

IMPLEMENTASI E-GOVERNMENT PUBLIC RELATIONS SEBAGAI PENINGKATAN PELAYANAN INFORMASI PUBLIK, DILINGKUNGAN PEMERINTAH DAERAH DI JAWA TIMUR DAN NUSA TENGGARA BARAT

E-GOVERNMENT PUBLIC RELATIONS IMPLEMENTATION AS IMPROVING PUBLIC INFORMATION SERVICES, IN THE REGIONAL GOVERNMENT ENVIRONMENT IN EAST JAVA AND NUSA TENGGARA BARAT

Trisnani

Balai Pengembangan SDM Penelitian Komunikasi dan Informatika Surabaya

Jl. Raya Ketajen No. 36, Gedangan, Sidoarjo, Indonesia

tris010@kominfo.go.id

Diterima : 16 Agustus 2018 | Direvisi : 27 September 2018 | Disetujui : 20 November 2018

Abstract

Survey of e-Government Public Relations (e-GPR) implementation as an Enhancement of Information Public Services in Regional Government, was held in April 2018. Using survey methods with a quantitative descriptive approach, the Based on an ideal that, public services should use integrated channels to makes people easier to find information. The problem is; how far the level of understanding of the Aparatur Sipil Negara (ASN) toward public information services online? How the process of using social media as an enhancement in the role of public services? And how large the use of Instant Messaging for public information services? and how the attitude of ASN of Public Relations towards the application of network integration used for the communication process between the central and regional governments? As a result, most ASN understand the information public services online, ASN mostly use social media, social media accounts that are often used for information public services is facebook. ASN mostly use Instant Messaging, applications that are often used for information public services is whatsapp, information needed by job information communities. The attitude of ASN towards the implementation of network integration is largely positive. This study show positive results because ASN of Public relations have a good understanding, tendencies and supportive behavior to use ICT and social media as well as the application of network integration. Thus ASN supports network integration.

Keywords : *Implementations of E-Government, Public Relations, information Public Services, Regional Government*

Abstrak

Survei Implementasi E-Government Public Relations Sebagai Peningkatan Pelayanan informasi Publik, Dilingkungan Pemerintah Daerah, telah dilaksanakan pada bulan april 2018. Menggunakan metode survei dengan pendekatan deskriptif kuantitatif, latar belakang penelitian ini, di era digital sudah seharusnya pelayanan publik menggunakan kanal-kanal yang terintegrasi untuk memudahkan masyarakat mencari informasi. Permasalahannya; Bagaimana pemahaman ASN terhadap pelayanan informasi publik secara *online*?. Bagaimana proses penggunaan media sosial sebagai peningkatan peran pelayanan informasi publik?. Seberapa besar penggunaan *Instant Messaging* untuk pelayanan informasi Publik? bagaimana sikap ASN *Public Relations* terhadap penerapan integrasi jaringan yang digunakan untuk proses komunikasi antara pemerintah pusat dan daerah? Hasilnya sebagian besar ASN memahami pelayanan informasi publik secara *online*, ASN secara individu sebagian besar menggunakan media sosial, akun media sosial yang sering digunakan untuk pelayanan informasi publik *facebook*.ASN sebagian besar menggunakan *Instant Messaging*, aplikasi yang sering digunakan untuk pelayanan publik *WhatsApp*, informasi yang dibutuhkan masyarakat informasi pekerjaan. Sikap ASN terhadap penerapan integrasi jaringan sebagian besar sangat setuju. Hasil penelitian ini, termasuk kategori positif, karena ASN *Public relations* memiliki Pemahaman yang baik, kecenderungan dan perilaku setuju menggunakan TIK dan Media sosial serta penerapan integrasi jaringan. Dengan demikian ASN mendukung terhadap integrasi jaringan.

Kata Kunci : Implementasi e-Government, Public Relations, Pelayanan Informasi Publik, Pemerintah Daerah.

PENDAHULUAN

Implementasi *Government Public Relations* (GPR) merupakan program prioritas untuk memastikan masyarakat mengetahui apa yang dilakukan pemerintah untuk berpartisipasi dalam penggunaan teknologi informasi dan komunikasi, untuk memberikan pelayanan publik, supaya masyarakat semakin pintar dan cerdas didalam mencerna informasi dari pemerintah. Pelayanan informasi dilaksanakan sesuai dengan Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik. Caranya, menyampaikan data dan informasi terkait dengan pelaksanaan tugas dan fungsi Menteri Komunikasi dan Informatika secara berkala. Lalu, menyebarluaskan kepada publik terkait kebijakan dan program pemerintah. lintas sektoral dan lintas daerah kepada publik secara cepat, tepat dan baik serta obyektif, dan berkualitas melalui berbagai saluran komunikasi kepada masyarakat berwawasan nasional, dan mudah dimengerti.

Implementasi e-Government Public Relations adalah pengelolaan informasi dan komunikasi yang berkelanjutan untuk memperoleh pemahaman dan dukungan publik terhadap Program dan Kebijakan Pemerintah. Melalui penggunaan teknologi informasi dan komunikasi oleh pemerintah untuk memberikan informasi dan layanan kepada publik, bagaimana pemerintah menerapkan teknologi informasi dan komunikasi untuk layanan kepada masyarakat. Sesuai dengan undang-undang keterbukaan informasi publik no 14 tahun 2008. "Publik berhak mengetahui informasi, karena Informasi merupakan kebutuhan pokok setiap orang untuk pengembangan pribadi dan lingkungan sosialnya serta merupakan bagian penting bagi ketahanan nasional".

Dengan penggunaan teknologi informasi tujuannya adalah untuk meningkatkan pelayanan informasi kepada publik. Menurut Henhri Subiyakto ketika seminar proposal (3 April 2018) di aula BPSDMP kominfo Surabaya. "Teknologi informasi saat ini merupakan tuntutan yang harus dilakukan oleh *public relations* untuk meningkatkan pelayanan publik, jika pada tahun 2009, media massa menjadi sumber kekuatan informasi dan komunikasi yang paling utama, tetapi di era sekarang ini sudah era digital. Terjadi pergeseran bahwa media sosial menggeser media massa, cara orang berkomunikasi arahnya ke arah digital, cara orang mendapatkan informasi dari *government public relations* pun mengarah ke era digital" sekarang ada *trending* topik opini itu dibentuk tidak hanya oleh televisi, media cetak, radio, tetapi komunikasi namanya *oning communication* (komunikasi langsung). berbicara *public relations* pemerintah itu sendiri di era digital ini berubah menjadi *sharing communication*

Kampanye *public relations* akan menjadi kuat kalau melibatkan publik, *sharing communication*. Kebetulan IKP kominfo pusat punya akun *indonesiabaik.id* merupakan salah satu kanal yang disediakan oleh Kementerian Kominfo untuk menyampaikan informasi tentang ragam program pemerintah dengan kemasan yang lebih menarik. Terdapat empat pilar konten, konten itu tentang Indonesia, Informasi dan Idukasi Pelayanan Publik, Info Terkini dan Pembangunan Indonesia. Situs itu dirancang sebagai repository konten digital dengan sasaran generasi muda usia 20-34 tahun dan kalangan digital native.

Indonesia baik.id mulai diperkenalkan pada 6 Juni 2017 dengan tujuan sebagai salah satu *content creator* serta media jejaring konten positif untuk mengcounter hoax di Indonesia. PBB memberikan predikat Winner kepada Kemkominfo.

Kominfo pusat saat ini melakukan integrasi kanal, kanal-kanal yang dimiliki pemerintah pusat, harus di integrasi kanal-kanal pemerintah daerah, website harus di adopsi, dan diikuti. Akun-akun WA group, dengan pemerintah daerah disitu untuk melakukan koordinasi dalam kontak *government public relations* di dunia maya. Kalau koordinasi orang masa lalu, harus ketemu ada surat menyurat, saat ini di WhatsApp group saling follow program-program sudah bisa mengetahui informasi

Salah satu yang menjadi fasilitas koordinasi adalah kanal-kanal horisontal jadi satu dengan integrasi kanal-kanal pemerintah daerah. apabila informasi semua diser di media digital maka masyarakat akan memiliki informasi yang cukup, integrasi kanal-kanal itu ada di kabupaten/kota diwebnya kominfo kemudian akun *facebooknya* kominfo, akun *twitternya* kominfo, *instagramnya* kominfo itu di follow oleh akunya wilayah-wilayah sehingga kalau ada kasus di ketik disitu, ada masalah diketik disitu, ada berita diketik disitu, sehingga daerah tidak usah mencari informasi kemana-mana tinggal buka saja di *wa group*, jadi mereka tau apa yang sudah dibahas di kominfo pusat, dan mereka ketemu dengan orang bisa menjelaskan karena membaca informasi dari situs.

Peran *Public Relations* (PR) dewasa ini lebih meningkatkan adanya komunikasi ke arah digital, penggunaan media sosial sangat diharapkan, berbeda dengan *public relations* dimasa lampau namanya *oning communication* saat ini harus merubah *mendset* (pola pikir) kita *Public Relations* harus siap bekerja menghadapi dunia maya karena pola komunikasi mengharuskan kita kearah digital, penggunaan akun-akun seperti facebook, twitter, instagram, BBM, linkedin dan lainnya untuk me follow informasi yang dibutuhkan masyarakat, hal ini sudah harus dilakukan

sekarang supaya masyarakat tidak ketinggalan informasi dan masyarakat memiliki informasi yang cukup.

Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam sistem informasi di pemerintahan seperti media sosial memiliki berbagai aplikasi merupakan salah satu media dimana para penggunanya dapat mencari informasi, saling berkomunikasi dan menjalin pertemanan secara *online* dll. Diketahui akun media sosial yakni *facebook twitter, line, BBM, whatsapp, instagram, path, ask. fm, linkedin, snapchat* dan media sosial yang lain.

Hemawan (2009) menyatakan bahwa dalam penggunaan media sosial juga dapat dengan mudah menciptakan suatu forum dimana individu satu dengan yang lain dapat saling berkomunikasi dan bertukar pikiran satu sama lain. Dalam hal ini akan sangat mudah membuat individu berkomunikasi dan komentar tentang berbagai topik maupun kasus yang dibahas oleh individu lain. Individu juga dapat membangun asumsi, emosi dan kepercayaan melalui komentar maupun sudut pandang maupun pemikiran individu lain dalam media sosial, hal ini memungkinkan kita dapat secara reatif berkomentar maupun berkesimpulan.

Teknologi Informasi saat ini merupakan tuntutan yang harus dilakukan oleh public relations untuk meningkatkan pelayanan publik, jika pada tahun 2009 media massa menjadi sumber kekuatan informasi dan komunikasi yang paling utama, tetapi tahun 2018 sekarang ini sudah era digital. Terjadi pergeseran bahwa media sosial menggeser media massa, anak-anak muda disentuh oleh media sosial. sedangkan orang tua juga tidak mau ketinggalan dengan anak muda, itulah kultur komunikasi kita yang sudah berubah semoga membawa dampak yang positif bagi kehidupan di masyarakat.

Adapun rumusan masalahnya adalah bagaimana pemahaman ASN terhadap pelayanan informasi publik secara online? Bagaimana proses penggunaan media sosial sebagai peningkatan peran pelayanan publik oleh *Public Relations* pemerintah daerah Kabupaten/kota di Jawa Timur dan Nusa Tenggara Barat? Serta seberapa besar penggunaan Penggunaan Instant Messaging Untuk pelayanan informasi Publik? Kemudian bagaimana sikap ASN *Public Relations* terhadap penerapan integrasi jaringan yang digunakan untuk proses komunikasi antara pemerintah pusat dan daerah?

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui proses penggunaan media sosial sebagai peningkatan peran pelayanan publik oleh *Public Relations* pemerintah daerah Kabupaten/kota di Jawa Timur dan Nusa Tenggara Barat 2). Untuk mengetahui seberapa besar penggunaan media sosial untuk pelayanan

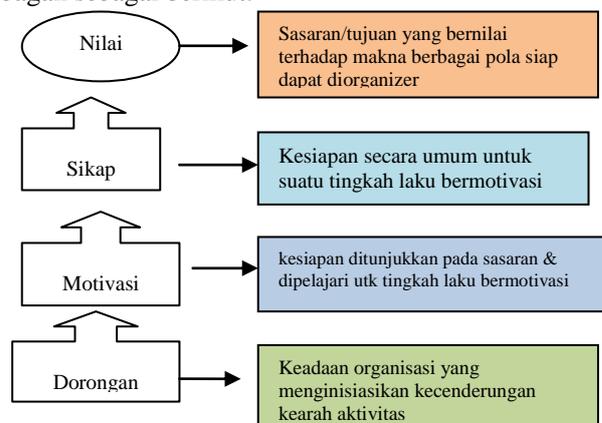
publik . 3). Untuk mengetahui sikap ASN *Public Relations* terhadap penerapan integrasi Jaringan untuk Proses komunikasi antara pemerintah pusat dan daerah

Manfaat penelitian secara teoritis, hasil penelitian data dan informasi untuk bahan Pengambilan kebijakan kementerian komunikasi dan informatika di bidang penggunaan media sosial untuk penyebaran informasi sesuai dengan Intruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 tentang pengelolaan komunikasi publik. Secara praktis, hasil penelitian data dan informasi sebagai masukan Public Relations (humas) pemerintah daerah dalam menentukan kebijakan pelayanan publik dalam pelayanan informasi di era digital.

Lingkup penelitian pada kegiatan ini berfokus pada sikap ASN terhadap penerapan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yang berfokus pada Integrasi jaringan serta penggunaan akun media sosial oleh *Public Relations* pemerintah daerah serta melihat kebutuhan informasi pada masyarakat.

Tinjauan Pustaka

Pengertian Sikap merupakan konsepsi yang bersifat abstrak tentang pemahaman perilaku manusia. Seseorang akan lebih mudah memahami perilaku orang lain apabila terlebih dahulu mengetahui sikap atau latar belakang terbentuknya sikap pada orang tersebut. Perubahan sikap yang sedang berlangsung merupakan perubahan sistem dari penilaian positif ke negatif atau sebaliknya, merasakan emosi dan sikap setuju atau tidak setuju terhadap objek. Objek sikap itu sendiri terdiri dari pengetahuan, penilaian, perasaan dan perubahan sikap. Newcomb dalam Mar'at (2000:11) mengemukakan bahwa sikap merupakan suatu kesatuan kognitif, afektif dan konasi yang mempunyai valensi dan akhirnya berintegrasi ke dalam pola yang lebih luas. Hal ini dapat dilihat pada bagan sebagai berikut:



Gambar 1. Hubungan antara nilai, sikap, motivasi dan dorongan (2000: 11)

Berdasarkan bagan tersebut dapat disimpulkan bahwa sikap belum merupakan suatu tindakan atau

aktivitas tetapi berupa kecenderungan tingkah laku. Sikap bukan perilaku tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu terhadap objek sikap. Ahmadi(2003:40) mengemukakan bahwa penggunaan kata sikap harus diikuti dengan kata “terhadap” atau “pada” objek sikap, sehingga apabila ada orang yang berkata “sikap positif” ia harus mempertanyakan sikap terhadap apa atau siapa?

Menurut Sarwono (2009:201) sikap (*attitude*) adalah istilah yang mencerminkan rasa senang, tidak senang, atau perasaan biasa-biasa saja (*netral*) dari seseorang terhadap sesuatu. Sesuatu itu bisa benda, kejadian, situasi, orang-orang atau kelompok, kalau yang timbul terhadap sesuatu itu adalah perasaan senang, maka disebut sikap positif. Sedangkan perasaan tidak senang disebut sikap negatif. Kalau tidak timbul perasaan apa-apa berarti sikapnya netral. Sikap menurut Djaali (2008:114) adalah kecenderungan untuk bertindak berkenaan dengan objek tertentu.

Sikap adalah cara menempatkan atau membawa diri, atau cara merasakan, jalan

pikiran, dan perilaku. Lebih lanjut konsep tentang sikap atau dalam bahasa Inggris disebut *attitude* adalah suatu cara bereaksi terhadap suatu perangsang. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Harsono (2000:141) bahwa sikap merupakan suatu kecenderungan untuk bereaksi dengan cara tertentu terhadap sesuatu perangsang atau situasi yang akan dihadapi. *Free online dictionary* (www.thefreedictionary.com) mencantumkan sikap sebagai *“A complex mental state involving beliefs and feelings and values and dispositions to act in certain ways.”* Sikap adalah kondisi mental yang kompleks yang melibatkan keyakinan dan perasaan, serta disposisi untuk bertindak dengan cara tertentu.

W.J Thomas dalam Ahmadi (2003:67) memberikan batasan sikap sebagai tindakan kecenderungan yang bersifat positif maupun negatif yang berhubungan dengan objek psikologi. Objek psikologi di sini meliputi: simbol, kata-kata, slogan, orang, lembaga, ide dan sebagainya. Menurut Sarnoff dalam Sarwono (2009:205) mengidentifikasi sikap sebagai kesediaan untuk bereaksi (*disposition to react*) secara positif (*favorably*) yaitu sikap dalam bentuk tindakan baik atau secara negatif (*unfavorably*) yaitu sikap buruk yang tercermin terhadap objek-objek tertentu.

Krech dan R.S Crutchfield dalam Sarwono (2009:209) berpendapat bahwa sikap sebagai organisasi yang bersifat menetap dari proses motivasional, emosional, perseptual dan kognitif mengenai aspek dunia individu. La Pierre dalam Azwar (2003:189) mendefinisikan sikap sebagai suatu pola perilaku, tendensi atau kesiapan antisipatif,

predisposisi untuk menyesuaikan diri dalam situasi sosial, atau secara sederhana, sikap adalah respon terhadap stimulasi sosial yang telah terkondisikan. Sedangkan menurut Soetarno (2004: 148), sikap adalah pandangan atau perasaan yang disertai kecenderungan untuk bertindak terhadap obyek tertentu. Sikap senantiasa diarahkan kepada sesuatu artinya tidak ada sikap tanpa objek. Sikap diarahkan kepada benda-benda, orang, peristiwa, pandangan, lembaga, norma dan lain-lain.

Skala mengukur sikap hanya digunakan untuk mengukur sikap, perkembangan ilmu sosiologi dan psikologi yang banyak menggunakan ini untuk khusus mengukur sikap. Beberapa skala sikap yang dapat digunakan untuk penelitian administrasi, pendidikan dan social antara lain :

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena atau gejala sosial yang terjadi. Hal ini sudah spesifik dijelaskann oleh peneliti. Yang selanjutnya disebut sebagai *variable* penelitian. Kemudian dijabarkan melalui dimensi-dimensi menjadi sub-variabel, kemudian menjadi *indicator* yang dapat dijadikan tolak ukur untuk menyusun item-item pertanyaan atau pernyataan yang berhubungan dengan variabel penelitian (Iskandar, 2009:83). Pernyataan tadi kemudian direspon dalam bentuk skala likert, yang diungkapkan melalui kata-kata misalnya : setuju, sangat setuju, netral/tidak pasti, tidak setuju, sangat tidak setuju.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode survei, data dan informasi dikumpulkan dari responden menggunakan kuesioner. Penelitian dibatasi pada penelitian yang datanya dari sampel untuk mewakili seluruh populasi Singarimbun dalam (Trisnani, 2015).

Teknik Pengumpulan data dilakukan di kantor-kantor *public relations* (Humas) Pemerintah daerah kabupaten/kota di propinsi Jawa Timur dan Nusa Tenggara Barat.

Penentuan Jumlah sampel total dapat dihitung dengan menggunakan ukuran sampel secara proposif setiap instansi yang terpilih diambil 20 Aparatur Sipil Negara (ASN) publik relations, sebagai sampel penelitian adalah 11 insetansi. Jadi jumlah sampel sebanyak $20 \times 11 \text{ total} = 220$ responden. Sedangkan karakteristik responden adalah ASN *public relations* usia 20-64 tahun.

Tabel 1. Penyebaran Kuesioner di Dinas Kominfo Kabupaten kota di Jawa Timur dan NTB

No	Nama Kabupaten/Kota	ASN Humas/Responden
1	Lombok Tengah	20 Responden
2	Bima	20 Responden
3	Kab. Bojonegoro	20 Responden
4	Kota Blitar	20 Responden

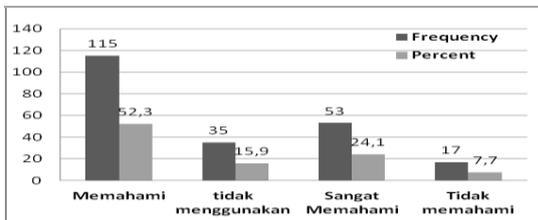
5	Kab, Banyuwangi	20 Responden
6	Kota Malang	20 Responden
7	Kab, Kediri	20 Responden
8	Kota Surabaya	20 Responden
9	Kota Mataram	20 Responden
10	Kab, Bangkalan	20 Responden
11	ibawa Besar	20 Responden
Total		120 Responden

Disamping mencari data primer juga mencari data sekunder, Teknik pengumpulan data kualitatif ditentukan secara propogive yang dilakukan kepada pimpinan dan atau yang mewakili dari kantor pelayanan publik pemerintah daerah kabupaten/kota di Jawa Timur dan Nusa Tenggara Barat Adapun cara yang digunakan untuk mengumpulkan data meliputi: 1). Wawancara mendalam yang bersifat terbuka untuk menggali data kualitatif dari pejabat humas sebagai pelayan publik berbasis digital. 2). Catatan harian dan data tertulis baik yang tercatat dalam buku atau yang tersimpan dalam website, akun-akun kantor.

Metode analisis data yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini adalah analisis statistika. Analisis Statistika baik itu berupa deskriptif berupa tabel-tabel dan gambar yang menampilkan informasi mengenai implementasi e-digital public relations pemerintah daerah kabupaten/kota di Jawa Timur dan Nusa Tenggara Barat

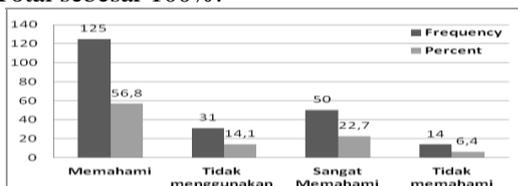
HASIL PENELITIAN

Pemahaman ASN Public Relations (PR) terhadap Pelayanan Informasi Publik secara online.



Grafik 1. Pemahaman ASN Public Relations (PR) terhadap Pelayanan Publik secara Online

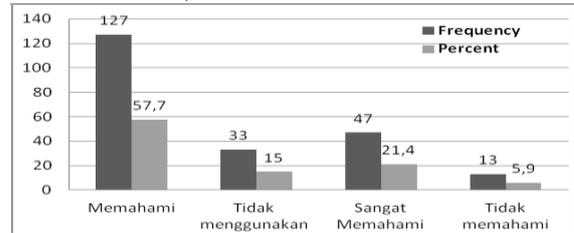
Melihat grafik 1. Pemahaman ASN Public Relations (PR) Terhadap aturan permohonan informasi publik secara *online*, yang menyatakan memahami sebesar, 52,3 %. Tidak menggunakan 15 %. Sangat memahami 24,1 %. Tidak memahami 7,7 %. Total sebesar 100%.



Grafik 2. Pemahaman ASN Public Relations (PR) terhadap Kebutuhan Informasi Publik secara online

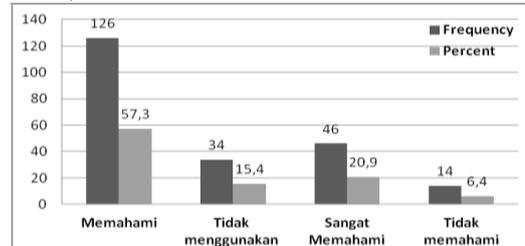
Melihat grafik 2 pemahaman ASN public relations (PR) terhadap pelayanan informasi publik, berpedoman dengan standar operasional prosedur

(SOP), yang menyatakan memahami sebesar, 56,8 %. Tidak menggunakan 14,1 %. Sangat memahami sebesar, 22,7 %. Tidak memahami sebesar, 6,4 %. Total sebesar 100,0 %.



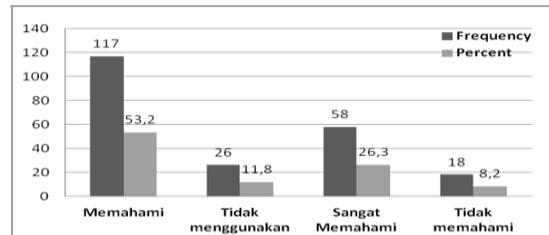
Grafik 3. Pemahaman ASN Public Relations (PR) terhadap Persyaratan Permohonan Informasi Publik

Melihat grafik 4. Pemahaman ASN Public relations (PR) terhadap apa-saja yang menjadi persyaratan permohonan informasi publik, yang menyatakan memahami sebesar, 57,7 %. Tidak menggunakan sebesar, 15, 0 %. Sangat memahami sebesar, 21,4 %. Tidak Memahami 5,9 %. Total sebesar 100,0 %.



Grafik 5. Pemahaman ASN Public Relations (PR) terhadap Pelatihan Pelayanan Informasi Publik secara Online

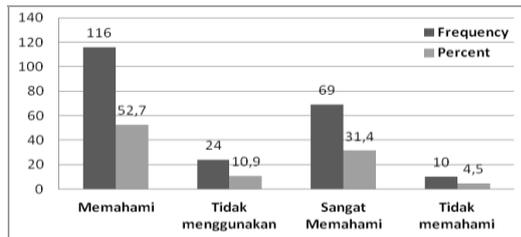
Melihat grafik 5. Pemahaman ASN Public relations (PR) ketika mendapatkan pelatihan tentang pelayanan informasi publik secara online, responden yang menyatakan memahami sebesar, 57,3 %. Tidak menggunakan sebesar 15,4%. Responden yang menyatakan sangat memahami sebesar 20,9 %. Responden yang menyatakan tidak memahami sebesar 6,4 %.total sebesar 100,0 %



Grafik 6. Pemahaman ASN Public Relations (PR) terhadap Pengoperasionalan Sistem TIK untuk Pelayanan Informasi Publik secara Online

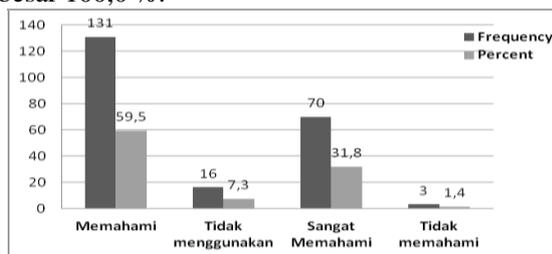
Melihat grafik 6 Pemahaman dan Kemampuan ASN (PR) terhadap pengoperasionalkan sistem TIK untuk pelayanan informasi publik secara *online*, Responden yang menyatakan memahami sebesar, 53,2 %. Responden yang menyatakan tidak menggunakan 11,8 %. Responden yang menyatakan sangat memahami sebesar 26,3 %. Responden yang

menyatakan tidak memahami sebesar 8,2 %. Sangat tidak memahami hanya, 0,5 %. total sebesar 100,0 %.



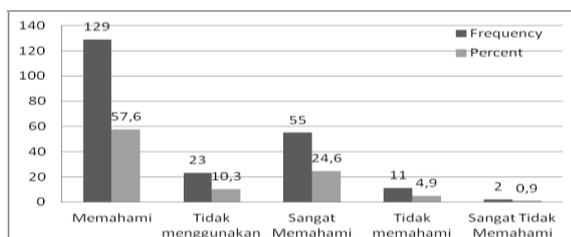
Grafik 7. Pemahaman ASN Public Relations (PR) terhadap Pengoperasian Komputer dengan baik untuk Pelayanan Informasi Publik

Melihat grafik 7. Pemahaman dan Kemampuan ASN Public relations (PR) terhadap mengoperasikan Komputer dengan baik untuk pelayanan informasi publik, responden yang menyatakan memahami sebesar, 52,7 %. Tidak menggunakan 10,9 %. Responden yang menyatakan sangat memahami sebesar 31,4 %. Responden yang menyatakan tidak memahami sebesar 4,5 %. total sebesar 100,0 %.



Grafik 8. Pemahaman Kemampuan ASN PR terkait Media Sosial dan Penggunaan Akun-akun Media Sosial

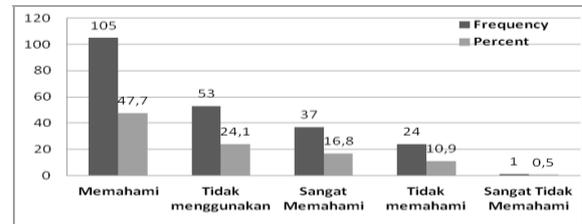
Melihat grafik 8. Pemahaman dan Kemampuan ASN PR terkait media sosial dan penggunaan akun-akun media sosial, Responden yang menyatakan memahami sebesar, 59,5 %. Responden yang menyatakan tidak menggunakan sebesar 7,3 %. Responden yang menyatakan sangat memahami sebesar 31,8 %. Responden yang menyatakan tidak memahami sebesar 1,4 %. total sebesar 100,0 %



Grafik 9. Pemahaman ASN PR terkait Aplikasi Media Sosial untuk Pelayanan Informasi Publik

Melihat grafik 9. Pemahaman ASN Public relations (PR) terkait aplikasi media sosial, dalam pelayanan informasi publik baik secara individu, maupun kelompok. Responden yang menyatakan memahami sebesar, 57,6 %. Responden yang menyatakan tidak menggunakan sebesar 10,3 %.

Responden yang menyatakan sangat memahami sebesar 24,6 %. Responden yang menyatakan tidak memahami sebesar 4,9 %. Responden yang sangat tidak memahami 0,9 %. Total sebesar 100,0 %.

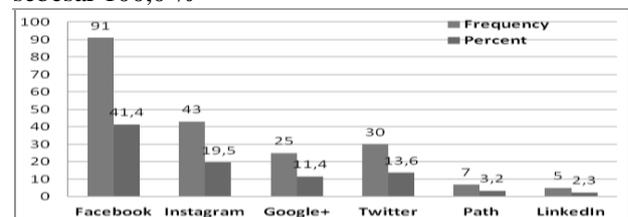


Grafik 10. Pemahaman ASN PR terkait jaringan yang terintegrasi untuk koordinasi antara kominfo pusat dan daerah

Melihat grafik 10. Pemahaman ASN PR terkait jaringan yang terintegrasi untuk koordinasi antara kominfo pusat dan daerah, Responden yang menyatakan memahami sebesar, 47,7 %. Responden yang tidak menggunakan sebesar 24,1 %. Responden yang menyatakan sangat memahami sebesar 16,8 %. Responden yang menyatakan tidak memahami sebesar 10,9 %. Responden yang sangat tidak memahami hanya, 0,5 %. Total sebesar 100,0 %.

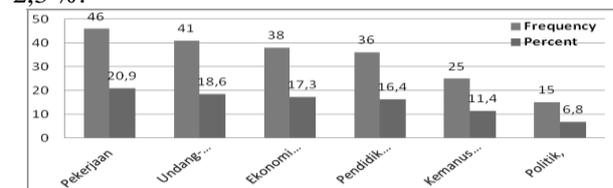
Penggunaan Media Sosial untuk Pelayanan Publik

Penggunaan media sosial untuk pelayanan publik, yang menggunakan sebesar, 91,4 %. Tidak menggunakan media sosial sebesar, 8,6 %. Total sebesar 100,0 %



Grafik 11. Akun media sosial yang digunakan Public Relations untuk pelayanan publik

Melihat grafik 11. Akun media sosial yang digunakan Public Relations untuk pelayanan publik, Responden yang menyatakan Facebook sebesar, 41,4 %. Responden yang menyatakan Instagram sebesar, 19,5 %. Responden yang menyatakan Google+ sebesar, 11,4 %. Responden yang menyatakan Twitter sebesar 13,6 %. Responden yang menyatakan Path sebesar, 3,2 %. Responden yang menyatakan LinkedIn hanya 2,3 %.



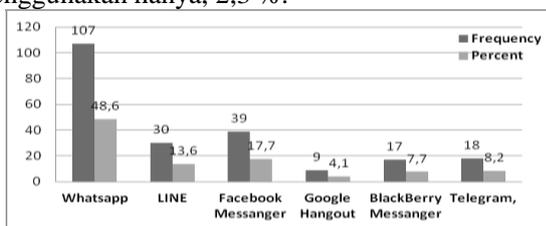
Grafik 12. Layanan informasi yang dibutuhkan masyarakat di media sosial

Melihat grafik 12. Layanan informasi yang dibutuhkan masyarakat di media sosial Responden yang menyatakan informasi Pekerjaan sebesar, 20,9

%. Responden yang menyatakan Undang-undang terkait informasi sebesar 18,6 %. Responden yang menyatakan Ekonomi/Bisnis/Perdagangan sebesar, 17,3 %. Responden yang menyatakan Pendidikan sebesar, 16,4 %. Responden yang menyatakan informasi Kemanusiaan sebesar, 11,4 %. Responden yang menyatakan informasi Politik hanya 6,8 %. Responden yang menyatakan tidak menggunakan media sosial sebesar, 8,6 %. Total sebesar 100,0 %.

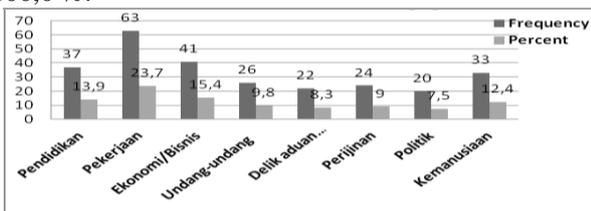
Penggunaan Instant Messaging untuk pelayanan Informasi Publik

Penggunaan Instant Messaging Dalam pelayanan Informasi publik. Responden yang menyatakan menggunakan sebesar, 97,7 %. Responden yang tidak menggunakan hanya, 2,3 %.



Grafik 14. Aplikasi Instant Messaging yang sering digunakan untuk pelayanan publik

Melihat grafik 14. Aplikasi Instant Messaging yang sering digunakan untuk pelayanan publik. Responden yang menyatakan Whatsapp sebesar 48,6 %. Responden yang menyatakan LINE sebesar, 13,6 %. Facebook Messenger sebesar, 17,7 %. Google Hangout sebesar, 4,1 % . BlackBerry Messenger sebesar, 7,7 %. Telegram sebesar, 8,2 % Total sebesar 100,0 %.

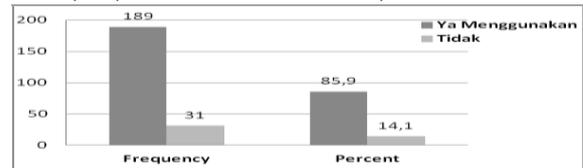


Grafik 15. Permohonan informasi dibutuhkan masyarakat melalui Instant Messaging

Melihat grafik 15. Permohonan informasi dibutuhkan masyarakat melalui Instant Messaging. Responden yang menyatakan informasi pendidikan sebesar, 13,9 %. informasi pekerjaan sebesar, 23,7 %. Informasi ekonomi/bisnis/perdagangan sebesar, 15,4 %. informasi Undang-undang terkait informasi dll sebesar, 9,8 %. Informasi Delik aduan /hukum sebesar, 8,3 %. informasi perijinan sebesar 9,0 %. Informasi politik sebesar, 7,5 %. Kemanusiaan 12,4 %. Total sebesar 100,0 %.

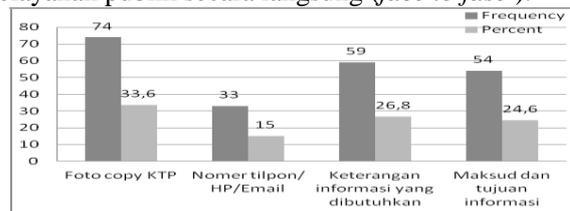
Melihat gambar 16. Pelayanan publik secara langsung/manual di instansi PR Pemerintah Daerah, Responden yang menyatakan ya masih menggunakan pelayanan secara langsung (*face to face*) sebesar, 85,9 %. Responden yang menyatakan tidak menggunakan

pelayanan publik secara langsung (*face to face*) sebesar, 14,1 %. Total sebesar 100,0 %.



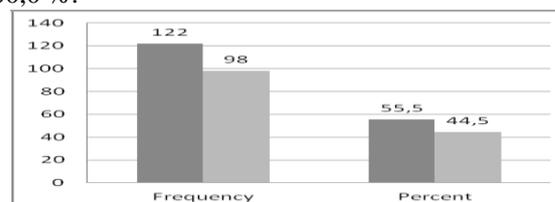
Grafik 16. Pelayanan publik secara langsung/manual di instansi PR Pemerintah Daerah

Melihat pada pernyataan responden bisa diasumsikan dalam hasil penelitian ini public relations di instansi pemerintah daerah di Jawa Timur dan Nusa Tenggara Barat meskipun dalam pelayanan publik secara online, sebagian besar masih menggunakan pelayanan publik secara langsung (*face to face*).



Grafik 17. Persyaratan untuk Permohonan Informasi

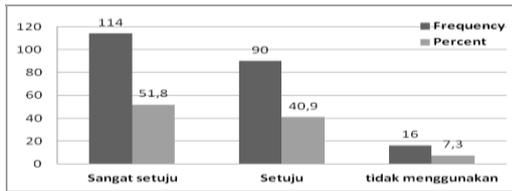
Melihat grafik 17. Persyaratan untuk permohonan informasi yang dibutuhkan masyarakat baik online maupun secara langsung (*face to face*). Responden yang menyatakan Foto copy KTP sebesar, 33,6 %. Nomer tilpon/ HP/Email sebesar 15,0 %. mencatumkan keterangan informasi yang dibutuhkan sebesar, 26,8 %. Responden yang menyatakan mencatumkan maksud dan tujuan informasi harus jelas penggunaannya sebesar, 24,6 %. Total sebesar 100,0 %.



Grafik 18. Jika informasi masuk dalam kategori informasi yang di kecualikan, apakah pemohon mendapat pelayanan informasi tersebut

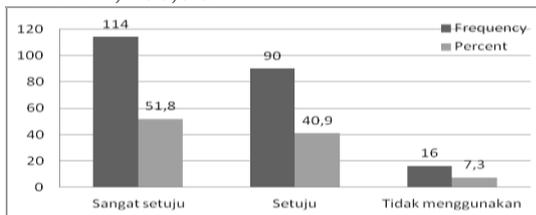
Melihat grafik 18. Jika informasi masuk dalam kategori informasi yang di kecualikan, apakah pemohon mendapat pelayanan informasi tersebut. Responden yang menyatakan mendapatkan informasi yang di mohon dengan persyaratan Undang-undang yang berlaku sebesar, 55,5 %. Responden yang menyatakan tidak mendapatkan pelayanan karena informasi masuk dalam kategori informasi yang di kecualikan, dan tidak boleh di publish sebesar, 44,5 %. Total 100,0 %.

Sikap ASN Public Relations Terhadap Penerapan Integrasi Jaringan Di Instansi Pusat dan Daerah



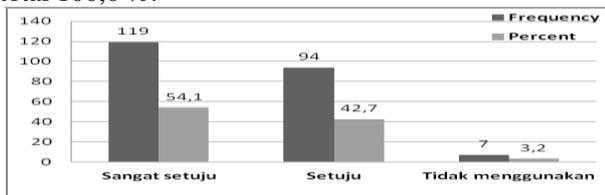
Grafik 19. Sikap Responden terhadap penerapan integrasi jaringan di instansi pusat dan daerah

Melihat grafik 19. Sikap Responden terhadap penerapan integrasi jaringan di instansi pusat dan daerah, Responden yang menyatakan Sangat setuju sebesar, 51,8 %. Responden yang menyatakan setuju sebesar 40,9 %. Tidak menggunakan sebesar, 7,3 %. Total sebesar, 100,0 %.



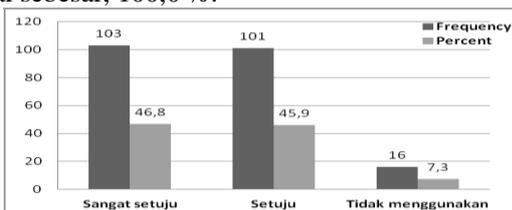
Grafik 20. Sikap responden terhadap Integrasi jaringan untuk memudahkan berbagi informasi (sharing communication) antara pemerintah pusat dan daerah

Melihat grafik 20. Sikap responden terhadap Integrasi jaringan untuk memudahkan berbagi informasi (*sharing communication*) antara pemerintah pusat dan daerah, Responden yang menyatakan, sangat setuju sebesar, 52,7 Responden yang menyatakan setuju sebesar, 44,6 %. Responden yang menyatakan tidak menggunakan sebesar 2,7 %. % total 100,0 %.



Grafik 21. Di era digital sharing communication sangat dibutuhkan

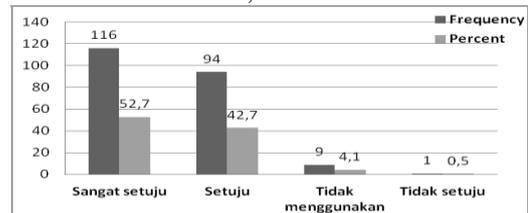
Melihat grafik 21. Di era digital *sharing communication* sangat dibutuhkan, Responden yang menyatakan sangat setuju sebesar, 54,1 %. Responden yang menyatakan setuju sebesar, 42,7 %. Responden yang menyatakan tidak menggunakan sebesar, 3,2 %. Total sebesar, 100,0 %.



Grafik 22. Tersedianya integrasi jaringan, public relations akan mudah memberikan pelayanan melalui e-digital

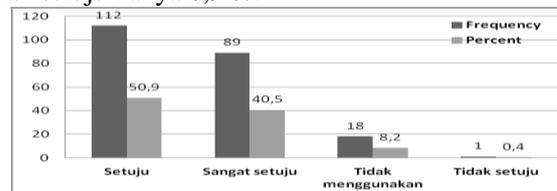
Melihat grafik 22. Tersedianya integrasi jaringan, *public relations* akan mudah memberikan pelayanan

melalui e-digital, Responden yang menyatakan sangat setuju sebesar, 46,8 %. Yang menyatakan setuju sebesar, 45,9%. Yang menyatakan tidak menggunakan 7,3 %. Total sebesar 100,0 %.



Grafik 23. Sharing communication akan mempermudah mengetahui permasalahan antara pusat dan daerah

Melihat grafik 23. *Sharing communication* akan mempermudah mengetahui permasalahan antara pusat dan daerah, responden yang menyatakan Responden yang menyatakan setuju sebesar, 46,8 %. Responden yang menyatakan sangat setuju sebesar, 44,6 %. netral sebesar, 7,7 %. Responden yang menyatakan tidak setuju hanya 0,9 %.



Grafik 24. Sharing communication untuk mempermudah menyamakan persepsi antara pemerintah pusat dengan daerah

Melihat grafik 24. Adanya *Sharing communication* untuk mempermudah menyamakan persepsi antara pemerintah pusat dengan daerah, Responden yang menyatakan tidak menggunakan sebesar, 8,2 %. Responden yang menyatakan setuju sebesar, 50,9 %. Responden yang menyatakan sangat setuju sebesar, 40,5 %. Yang menyatakan tidak setuju hanya 0,4 %. Total sebesar 100,0 %.

Pembahasan

Terkait hasil penelitian Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) sebagai peningkatan peran *public relations* dalam pelayanan informasi publik di era digital, ada empat aspek pembahasan.

Pemahaman ASN Public Relations terhadap penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK)

Pemahaman ASN Public Relations terhadap aturan permohonan informasi publik secara online, sebagian besar rata-rata memahami, yang menyatakan tidak memahami sebagian kecil saja. *ASN Public Relations* rata-rata juga memahami Terhadap kebutuhan informasi publik secara online, Yang menyatakan tidak memahami hanya sebagian kecil saja. *ASN Public Relations* sebagian besar rata-rata memahami terhadap pelayanan informasi publik berpedoman dengan standar operasional prosedur (SOP). Yang menyatakan tidak memahami sebagian

kecil saja. ASN *Public Relations* rata-rata sebagian besar memahami terhadap apa-saja yang menjadi persyaratan permohonan informasi publik, sebagian kecil saja yang tidak memahami. ASN *Public Relations* sebagian besar rata-rata memahami ketika mendapatkan pelatihan tentang pelayanan informasi publik secara online, sebagian kecil yang tidak memahami. ASN *Public Relations* sebagian besar rata-rata memahami terhadap pengoperasionalkan sistem TIK untuk pelayanan informasi publik secara online, sebagian kecil saja tidak memahami. ASN *Public Relations* sebagian besar rata-rata memahami terhadap mengoperasionalkan Komputer dengan baik untuk pelayanan informasi publik. Sebagian kecil menyatakan tidak memahami. ASN *Public Relations* rata-rata sebagian besar memahami dan mampu penggunaan akun-akun media sosial, sebagian kecil saja tidak memahami ASN *Public relations* (PR) terkait aplikasi media sosial, sebagian besar rata-rata memahami dalam pelayanan informasi publik baik secara individu, maupun kelompok. Sebagian kecil saja tidak memahami Pemahaman dan Kemampuan ASN (PR) dalam penggunaan akun-akun media sosial. Responden yang menyatakan sebagian besar rata-rata memahami dan sangat memahami. Responden yang menyatakan tidak menggunakan sebagian kecil saja dan tidak memahami sangat kecil. ASN *Public relations* (PR) terkait jaringan yang terintegrasi untuk koordinasi/proses komunikasi antara kominfo pusat dan daerah, rata-rata sebagian besar memahami, dan sebagian kecil saja tidak memahami.

Penggunaan Media Sosial

ASN *Public relations* (PR) terkait penggunaan media sosial untuk pelayanan publik, rata-rata sebagian besar menggunakan. Dan sebagian kecil saja tidak menggunakan.

ASN *Public relations* (PR) terkait akun media sosial yang digunakan untuk pelayanan publik, rata-rata sebagian besar menyatakan menggunakan dan yang sering digunakan adalah akun *facebook*. Sebagian kecil tidak menggunakan akun media sosial.

Pemerintah Kota Surabaya paling banyak vasilitas untuk pelayanan masyarakat melalui internet. Kabid IKP Sri Puri Suryandari mengatakan, “Inovasi yang sudah dilakukan layanan tanggap darurat call center 112. untuk keluhan masyarakat melalui media center, SSW (Surabaya Single Windows), BLC, e-kios, e-help. SSW digunakan untuk memudahkan masyarakat yang mau berinvestasi atau ingin mendaftarkan usaha dan sudah terkoneksi dengan Dukcapil, E-help digunakan untuk memudahkan masyarakat yang ingin berobat tanpa menunggu antrian lama.

ASN *Public relations* (PR) terkait Layanan informasi yang dibutuhkan masyarakat di media sosial, ASN menyatakan, hampir rata-rata sama hanya selisih sedikit saja antara informasi Pekerjaan, Undang-undang terkait informasi, informasi Ekonomi/Bisnis/Perdagangan. Informasi Pendidikan. Informasi Kemanusiaan informasi Politik. Sebagian kecil saja tidak menggunakan media sosial.

Layanan informasi yang sering dibutuhkan masyarakat di media sosial, ASN *Public Relations* menyatakan sebagian besar informasi Pekerjaan. Dan sebagian kecil informasi Politik.

Pelayanan publik secara langsung (*face to face*) di instansi Pemerintah Daerah, ASN *Public Relations* menyatakan sebagian besar masih menggunakan pelayanan secara langsung (*face to face*). Dan sebagian kecil saja tidak menggunakan pelayanan publik secara langsung. Sebagian besar masih menggunakan pelayanan publik secara langsung (*face to fase*) atau *offline*. Meskipun sudah menggunakan pelayanan publik secara *online*, namun belum bisa meninggalkan cara lama atau secara *offline*

Permohonan informasi yang di butuhkan masyarakat pelayanan Secara Langsung,, antara informasi satu dengan informasi lainnya hampir rata-rata sama hanya selisih sedikit saja seperti informasi Pekerjaan, Undang-undang terkait informasi. konomi/Bisnis/Perdagangan.Pendidikan. Informasi Kemanusiaan, kecuali informasi Politik yang selalu rendah.

Permohonan informasi yang sering di butuhkan masyarakat secara langsung, informasi pekerjaan. Selain pekerjaan menurut Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bangkalan Drs. Bambang Setyawan MM “*khususnya LSM berkaitan dengan program kegiatan OPD mulai dari RAB, DIPA hingga penggunaannya dan realisasi anggaran beserta bukti Surat Perjalanan (SPJ) nya.*”

Di Kota Blitar. hampir sama dengan kabupaten Bangkalan menurut Mujianto, S. Sos. M.Si, data-data yang diminta masyarakat “*data terkait dengan anggaran dan peraturan Perundang-undangan.*” Sedangkan Kasie Humas Dinas Kominfo Kab. Bima. Pak Suryadin mengatakan yang dibutuhkan masyarakat yakni; “*program-program pemerintah, LSM biasanya minta data APBD, serta data penerima bantuan pertanian*” Kasi e-government Dinas Kominfo Kabupaten Kediri Mohammad Sholeh menegaskan “*rata-rata masih seputar IT dan Pengaduan*”

Dan sebagian kecil informasi Politik. Kebutuhan informasi masyarakat yang diminta selalu terkait dengan pekerjaan, karena di jawa timur sendiri kondisi ketenagakerjaan pada february 2018, sebesar 21 juta orang bertambah sebanyak 67 ribu orang atau

3,85 Persen. Hal ini yang menyebabkan informasi lowongan pekerjaan jadi ramai di butuhkan masyarakat. sedangkan di Nusa Tenggara Barat Angkatan kerja pada Agustus 2017 sebanyak 2.396.169 orang. Penduduk bekerja di NTB pada Agustus 2016 sebanyak 2.316.720 orang. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Agustus 2017 sebesar 3,32 persen.

Penggunaan Instant Messaging untuk pelayanan informasi publik

Penggunaan Instant Messaging dalam pelayanan informasi masyarakat. ASN Public Relations sebagian besar menyatakan menggunakan. Dan sebagian kecil tidak menggunakan.

Aplikasi Instant Messaging yang sering digunakan untuk pelayanan publik, ASN *Public Relations* sebagian besar menggunakan aplikasi Whatsapp. Kedua aplikasi Facebook Messenger. Ketiga aplikasi LINE. keempat Google Hangout. Kelima telegram. keenam BlackBerry Messenger.

Permohonan informasi yang dibutuhkan masyarakat melalui Instant Messaging. Sebagian besar ASN Public Relations menyatakan informasi pekerjaan. Ke dua informasi ekonomi/bisnis/perdagangan. Ke tiga informasi pendidikan dan informasi lainnya rata-rata peringkatnya hampir sama seperti; Undang-undang terkait informasi, Informasi Delik aduan/hukum, informasi perijinan, informasi politik, informasi kemenusiaan.

Untuk permohonan informasi yang dibutuhkan masyarakat baik online/offline . Sebagian besar ASN Public Relations menyatakan pertama foto copy KTP. Kedua mencatumkan keterangan informasi yang dibutuhkan, ketiga mencatumkan maksud dan tujuan, serta informasi harus jelas penggunaanya, keempat mencatumkan Nomer tilpon/ HP/Email.

Jika informasi masuk dalam kategori infomasi yang di kecualikan, apakah pemohon mendapat pelayanan informasi tersebut. ASN Public Relations menyatakan sebagian besar mendapatkan informasi yang di mohon dengan persyatan Undang-undang yang berlaku. Kedua jika tidak mendapatkan pelayanan karena informasi masuk dalam kategori infomasi yang di kecualikan, dan tidak boleh di publish

Sikap ASN Public Relations Terhadap Penerapan Integrasi Jaringan Di Instansi Pusat Dan Daerah

Sikap ASN *Public Relations* terhadap penerapan integrasi jaringan di instansi pusat dan

daerah, sebagian besar rata-rata menyatakan sangat setuju , kedua menyatakan setuju. dan sebagian kecil menyatakan Netral

Sikap ASN *Public Relations* terhadap Integrasi jaringan untuk memudahkan berbagi informasi (*sharing communication*) antara pemerintah pusat dan daerah, sebagian besar Rata-rata sangat setuju. dan setuju, sebagian kecil netral.

Di era digital *sharing communication* sangat dibutuhkan, Sikap ASN *Public Relations* sebagian besar rata-rata sangat setuju dan setuju, sebagian kecil netral. Ini sesuai yang disampaikan oleh Sri Puri Suryandari Kabid IKP pemerintah kota Surabaya “*harus ada komunikasi yang terjalin dan jika ada keluhan bisa langsung komunikasi dengan pusat dan bisa langsung dibalas oleh pusat*”

Sharing Communication berbagai informasi melalui jaringan yang disediakan baik pemerintah pusat maupun daerah, ASN Public Relations sebagian besar sangat setuju dan setuju, sebagian kecil tidak menggunakan

Dengan tersedianya integrasi jaringan, *public relations* akan mudah memberikan pelayanan melalui e-digital, ASN Public Relations sebagian besar sangat setuju dan setuju, sebagian kecil tidak menggunakan.

Sharing communication akan mempermudah mengetahui informasi antara pemerintah pusat dan daerah, ASN *Public Relations* sebagian besar sangat setuju dan setuju, sebagian kecil tidak menggunakan. *Sharing communication* akan mempermudah mengetahui permasalahan antara pusat dan daerah, ASN *Public Relations* sebagian besar setuju dan sangat setuju, sebagian kecil tidak menggunakan .

Sharing communication menghilangkan ego sektoral antara pemerintah pusat dengan daerah. ASN *Public Relations* sebagian besar rata-rata setuju dan sangat setuju, sebagian kecil tidak setuju.

Jika kementerian kominfo memiliki jaringan yang terintegrasi antara kominfo pusat dan kominfo yang ada di daerah maka akan terjadi *sharing communicatin* dan kemungkinan akan menghilangkan ego sektoral antara pusat dan daerah.

Adanya *Sharing comunication* untuk mempermudah menyamakan persepsi antara pemerintah pusat dengan daerah, ASN *Public Relations* sebagian besar rata-rata setuju dan sangat setuju, sebagian kecil tidak setuju dan tidak menggunakan .

Di era digital sudah selayaknya dalam penyebaran informasi melalui aplikasi digital. ASN Public Relations sebagian besar rata-rata setuju dan sangat setuju, sebagian kecil tidak setuju.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa, penyebaran kuesioner sebanyak 220 dari ASN *public relations* di kantor kominfo pemerintah daerah di Jawa Timur dan Nusa Tenggara barat. Hasil penelitian pengguna TIK. menyebutkan; Laki-laki lebih dominan dibandingkan perempuan.

1. Pemahaman ASN *Public relations* secara individu Terhadap penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) untuk peningkatan pelayanan informasi publik yakni; a) membutuhkan informasi publik, b) pelayanan berpedoman dengan standar operasional prosedur (SOP), c) ketika mendapatkan pelatihan tentang informasi publik, d) informasi yang sering dibutuhkan masyarakat di media sosial, e) mengoperasionalkan Komputer dengan baik, f) penggunaan akun-akun media sosial, g) pelayanan informasi publik baik secara individu, maupun kelompok. Rata-rata sebagian besar ASN memahami pelayanan publik secara online dan memahami proses komunikasi di era digital.
2. Penggunaan media sosial untuk pelayanan publik. oleh ASN *Public relations* sebagian besar rata-rata menggunakan akun media sosial namun yang sering digunakan untuk pelayanan publik adalah facebook. Dan informasi yang sering dibutuhkan adalah informasi Pekerjaan. Sebagian kecil informasi Politik.
3. Sebagian besar ASN *Public relations* menggunakan Instant Messaging dan aplikasi yang sering digunakan adalah aplikasi Whatsapp. Informasi yang sering dibutuhkan masyarakat adalah informasi pekerjaan
4. Sikap ASN Public Relations Terhadap Penerapan Integrasi Jaringan di Instansi Pusat Dan Daerah. Sebagian besar ASN sangat setuju, alasannya Jaringan yang terintegrasi akan terjadi sharing communication dimedia sosial, akan memudahkan proses komunikasi antara pusat dan daerah, serta untuk memudahkan pelayanan informasi kepada masyarakat dan sebaliknya masyarakat yang ingin mengetahui informasi dari pemerintah di media sosial semakin mudah.

Sebagian besar ASN Public Relations paham terhadap pelayanan secara online dan sebagian

besar ASN menggunakan media sosial, serta sebagian besar sikap ASN setuju dan sangat setuju terhadap penerapan Integrasi Jaringan, dengan demikian hasil penelitian ini, termasuk kategori positif karena jumlah rata-rata ASN Public relations memiliki “Pemahaman, kecenderungan dan perilaku setuju menggunakan TIK dan Media sosial serta integrasi jaringan dengan rata-rata lebih dari 50%”.

DAFTAR PUSTAKA

- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 61 Th 2010 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik
- Hukum Online, 2015. Ini Isi Inpres Pengelolaan Komunikasi Publik. hukumonline.com.
- Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2015. Tentang Pengelolaan Komunikasi Publik
- Coulson-Thomas, Colin. 2002. Public relations : pedoman praktis untuk PR / Colin Coulson-Thomas; penerjemah Lucas Ginting. Penerbit Jakarta: Bumi Aksara
- Achmad Fauzi, 2014. Peranan Penelitian Kuantitatif Vol IV No 1 September (2014). ejournal.kopertais4.or.id/susi/index.php/fawaid/article/view/619
- Marudur Pandapotan Damanik Jurnal Studi Komunikasi Dan Media Vol. 21 No. 2 (Juli - Desember 2017) Hal : 151 - 164
- Hermawan, C.W. (2009). Cara Mudah Membuat Komunitas Online *dengan* PHPBB Yogyakarta Singarimbun Masri, Sofian Effendi 2006 Metode Penelitian Survei. Jakarta Barat PustakaLP3ES Indonesia
- Sugiyono, 2010 Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif Dan R&D Bandung Alfabeta
- BAPPEDAJATIM, 2018. Tingkat Pengangguran Terbuka Jawa Timur 3,85 Persen. bappeda.jatimprov.go.id
- Iskandar 2009, Skala Pengukuran dan Intrumen Trisnani 2015 Jurnal KOMUNIKA Vol IV No 1
- Djaali. 2008. Psikologi Pendidikan. Jakarta. Bumi Aksara.
- Mar'at. (2001). Sikap Manusia : Perubahan serta Pengukurannya. Bandung : Ghalia Indonesia.
- Sarwono, S.W. (2009). Psikologi sosial. Jakarta: Salemba Humanika
- Jalaluddin Rahmat. (2005). Psikologi Komunikasi Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Iskandar. 2009. Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta: Gaung Persada Press.
- Ahmadi, Abu. 2003. Ilmu Pendidikan. Rineka Cipta. Jakarta.