beragam, mulai dari website, kanal YouTube, media sosial (misalnya Facebook, Twitter, Instagram) hingga podcast. Konten dalam platform daring juga dinilai lebih interaktif dan beragam, menonjolkan audio, visual, atau keduanya. Banyak lembaga swasta dan pemerintah serta organisasi nirlaba telah menggunakan jenis konten dan *platform online* ini sebagai media untuk melakukan kegiatan humas (Permatasari et al., 2021).

Grunig mengusulkan beberapa keunggulan media digital yang digunakan dalam oleh digital *public relations*, termasuk efektif dalam observasi lapangan; mampu melacak masalah dan isu di dunia maya dengan relatif

mudah; digunakan untuk memantau SEO dan analisis konten, digunakan sebagai *database* untuk mengukur jenis dan kualitas hubungan berbasis kepercayaan, kesetaraan dalam kontrol, kepuasan, dan komitmen (Alexander, 2016).

Keterbukaan Informasi Publik

Keterbukaan informasi publik merupakan sebuah kewajiban yang harus dilakukan oleh lembaga negara dalam hal pelayanan masyarakat. Terlebih, transparansi dan akuntabilitas merupakan alat untuk meningkatkan kepercayaan dan legitimasi pemerintah di mata publik (Gant & Turner-Lee, 2011). Dalam memaknai keterbukaan informasi publik, humas seharusnya mengedepankan prinsip transparansi dalam memberikan informasi. Prinsip transparansi atau keterbukaan yang dilakukan oleh humas tidak mengandung arti bahwa keseluruhan informasi diberikan kepada publik, tapi tetap dilakukan pemilihan dan pemilahan. Hal ini dilakukan dengan tujuan tidak merusak citra organisasi tapi tetap memenuhi kebutuhan informasi publik (Kriyantono, 2019).

Prinsip keterbukaan informasi publik yang dilakukan oleh Lembaga negara telah tercantum dalam Undang-Undang RI No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Undang-Undang RI No.14 Tahun 2008 telah memerintahkan bahwa setiap informasi publik harus dapat diperoleh pemohon dengan cepat, tepat waktu, biaya ringan dan cara yang sederhana. Hal ini mengandung arti bahwa

badan publik harus menyediakan sarana dan prasarana yang memadai agar masyarakat dapat mengakses informasi publik sesuai dengan aturan tersebut.

Website

Website merupakan salah satu sarana implementasi *e-government* dalam upaya penyelenggaraan pelayanan publik. Kualitas website yang baik memiliki dampak pada implementasi *e-government* yang efektif dan efisien (Fandi, 2019). Website merupakan salah satu cara memberikan layanan *e-government* kepada masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan layanan elektronik yang memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi, layanan dan lain-lain (Aprilia et al., 2014).

Hasil penelitian dari Guillory dan Sundar (2008) menunjukkan bahwa website dengan interaktivitas yang lebih tinggi akan menimbulkan persepsi yang lebih positif dari organisasi. Hal ini dikuatkan oleh penelitian Azhary (2017) yang menyatakan bahwa website pemerintah Indonesia digunakan sebagai strategi pemeliharaan hubungan dengan publik, dan strategi dialogis yang digunakan dalam menyampaikan informasi yang transparan dan akuntabel kepada publik.

Teori Komunikasi Dialogis

Praktisi humas dalam mengelola internet baik melalui website maupun media sosial lainnya harus berpijak pada prinsip komunikasi dialogis.

Komunikasi dialogis merupakan komunikasi yang dalam proses komunikasinya bersisi sifat *emphaty, mutuality, propinquity, interactions*, dan *commitment* (Kriyantono, 2021). Sementara Kent dan Taylor (dalam Kriyantono, 2021) menyatakan lima prinsip komunikasi dialogis yang harus terwujud dalam fitur-fitur internet termasuk website yaitu *usefulness, dialogic loop, ease of interface, return visits*, dan *conservation of visitors*.

Kent dan Taylor (dalam Agyemang et al., 2015) menjelaskan mengenai kelima prinsip dalam komunikasi dialogis. Prinsip pertama, yaitu *usefulness informations* berkaitan dengan penyediaan informasi atau konten yang berguna tidak hanya bagi organisasi tapi bagi publik atau pengguna. Istilah lingkaran dialogis/*dialogic loop* mengacu pada bagaimana situs menggabungkan fitur yang memungkinkan berbagai publik untuk menanyakan organisasi dan bagaimana situs memberikan kesempatan kepada organisasi untuk menanggapi pertanyaan, kekhawatiran, dan masalah. Prinsip *ease on interface* merujuk pada ketersediaan dan kemudahan akses informasi yang didukung dengan fasilitas situs web yang cepat memuat, memiliki informasi yang terorganisir dengan baik dan memiliki antarmuka yang memungkinkan navigasi yang mudah bagi setiap publik yang mengaksesnya. *Return visit* atau prinsip kunjungan kembali berkaitan dengan kemampuan situs web untuk menyediakan fitur-fitur yang membuatnya menarik untuk dikunjungi kembali. Sementara *conservation of visitors* adalah fitur pelestarian pengunjung yang diciptakan dengan membuat

situs web yang membuat pengunjung tertarik dan menjelajahi situs tanpa pergi ke tempat lain.

Dalam Teori Excellent Public Relations, Grunig dan Grunig (dalam Azhary, 2018) menyarankan bahwa komunikasi dua arah antara organisasi dengan publiknya harus terjalin dengan baik. Maka dari itu, humas juga memiliki andil dalam gagalnya membentuk citra positif pemerintahan jika diseminasi informasi mengenai kegiatan pemerintahan tidak berdasarkan model komunikasi simetris dua arah (Lattimore et al., 2010).

Jo dan Kim (2003) menguji hubungan antara karakteristik Website dan persepsi terhadap komponen relasional. Mereka melakukan eksplorasi empiris membangun hubungan melalui website. Studi ini menunjukkan bahwa interaktivitas di website merupakan faktor yang paling signifikan dalam mempengaruhi dan membangun hubungan. Selain itu, konsep interaktivitas dan multimedia juga penting dalam meningkatkan persepsi positif atas hubungan dengan organisasi. Hasil penelitian Vorvoreanu (2006) juga menunjukkan bahwa 7 di antara berbagai strategi dan taktik membangun hubungan, salah satu cara yang penting adalah cara membangun hubungan dan pemeliharaan website organisasi (Azhary, 2018).

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan analisis deskriptif-komparatif. Analisis

deskriptif-komparatif adalah bentuk analisis yang merujuk pada hasil di lapangan untuk dijelaskan secara deskriptif dengan unsur perbandingan. Metode komparatif adalah metode yang bersifat membandingkan (Ahmad, et.al.; Hasyim dalam Huri, 2014). Adapun proses perbandingan yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah website Pemerintah Kota Magelang dan website Pemerintah Kabupaten Magelang.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah peneliti itu sendiri, sebagai karakter dari penelitian kualitatif (Sugiyono, 2020) di mana peneliti mendalami obyek yang diteliti berlandaskan indikator pada komponen analisis komunikasi dialogis yaitu *dialogic loop* atau komunikasi dua arah, *useful information* atau informasi yang bermanfaat, *ease of interface* berkaitan dengan ketersediaan dan kemudahan akses informasi, *conservation of visitors* atau fitur pelestarian pengunjung (fitur dalam situs web yang membuat pengunjung tertarik dan menjelajahi situs tanpa pergi ke tempat lain), dan *generation of returning visitors* atau fitur yang membuat pengunjung tertarik untuk melakukan kunjungan berulang.

Teknik pengolahan data dilakukan dalam penelitian ini adalah teknik analisis dan komparasi sebagai teknik utama. Penggunaan teknik analisis dan komparasi tersebut berdasarkan teori dan konsep *digital government public relations* yang relevan. Data yang terhimpun dalam penelitian ini selanjutnya dianalisis dengan analisis deskriptif Miles Huberman. Diawali dengan pengumpulan data, kemudian data yang terkumpul dipilih dan

dipilih sesuai dengan tujuan penelitian, lalu tahap sajian data untuk kemudian dapat dikumpulkan dalam suatu simpulan.

Hasil dan Pembahasan

Sajian data yang ditampilkan dalam bagian ini terbagi dalam dua bentuk yaitu pertama, hasil temuan di lapangan berupa data yang didasarkan pada unit analisis. Data tersebut diperoleh dari website Pemerintah Kota Magelang dan website Pemerintah Kabupaten Magelang. Lalu bentuk kedua berupa analisis dan pembahasan atas data yang diperoleh dari lapangan. Adapun analisis yang dilakukan merujuk kepada kerangka teori komunikasi dialogis yang dicetuskan oleh Kent dan Taylor (1998). Dalam teori komunikasi dialogis dicanangkan lima prinsip yang harus diikuti dalam membangun *website dialogis* yaitu: *dialogic loop*, *useful information*, *ease of interface*, *conservation of visitors*, dan *generation of returning visitors*. Prinsip-prinsip ini memandu organisasi dalam bagaimana berkomunikasi secara efektif dengan publik dan memberikan kriteria yang berguna untuk memeriksa komunikasi dalam *website online*.

Temuan pada Objek Analisis

No	Indikator	Pemerintah Kota Magelang		Pemerintah Kabupaten Magelang	
		Tersedia	Tidak tersedia	Tersedia	Tidak tersedia
1	Fitur yang memfasilitasi publik untuk bertanya dan memberikan respon pada organisasi		✓		✓
2	Fitur komentar untuk menanggapi pertanyaan dan masalah publik	✓			✓
3	Fitur informasi kontak / survei / pesan selamat datang	✓		✓	
4	Fitur survei pendapat publik dari isu yang berkembang		✓		✓
5	Fitur informasi reguler atau <i>newsletter</i> melalui surel		✓		✓
6	Fitur kontak untuk mendapatkan informasi	✓		✓	
7	Fitur register untuk mendapatkan informasi	✓		✓	
8	Fitur penggunaan media sosial	✓		✓	
Total Skor (dalam persen)		62,5%	37,5%	50%	50%

Tabel 1. Prinsip *dialogic loop* dalam website

Pengamatan pada fitur website resmi Pemerintah Kota Magelang dan Kabupaten Magelang berdasarkan indikator analisis prinsip komunikasi dialogis dengan komponen evaluasi yang ketiga yaitu *dialogic loop*. Tabel 1.1

menunjukkan delapan fitur tertanam dalam website sebagai indikator dalam komponen *dialogic loop*. Website Pemkot Magelang telah memenuhi prinsip *dialogic loop* sebesar 62,5%, sementara pada website Pemkab sebesar 50%.

No	Indikator	Pemerintah Kota Magelang		Pemerintah Kabupaten Magelang	
		Tersedia	Tidak tersedia	Tersedia	Tidak tersedia
1	Fitur kontak informasi	✓		✓	
2	Fitur area khusus yang dilindungi <i>password</i>	✓		✓	
3	Fitur daftar atau bagan pegawai	✓		✓	
4	Fitur area berdasarkan keahlian atau peminatan		✓		✓
5	Fitur pencarian informasi	✓		✓	
6	Fitur tentang kita	✓		✓	
7	Fitur arsip berita	✓			✓
8	Fitur berita terkini	✓		✓	
Total Skor (dalam persen)		87,5%	12,5%	75%	25%

Tabel 2. Prinsip *useful information* dalam website

Pada prinsip *useful information*, sebesar 87,5% indikator pada website Pemkot Magelang telah terpenuhi. Persentase tersebut melebihi nilai indikator yang dapat dicapai oleh Pemkab Magelang yaitu sebesar 75%. Hal ini

menunjukkan bahwa pada prinsip *dialogic loop* dan *useful informations*, website Pemkot Magelang memiliki tingkat komunikasi dialogis yang lebih unggul dibandingkan dengan Pemkab Magelang.

No	Indikator	Pemerintah Kota Magelang		Pemerintah Kabupaten Magelang	
		Tersedia	Tidak tersedia	Tersedia	Tidak tersedia
1	Fitur <i>site map</i>		✓		✓
2	Fitur <i>home page</i>	✓		✓	
3	Fitur mesin pencari	✓		✓	
4	Fitur logo organisasi di halaman depan	✓			✓
5	Fitur navigasi	✓		✓	
Total Skor (dalam persen)		80%	20%	60%	40%

Tabel 3. Prinsip *ease of interface* dalam website

Dalam prinsip *ease of interface*, Lima fitur tertanam dalam website digunakan sebagai indikator seperti fitur *site map*, fitur *home page*, fitur mesin pencari, fitur logo organisasi di halaman depan, dan fitur navigasi. Pemkot Magelang memiliki keunggulan dalam kategori

ini, dengan nilai persentase sebesar 80% dan hanya terdapat satu fitur yang tidak terpenuhi yaitu fitur *site map*. Pada website Pemkab Magelang, tidak hanya belum terdapat fitur *site map* tapi juga fitur logo organisasi di halaman depan belum tersedia.

No	Indikator	Pemerintah Kota Magelang		Pemerintah Kabupaten Magelang	
		Tersedia	Tidak tersedia	Tersedia	Tidak tersedia
1	Fasilitas audio		✓		✓
2	Presentasi visual	✓		✓	
3	Galeri foto	✓		✓	
4	Fitur informasi penting di halaman depan	✓		✓	
5	Posting berita terupdate berdasarkan waktu dan tanggal	✓		✓	
Total Skor (dalam persen)		80%	20%	80%	20%

Tabel 4. Prinsip *Conservation of Visitors*

Merujuk kepada teori komunikasi dialogis, Kent dan Taylor menegaskan bahwa website yang berkualitas adalah website yang menyediakan sejumlah fitur tertentu yang dapat menjadikan

setiap pengunjung untuk tetap menjelajahi website tersebut dan tidak berpaling ke situs web lainnya. Pada Tabel 4, menunjukkan bahwa Pemkot dan pemkab Magelang telah berupaya

memenuhi prinsip *conservation of visitors* sebesar 80 persen dengan menyediakan fasilitas

audio, video, dan foto.

No	Indikator	Pemerintah Kota Magelang		Pemerintah Kabupaten Magelang	
		Tersedia	Tidak tersedia	Tersedia	Tidak tersedia
1	Fitur informasi terkini	✓		✓	
2	Fitur tanya jawab <i>online</i>		✓		✓
3	Forum khusus untuk diskusi		✓		✓
4	Fitur komentar baru		✓		✓
Total Skor (dalam persen)		25%	75%	25%	75%

Tabel 5. Prinsip *Generations of returning visitors*

Merujuk kepada teori komunikasi dialogis, pada prinsip *generations of returning visitors* sesuai indikator tersebut belum maksimal baik pada website Pemerintah Kota Magelang maupun website Pemerintah Kabupaten Magelang, yaitu hanya memenuhi sebesar 25% atau satu indikator. Meski demikian, dari hasil temuan yang ada pada penelitian ini diketahui bahwa di website Pemerintah Kabupaten Magelang terdapat link yang menghubungkan pengunjung ke siaran Radio Gemilang. Hal ini tentu menjadi menarik dan mampu menjadi daya tarik bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan berulang. Sementara ini, hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator informasi terkini menjadi satu-satunya fitur yang tersedia.

Ketersediaan informasi yang dianalisis dalam website Pemerintah Kota Magelang dan Kabupaten Magelang merujuk pada informasi sesuai yang diatur dalam UU KIP. Kelompok Informasi Publik yang diatur dalam UU KIP mencakup Informasi Publik yang wajib disediakan dan diumumkan secara berkala; Informasi Publik yang wajib diumumkan secara serta merta; Informasi Publik yang wajib tersedia setiap saat; dan informasi publik yang dikecualikan. Jenis informasi publik yang dikecualikan tidak dianalisis pada penelitian ini karena lebih memfokuskan pada informasi yang dapat diakses oleh publik.

Selanjutnya jenis-jenis informasi publik yang terbuka dan juga fitur-fitur yang mendukung kelengkapan website tersebut dianalisis menggunakan indikator komunikasi dialogis. Berikut ini merupakan hasil analisis dari kelengkapan informasi dan fitur dalam website

Analisis terhadap Hasil Temuan Objek Analisis

Pemerintah Kota Magelang dan Kabupaten Magelang.

1. Analisis *dialogic loop*

Kent dan Taylor (1998) mendefinisikan *dialogic loop* sebagai fitur yang tersedia pada website dan media sosial yang bersifat interaktif dan komunikasi dua arah sehingga publik dapat menanyakan organisasi dan organisasi dapat menanggapi publik (Kriyantono, 2021). Merujuk pada penelitian Azhari 2017, indikator *dialogic loop* yang tertanam dalam website terdiri dari delapan fitur yaitu fitur yang memfasilitasi publik untuk bertanya dan memberikan respon pada organisasi, fitur komentar untuk menanggapi pertanyaan dan masalah publik, fitur informasi kontak / survei / pesan selamat datang, fitur survey pendapat publik dari isu yang berkembang, fitur informasi reguler atau newsletter melalui email, fitur kontak untuk mendapatkan informasi, fitur register untuk mendapatkan informasi dan fitur penggunaan media sosial. Namun pada fitur keenam tidak akan dibahas lebih lanjut, karena berisi pembahasan yang serupa dengan fitur ketiga yaitu fitur informasi kontak.

Komponen pertama yang akan digunakan untuk mengukur kategori *dialogic loops* adalah fitur yang memfasilitasi publik untuk bertanya dan memberikan respon pada organisasi. Namun fitur ini belum tersedia baik pada website Pemerintah Kota Magelang

maupun Kabupaten Magelang. Padahal fitur ini memiliki peranan yang sangat penting dalam komunikasi dialogis, yaitu sebagai upaya menjalin komunikasi dua arah sehingga memungkinkan publik untuk bertanya dan merespon terhadap berita atau informasi yang tertera dalam kedua website tersebut. Melalui fitur ini, humas pemerintah dapat dengan mudah menjalin interaksi dengan publik, tidak hanya menjalankan peran kehumasannya tapi juga memaksimalkan pemanfaatan teknologi digital. Selain itu, fitur tersebut dapat menstimulasi publik untuk aktif memberikan pertanyaan ataupun komentar di kolom fitur atau kolom yang sudah disediakan sebagai bentuk umpan balik publik dalam memberikan koreksi atau masukan bagi improvisasi kegiatan PR *online* Pemerintah Kota Magelang maupun Kabupaten Magelang.

Fitur menanggapi pertanyaan dan masalah publik adalah fitur kedua yang akan dianalisis dalam komunikasi dialogis yang dijalankan oleh Pemerintah Kabupaten Magelang dan Kota Magelang melalui website. Website Pemerintah Kabupaten Magelang belum menyediakan fasilitas fitur menanggapi keluhan atau masalah publik yang diajukan. Hal ini sangat disayangkan, mengingat fitur ini sangat penting dalam menjamin ketersediaan informasi publik serta upaya memberikan respon atas komentar dan tanggapan yang masuk.

Berbeda dengan Pemkab. Magelang, Pemerintah Kota Magelang telah menyediakan fitur yang dapat digunakan oleh pihak pemerintah menanggapi keluhan masyarakat dan juga adanya kolom komentar yang bisa memberikan keleluasaan bagi publik ataupun pihak pemerintah menanggapi masalah tersebut.

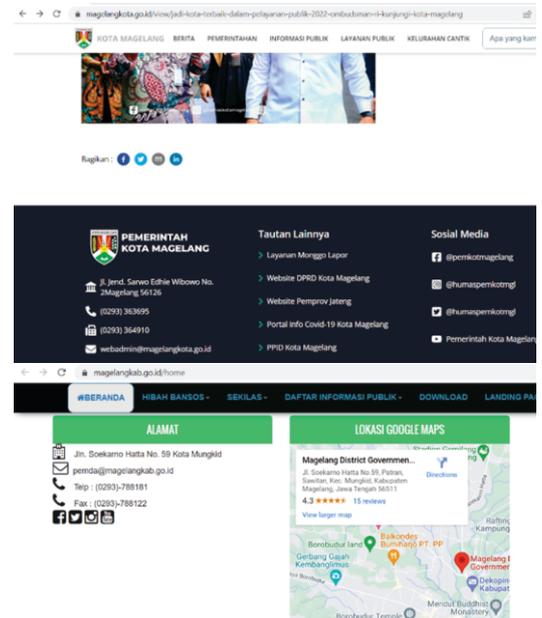
Gambar 1. Fitur komentar untuk menanggapi pertanyaan dan masalah publik



Sumber: Website Pemerintah Kota Magelang

Fitur yang ketiga adalah fitur informasi kontak dan pesan selamat datang. Melalui fitur ini, pemerintah dapat memberikan kepastian informasi kontak yang dapat dihubungi oleh publik ketika dibutuhkan dan menampilkan kesan pertama untuk publik yang mengakses website dengan ucapan selamat datang.

Gambar 2. Fitur informasi kontak



Sumber: Website Pemerintah Kota dan Kabupaten Magelang

Kedua website tersebut telah menampilkan informasi kontak yang dapat dihubungi oleh publik. Hal ini tentu menjadi kemudahan bagi publik apabila memerlukan aksi lebih lanjut untuk menghubungi pihak pemerintah baik kota maupun kabupaten Magelang. Untuk ucapan selamat datang, tidak tercantum di kedua website. Pada homepage atau halaman awal website Pemkot Magelang, publik disambut dengan informasi pendek mengenai profil pemerintah Kota Magelang beserta foto dari walikota dan wakil walikota. Sementara pada website Kabupaten magelang, publik dimanjakan dengan foto destinasi

pariwisata yang ada di Kabupaten Magelang. Walaupun secara eksplisit tidak menampilkan ucapan selamat datang dalam websitenya, Kabupaten Magelang mencoba untuk menyambut publik yang berkunjung pada website mereka untuk menikmati keindahan pariwisata Magelang melalui foto yang estetik.

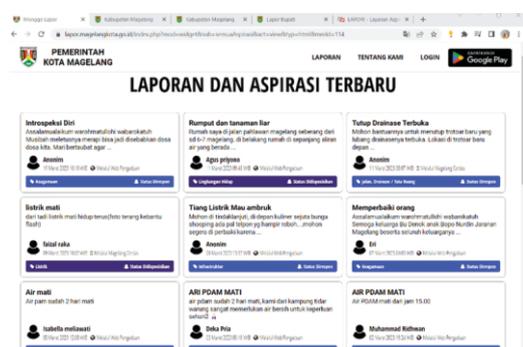
Fitur yang akan dianalisis berikutnya yaitu fitur survei pendapat publik dari isu yang berkembang. Berdasarkan pengamatan, tidak ada website yang memiliki fitur ini. Padahal fitur ini dapat dimanfaatkan sebagai upaya untuk menjangkau masukan dan solusi terbaik dari permasalahan yang saat ini dihadapi. Fitur yang kelima adalah fitur informasi reguler atau *newsletter* melalui email. Dengan fitur ini publik diberikan kesempatan untuk mendapatkan informasi berita terbaru secara reguler melalui email yang mereka daftarkan tanpa harus membuat website Pemkot ataupun Pemkab Magelang.

Fitur yang keenam adalah fitur register untuk mendapatkan informasi. Berdasar hasil analisis, kedua website telah menyediakan fitur register bagi publik untuk bisa melakukan pelaporan mengenai keluhan, aspirasi dan juga permintaan informasi. Dengan adanya fitur register, akan memudahkan pihak badan publik untuk mendata jumlah pengguna yang melakukan pelaporan

pada kurun waktu tertentu dan juga memetakan permasalahan yang masuk.

Dalam hal pelaporan, Pemkot Magelang selangkah lebih maju jika dibandingkan dengan Pemkab Magelang. Hal ini dapat terlihat dari informasi keluhan publik yang masuk dan dapat dilihat oleh siapa saja yang mengakses website tersebut. Tidak hanya informasi mengenai keluhan dan aspirasi yang disampaikan, publik juga dapat memantau dengan jelas status pelaporan yang diajukan apa sudah direspon atau masih dalam status didisposisikan. Hal ini merupakan bentuk transparansi yang dilakukan pemerintah, karena memberikan ruang bagi publik untuk ikut memantau kinerja pemerintah.

Gambar 3. Laporan dan aspirasi publik dalam website Pemerintah Kota Magelang



Sumber: Website Pemerintah Kota

Fitur yang ketujuh atau fitur terakhir yang akan dianalisis adalah fitur

penggunaan media sosial. Fitur ini sangat penting karena memberikan opsi bagi publik untuk memilih media sosial yang bisa diakses untuk menyampaikan informasi ataupun untuk berinteraksi. Dari komponen analisis *dialogic loop*, dapat dilihat bahwa humas pemerintah telah berupaya untuk menjalin komunikasi dialogis dengan publik melalui fasilitas fitur yang diberikan. Walaupun masih terdapat dua fitur yang belum disediakan yaitu fitur yang memfasilitasi publik untuk bertanya dan memberikan respon pada organisasi dan fitur survei.

2. Analisis *useful informations*

Useful informations merupakan fitur yang memberikan informasi berguna kepada publik. Untuk menganalisis PR *Online website* Pemkot dan Pemkab Magelang, peneliti merujuk pada penelitian Azhari (2017) yang membagi indikator *useful informations* ke dalam delapan fitur. Kedelapan fitur tersebut adalah fitur kontak informasi, fitur area khusus yang dilindungi *password*, fitur daftar atau bagan pegawai, fitur area berdasarkan keahlian atau peminatan, fitur pencarian informasi, fitur tentang kita, fitur arsip berita, dan fitur berita terkini.

Pada fitur pertama yang digunakan untuk menganalisis *useful informations*, didapatkan data bahwa kedua website telah menyediakan fitur kontak

informasi. Fitur ini memungkinkan publik untuk menjalin kontak dengan humas Pemkot dan Pemkab Magelang. Fitur yang kedua adalah fitur area khusus yang dilindungi *password*. Fitur kedua berkaitan dengan fitur yang tersedia pada komponen *dialogic loop* yaitu fitur register. Melalui fitur ini, publik dapat mengakses area khusus dengan aman karena dilindungi oleh kata sandi atau *password*.

Fitur daftar atau bagan pegawai menjadi faktor ketiga yang dianalisis dalam komponen *useful informations*. Fitur ini menyediakan informasi mengenai profil Pemkot dan Pemkab Magelang khususnya bagian struktur organisasi sehingga dapat memberikan informasi terkait pejabat yang berwenang sesuai dengan jabatannya. Fitur yang keempat adalah fitur area berdasarkan keahlian dan peminatan. Dari hasil analisis, kedua website belum mencantumkan fitur tersebut padahal diketahui bahwa fitur area berdasarkan keahlian dan peminatan memberikan informasi yang spesifik sesuai dengan minat publik yang mengakses website tersebut.

Fitur yang kelima adalah fitur pencarian informasi. Pada kedua website tersebut telah memfasilitasi fitur pencarian informasi. Hal ini sangat bermanfaat bagi publik yang ingin mencari berita dan informasi dengan mudah dan praktis. Melalui fasilitas yang ditawarkan, publik akan mendapatkan

informasi yang spesifik sesuai dengan *keyword* atau kata kunci yang mereka gunakan. Kemudahan akses dan keefektifan waktu menjadi hal yang diperoleh publik ketika menggunakan fasilitas fitur pencari informasi.

Gambar 4. Fitur Pencarian Informasi



Sumber: Website Pemerintah Kota dan Kabupaten Magelang

Fitur keenam yang akan dianalisis yaitu fitur tentang kita. Fitur tentang kita menjadi poin inti karena memberikan informasi dasar terkait Pemerintah Kota dan Kabupaten Magelang dan fitur ini sudah tersedia di kedua website tersebut namun dengan nama yang lain yaitu pada menu pemerintahan (Pemkot Magelang) dan menu Sekilas (Pemkab Magelang). Fitur tentang kita memberikan informasi kepada publik seputar profil serta visi dan misi Pemkot

dan Pemkab Magelang.

Fitur yang ketujuh adalah fitur arsip berikut. Fitur ini berperan penting dalam mempermudah pencarian informasi dan berita bagi publik karena telah tersusun dengan rapi sesuai dengan urutan waktu. Fitur arsip berita dapat ditemui pada halaman website Pemerintah Kota Magelang, sementara Pemerintah Kabupaten belum menyediakan fitur tersebut walaupun pengguna sudah memanfaatkan fitur pencarian informasi untuk mencari fitur arsip berita. Yang terakhir, adalah fitur berita terkini. Fitur ini tidak tertulis secara eksplisit, namun terdapat pada fitur lain dalam website pemkot maupun Pemkab magelang. Pemerintah kota Magelang menggunakan istilah berita kota sementara Pemerintah Kabupaten menggunakan istilah. Dengan adanya fitur ini, publik dengan mudah mengetahui setiap update berita terbaru yang dilakukan oleh humas Pemkot dan Pemkab Magelang.

Dilihat dari keseluruhan komponen analisis *useful informations*, dari kedelapan fitur yang digunakan hanya ada satu fitur yang tidak tersedia baik pada website Pemkot maupun Pemkab Magelang yaitu fitur area berdasarkan keahlian dan peminatan

3. *Ease of interface*

Dalam kategori indikator *ease of interface*, website harus mudah

digunakan, cepat *loading*, mudah dinavigasi dan memiliki informasi yang tertata dengan baik. Lima fitur yang ditekankan dalam indikator *ease of interface* sesuai dengan penelitian Azhari (2017) adalah fitur *site map*, fitur *home page*, fitur mesin pencari, fitur logo organisasi di halaman depan, dan fitur navigasi. Untuk fitur mesin pencari tidak akan dibahas dalam analisis *ease of interface* karena sudah dilakukan pembahasan sebelumnya pada analisis *useful informations*.

Fitur *sitemap* sebagai fitur pertama yang akan dibahas dalam analisis ini. Fitur ini sangat penting karena memberikan informasi terkait keseluruhan konten website sehingga mempermudah publik dalam menjelajahi informasi dan berita yang diinginkan. Namun, sangat disayangkan karena pada kedua website tersebut belum menyediakan fitur *site map* bagi publik. Fitur yang kedua adalah fitur *homepage*, yang sangat penting dalam memberikan kemudahan kembali ke menu utama tanpa harus melewati proses yang membingungkan dan berbelit-belit. *Homepage* pada kedua website tersebut disediakan dengan menu yang berbeda yang dapat dilihat pada Gambar 4.

Untuk mengakses fitur *homepage* pada website Pemerintah Kota Magelang, publik hanya perlu klik Icon Pemerintah Kota Magelang dan fitur *homepage* Kabupaten Magelang, publik dapat

memilih menu beranda. Fitur selanjutnya yang akan dianalisis adalah fitur logo organisasi di halaman depan. Dari hasil analisis, website Pemerintah Kota Magelang telah memiliki fitur ini dan Pemerintah Kabupaten belum. Hal ini sangat disayangkan mengingat fitur logo memiliki fungsi yang penting yaitu mengenalkan kepada publik mengenai logo sebagai identitas lembaga. Selain itu menurut Wahanu dan Prasetyo (2013), logo merupakan pengejawantahan dari seperangkat nilai internal perusahaan yang dikemukakan secara simbolik sebagai bagian dari identitas perusahaan tersebut. Sehingga penting bagi setiap organisasi baik perusahaan ataupun pemerintah untuk mencantumkan logo pada halaman utama website sebagai tahap awal pengenalan identitas organisasi bagi publik.

Fitur yang terakhir adalah fitur navigasi. Fitur ini sangat berguna bagi publik untuk menjelajahi isi atau konten website dengan mudah. Website Pemkot dan Pemkab Magelang telah menghadirkan fitur navigasi yang memudahkan publik untuk memilih menu sesuai dengan yang mereka inginkan. Menu tersebut yang akan membantu mengarahkan pengunjung untuk mengakses halaman yang dimaksud.

4. Analisis *conservation visitors*
Conservation of visitors berorientasi

bahwa website sebuah organisasi harus mampu menarik pengunjung dan memastikan pengunjung dapat tetap bertahan pada situs tersebut tanpa beralih ke situs web lainnya (Kent & Taylor, dalam Kriyantono, 2021). Hal ini dapat dipenuhi untuk menjadikan pengunjung betah untuk tetap berada dalam sebuah website adalah dengan memberikan kenyamanan bagi pengunjung dalam mengakses website tersebut. Kenyamanan dalam mengakses dapat diterjemahkan ke dalam sejumlah indikator antara lain ketersediaan video, gambar atau foto, informasi penting yang ada di halaman utama, serta waktu dan tanggal update berdasarkan urutan tanggal.

Berdasarkan kepada konsep di atas, diketahui bahwa di website Pemerintah Kota Magelang dan website Pemerintah Kabupaten Magelang telah memenuhi unsur ketersediaan informasi terkini yang juga telah terkini. Meskipun, dari penelitian ini ditemukan adanya informasi berjalan di website Pemerintah Kabupaten Magelang berisi informasi kompetisi kreasi dan inovasi tahun 2022. Artinya, informasi ini belum diperbarui mengingat pada saat penelitian ini dilakukan sudah berada di tahun 2023. Hal tersebut terdapat pada fitur “Magelang Terkini” untuk website Pemerintah Kota Magelang, dan fitur “Berita Utama” untuk website Pemerintah Kabupaten Magelang.

Adanya kelengkapan foto pada setiap informasi yang dibagikan di kedua website tersebut juga terpenuhi. Namun untuk ketersediaan video dan audio sejauh penelitian ini dilakukan masih belum tersedia.

Dalam riset yang dilakukan oleh Azhari (2017) disebutkan pula bahwa website dalam konteks *conservation of visitors* ini juga berorientasi untuk dapat menarik kembali minat khalayak untuk kembali mengunjungi suatu website. Hal ini dapat diterjemahkan dengan memberikan ketersediaan berupa informasi yang populer, tidak ada *pop-up window*, website yang menginspirasi pengguna untuk membuat kunjungan berulang.

Gambar 5. Radio Gemilang



Sumber: Website Pemerintah Kota
Magelang

Pada penelitian ini, terdapat hal yang menarik pada website Pemerintah Kabupaten Magelang berupa adanya link yang menghubungkan pengunjung kepada saluran radio yang dikelola oleh Kabupaten Magelang yaitu Radio Gemilang. Dengan menekan tombol atau link tersebut, maka melalui website para pengunjung sudah dapat terhubung dapat sekaligus mendengarkan informasi ataupun hiburan yang disiarkan melalui saluran radio tersebut. Hal ini tentu dapat menunjang kualitas website Pemerintah Kabupaten Magelang untuk tetap betah berada dalam situs web tersebut dan hal ini sejalan dengan prinsip pada teori komunikasi dialogis pada unsur *conservations of visitors*.

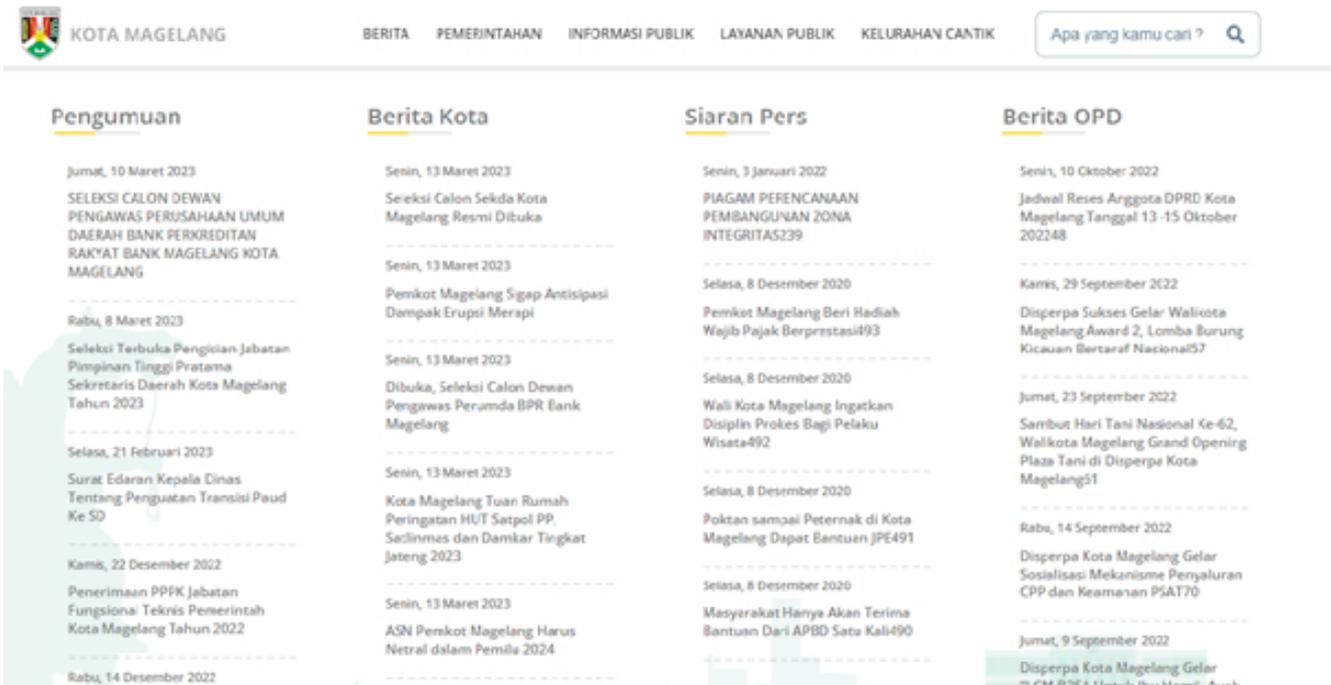
5. *Generations of returning visitors*.

Kent dan Taylor menyebutkan bahwa unsur kualitas website dapat juga dilihat dari bagaimana kelengkapan fitur yang menjadikan khalayak untuk melakukan kunjungan berulang pada suatu web. Kunjungan berulang menjadi salah satu indikator penting dalam analisis komunikasi dialogis. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan publik terhadap kualitas informasi yang terbuka dan mudah diakses menjadi hal yang bersifat magnetik dan dapat menarik kembali pengunjung untuk mendatangi suatu website. Dengan kata lain, kembalinya publik dalam mengunjungi suatu

website menjadi salah satu indikator bahwa kualitas keterbukaan informasi pada sebuah website dapat memenuhi kebutuhan publik akan informasi yang tengah dicarinya. Pada unsur ini, dijelaskan bahwa sebuah website dapat dikatakan telah menjadi sarana dialogis organisasi ketika setidaknya memenuhi unsur berupa FAQ, informasi terkini, informasi yang dapat didownload (PDF,dll), serta kalender agenda (Azhari, 2017).

Pada penelitian ini diketahui bahwa pada website Pemerintah Kota Magelang telah menampilkan info berita yang tersistematis berdasarkan pengelompokkan sumber informasi seperti informasi seputar OPD Kota Magelang, Siaran Pers, Berita Kota, dan Pengumuman secara umum.

Gambar 6. Fitur daftar informasi berkala dan daftar informasi setiap saat



Sumber: Website Pemerintah Kota Magelang

Hal ini tentu memudahkan dan dapat menarik minat pengunjung ketika membutuhkan informasi seputar siaran pers yang langsung tersedia pada link khusus tanpa perlu memilih dan memilah secara manual. Tidak hanya bagi masyarakat umum, fitur tersebut juga memudahkan para awak media ketika membutuhkan informasi yang diperlukan untuk siaran berita. Sementara di website Pemerintah Kabupaten Magelang, terdapat fitur daftar informasi berkala dan daftar informasi setiap saat. Dengan adanya fitur ini, dapat menjawab pertanyaan masyarakat terkait informasi apa saja yang sifatnya berkala dan setiap saat. Hal ini tentu dapat meningkatkan

ketertarikan pengunjung untuk datang kembali mengunjungi website untuk terus mengetahui informasi setiap saat apa saja atau informasi berkala apa saja yang kemudian akan di-update oleh pihak Pemerintah Kabupaten Magelang.

Kesimpulan

Pemanfaatan website sebagai sarana komunikasi dialogis bagi Pemerintah Kota dan Kabupaten Magelang belum sepenuhnya terpenuhi terutama pada prinsip *dialogic loop dan return visits*. Padahal ini menjadi hal penting yang perlu dipenuhi oleh humas sebagai upaya dalam menciptakan website yang bersifat interaktif dan komunikasi dua arah serta dapat menjaga publik untuk tetap nyaman

berseluncur dalam website.

Kelima prinsip dalam komunikasi dialogis melalui website masih perlu diperbaiki oleh humas sebagai pengelola website Pemerintah baik Kota dan Kabupaten Magelang. Fitur-fitur yang sudah tersedia dalam website Pemerintah Kota dan Kabupaten Magelang juga masih harus ditingkatkan lagi baik dengan melengkapi fitur-fitur yang sudah ada maupun dengan terus melakukan evaluasi untuk memastikan fitur-fitur yang sudah ada bisa diakses dan diperbarui secara berkelanjutan.

Implikasi dari penelitian ini adalah menjadi refleksi dan referensi bagi praktisi humas dan pengamat humas pemerintah dalam menjalankan strategi PR *online* terutama dalam mengelola website. Peneliti juga menyarankan agar penelitian selanjutnya dapat menganalisis unit analisis yang lebih luas dan tidak hanya terbatas pada satu daerah sehingga dapat memberikan hasil komparasi yang lebih luas dan komprehensif.

Daftar Pustaka

- Afrilia, A. M., Rhizky, D. P., Putri, W. E., & Ratnasari, E. (2023). The digital competence of government public relations officer in Magelang City. *PROfesi Humas*, 7(2), 215-233.
- Agyemang, F.G., Boateng, H. and Dzandu, M.D. (2015), Dialogic communication on universities in Ghana libraries' websites. *The Electronic Library*, 33(4), 684-697. <https://doi.org/10.1108/EL-02-2014-0041>
- Alexander, D. M. (2016). What digital skills are required by future public relations practitioners and can the academy deliver them? *PRism*, 13(1), 1-13.
- Aprilia, W., & Suryadi. (2014). Efektivitas website sebagai media e-government dalam meningkatkan pelayanan elektronik pemerintah daerah (Studi pada website Pemerintah Daerah Kabupaten Jombang). Universitas Brawijaya
- Azhari, S. 2017. Evaluasi RP Online Badan Publik di Indonesia dalam Upaya Transparansi dan Akuntabilitas Informasi Kepada Publik. [Thesis]. Universitas Brawijaya
- Fandi, A. (2019). Evaluasi website Pemerintah Kabupaten Sleman. Universitas Gadjah Mada.
- Gant, J., & Turner-Lee, N. (2011, Maret 4). Government transparency: Six strategies for more open and participatory government. Knight Foundation. <https://knightfoundation.org/reports/government-transparency-six-strategies-more-open-a/>
- Guillory, J., & Sundar, S.S.(2008). Can interactivity in corporate websites influence public perceptions of organizations?. Conference paper International Communication Association.
- Holzschlag, M. E. (2001). Freedom in structure. *Web Techniques*, 6(7), 26-30.
- Huri, D. (2014). Penguasaan kosakata kedwibahasaan antara bahasa Sunda dan bahasa Indonesia PADA ANAK-ANAK (Sebuah analisis deskriptif-komparatif). *JUDIKA (JURNAL PENDIDIKAN UNSIKA)*, 2(1).
- Kelleher, T. (2007). Public relations online lasting concept for changing media. Sage

Publications

- Kriyantono, R. (2017). Teori-teori public relations perspektif barat & lokal: Aplikasi penelitian dan praktik. Kencana
- Kriyantono, R. (2019). Public relations activities of state universities based on excellence theory. *Avant Garde*, 7–(2), 154170.
- Kriyantono, R. (2021). Best practice humas (public relations) bisnis dan pemerintah. Prenada Media.
- Lattimore, D., Baskin, O., Heiman, S. T., & Toth, E. L. (2010). Public Relations profesi dan praktik. Salemba Humanika.
- Maulana, A. (2017, Mei 19). Ini yang harus diperhatikan praktisi humas di era keterbukaan informasi publik. LAYANAN INFORMASI PUBLIK UNIVERSITAS PADJADJARAN . <https://www.unpad.ac.id/2017/05/ini-yang-harus-diperhatikan-praktisi-humas-di-era-keterbukaan-informasi-publik/>
- Nirmalasari, A. (2020). Crisis management in public relations: Meta-synthesis analysis of online activism. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 24(2).
- Noor, M. U. (2019). Inisiasi masyarakat informasi di Indonesia melalui implementasi keterbukaan informasi publik: Satu dekade Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik. *Khizanah al-Hikmah Jurnal Ilmu Perpustakaan Informasi dan Kearsipan*.
- Permatasari, A.N., Soelistiyowati, E., Suastami, I.G.A.P.P., Johan, R.A. (2021). Digital public relations: Trend and required skills. *Jurnal A S P I K O M* , 6 (2) . <http://dx.doi.org/10.24329/aspikom.v6i2.836>
- Ratnasari, E., Rahmat, A., & Prastowo, F. A. A. (2018). Peran humas perguruan tinggi negeri badan hukum dalam implementasi kebijakan keterbukaan informasi. *PROfesi Humas*, 3(1), 21-38.
- Sugiyono. (2020). Metode penelitian kombinasi (Mixed methods). ALFABETA.
- Wahanu., & Prasetyo. (2013). *Vox Pers Vox Partai*. [Online] tersedia di https://jdih.bappenas.go.id/artikel/countviewer/Aspek_Hukum_logo_pemerintah1.pdf

