

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Penelitian ini mendapatkan hasil melalui wawancara dengan lima orang informan atau narasumber. Tiga di antaranya adalah narasumber kunci atau key informan. Dua orang sebagai triangulasi sumber.

Hasil penelitian berikutnya adalah analisa atas hasil *cyber public relations* Herman Suherman di website dan instagram.

4.2 Gambaran Umum Kota Cianjur

Cianjur adalah kabupaten Jawa barat dengan cakupan luas area 361 434,98 Hektare (sumber data dari BPS Kabupaten Cianjur tahun 2019). Cianjur memiliki 32 kecamatan dengan total penduduk 1.612.711 jiwa. Jumlah penduduk ini terdiri dari 826.307 jiwa penduduk laki-laki dan 786.404 jiwa penduduk perempuan (data BPS Kab. Cianjur tahun 2020). Kabupaten Cianjur secara geografis terletak pada koordinas 106o 42'- 107 o 25' Bujur Timur dan 6 o 21'-7 o 25' Lintang Selatan, dengan ketinggian 7-2.962 mdpl dan memiliki kemiringan 0-40%.

Batas-batas wilayah daerah meliputi :

Sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Bogor dan Kabupaten Purwakarta;

Sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Purwakarta, Kabupaten Bandung, Kabupaten Bandung Barat dan Kabupaten Garut;

Sebelah Selatan berbatasan dengan Samudra hindia;

Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Sukabumi dan Kabupaten Bogor;

Cakupan wilayah Kabupaten Cianjur terdiri dari 32 kecamatan dengan luas wilayah 361.434,98 ha dan kecamatan yang memiliki wilayah terluas adalah kecamatan Cidaun dengan luas 29.551,23 ha. Luas lahan di kabupaten Cianjur tahun 2015 adalah 350.148 ha yang terdiri dari lahan sawah dan lahan bukan sawah. Luas lahan sawah sebesar 65.782 ha mengalami penurunan dari tahun 2014 yaitu 65.909 ha. Penurunan tersebut disebabkan oleh adanya penurunan luas lahan sawah di Kecamatan Gekbrong dan Sukaluyu.

Sementara itu, luas lahan bukan sawah sebesar 284.336 ha mengalami kenaikan dari tahun 2014 yaitu 284.239 ha. Kenaikan tersebut disebabkan oleh adanya kenaikan luas lahan bukan sawah di kecamatan Cempakamulya dan Cikadu. Lahan sawah terbesar ada di wilayah Kecamatan Kadupandak, Pagelaran, Agrabinta dan Cibeber.

4.3 Profil Herman Suherman

Berikut adalah profil Herman Suherman. Herman lahir di Cianjur 23 Oktober 1962. Herman beragama Islam dan bertempat tinggal di Jalan Al-Muchtar No. 6 BLK Residence RT 002/RW 015, Desa Limbangan Sari, Kecamatan Cianjur, Kabupaten Cianjur.

Herman bersama sang istri, Hj Anita Sinca Yani telah dikaruniai dua orang anak. Sebelumnya Herman terpilih menjadi Wakil Bupati Cianjur pada periode 2016-2021 dan mendampingi Bupati Irvan Rivano Muchtar kala itu. Bupati Irvan terpaksa turun jabatan karena perkara hukum dalam kasus korupsi.

14 Desember 2018, Herman menjadi Plt Bupati Cianjur dan menghabiskan masa jabatannya hingga Mei 2021. Pendidikan sebagian besar berada di wilayah Jawa Barat khususnya Cianjur dan Bandung Herman Suherman memulai pendidikan formalnya dari Sekolah Dasar Negeri Gintung pada tahun 1975 hingga mencapai gelar kesarjanaan di UNLA Bandung pada tahun 2000. Selanjutnya Herman menyelesaikan sekolah pasca sarjana di STIA LAN, Bandung pada tahun 2010.

Jabatan Direktur Utama PDAM Cianjur di tahun 2014 pernah diemban oleh Herman Suherman sebelum menjabat Wakil Bupati Cianjur periode 2016 – 2018. Herman mengemban amanah sebagai Plt Bupati Cianjur periode 2018 – 2020 saat Bupati sebelumnya yakni bupati Irvan (inkumben atau petahana) terkena Operasi Tangkap Tangan (OTT) Komisi Pemberantasan Korupsi, KPK

dalam kasus suap. Herman maju bersama berpasangan dengan TB. Mulyana Syahrudin di tahun 2020 dan terpilih sebagai bupati dan wakil bupati.

4.4 Hasil Temuan Penelitian Terkait Hasil dari *Cyber Public Relations* di Cianjur.

Herman Suherman, Bupati Cianjur, Jawa Barat memaparkan pada 30 Juli 2022 di Cianjur, Jawa Barat bahwa timnya memang menggunakan website dan instagram sebagai media *cyber public relations* dengan hasil relasi, reputasi dan relevansi dalam mensosialisasikan program dan kebijakan daerah Cianjur. Penggunaan website dan instagram ini bahkan telah mencapai sekitar hampir 38 ribu pengikut atau follower yang diharapkan dengan adanya media sosial ini dapat secara efektif menginformasikan kepada masyarakat khususnya kabupaten Cianjur.

Ada tiga konsep dalam *cyber public relations* yakni relasi, reputasi dan relevansi. *Cyber public relations* menghasilkan relasi atau hubungan di dalam website resmi pemerintahan kabupaten Cianjur dan Instagram berupa manfaat dakan kepemilikan website kabupaten Cianjur dan kepemilikan beberapa akun di media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter dan Tiktok ini salah satunya untuk mempublikasikan terkait dengan program kebijakan dan kegiatan di lingkungan pemerintah kota Cianjur terkait yang memang diproyeksikan, apa yang memang sedang atau sudah dilakukan dalam konteks sebagai pemerintah daerah kabupaten Cianjur.

Dalam prosesnya letak relasi sehingga terjadi hubungan yang berkelanjutan dalam setiap hubungan dengan media relasi kemudian dengan para stakeholder masyarakat secara umum kalau dengan beberapa media di tahun belakangan ini dengan adanya kerjasama dengan media di luar pemerintah kabupaten Cianjur seperti media mainstream lainnya ataupun online ataupun seperti surat-surat kabar. Fungsi mereka karena ada kerja sama ini adalah mempublikasikan terkait dengan apa yang sudah atau yang sedang dilakukan Pemkab Cianjur. Berupa program dan kebijakan - kebijakan dari pemerintahan kabupaten ini.

Agak ke belakang, pada saat kontestasi pemilihan kepala daerah (pilkada) terjadi tahun 2020, kegiatan relasi ini dilakukan dan terjadi di dalam pilkada ketika penyampaian informasi dalam bentuk berita ataupun konten itu tidak berkaitan secara langsung dengan siapa yang akan mencalonkan karena itu fungsi kehumasan pemda ini lebih pada mempublikasikan apa yang memang menjadi kegiatan pemda (pemerintah daerah). Adapun efeknya nanti misalkan itu berpengaruh terhadap popularitas atau elektabilitas terhadap pasangan calon atau terutama inkumben (petahana) itu kan sebenarnya terkait dengan bagaimana dia menjalankan programnya karena kalau memang inkumben ini konsisten menjalankan program kebijakan, apa yang sudah dijanjikan dalam periode kampanye sebelumnya, itu secara otomatis masyarakat akan menilai.

Gagan Rusganda, Sekertaris Diskominfo Cianjur, Jawa Barat pada wawancara tanggal 1 Agustus 2022 menekankan posisi kehumasan pemerintah

Kabupaten Cianjur kala itu, “Jadi ketika mempublikasikan apa yang dilakukan oleh Pemkab Cianjur tidak mengarah kepada bupati atau wakil bupati sebagai calon peserta Pilkada tapi bagaimana kita posisi sebagai penyelenggara publikasi atas kegiatan Pemda. Adapun efeknya misalkan masyarakat bisa melihat kinerja dari bupati atau wakil bupati yang merupakan itu efek dari kinerjanya”.

Sementara upaya yang dilakukan karena pada tahun 2018 - 2020 terdapat kondisi - kondisi tertentu berupa residu akibat kasus korupsi yang pernah melanda bupati sebelumnya dikatakan lebih lanjut oleh Gagan terdapat upaya pemulihan berupa upaya mengembalikan Citra Pemerintah Kabupaten Cianjur menjadi lebih baik lagi karena tentu dengan kegiatan tersebut secara langsung ataupun tidak langsung berefek terhadap apa namanya pandangan masyarakat terhadap kinerja sebagai pemerintah daerah. Kondisi mau tidak mau harus dilihat serius yang pada akhirnya perbaikan kondisi dengan mengenai pemberitaan dan kerja secara langsung baik dari pimpinan ataupun OPD - OPD (Organisasi Perangkat Daerah) yang ada agar kepercayaan masyarakat kembali pulih.

Lebih jauh lagi Gagan menceritakan bahwa ada saat kejadian (bupati Irvan ditangkap) memang akhirnya ketika di tahun berikutnya ada penurunan berdasarkan indikator hasil audit BPK (badan Pemeriksa Keuangan yang asalnya WTP (wajar tanpa pengecualian) menjadi WDP (wajar dengan pengecualian) karena salah satunya adalah kondisi tersebut, kondisi dimana Bupati Sebelumnya terkait kasus korupsi.

Kinerja ini berhasil ditingkatkan sehingga WTP itu menjadi kembali ke Kabupaten Cianjur. Kejadian ini tahun 2018, jadi audit dilakukan berdasar pemeriksaan akhir 2019 itu ada penurunan sehingga pada saat 2020 pada saat pemeriksaan untuk APBD kembali pada status WTP sampai sekarang dan memang salah satu cara atau indikator bagaimana menyelenggarakan pemerintahan yang akuntabel adalah dengan indikator dari adanya kewenangan BPK terhadap bagaimana mengelola anggaran APBD.

Informasi seperti ini banyak diturunkan ke dalam website dan situs terkait informasi-informasi sehingga saat ini hampir seluruh OPD di kabupaten Cianjur wajib memiliki minimal akun media sosial. OPD diwajibkan memiliki website terkait dengan apa yang mereka lakukan di kabupaten masing-masing sehingga masyarakat bisa mengakses langsung terhadap informasi dari masing-masing OPD itu. Tidak hanya di akun Pemkab namun juga di akun masing-masing OPD. Sementara mengenai relevansi berupa inovasi yang berbasis online ini memiliki hambatan dalam mencapai tujuannya karena salah satu apa bagi publik figur baik itu politikus maupun artis, pasti dia memiliki akun - akun media sosial baik itu di Facebook Instagram ataupun di platform lainnya. Jangankan tokoh publik, kita pribadi pun pasti pada akhirnya akan menggunakan media sosial sebagai sarana publikasi kita. Lalu apakah untuk kepentingan pribadi sebagai dia pribadinya ataupun memang untuk berusaha seperti itu. Bupati dan Wakil Bupati Cianjur ini memiliki selain akun di platform milik Pemkab ini. Bupati dan wakil bupati ini tidak hanya menyampaikan apa yang memang mereka perbuat dalam hal pekerjaan atau kegiatan namun juga mempublikasikan hal pribadi seperti kondisi

kesehatannya dan lain – lain.

Jadi memang sangat diperlukan dengan di dunia yang digital sekarang tokoh publik tersebut baik bupati atau wakil bupati ataupun siapapun itu memiliki akun media sosial. Terkadang bupati atau wakil bupati ini dia menyampaikan program kebijakan kegiatan pemerintah juga tidak hanya mengandalkan yang dimiliki oleh Pemkab tapi juga oleh akun pribadinya seperti itu sehingga akhirnya masyarakat bisa lebih dapat informasi dari bagai berbagai macam wilaya, ada dari akun pemkab-nya dari akun OPD-nya maupun dari akun pribadinya sebagai media Bupati dan Wakil Bupati Cianjur.

Reputasi yang dimiliki seseorang berdampak langsung terhadap rekam jejak di pemerintahan dan berkembang lebih lanjut. Perkembangan dari dulu dari sejak menjadi birokrat, Herman Suherman karena asalnya dari ASN (aparatur sipil negara) dari mulai dari Bina Marga BUMD di PDAM tentu figurnya secara seiring waktu minimal popularitasnya meningkat. Dulu ketika membangun platform media sosialnya pasti diawali dengan jumlah follower atau subscriber yang cukup sedikit sehingga seiring waktu akan meningkat. Sebenarnya sangat efektif ketika para tokoh pemimpin aktif di media, baik media sosial pribadi mereka ataupun yang lainnya untuk menopang tingkat popularitas mereka di dunia media seperti itu karena itu dengan kondisi sekarang, pertarungan wacanannya terletak di sini, salah satunya di media - media, bisa di media *mainstream* ataupun media sosial. Masyarakat jadi bisa mengenal dan menilai apa karya pekerjaan pimpinan daerahnya.

Salah satunya adalah diangkatnya program kegiatan tersebut di media sosial tersebut ataupun di media lainnya seperti itu baik akun pribadinya pemerintah daerahnya ataupun dengan bekerja sama dengan Media *mainstream* untuk memberitakan terkait dengan pembangunan. Sebagai contoh manfaat media sosial itu adalah hampir semua masyarakat menggunakan media sosial apapun platformnya, pertama informasi cepat sampai. Sebagai perumpamaan misalnya ada kejadian kemarin longsor di perbatasan, malah lebih cepat pengetahuan didapat dari media sosial sehingga nanti pemerintah daerah bisa melakukan penetrasi mencari pengecekan kebenaran sebagai langkah awalnya.

Kedua, apakah memang benar terjadi longsor banjir seperti itu, kalau benar apa yang harus kita lakukan. ketiga adalah evaluasi, kenapa bisa terjadi contoh misalkan ketika terjadi bencana karena ada pemanfaatan hutan yang gundul, artinya harus ada intervensi dari kita bagaimana hutan tersebut gundul. Selain perihal bagaimana menyelesaikan longsornya itu, baik itu secara fisiknya ataupun secara masyarakatnya. Ketika yang terdampak inikan masyarakatnya oleh sebab akses terputus, bagaimana jalur distribusi orang atau barang tentu bisa jalan sehingga mencari alternatif lain supaya ekonomi tidak terlalu terganggu dengan adanya longsor atau putus di jalan akibat longsor tersebut seperti itu.

Selama melaksanakan upaya menghasilkan 3R tadi yakni reputasi, relasi dan relevansi, terdapat faktor yang menjadi tantangan atau penghambat. Sebaran informasi sifatnya *update* terus - menerus sehingga menuntut orang - orang yang bergerak di bidang itu lebih reaktif atau cepat tanggap terhadap informasi yang

hendak dan secara mendadak bisa berubah-ubah. Ketika ada pemberitaan – pemberitaan terkait suatu keadaan, apa yang harus dilakukan supaya cepat tertangani.

Sebagai contoh misalkan ketika ada longsor, ada informasi bahwa jalan itu longsor, pihak berwenang provinsi terkait cepat menangani sehingga tidak butuh waktu terlalu lama kondisi longsor tersebut mengganggu perekonomian masyarakat. Juga dibantu oleh BPPD kabupaten Cianjur dan juga dari kepolisian atau tentara terkait dengan bagaimana mengatur distribusi orang dan barang tetap berjalan harus cepat tanggap atas kondisi yang ada di lapangan tidak boleh terlalu lama.

Harapan untuk kemaslahatan masyarakat secara umum kemudian menjadi bagian dari *cyber public relations* ini yang ingin Gagan raih baik sebagai masyarakat ataupun aparatur adalah dapat menggunakan sarana dan prasarana yang ada, salah satunya di media ini untuk bisa menyampaikan pendapat secara tepat di segala platform hingga pada akhirnya segala bentuk platform yang ini membuat kita mendapatkan informasi ataupun menyampaikan informasi dengan tepat. Selain itu juga bisa digunakan untuk menjadi apa alat bagaimana kita memenuhi kebutuhan ekonomi kita.

Lebih lanjut dalam triangulasi sumber, Deni Abdul Kholik, Sekjen PWI Kabupaten Cianjur dalam wawancara tanggal 31 Juli 2022 di Cianjur, Jawa Barat mengatakan terkait tiga konsep dalam hasil dari *cyber public relations* yakni relasi reputasi dan relevansi di dalam website resmi pemerintahan kabupaten Cianjur

dan Instagram bahwa pemerintah Kabupaten Cianjur memiliki website yang diterbitkan oleh Dinas Komunikasi dan informasi. Kalau secara isi dari rilis dapat mengerti namun masih terdapat kelemahan dalam penulisan. Secara isi atau *content*, foto dan video dapat diambil informasinya tapi secara rilis masih ada kelemahan di dalam tulisannya. Seperti menulisnya dimana wartawan membuatnya untuk standar penulisan untuk di portal - portal berita, kata - katanya masih kadang - kadang menggunakan kata sambung besar, kadang kecil, jadi harus diedit.

Deni menerangkan bahwa secara tampilan sudah ok, isi juga sudah kena, foto juga bagus tapi secara tulisnya masih kurang. Kalau koreksinya, tapi kalau website-nya semua diakses oleh wartawan karena perlu namun itu juga dikontrol, mana yang berita seremoni dan yang berita 'isi'. Kalau seremoni nanti kemungkinan ditinggalkan (audience pembaca, pendengar dan pemirsa media) sementara kalo 'isi' dapat dibawa dan dimuat di berbagai media (cetak dan elektronik).

Sementara Instagram pribadi, akunnya dikelola oleh pak Herman langsung, baik dipegang langsung oleh pak bupati ataupun oleh timnya. Deni menjelaskan bahwa instagram ini bukanlah berita, melainkan informasi. Hari ini, di desa ini, kegiatannya seperti ini kita juga mengerti (isi informasinya) dan dipahami. Tapi tetap baik instagram maupun website itu harus diedit. Contoh Pak Herman di Instagram informasikan ada kegiatan dengan masyarakat hari tanggal tempat kegiatannya apa? Siapa yang hadir Terus di mana kegiatannya apa timbal baliknya itu ditulis di Instagram tapi untuk masuk ke portal berita tetap harus

diedit dulu. Karenakan sesuai EYD (ejaan yang disempurnakan) kan termasuk. Kan media itu harus ada titik, koma sambung kan, kalau di Instagram kan hanya informasi tapi informasi tersebut dapat begitu. Ada.

Isi dari akun nstagram ini tidak semua masuk di media dikarenakan ada yang sifatnya seremoni, ada yang isi. Kebanyakan wartawan di Cianjur yang tugasnya meliput pasti beritanya yang isi bukan yang seremoni. Dicek ulang, diedit sesuai dengan perusahaan (pers) masing – masing. Contoh tipe gaya menulisnya dimedia ini seperti ini tapi tidak mengubah isi.

Lebih ke belakang dalam konteks Pemilukada 2020, relevansi berupa inovasi yang dilakukan oleh tim pak Herman yang kala itu bekerja sama dengan konsultan. Jadi rilis -rilis urusan kampanye dikoordinasikan dengan wartawan yang memiliki kerja sama dengan media, "Jadi pak Herman Suherman tahun 2020 itu punya lembaga survei di dalamnya itu ada semacam EO (Event Organizer) dan LO (Laison Officer) wartawan. EO wartawan itu kerja sama dengan berbagai media di Cianjur baik media cetak, radio maupun televisi. Biasanya yang kerja sama itu full beritanya. Ada juga yang tentatif per moment", jelas Deni.

Selanjutnya Deni menceritakan bahwa setelah selesai pilkada dari mulai jadi wakil bupati, sebenarnya dulu jadi wakil bupati tidak ada konsultannya karena dipegang pak bupati (bupati sebelumnya) ketika menjadi Bupati plt ada konsultannya, setelah selesai pilkada dan pak Herman menang, konsultannya pergi lagi ke tempat asal kerjanya dan tidak ada tindak lanjut. Tindak lanjutnya dikelola oleh humas dan Kominfo (Diskominfo Cianjur). Biasanya acara sebelum ada covid-19 ini seminggu sekali, setiap hari senin biasanya di pendopo, pak

Herman undang wartawan. Covid-19 menyebabkan kegiatan ini terhenti dan sekarang pernah dilakukan (akhir - akhir ini) sebanyak 4 kali sudah. Narasumbernya dari instansi terkait, misalnya ingin membahas jalan narasumbernya dari dinas Bina Marga. Bebas tidak hanya dengan PWI, siapa saja bisa datang.

Inovasi di media instagram ini seperti memberikan maknanya bagi teman-teman wartawan namun terlebih dahulu dilihat dan dipilah isi instagramnya, seperti peristiwa maupun yang isi seperti pembangunan, peningkatan IPM (Indeks Pembangunan Manusia) pasti akan di-'tangkap' sebagai informasi awal oleh wartawan tapi kalau kurang jelas, akan ada wawancara ulang. Menurut Deni wawancara ulang juga akan melihat kegiatan (jadwal agenda) Bupati. Misalnya kegiatan bupati di daerah A, dijadwalkan dulu dengan humas. Jikalau memang sudah lengkap menurut Deni pernah bupati berbicara seperti ini: "Kalau ada instagram saya yang memberikan informasi baik itu di web atau instagram, kalau beritanya ringan dan tidak ada dampak boleh diambil akan tetapi kalau ada dampak (luas) itu harus dikonfirmasi (cek ulang)".

A. Dimensi Web Site Pemerintahan Kota Cianjur

Adapun alamat resmi situs website pemerintahan kota Cianjur yang resmi dan dikelola oleh diskominfo adalah : web.cianjurkab.go.id

Inilah tampilan profil yang berisi antara lain visi dan misi dan informasi penting



lainnya.

Grafik 4.1 Visi Misi Pemkab Cianjur

sumber: <https://web.cianjurkab.go.id/profil/visi-dab-misi/Adapun>

Temuan berdasarkan hasil :

Wawancara dengan Sekertaris Diskominfo Kota Cianjur, Gagan Rusganda menghasilkan temuan berupa cyber PR pemerintahan kota cianjur derdasarkan konsep -konsep 3R yakni relasi, relasi dan relevansi di situs website pemkab Cianjur, yaitu:

Konsep Relasi

Situs jejaring resmi Pemkab Cianjur merupakan salah satu media informasi dan komunikasi yang bertujuan agar masyarakat dapat dengan mudah memperoleh akses kepada informasi dan layanan, sehingga dari interaksi ini diharapkan dapat menghasilkan, diantaranya:

1. Menunjukkan eksistensi Pemkab kepada masyarakat melalui kegiatan-kegiatan yang telah dan akan dilaksanakan.
2. Menampung aspirasi dari masyarakat.
3. Informasi mengenai layanan.

Proses interaksi melalui Situs Jejaring terbangun dengan adanya interaksi antara masyarakat dengan Pemkab Cianjur dalam hal ini OPD (Organisasi Perangkat Daerah) yang berkaitan dengan akses layanan yang dibutuhkan masyarakat.

Konsep Reputasi

Dengan menyampaikan informasi melalui situs jejaring kepada masyarakat secara tepat, cepat obyektif, berkualitas baik, berwawasan nasional, dan mudah dimengerti terkait dengan kebijakan dan program Pemkab dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat.

Konsep Relevansi

Sebagaimana amanat Pasal 386 UU Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah Menyatakan bahwa dalam rangka peningkatan kinerja

penyelenggaraan Pemerintah Daerah, Pemerintah Daerah dapat melakukan inovasi. Inovasi ini adalah semua bentuk pembaharuan dalam penyelenggaraan Pemerintah Daerah. Dalam merumuskan kebijakan inovasi Pemerintah Daerah ini, harus mengacu kepada prinsip (a) peningkatan efisiensi, (b) perbaikan efektivitas, (c) perbaikan kualitas pelayanan, (d) tidak ada konflik kepentingan, (e) berorientasi kepada kepentingan umum, (f) dilakukan secara terbuka, (g) memenuhi nilai-nilai kepatutan, dan (h) dapat dipertanggungjawabkan hasilnya tidak untuk kepentingan diri sendiri.

Mengacu pada UU tersebut pemkab mengembangkan penyelenggaraan pemerintahan yang berbasis elektronik, diantaranya situs jejaring untuk meningkatkan efisiensi internal, menyampaikan pelayanan publik, atau proses pemerintahan yang demokratis. Dengan mengikuti perkembangan yang ada dimasyarakat dan memenangkan dalam media yang dikelola oleh pemkab.

Pemerintah Kabupaten Cianjur pada saat ini mengembangkan beberapa inovasi yang mendukung pada pengelolaan Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE), sehingga tercipta pengelolaan *Smart Government* yang mewujudkan tata kelola dan tata pamong pemerintahan daerah yang efektif, efisien, komunikatif dan terus melakukan peningkatan kinerja birokrasi melalui inovasi dan adopsi teknologi yang terpadu.

B. Dimensi Media Sosial Instagram

Hasil wawancara dengan Sekertaris Diskominfo Kota Cianjur, Gagan Rusganda menghasilkan temuan berupa cyber PR pemerintahan kota cianjur derdasarkan konsep -konsep 3R yakni relasi, relasi dan relevansi di situs instagram pemkab Cianjur, yakni:

Konsep Relasi

Tidak berbeda jauh dengan situs jejaring , instagram merupakan sosial media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagai foto atau video secara online, dan dikenal juga sebagai aplikasi yang lebih *compact* sehingga dalam pengisian kontennya pun disesuaikan dengan trending. Adapun manfaat dalam penggunaan aplikasi ini di antaranya:

1. Merupakan aplikasi yang populer sehingga dapat menjangkau beberapa kalangan, terutama kalangan milenial
2. Mempermudah branding atau mengenalkan program-program pemerintah kabupaten
3. Aksesibilitas yang tidak hanya lokal (dapat diakses dari manapun di seluruh belahan dunia)

Dengan memperbarui isi (*Content*) yang disesuaikan dengan program-program dan tampilan yang sedang tren, serta interaksi antara pengguna dan admin.

Berikut adalah salah satu contoh dari isi akun IG pemkab terkait penjelasan di atas.

**Pemprov Jabar
Anggarkan Rp. 33.759.572.314
untuk Penanganan Jalan Rusak
dari Cibeer hingga Sindangbarang**

pemkabcj • Following

pemkabcj Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil akhirnya merespon keluhan masyarakat Kabupaten Cianjur terkait jalan provinsi menuju Cianjur selatan yang rusak parah. Bahkan Pemprov langsung menggelontorkan puluhan miliar untuk perbaikan jalan tersebut.

Kabar akan dibangunnya jalan menuju Cianjur selatan langsung diunggah Ridwan Kamil melalui akun media sosialnya, mulai dari Instagram hingga Twiternya.

Perbaikan jalan tersebut rencananya dari Cibeer hingga Sindangbarang, berikut panjang penanganan dan anggarannya :

Ruas Jalan Cibeer – Sukanagara
Wilayah : Kabupaten Cianjur
Panjang Penanganan : 10,57 KM
Anggaran : Rp. 14.889.750.854

235 likes
APRIL 16

Add a comment... Post

Sumber : Instagram pemkab Cianjur @pemkabcj

Caption IG : Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil akhirnya merespon keluhan masyarakat Kabupaten Cianjur terkait jalan provinsi menuju Cianjur selatan yang rusak parah. Bahkan Pemprov langsung menggelontorkan puluhan miliar untuk perbaikan jalan tersebut.

Kabar akan dibangunnya jalan menuju Cianjur selatan langsung diunggah Ridwan Kamil melalui akun media sosialnya, mulai dari Instagram hingga Twiternya.

Perbaikan jalan tersebut rencananya dari Cibeer hingga Sindangbarang, berikut panjang penanganan dan anggarannya :

Ruas	Jalan	Cibeer	–	Sukanagara
Wilayah	:	Kabupaten		Cianjur
Panjang	Penanganan	:	10,57	KM
Anggaran	:			Rp. 14.889.750.854

Konsep Reputasi

Merespon atau menyikapi isu publik (topik atau persoalan yang berkembang di tengah masyarakat yang berkaitan dengan kepentingan warga negara), isu prioritas (isu publik yang muncul dalam frekuensi yang tinggi, berkembang cepat, dan terus menerus) dan isu terindikasi krisis (isu prioritas yang berpotensi memunculkan krisis atau berpotensi terhadap penurunan reputasi pemkab Cianjur).

Konsep Relevansi

Melalui aplikasi instagram pada khususnya, para pengguna atau masyarakat dapat berinteraksi dan mengetahui akan informasi yang disebar melalui aplikasi ini. Pada umumnya masyarakat tertarik akan layanan-layanan yang diselenggarakan oleh pemkab Cianjur.

Di bawah ini adalah tampilan awal akun instagram resmi yang digunakan oleh pemkab Cianjur, yakni : @pemkabcjr.

Akun Resmi Pemerintah Kabupaten Cianjur ini dikelola oleh Diskominfo



Kabupaten Cianjur.

Sementara itu di bawah ini adalah akun resmi media sosial instagram yang digunakan oleh Bupati Cianjur Adalah: @h.hermansuherman

Herman Suherman
Politician

Bupati Cianjur 2021 - 2026 Membangun Cianjur Manjur.
Mandiri Maju Religius dan Berakhlak Mulia.

hermansuherman.com

Berikut adalah tampilan instagram akun Herman Suherman yang terkait dengan Konsep Relasi, Relevansi dan Reputasi terutama ketika membahas berbagai info sosialisasi visi, misi dan program kerjadi antaranya:



Isi caption dalam informasi IG pak Herman:

Dalam rangka implementasi Pemberdayaan 10.000 UMKM saya mengajak kepada seluruh pelaku UMKM Manjur untuk dapat ikut dalam ajang Business Manjur Competition. Silahkan di pelajari tahapan pendaftaran, dan persyaratakan Program Business Manjur Competititon (BMC) Silakan mention temen-temennya yang menjadi pelaku UMKM dan dukung mereka yaa...

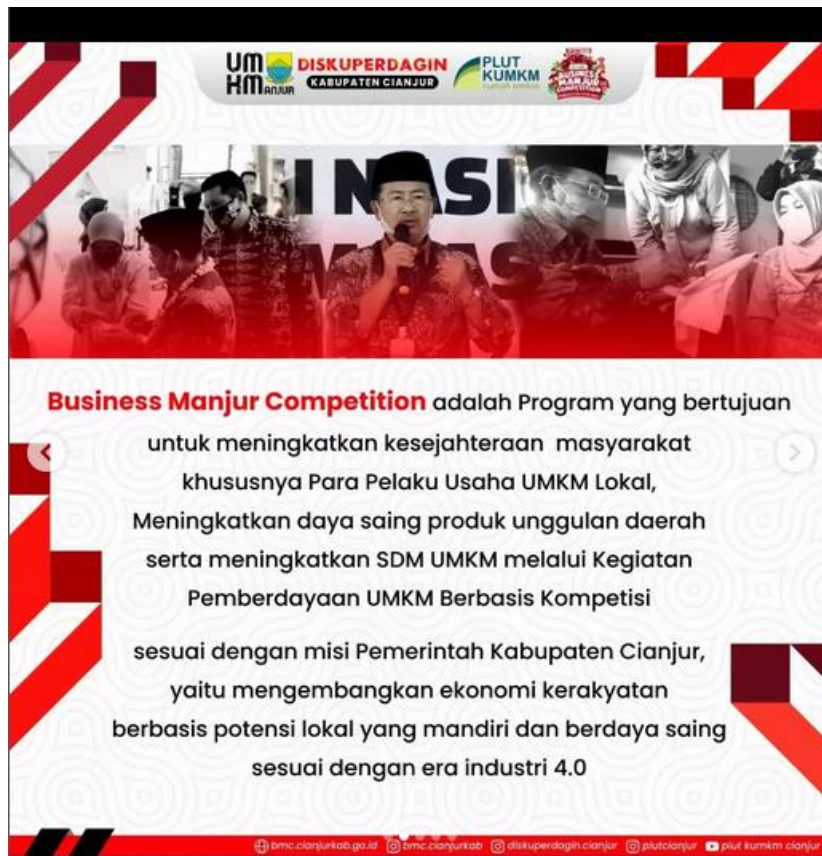
[#umkmcianjur](https://www.instagram.com/explore/tags/umkmcianjur)

[#10000umkm](https://www.instagram.com/explore/tags/10000umkm)

[#cianjur](https://www.instagram.com/explore/tags/cianjur)

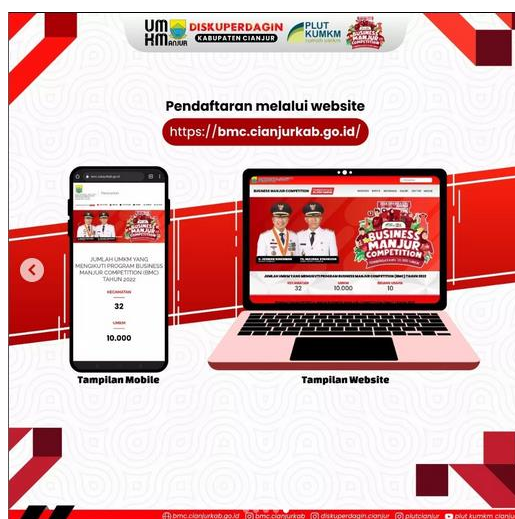
[#cianjurmanjur](https://www.instagram.com/explore/tags/cianjurmanjur)

[#businessmanjurcompetition](https://www.instagram.com/explore/tags/businessmanjurcompetition)

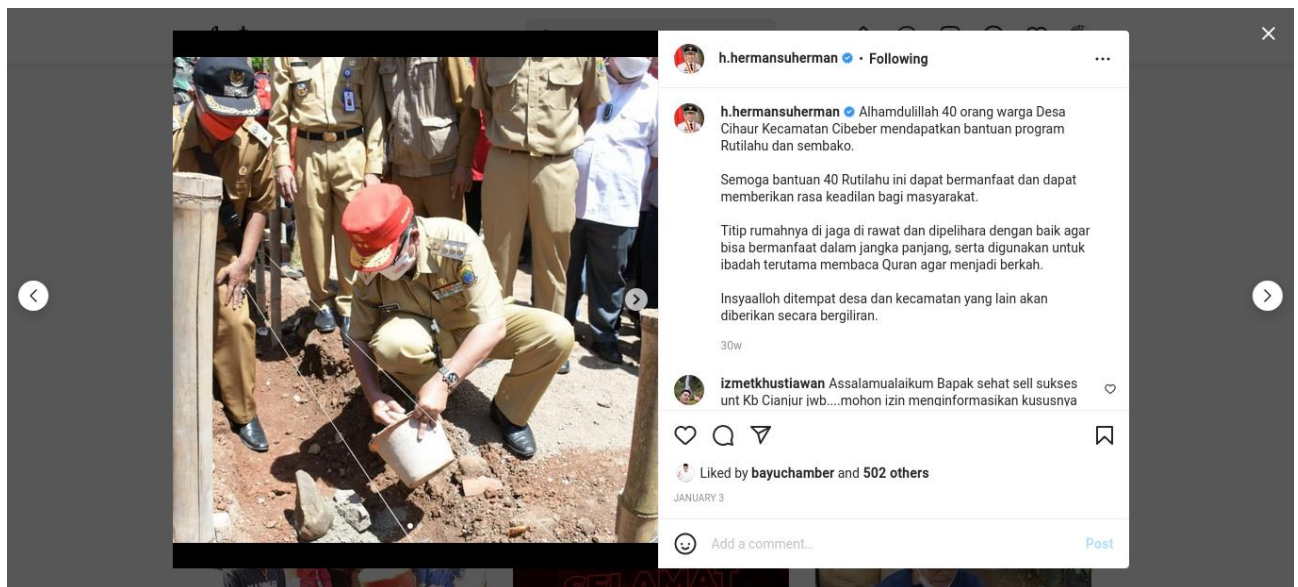


Secara tampilan sudah

baik sebagai informasi namun kalau sebagai berita masih diperlukan perbaikan dan edit ulang menurut Sekjen PWI Kab Cianjur, Deni Abdul Kholik. Situs informai ini diakses oleh wartawan dari berbagai media sebagai penyedia informasi.



Tampilan situs jejaring yang mudah diakses dan dimengerti pengguna merupakan salah satu kunci dalam memperluas aksesibilitas kepada pengguna (masyarakat) dan adanya interaksi di dalamnya, sehingga proses penyebaran informasi dan komunikasi mengenai kebijakan dan program pemkab dapat terjalin dengan baik. Sehingga dapat meningkatkan reputasi baik pemkab di mata masyarakat.



Caption Foto:

Alhamdulillah 40 orang warga Desa Cihaur Kecamatan Cibeber mendapatkan bantuan program Rutilahu dan sembako. Semoga bantuan 40 Rutilahu ini dapat bermanfaat dan dapat memberikan rasa keadilan bagi masyarakat. Titip rumahnya di jaga di rawat dan dipelihara dengan baik agar bisa bermanfaat dalam jangka panjang, serta digunakan untuk ibadah terutama membaca Quran agar menjadi berkah. Inshaalloh ditempat desa dan kecamatan yang lain akan diberikan secara bergiliran.



Caption Foto akun IG Herman Suherman: 22 Oktober 2020

Setelah seharian sosialisasi dan tatap muka dengan warga masyarakat Kecamatan Karangtengah beserta team BHS-M Saya mengajak team BHS-M untuk bersama-sama menikmati lezatan kuliner malam jumat yaitu. Sate kambing di rumah makan Alam Sunda milik pengusaha asli Cianjur. ada yang tahu khasiat makan sate kambing muda bagi kesehatan ?

4.5 Hasil Temuan Terkait Kampanye Politik Bupati Cianjur 2020

Penggunaan web sebagai cyber public relations ditambahkan dengan instagram Herman Suherman telah mencapai hampir 38 ribu follower dan diharapkan akan efektifitas-nya dari media sosial guna menginformasikan kepada masyarakat khususnya kabupaten Cianjur oleh bupati Cianjur sendiri, Herman Suherman.

Sementara mengenai gambaran kampanye politik di ajang Pemilu 2020, wawancara via telepon dengan H.M Abdul Aziz Sefudin selaku Bendahara tim Kampanye BHSM dan Sekretaris Partai Koalisi menjelaskan posisinya sampai tahun 2020 sebagai bendahara tim kampanye BHSM sekaligus sekretaris partai koalisi juga dan terkonsentrasi tim digital di sana 2020. Aziz menjelaskan sangatlah penting peran digital sosial media saat kampanye waktu itu terlebih dengan adanya benturan aturan PKPU baru terhadap penyelenggaraan Pemilu 2020 di tengah 2019 yang waktu itu sempat diundur 3 bulan, dimana seharusnya dilaksanakan bulan September. Keadaan ini menguntungkan untuk orang yang konsentrasi digital karena kampanye ini sifatnya terbatas. Sebelumnya ada program kerja akbar yang tidak bisa menjadi kegiatan massal karena dibatasi bahkan maksimal titik kumpul temu kampanye itu 50 orang, di atas 50 orang dibubarkan oleh pihak kepolisian dan juga tim Satgas covid 19.

Lebih lanjut Aziz mengungkapkan bahwa peran digital ini sangatlah penting karena untuk menyebarkan Kampanye terbatas di luar saja dari masa pendaftaran September, tahapan Pemilu 2020 itu dilakukan sampai tanggal 9 Desember, tahapan pemilunya itu di bulan September. Tiga bulan, kalau waktunya terbatas itu 3 bulan bagaimana caranya efektivitas kampanye itu sangat meretas kita tidak dapat mengumpulkan massa dengan massa seperti tahun-tahun sebelumnya pemilu yang bisa mengumpul 10.000 massa disatu tempat tapi satu titik hanya 50 orang jadi aktivitas dalam kampanye itu akhirnya kita maksimalkan di digital yaitu sosial media, website sehingga program-program lainnya yang disebar oleh broadcast swasta ke Tim sukses, flyer, dan lain-lainnya.

Penggambaran situasi kala itu dijelaskan lebih lanjut oleh Aziz Sefudin terkait seberapa signifikan penggunaan media digital dalam kondisi pandemic

covid-19 di Cianjur tahun 2020: “Itu sangat membantu sekali (digital) karena dengan lokasi Cianjur yang cukup luas salah satu terluas secara teritorial kewilayahan no 2 atau 1 di Bawa Barat. Kalau tidak salah nomor 1 Sukabumi , nomor 2 Cianjur. Jadi sangat memungkinkan pemanfaatan digital kemudian saat itu 2020 orang pada takut terhadap Kampanye karena situasi 2019 sangat mencekam sehingga masyarakat lebih banyak diam dirumah akhirnya Semua orang konsentrasi terhadap digitalisasi dipaksa kita migrasi yang dulu tapi dulu ya Cianjur itu mungkin cukup belum maksimal ya akses internet dan lainnya, sinyal tapi karena dipaksa keadaan semua pemerintahan itu mendorong”.

Bahkan ada program pemerintah pusat misalnya saat pandemic covid-19 adalah WFH (*work from home*) sehingga masyarakat dipaksa untuk punya gadget. Bahkan ada berita ibu – ibu jual perabot buat beli handphone untuk dipakai sekolah akhirnya. Situasi ini digunakan praktisi sosial di bidang digital dan memiliki perkembangan yang sangat luar biasa terhadap digital di Indonesia. Saat itu pula, dijelaskan oleh Azis bahwa pak Herman sebagai incumben (petahana) sudah siap karena sebagai bupati karena sudah dikenal, sudah dipilih dan juga hanya tinggal migrasi dan sifatnya lebih mudah, bukan lagi orang asing dalam waktu tiga’ bulan sangat maksimal dan efektivitasnya luar biasa. Sebagai bendahara partai koalisi, Azin menerangkan terkait tema BHSM untuk tagline kampanye

Saat itu terdapat koalisi lima partai yaitu : PDIP, Golkar, PPP, Nasdem dan PAN. Sementara BHSM berasal dari sebelum adanya koalisi dimana kita mem-branding pak Herman dengan Bang Haji Herman Suherman Manjur. Branding itu sudah melekat di masyarakat sekitar 1 atau 2 tahun. BHS manjur itu singkatan dari banyak arti dan yang menjadi tagline itu manjurnya, Bersama

Herman Suherman Bangun Cianjur secara garis besarnya. Bisa juga BHS itu Bupati Herman Suherman. BHS itu sendiri familiar terhadap masyarakat cianjur terutama dengan para Ulama dan santri karena cianjur merupakan salah satu kota santri. BHS itu sendiri adalah merk yang terkemuka di kalangan ulama Cianjur.

Tagline utamanya membangun cianjur karena kita Breakdown profiling Pak Bupati Ini adalah salah satunya yaitu sarjana Teknik Sipil Emang dari awal dia berkarier di itu di PU dari dinas sampai jadi Kadis, dia itu mamang lebih dikenal sebagai tukang bangun jalan jadi membangunkan cianjur itu sudah melekat dan linear dengan profilnya pak Herman itu sendiri. Sebelumnya juga orang tua nya pak Herman juga yang sudah almarhum adalah kepala dinas.

“Kita waktu itu pakai (sebagai) branding. Manjur itu kata baik yang berarti bagus, saee, mujarab begitu konotasinya lalu kemudian konsep ini kita turunkan menjadi membangun Cianjur dan jadi familiar di masyarakat Cianjur. Baik BHS, manjur (konsep) juga familiar dan terdapat sinonim padanan katanya. Pertama, ‘membangun Cianjur’, ‘amanah dan jujur’, ‘Herman untuk Cianjur’ jadi banyak turunannya itu kang. Maju, mandiri dan religious” urai Azis Sefudin lebih lanjut lagi.

Setelah itu konsep ini juga sampai didaftarkan di KPUD (komisi pemilihan umum daerah) sebagai visi dan misi pak Bupati untuk 5 tahun ke depan sampai hari telah diajukan ke dalam RPJMD (Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah) bahwa hari ini pemerintahan Pak Herman adalah Cianjur manjur berakhlak mulia yang singkatannya adalah Cianjur Mandiri, maju, religius dan berakhlak mulia merupakan kesinambungan.

Konsep ini berkembang lebih lanjut setelah berkoalisi dengan wakilnya, bapak Tubagus Mulyana Syahrudin (TB. Mulyana Syahrudi), biasa dipanggil Mulyana jadi BHSM menjadi bersama Herman Suherman dan Mulyana membangun Cianjur. Jadi tambahan huruf M itu adalah berasal dari nama dari sosok wakil bupati yang hari ini menjabat bersama Pak Herman.

Tantangan yang relevan dalam melakukan kegiatan kampanye saat tertimpa isu korupsi oleh bupati sebelumnya di Cianjur sebenarnya secara historis diceritakan oleh Aziz boleh dikatakan merupakan *opportunity* atau peluang karena sebelumnya di 2014 dalam konteks *history*-nya pasangan bupati dan wakil bupati sebelumnya digadang-gadang menjadi Bupati itu adalah Pak Herman. Sebelum adanya UU terkait politik dinasti dibatalkan oleh putusan MK (Mahkamah Konstitusi) melalui Judicial Review.

Azis menjelaskan bahwa isi dari masalah politik dinasti dimana anak bupati boleh mencalonkan bupati digugat akhirnya lolos di judicial review, kalau tidak salah H-1 (sehari jelang). Kalau dulu tidak boleh anak, menantu, istri bupati menjadi calon bupati. Saat itu calon kuatnya Heman Suherman di 2014, ketika H-2 (dua hari jelang) pendaftaran jadi berubah karena ada Judicial review itu. Akhirnya Pak Herman di R2 (posisi wakil bupati). Banyak yang kecewa di situ ketika pak Herman menjadi bupati seolah secara psikologis merupakan keinginan hampir semua orang waktu itu,

Fungsi media sosial selama masa kampanye politik di Kabupaten Cianjur 2019/2020 ketika non aktif lebih banyak men-*counter issue* sebagaimana menjelaskan dan membuktikan apa yang telah dilakukan selama tahun-tahun

sebelumnya. Kalau juga lawan-lawan yang bukan inkumben/petahana masih punya janji-janji yang lainnya tapi keuntungan kita ke pemelukada-nya di tahun saat Covid-19 berlangsung, jadi yang diuntungkan ya inkumben/petahana. Pendaftar baru lain (peserta lain yang ikut pemelukada) masih belum dikenal secara formalitas, dan baru muncul sebagai calon bupati 3 bulan sebelum pemilihan, Cianjur cukup luas, pemilihannya dua juta lima ratus ribu, jadi mereka tidak dapat menguasai itu.

Sementara jikalau ditinjau dari digitalisasi, mungkin telat karena jika dilihat dengan calon - calon yang lain (dibandingkan) dengan akunnya Pak Herman, follower termasuk salah satu yang terbanyak terus juga akun-akun pendukungnya sudah luar biasa karena dimulai jauh - jauh hari lewat fan page (facebook), di Instagram dan turunan - turunan tim kampanye misalnya Garda Manjur. Fungsi ini lebih dua arah tidak hanya *counter issue* namun mensosialisasikan visi misi juga yakni manjur hidupnya masing - masing secara dua arah.

Gambaran terkait kondisi perpolitikan pada ada waktu 2020 itu digitalisasi juga sangat berpengaruh besar termasuk Pemelukada Cianjur 2020, informasi tentang calon pemimpin hanya media digital karena situasi pandemi covid-19 sedang melanda, terdapat larangan masyarakat untuk bertemu secara langsung dengan calon pemimpin. Kondisi ini berbeda dengan tahun-tahun sebelumnya yang ketika memilih kepala desa masyarakat menungguku atau menanti sampai bertemu sementara kalau saat ini lebih samapi ada yang memilih berteman secara digital personal Pak Herman personal di Instagram, Facebook dan Twitter.

Bendahara tim koalisi ini saat itu menjelaskan bahwa Facebook dan juga grup WhatsApp cukup efektif. Menyebarkan *issue* dan meng-*counter issue* langsung, jadi bagi semua orang itu tidak bisa keluar rumah karena kondisi ketat (dikarenakan penerapan protokol kesehatan covid-19) dan juga hanya bisa digital walaupun lihat mem-branding juga Facebook, karena pengguna Facebook Cianjur cukup banyak juga setahu saya. Juga terhadap pemilih pemula luar biasa tergiring juga untuk memilih BHSM, dalam sejarah pemilihan di kabupaten cianjur kita hampir menang telak itu sejarah. Hasilnya dalam pemilihan langsung di Cianjur Herman menang di tiga kecamatan, sebelumnya tidak pernah se-fantastis ini kemenangannya, sampai 57%. Biasanya 30% sampai dengan 35% selisih sedikit ya kecamatan – kecamatan, 16 sampai 20 Kecamatan menang namun kali ini ini hampir di 32 Kecamatan menang. Pencapaian ini melewati target awal.

Terkait *cyber public relations* ini kedepannya, Aziz juga berharap imbas berupa relevansinya, relasi dan reputasi yang dibangun menyadari penuh akan pentingnya perkembangan digitalisasi. Sebagai contoh saat ini masalah websitenya itu mungkin sekarang orang kan ada zamannya 20 atau 10 detik. Seperti di tiktok, intagram dan sebagainya. Satuannya detik, bahkan sekarang juga ikut seminar digital adalah bukti bahwa interaksi manusia berubah ke digital. Tokoh - tokoh dunia seperti Elon Musk, Obama dan Donald Trump juga menggunakan media digital ini sebegitu luar biasanya. Jadi penting dengan kehidupan yang hari ini juga ketika habit (kebiasaan) berubah karena covid-19 memaksa manusia untuk pindah ke digital, semua harus punya handphone gadget kita dipaksalah, orang biasa saja sudah punya gadget sekarang. Tim pak Herman

ini sendiri diharapkan lebih banyak ke media digital (media sosial) dibandingkan media formal (media konvensional). Sebagai fungsi klarifikasi menggunakan media Instagram, bahkan media formal ada juga berita - beritanya yang mengutip dari IG (Instagram) tentu ada cek ulang dan rekonfirmasi bila berpotensi berdampak luas. Terkadang jadi terbalik konteks praktisnya di dunianya sekarang.

Penggalan lebih dalam terkait apa yang terjadi di dalam kampanye politik kabupaten Cianjur Jawa Barat pada tahun 2020 terkait dengan *cyber public relations* dalam kampanye politik Herman Suherman, wawancara dengan Hafizhul Mizan Piliang, *Chief of Consultant at Cyrus Network*, Konsultan Politik Herman Suherman – TB. Mulyana 2020 Pada 2 Agustus 2022 di Jakarta menjelaskan bahwa saat Cianjur 2020, Herman Suherman kondisinya sebagai inkumben (petahana), kondisinya sudah memiliki modal yang bagus juga. dia inkumben mekipun sebelumnya menjadi wakil namun sebenarnya untuk reputasi sosial media dia sudah salah satu yang paling bagus. Termasuk pengguna sosial media yang aktif juga dan didukung oleh anak – anak muda di luar pemerintahan yang cukup paham tentang komunikasi digital. Jadi kalau kita bicara dalam konteks kemenangan pilkada, suara ini tidak akan terbeli oleh kampanye sosial media. Jumlah infiltrasi *social media* untuk Cianjur itu masih sangat rendah. Jadi harapan untuk mengkonversi suara dari digital itu sebenarnya juga tidak ada. Hafizhul menjelaskan bahwa tidak berharap konversi suara dari kampanye *social media*, hanya saja narasi hari ini ditularkan lewat *social media*. Kita pegang kampanye Cianjur yang sudah dari 2010, 2014, 2019.

Infiltrasi *social media* itu dijelaskan Hafizhul masih sangat rendah akan tetapi dari tahun 2010 ada peningkatan yang besar di *social media*, dulu kita masih punya jurnal bogor yang masuk Cianjur yang masyarakat masih baca media. Artinya isu itu berkembang lewat media awalnya lalu masuk ke grup-grup facebook. Kalau kita bicara di level internasional orang melihat twitter, instagram bahkan untuk di Cianjur itu belum, instagram itu hanya bentuk personal branding saja tapi kalau isu (wacana) tidak muncul lewat instagram. Isu itu muncul dari grup - grup facebook, fanpage facebook yang digunakan untuk mengadu domba di tengah masyarakat.

Hafizhul menerangkan bahwa di Cianjur itu rentan yang namanya fitnah, rentan namanya yang disebut *black campaign*. Kampanye hitam atau *black campaign* yang disebarluaskan secara tidak bertanggung jawab di *social media*, *cyber public relations* itu digunakan untuk meng-counter itu daripada untuk mendapatkan suara, jadi incumben karena kita udah paling depan yang diharapkan adalah menjaga otoritas ini ajek sampai di tingkat akhir, apalagi pak Herman juga menargetkan menang banyak, jadi isu yang ada di masyarakat harus kita counter, counter dari awal dari mana sih sumbernya? Sumbernya ada di social media, maka kita menggunakan segala upaya kita untuk membuat satu narasi di social media.

Ini merupakan satu kondisi yang berbeda ketika kita berada dalam posisi mengejar. Posisi mengejar lebih gampang karena 'attacking', kondisi ini kita defending. Kita harus mempertahankan sesuatu menjaga reputasi klien, social media fungsinya dalam PILKADA CIANJUR sekali lagi menurut saya bukan

untuk memenangkan tapi lebih dalam mitigasi untuk mencegah hal - hal yang buruk terjadi kepada klien sehingga isu yang di social media tidak jatuh ke masyarakat lalu menjadi cerita dari mulut ke mulut dan kemudian membingungkan masyarakat, dan membuat masyarakat tidak jadi memilih si kandidat kita, seperti itu kondisi awalnya.

Jadi perbedaan starteginya bukan membangun reputasi sebenarnya karena reputasi itu sudah ada di tengah masyarakat. Reputasi digital itu masih terlalu kecil, sekarang saja masih terbilang kecilkan. Kita harus melihat personalnya juga, siapa sih orang yang posting di social media dari sisi politisi di Cianjur, pak Hermankah atau ada nama misalkan Ade Barkah termasuk populer juga waktu itu, atau pak Cecep waktu itu termasuk populer, siapa sih orang yang politisi dari social media yang posting di Cianjur lalu mereka bisa mendapatkan like 1000 - 2000 dibandingkan dengan warga Cianjur yang jumlahnya sampai 5 juta kan kecil sekali (angkanya).

Tim konsultan politik lakukan hanyalah mencegah dan memitigasi isu - isu yang ditelurkan secara tidak bertanggung jawab di social media itu dibicarakan secara mulut ke mulut dan itu tidak bisa terpetakan meluasnya sudah sampai kemana, apakah ini sebelumnya sudah hadir di masyarakat, strategi digital untuk meng- *keep* itu, sekaligus untuk kampanye, tapi kampanye juga tidak harapkan hasil disitu, hasilnya bukan yang *collecting vote* itu bukan *social media*, kalau misalnya ada orang yang berpikir *social media* bisa memenangkan dia dari pemilu, mungkin tidak di 2020, mungkin 2024, 2029 atau 2034 nanti dan seterusnya social media menjadi salah satu item utama apapun bentuknya, bukan

hanya social media, digital campaign yang jadi core semua kampanye mungkin bisa kita bicarakan 4 atau 5 tahun dari sekarang paling cepat, saat ini pun saat infiltrasi internet kita sampai 70% di seluruh Indonesia, politik pun tidak melulu tentang itu.

Kalau misalkan politik melulu tentang itu, seperti (nama) Ridwan Kamil itu sudah memiliki elektabilitas paling tinggi karena reputasi sosial mediana yang sangat kuat sementara tidak hanya itu saja. Signifikan dan relevan pemilihan tema dalam kampanye politik pilkada Cianjur 2020 terlihat melalui pendampingan konsultan politik dalam dua tahap. Tahap pertama sebelum masa kampanye. Tahap kedua di adalah di masa Kampanye dengan waktu jeda sekitar 3 bulan. Residu terkait korupsi itu sudah tidak ada ketika tim konsultan politik masuk disebabkan pelaku korupsi bukan terbukti bukan Herman Suherman. Pelaku korupsi adalah bupati sebelumnya itu yang ditangkap KPK. Tuduhan ini tidak terbukti dan masyarakat Cianjur tetap menaruh kepercayaannya.

Masyarakat Cianjur punya kepercayaan yang tinggi terhadap pemimpinnya dan pemimpinnya sekarang namanya Pak Herman Suherman dan Pak Herman dalam jangka waktu 1 tahun 2 tahun dan 1 tahun 2 tahun menjadi Bupati meskipun sampai akhir masih PLT berapa bulan sampai menjadi calon bupati (saat pemilihan umum kepala daerah). Jadi walaupun saat itu masih PLT itu sudah bisa mengambil hati masyarakat.

Herman sudah bisa *shifting* dengan mengedepankan slogannya yang namanya BHS itu. BHS ini bukan konsultan politik yang membuat melainkan, tim pemenang politik Herman Suherman yang membuatnya sendiri. Dia sudah

populer dengan istilah ini.

Berbeda dengan Bupati Sebelumnya dia sudah menciptakan brand image sendiri. Brand image ini yang coba dibentuk juga dengan pemanggilan pak Haji. Haji Herman, Haji Herman untuk mengedepankan kalau Pak Herman ini orangnya religius.

Hafizhul Mizan Piliang, Konsultan Politik Herman Suherman – TB. Mulyana 2020 menekankan letak posisi brand image terkait issue atau tema korupsi bupati sebelumnya

“Berbeda dengan Bupati sebelumnya mungkin, kalau dia nggak dianggap religius. Sementara bupati yang ini sangat religius. Dipanggilnya Pak Haji, tampilannya juga sangat agamis dan melaksanakan puasa Daud juga. Lewat hal seperti itulah cara kita untuk membersihkan dari residu - residu rezim ini adalah rezim yang koruptif. Bahwa rezim ini tidak sama dengan bupati sebelumnya meskipun mereka berpasangan pada tahun 2015”.

Jadi permasalahan terkait residu korupsi bisa dianggap sudah tidak ada. Tidak ada akses dari peristiwa kasus korupsi rezim bupati sebelumnya. Herman Suherman bisa *starting fresh* sebagai calon pemimpin baru bahkan tidak terhitung satu masa jabatan. Bahkan dia menjadi plt bupati atau bupati sementara itu dia tidak terhitung satu periode. Artinya Herman Suherman bisa maju lagi jadi bupati hingga tahun 2029.

Selama yang bersangkutan bisa membuktikan bahwa dia berbeda, bahwa dia enggak ikut-ikutan begitu. Herman memperlihatkan rezimnya adalah sesuatu hal yang baru, itu adalah sesuatu dengan orang-orang yang baru dengan tidak

mengadopsi lagi cara-cara yang selama ini dilakukan oleh pendahulunya, dia bisa keluar kesan seperti itu sehingga bukan merupakan *liability* atau beban.

Konsultan politik juga tidak mem-branding Herman Suherman sebagai agamis, hanya memperkuat branding yang sudah ada saja sifatnya.

Tantangan dalam kampanye politik pemilukada Bupati Cianjur 2020 menurut konsultan politik sebenarnya lebih disebabkan oleh posisi petahana disebutkan adalah gampang - gampang susah. Posisi susah karena tim akan berjalan dengan moda bertahan atau defensif. Akan lebih susah lagi kalau petahananya dalam posisinya tertinggal. Posisi hHeran Suherman menurut tim konsultan politik ketika itu berada dalam posisi di depan. Ketika posisi kita di depan orang akan tarik kita ke belakang. Ketika kita sudah depan orang akan menaburkan duri di jalan yang kita lalui sehingga kita melambat.

Tantangan berada pada proses mitigasi itu. Jadi akan ada banyak isu. Misalkan akan ada yang bilang dia anak siapa, mungkin dia punya istri lebih dari 5, mungkin ada hal-hal lain itu juga harus dicegah untuk terjadi. Isu semacam ini bisa dilemparkan secara tidak bertanggung jawab di sosial media, karena di media (mainstream) itu tidak bisa dilakukan. Bahkan medianya juga dimiliki oleh elit-elit tertentu.

Media yang cukup profesional menurut tim konsultan politik kala itu adalah seperti Radar Cianjur jpun masih belum memiliki infiltrasi tinggi di masyarakat. Rendahnya literasi, menjadikan media yang menjadi poin – poin diskusi di masyarakat Cianjur. Seperti diskusi lewat lewat grup Facebook RBUC (Rumah Bersama Urang Cianjur) menjadi kera digunakan masyarakat sebagai

munculnya narasi dan wacana. Misalkan tiba-tiba ada isu dihembuskan lewat akun tidak dikenal yang bilang Pak Herman anaknya Lima, anaknya gak diakui, wah Haji Herman itu bodong, hajinya ke Israel, misalkan ada kejadian semacam ini merupakan hal-hal yang tidak bertanggung jawab dan dengan rendahnya literasi digital di kabupaten Cianjur bisa saja dipercayai sebagai suatu kebenaran. Kondisi ini kalau dibiarkan menjadi bias dan memerlukan upaya klarifikasi bahkan upaya *counter issue*. Biasanya adalah ketika banyak orang bicarakan itu tidak ada counter dan itu dilakukan secara berulang - ulang, hoax itu bisa diterima sebagai kenyataan.

Hafizhul juga menekankan bahwa timnya sangat *strict* dengan perbedaan humas dan kampanye politik. Humas menggunakan APBD dan tim kampanye politik tidak bisa menggunakan itu namu sebaliknya bisa. Humas bisa butuh kita. Kita tidak butuh dia (ketika kampanye politik) karena kita tidak bisa menggunakan sumber daya negara untuk itu. Kalau sekadar sharing foto masih Okelah tapi kalau kita mengatur humas ya itu tidak bisa. Dan setelah Pak Herman menjadi seorang kandidat Bupati, sebenarnya sudah bupati non aktif jadi harusnya tidak bisa.

Konsultan politik tim Herman Suherman ini mengatakan bahwa: “Kita tidak melakukan briefing atas apa yang dilakukan Humas Pemerintah Daerah dan kita nggak mau ada PNS di sekitar kita. Itu adalah ruang terpisah namun ada sinkronisasi tanpa ada dominasi antara satu dengan yang lain. Setiap penggunaan yang menggunakan fasilitas negara kita *bend* (batasi) lah karena kita adalah lembaga profesional. Sebelum masa kampanye mungkin dari humas pemda melihat apa yang akan kita lakukan karena goal kita jelas yakni memenangkan pilkada sementara humas pemkab Cianjur goalnya membranding bupati (sosialisasi program dan kebijakan)”.

Terdapat perbedaan *goal* atau tujuan, kalau relevan dapat diikuti

sosialisasi yang dilakukan oleh pemda. Tim konsultan politik tidak bisa mewajibkan pemda, begitu juga sebaliknya. Pihak pemerintah daerah akan hati-hati yang sifatnya berbau politik. Lebih lanjut Hafizhul juga menjelaskan sebagai strategi pemenangan di Kabupaten Cianjur terdapat beberapa basis data yang dimiliki. Pertama dalam konteks Cianjur adalah, pengalaman. Ini bukan pilkada pertama (yang ditangani).

“Di Cianjur kita sudah tahu titik – titik mana saja di wilayah, yang menjadi key influencer social media itu yang mana. Kita sudah tahu dan telah terpetakan dengan baik, kalau misalkan bagaimana mengumpulkan data inteligen (terkait pemilu di Cianjur), pertama ya dengan ‘pengalaman’ karena kita sudah by feeling kalau untuk konteks Cianjur” diuraikan Hafizhul lebih jelas.

Basis data kedua adalah hasil survey. Kan kita bertanya juga, masyarakat itu baca apa di social media, masyarakat itu follow apa di social media. Apa yang dia (masyarakat Cianjur) suka di social media, apa yang dia tidak suka baca di social media terus apa yang dia follow, terus dia tidak suka isu-isu apa saja di social media, kan itu hasil yang tadi itu, jadi kita tetap harus melakukan survey.

Selanjutnya Hafizhul mengatakan mengenai data intelligent basis upaya pemenangan, FGD (Focus Group Discussion) bisa dilakukan tapi dari sisi yang formal. FGD dilakukan ketika kita tidak memiliki pengalaman tetapi tidak di dalam konteks Cianjur, saya pribadi kenal. Siapa ketua, siapa ketua - ketua partai, FGD ini kalau untuk kepentingan pribadi ya tinggal tanya saja, bagaimana situasi politik hari ini, ada isu apa dst.

Hafizhul juga menceritakan bahwa Informasi ini akan datang via wa (whatsapp) dan itu juga sudah punya relawan di setiap daerah, setiap kecamatan sudah punya orang - orangnya. Orang - orang yang sudah kerja sejak dulu dan

bisa dipercaya secara profesional dengan tim bukan dengan pak Herman. Jadi intelligent tim menurut Hafizhul sudah cukup matang. Itu akan butuh waktu lama kalau kita tidak punya pengalaman sebelumnya pilkada berikutnya. Kita mengumpulkan seratus orang, dua ratus orang, tiga ratus orang sebagai pekerja kita hanya perlu waktu seminggu dua minggu saja kalau di Cianjur. Di daerah lain kita butuh waktu lebih lama, dengan masyarakatnya (Cianjur) kita sudah punya *engagement*. Misalkan kita butuh kantor, kita sudah punya orang yang sudah tahu sama kita. Kita butuh penyedia ini, internet dsb, kita ga perlu pak Herman kita sudah bisa jalan sendiri juga bisa.

Ketiga adalah perkembangan situasi, kita tidak melakukan FGD (*Focus Group Discussion*) karena komunikasi tingkat elitnya jalan, Pak Herman selalu melibatkan kita untuk bicara bahkan pembicaraan dengan ketua partai lain bisa lewat kita, lewat saya lebih tepatnya. Jadi sebagai konsultan politik saya menjalani peran juga sebagai juru bicara dan komunikatornya pak Herman. Jadi hal-hal strategis di luar keuangan ya, saya biasanya tahu langkah-langkah politiknya lebih duluan dari kejadiannya. (sebagai jembatan juga) karena kalau ada hal-hal yang diserahkan ke kandidat itu bisa jadi berantakan begitu. Kita itu kayak (seperti) jadi bumper mas, jadi konsultan itu harus siap jadi bumper juga.

Artinya kalau jadi kandidat maka itu proposal akan sering masuk. Orang akan mengajukan jadwal, kandidat jika menolak, masyarakat kecewa. Tapi si kandidat bisa bilang, agenda kita sudah diatur oleh konsultan. Datanglah ke kita (konsultan politik) kita bisa bilang kalau kita tidak ada budget lagi untuk ini, lalu dibalikkan lagi ke pak herman budutnya di kita. Meskipun pak Herman sebenarnya (misalnya) tidak mau menghadiri acara itu.

Sementara menjawab pertanyaan bagaimana dengan relasi atau hubungannya dengan media (media relations) misalnya ada media mau mengadakan podcast bareng pak Herman, pak Herman gak mau tapi dioperin ke

kita begitu.tolonglah bang Hafiz begini-begini, datanglah ke kita media abal-abal ke kita. Mereka terkadang hanya mencari kedekatan dan kakinya lebih dari satu. Kita juga harus mem-filter juga mereka ini benar -benar mau dukung pak Hermanatau menaruh satu kaki di bagian yang lain. Repot kalau dua kaki.

Jadi *shielding* (membentengi) di medianya juga seperti itu. Begitu juga mem-filter orang – orang yang mengelola social media-nya pak Herman. Kalau bukan tim kita kita worry (khawatir) ya, meskipun sudah lama dengan pak Herman, kita juga kan tidak tahu. Itu pentingnya ada orang luar masuk ke tim kita karena kandidat itu tidak akan melihat secara jernih begitu. Sementara kita orang dari luar yang diberikan kepercayaan sebagai konsultan sudah pasti kita ga punya kepentingan, toh dia jadi bupati sekarang kita tidak minta apa – apa kan.

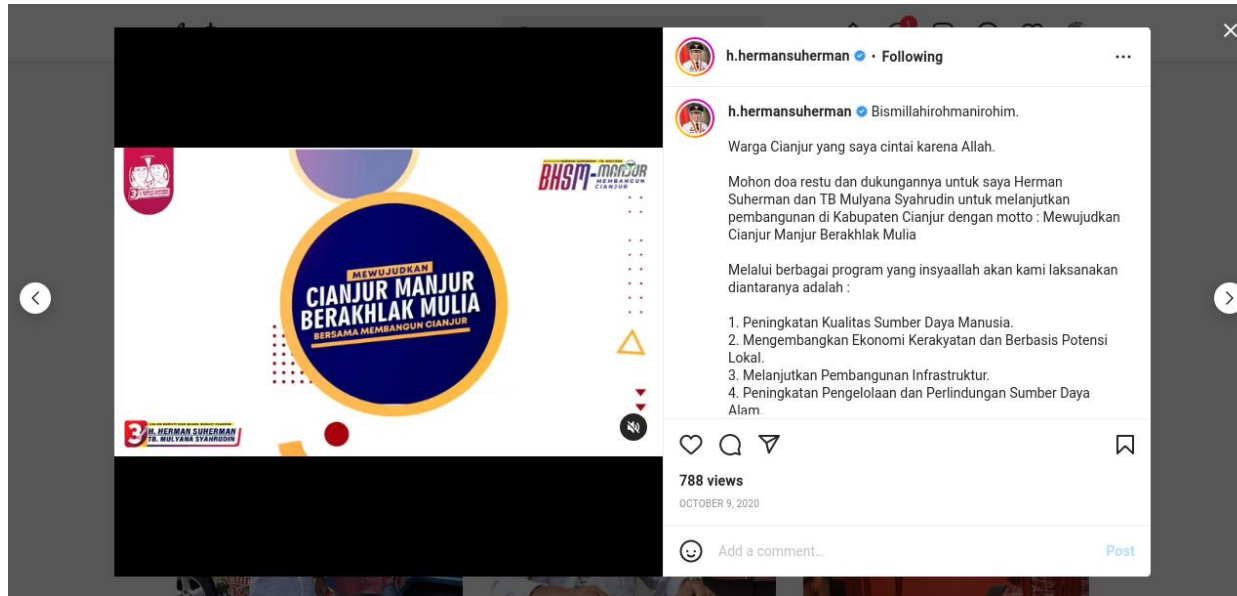
Artinya kalau ada orang dari luar yang diangkat sebagai konsultan orang itu pasti sudah expert di bidangnya dan loyal sama dia. Kalau dia orang lokal itu bisa jadi dia expert tapi belum tentu loyal. Sementara di tim dia banyak yang loyal tapi belum tentu expert. Dia butuh kehadiran konsultan politik untuk menyeimbangkan kondisi itu. Di social media juga demikian. Dia butuh pengelolaan social media yang baik dan benar seperti apa dan social media itu loyal sama dia (kandidat). Tidak dipakai buat yang lain – lain.

B. Dimensi Media Sosial Instagram Media Sosial IG Herman Suherman

Beberapa contoh isi dari informasi IG Herman Suherman terkait pesan- pesan selama masa kampanye yang berupa pesan politik.

Caption IG tanggal 23 Oktober 2020:

Assalamualaikum Warga Cianjur. Hari Jumat adalah hari spesial, Ayo kita melakukan amalan yang spesial, supaya kita menjadi hamba Allah yang spesial



di sisi-NYA. Warga Cianjur coba sebutkan amalan sunah apa saja yang Rasulullah anjurkan di hari jumat ini ?

Caption IG tanggal 21 Oktober 2020: Bersilaturahmi dan tatap muka terbatas dengan warga dan tokoh masyarakat di Kp Mareleng Desa Kertasari Kecamatan Haurwangi Cianjur. Selain untuk bersosialisasi menyampaikan visi, misi, nilai serta program BHSM, saya juga menerima masukan untuk dijadikan catatan dalam membangun Cianjur kedepan. BHSM memiliki program unggulan untuk ekonomi dan membuka lapangan pekerjaan di Kabupaten Cianjur yaitu program Pemberdayaan 10.000 UMKM di Kabupaten Cianjur. Kita akan bantu para UMKM di Cianjur dari mulai financial untuk pengembangan usaha, perizinan, pelatihan dan pengembangan produk, manajemen bisnis dan akuntansi sampai pemasaran offline dan online. Diharapkan UMKM ini mampu menyerap lapangan pekerjaan bagi warga masyarakat di sekitarnya.

[#hayusarenganngawanguncianjur](#)

[#BHSMManjur](#)

[#Coblosnomor3](#)

[#menangtebal](#)

Caption IG: Bismillahirohmanirohim.
 Warga Cianjur yang saya cintai karena Allah. Mohon doa restu dan dukungannya
 untuk saya Herman Suherman dan TB Mulyana Syahrudin untuk melanjutkan
 pembangunan di Kabupaten Cianjur dengan motto : Mewujudkan Cianjur Manjur
 Berakhlak Mulia


Melalui berbagai program yang insyaallah akan kami laksanakan diantaranya
 adalah :

1. Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia.
2. Mengembangkan Ekonomi Kerakyatan dan Berbasis Potensi Lokal.
3. Melanjutkan Pembangunan Infrastruktur.
4. Peningkatan Pengelolaan dan Perlindungan Sumber Daya Alam




Caption IG Herman Suherman: Warga Cianjur yang saya hormati, saya banggakan, dan saya cintai. Inshaallah di Kabupaten Cianjur pada tahun 2020 akan melaksanakan Pilkada serentak pada tanggal 9 Desember 2020. Untuk itu Pemda Cianjur akan memastikan dan melakukan koordinasi dengan pihak-pihak terkait seperti KPU, Bawaslu, Kepolisian, TNI dan penyelenggara Pilkada lainnya. Keperluan seperti inventarisasi, tambahan persiapan dukungan seperti masker, sarung tangan, dan yang lainnya, ini akan segera dikomunikasikan dan akan dipersiapkan oleh Pemerintah Kabupaten Cianjur. Begitu pula dengan penyesuaian kebutuhan anggaran akan ditindaklanjuti sesuai arahan Pemerintah Pusat dan Pemerintah Provinsi Jawa Barat. Kemudian, meskipun saat ini Cianjur sudah masuk zona biru dalam penanganan covid 19, keselamatan dan kesehatan masyarakat harus tetap diutamakan, untuk kepentingan pemilihan umum atau Pilkada yang akan dilaksanakan nanti. Inshaallah Kabupaten Cianjur bisa melaksanakan hal ini dengan baik, tertib dan tentunya sesuai dengan protokol kesehatan covid 19, itu saya yang dapat disampaikan. Terima kasih. Wassalamualaikum Wr, wb


Beberapa comment atas postingan di atas :

- 


dedih_kang Mudah2 n BP lagi yg mimpin c anjur ya..amiiinn.. ♡

111w 1 like Reply
- 

lelaa73_ Waalaikum salam...Mudah'n tercapai apa yng diharapkan masyarakat Cianjur ♡

111w 1 like Reply
- 

bang_ipul_sai78 BHS_m Lagi 2020 yess ♡

111w 1 like Reply
- 

r.ac.hel saya mah mau nyoblos pak @h.hermansuherman ♡

111w 2 likes Reply

4.6 Pembahasan

Berdasarkan teori komunikasi politik menurut Nimmo dalam Mirza (2018), komunikasi politik adalah kegiatan komunikasi yang dianggap komunikasi politik berdasarkan konsekuensi-konsekuensinya (aktual maupun potensial) yang mengatur perbuatan manusia di dalam kondisi-kondisi konflik. Sementara itu menurut McNair (2013), komunikasi politik bukan hanya sebagai komunikasi dari aktor-aktor politik kepada pemilih dengan maksud untuk mencapai tujuan tertentu, tetapi juga komunikasi yang ditujukan kepada para politisi oleh pemilih dan kolumnis surat kabar, serta komunikasi tentang aktor-aktor politik dan aktivitas mereka, sebagaimana terdapat pada berita, editorial dan bentuk diskusi politik media lainnya.

Selanjutnya berdasarkan data [KPU Cianjur](#), angka partisipasi masyarakat paling tinggi di Pilkada mencapai 70 persen pada tahun 2006. Namun pasca itu, trennya menurun hanya 60 persen di Pilkada 2011 dan turun lagi menjadi 56,9 persen di Pilkada 2015. Baru di Pilkada 2020 angka partisipasi naik kembali sekitar 67,4 persen.

Selain partisipasi pemilih yang mengalami penurunan, situasi pandemi covid -19 juga masih belum beranjak dari Indonesia termasuk kota Cianjur. Masalah – masalah ini meliputi kondisi pertarungan empat pasang kandidat calon bupati yang berlaga dalam kontestasi pilkukada di Cianjur tahun 2020. Ditambah dengan tema pemberantasan korupsi menjadi berita tersendiri yang berada karena kondisi bupati sebelumnya yang tertangkap oleh KPK kasus DAK (Dana Alokasi Khusus) pendidikan.

Bahkan kalau menurut hasil wawancara sebenarnya secara historis dapat dikatakan merupakan *opportunity* atau keuntungan karena sebelumnya waktu 2014, pasangan bupati dan wakil bupati sebelumnya digadang-gadang menjadi Bupati itu adalah Pak Herman. Sebelum adanya UU terkait politik dinasti dibatalkan oleh putusan MK (Mahkamah Konstitusi) melalui *Judicial Review*

Terkait dengan *judicial review*, pengertian *judicial review* dalam situs hukumonline adalah pengujian yang dilakukan melalui mekanisme lembaga peradilan terhadap kebenaran suatu norma, demikian pemaparan Jimly Asshiddiqie dalam buku *Hukum Acara Pengujian Undang-Undang* (hal. 1-2).

Salah satu poin mendasar dari amandemen Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 adalah diaturnya kewenangan judicial review yang dijalankan oleh lembaga pemegang kekuasaan kehakiman, yaitu Mahkamah Agung dan Mahkamah Konstitusi. Mahkamah Agung berwenang menguji peraturan perundang-undangan di bawah undang-undang terhadap undang-undang, sedangkan Mahkamah Konstitusi menguji undang-undang terhadap Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. (Putra, 2018)

Di lain sisi, jumlah pengguna internet di Indonesia bertumbuh dari tahun ke tahun. Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menerangkan bahwa hingga kuartal II tahun 2020, jumlah pengguna internet Indonesia ada 196,7 juta orang atau 73,7 persen dari total populasi Indonesia

266,9 juta berdasarkan data BPS (Badan Pusat Statistik). Angka ini mengalami kenaikan sebesar 8,9 persen atau setara 25,5 juta pengguna dari periode yang sama tahun sebelumnya.

Selain dari infrastruktur digital, ternyata selama pemilukada Cianjur 2020 berlangsung berada dalam kondisi Covid-19 dimana tahapan kampanye dan pemilihan berada dalam penerapan protokol kesehatan yang ketat pula. Kondisi ini ikut mendorong penerapan digital sebagai landasan utama penerapan cyber public relations. Sifat media baru yang khalayaknya bisa berinteraktif atau aktif membantu penerapan dalam era industri 4.0 di Indonesia secara umum maupun di daerah – daerah termasuk di Cianjur.

Kala itu adalah waktu merebaknya virus corona dari China ke berbagai negara telah mengakibatkan banyak orang takut untuk berpergian, penerbangan jadi sepi, dan banyak negara menerapkan lockdown seperti Italia, Denmark, Filipina, dan Irlandia untuk mencegah penyakit ini meluas dan memakan banyak korban. Tiap negara juga telah melakukan isolasi dan karantina bagi warganya yang berstatus ODP ataupun PDP. Sebagai akibatnya banyak perjalanan wisata yang dibatalkan menyebabkan maskapai penerbangan menelan kerugian cukup besar dan pemesanan tiket pesawat menurun hingga 50%. Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Wisman) ke Jawa Barat pada bulan Maret 2020 pun hanya sekitar 5.880 orang, mengalami penurunan sebesar 53.7% dibandingkan Februari 2020 yang mencapai 12.686 orang

Lebih lanjut terkait keberadaan *cyber public relations* yang menghasilkan konsep 3R yakni relasi, reputasi dan relevansi dalam penerapannya di dalam

konteks kampanye politik memiliki tujuan, batasan dan hambatan. Julius Bob Onggo dalam (Yananingtyas, 2020) menjelaskan bahwa *cyber public relations* adalah salah satu inovasi dari Public Relations dengan menggunakan teknologi komunikasi internet dalam memberikan informasi kepada khalayak. Dengan menggunakan internet praktisi Public Relation dapat menyampaikan informasi dengan lebih efisien dan optimal kepada khalayak.

Selanjutnya menurut Onggo, *cyber public relations* dapat diartikan dengan *public relations and the net* yang berarti bahwa bagian public relations harus mulai menjadi spesialisasi bagi seseorang yang bersikap interaktif dan menjadi *front liners* dalam berkomunikasi di media sosial juga internet. Sebagai hasil dari *Cyber public relations* akan memberikan 3R untuk organisasi atau perusahaan, yakni: Relations memperbanyak relasi dengan masyarakat guna terbangunnya interaksi yang mendalam antara perusahaan/organisasi dengan masyarakat tersebut. Kemudian hasil kedua ialah, reputasi dimana reputasi disini didefinisikan sebagai salah satu bagian penting dalam Public Relations. Reputasi adalah sebuah aset yang teramat berguna. Hasil berikutnya yang ketiga adalah relevansi. Relevansi Public relations harus memiliki inovasi - inovasi baru mengenai pasar mana yang akan diberikan kegiatan inovasi yang berbasis online .

Jadi seorang electronic public pelations atau PR online (e-pr) menjadikan kondisi dimana seorang public relations officer tidak hanya harus handal tapi juga tanggap untuk memanfaatkan media- media terbaru sebagai instrumen aplikasi tugas-nya. Akhir-akhir ini muncul kecenderungan baru dimana media online digunakan sebagai media komunikasi, termasuk dalam public relations. Praktik

kegiatan humas yang mengandalkan internet biasa dikenal dengan istilah *electronic public relations (e-pr)* atau *cyber public relations* yakni seorang PR yang menggunakan internet sebagai media publisitas Onggo dalam (Yazid, 2015) Jika media konvensional seperti surat kabar atau koran hanya dapat melakukan *one to many relations*, internet dapat mengembangkan *one to one*.

Penerapan peraturan dan aturan masa kampanye yang dikeluarkan oleh KPU (Komisi Pemilihan Umum) dan KPUD (Komisi Pemilihan Umum Daerah) menjadi tolak ukur dan koridor berjalannya kontestasi pemilihan Umum yang baik dan benar sejalan dengan prinsip demokrasi di Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Dalam menjalankan perannya, ketiga bagian dari praktisi publik relations elektronik atau *cyber public relations* Cianjur yakni humas daerah, tim pemenangan dan konsultan politik berada pada koridor masing – masing dan melakukan upaya sinkronisasi dengan cara yang khas.

Tim konsultan politik ini juga menjadisangat *strict* dengan pembedaan humas dengan kampanye politik. Humas menggunakan APBD (Anggaran Pembangunan Belanja Daerah) dan mereka tidak bisa menggunakan itu namun sebaliknya bisa.. Kalau sekadar sharing foto masih bisa tapi kalau mengatur humas, tidak bisa.

Sementara terkait konteks relasi yang terjadi di dalam pilkada ketika informasi disampaikan dalam bentuk berita ataupun konten itu tidak berkaitan secara langsung dengan siapa yang akan mencalonkan karena itu fungsi kita mempublikasikan apa yang memang menjadi kegiatan pemda (pemerintah

daerah). Adapun efeknya nanti misalkan itu berpengaruh terhadap popularitas atau elektabilitas terhadap pasangan calon atau terutama inkumben (petahan) itu sebenarnya terkait dengan bagaimana dia menjalankan programnya karena kalau memang inkumben ini konsisten menjalankan program kebijakan apa yang sudah dijanjikan dalam periode kampanye sebelumnya, itu secara otomatis masyarakat akan menilai begitu.”

Pada saat kontestasi pilkada Cianjur 2020. terdapat koalisi lima partai yakni : PDIP, Golkar, PPP, Nasdem dan PAN. Sementara BHSM berasal dari sebelum adanya koalisi dimana melekatkan branding pada Herman Suherman dengan Bang Haji Herman Suherman Manjur. Branding itu sudah melekat di masyarakat sekitar 1 atau 2 tahun. BHS manjur itu singkatan dari banyak arti. Yang menjadi tagline itu manjurnya, Bersama Herman Suherman Bangun Cianjur secara garis besarnya. Bisa juga BHS itu Bupati Herman Suherman. BHS itu sendiri familiar terhadap masyarakat cianjur terutama dengan para Ulama dan santri. Karena cianjur merupakan salah satu kota santri. Dan BHS itu merk yang terkemuka di kalangan ulama Cianjur.”

Pengkajian aspek *historic*, *trustworthy* dan *competency* dalam penelitian cyber public relations Herman Suherman. Historical atau latar belakang penting untuk membangun aspek reputasi dan relasi dalam cyber public relations. Sementara *trustworthy* atau kepercayaan bisa dilihat dari konsistensi janji dengan hasil kerja sesuai visi misi. *Competency* atau kemampuan dapat memperlancar

para stake holder meletakkan kepercayaan dan pilihan kepada pemimpinnya yang dalam konteks ini adalah kepala daerah Cianjur yakni Bupati.

Branding yang dipakai adalah Manjur, yang berarti kata baik yang berarti “bagus”, “sae”, “mujarab” begitu konotasinya. Kemudian konsep ini kita turunkan menjadi membangun Cianjur Jadi familiar di masyarakat Cianjur. Baik BHS, manjur (konsep) juga familiar dan terdapat sinonim padanan katanya. Pertama, ‘membangun Cianjur’, ‘amanah dan jujur’, ‘Herman untuk Cianjur’ jadi banyak turunannya itu kang. Maju, mandiri dan religius.”

Terkait dengan tantangan dari pelaksanaan *cyber public relations* terutama memasuki masa kampanye politik, konsultan politik saat itu menggambarkan keadaannya yang berlangsung saat itu Tantangannya sebenarnya karena dalam posisi incumben ini adalah gampang - gampang susah. Susah karena berjalan dengan *defend* (bertahan). Akan lebih susah lagi kalau inkumben-nya posisinya tertinggal. Posisi saat itu incumbent di depan, jadi ketika posisi kita di depan orang akan tarik kita ke belakang. Ketika kita sudah depan orang akan menaburkan duri di jalan yang kita lalui sehingga kita melambat.

Pada sisi yang lain, siapapun yang memiliki akses ke teknologi internet dapat mengakses sosial media dan dapat membaca pesan yang disampaikan, forward pesan, komentar, bahkan membuat status lalu disebarluaskan. Artinya orang tersebut sudah menjadi komunikator. Jadi, public menjadi komunikator untuk public yang lain. Ranah politik cukup banyak terdampak oleh teknologi

komunikasi ini. Komunikasi sangat penting dan dibutuhkan dalam politik dan merupakan salah satu bagian dari kegiatan politik sendiri.

Dalam konteks pilkada Cianjur 2020, kondisi historis yang sudah dikenal dan popularitas dan elektabilitas Herman Suherman sudah unggul, maka selama masa kampanye yang dilakukan adalah merawat dan menjaga reputasi kandidat yang telah dimiliki berikut imagenya sejak menjadi wakil bupati, bupati plt dan masuk menjadi kandidat di pemilukada Cianjur ini. Upaya mitigasi ini dilakukan dalam koridor ketaatan terhadap aturan main yang diterapkan oleh KPU dan KPUD di bawah pengawasan Bawaslu (Badan Pengawasan Pemilu).

Jadi yang kita lakukan hanyalah mencegah dan memitigasi isu-isu yang ditelurkan secara tidak bertanggung jawab di social media itu dibicarakan secara mulut ke mulut dan itu kita nggak bisa petakan meluasnya sudah sampai kemana, apakah ini sebelumnya sudah hadir di masyarakat, strategi digital untuk meng-keep itu, sekaligus untuk kampanye, tapi kampanye juga kita tidak harapkan hasil disitu, hasilnya bukan yang collecting vote itu bukan social media.”

Kampanye politik sering memakai media komunikasi di dalamnya. Media online, jmedia sosial merupakan salah satu produk teknologi komunikasi marak dipergunakan dalam kampanye pemilu Konsep McLuhan yang menyatakan bahwa teknologi adalah media menjadi konsep dasar yang banyak dipakai.

PR Politik tidak sekadar mengenai ada atau tidaknya divisi maupun departemen PR yang harus dimiliki oleh aktor politik. Bukan pula konsultan komunikasi yang tersedia pada saat menjelang pemilihan umum. PR Politik lebih banyak menuntut adanya karakter dan kapasitas aktor politik menguasai

kebutuhan publik serta membangun sinergi harmonis dengan para stakeholders. Sekalipun strategi, teknik serta taktis PR dibutuhkan namun integritas aktor politik menjadi core business dalam proses keberlangsungan politik. Semetara itu terdapat perbedaan pr politik dan pr umum seperti diutarakan oleh Stromback dan Kiousis (2013).

Pertama, *Political public relations* meliputi seluruh aktivitas-aktivitas public relations yang dilakukan oleh organisasi dan individu untuk tujuan politik, termasuk partai politik dan kandidatnya, sektor-sektor pemerintah dan publik, serikat pekerja, bisnis komersial kelompok kepentingan, dan organisasi non profit yang berusaha mempengaruhi proses atau hasil dalam politik.

Kedua, *Political public relations* tidak saja berpusat pada aspek komunikasi semata namun juga membutuhkan aksi atau tindakan. Seorang aktor politik yang lihai bermain citra tidak akan memperoleh dukungan publik dalam periode waktu yang panjang apabila representasi tidak berbanding lurus dengan realitasnya yang terbentuk.

Ketiga adalah, *Political public relations* menekankan pentingnya relationship setara dengan reputasi. Reputasi bukan outcome atau dampak dari kinerjanya. Relationship dan reputasi bekerja secara paralel dalam PR Politik. *Keempat ialah*, *Political public relations* dalam konteks tertentu membutuhkan penerapan model tradisional PR seperti publicity dan public information sekalipun dipandang tak ideal.