

## EVALUASI KESIAPAN PEMERINTAH KOTA BANDUNG DALAM MERESPON DAN MENGELOLA KEHUMASAN SECARA ONLINE DENGAN PENGGUNAAN TWITTER

**Anisa Kusumawardani<sup>1</sup>, Sudarmono<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Jurusan Bisnis Digital, Politeknik Krakatau

<sup>2</sup>Jurusan Teknologi Rekayasa Perangkat Lunak

E-mail : [anisakusumawardani@polka.ac.id](mailto:anisakusumawardani@polka.ac.id), [sudarmono@polka.ac.id](mailto:sudarmono@polka.ac.id)

### ABSTRACT

Twitter inspires various parties to become main actor in chosen field. In this study, it is applied as an information center and also a tool of public relation. Many accounts of the city information created to realize the public service in terms of facilitating its people, build communication between related agencies and also as a tool to accommodate the aspirations of the community. In this study discusses about the readiness of Bandung Municipality in responding and managing twitter as a tool of online Public Relation. Online Public relation is a new thing and it is also an opportunity for the Government to improve public services. The Mayor of Bandung, Ridwan kamil asked to all Department to create a twitter account. With the presence of such government agencies to the realm of social media, the public would be easier to deliver a wide range of aspirations and grievances. Social Media could make information more broadly, faster, easier, more and more interactive. The readiness of Bandung Municipality in managing twitter and its application needs to be evaluated. The authors do a research by doing observation and interviews directly to five units of the SKPD (a unit Of Work Areas) that are active in responding in twitter. The research lasted for 1 month, the author record all conversation in twitter and using as an input data & report, and also conduct interviews to the community and also the parties from each of the SKPD. Through this research with direct observations and interviews, as well as with the approach and analysis based on management function and Online Public relation, in the know that Bandung Municipality is still not ready in the use of twitter as a tool of online public relation and in terms of improving public services, both in terms of management function and also knowledge about the use of twitter and public Relation. In getting to the conclusion that this aspect of the management function consists of Planning, Organizing, Leading, Controlling & Staffing is the most important aspect that needs to be in the clear. Utilization of social media, especially twitter is still not effective because there are still many aspects that the thing to fix.

**Keywords:** *Twitter, Bandung, Media Sosial, Management, Public Relation*

### ABSTRAK

Twitter menginspirasi berbagai pihak untuk menjadi aktor utama dalam bidang yang dipilih. Dalam penelitian ini, diterapkan penggunaan twitter sebagai pusat informasi dan juga sebagai alat hubungan masyarakat. Banyak akun-akun informasi kota yang dibuat untuk mewujudkan pelayanan publik dalam hal memfasilitasi masyarakatnya, membangun komunikasi antar instansi terkait dan juga sebagai alat untuk menampung aspirasi masyarakat. Dalam penelitian ini membahas mengenai kesiapan Pemerintah Kota Bandung dalam menyikapi dan mengelola twitter sebagai sarana Online Public Relations. Online Public Relation merupakan hal yang baru dan merupakan peluang bagi pemerintah untuk meningkatkan pelayanan publik. Walikota Bandung, Ridwan Kamil (tahun 2013-2018) meminta kepada seluruh Dinas untuk membuat akun twitter. Dengan hadirnya instansi pemerintah ke ranah media sosial, diharapkan masyarakat akan lebih mudah menyampaikan berbagai macam aspirasi dan keluhannya. Media sosial dapat membuat informasi menjadi lebih luas, lebih cepat, lebih mudah, lebih banyak dan lebih interaktif. Kesiapan Pemerintah Kota Bandung dalam mengelola twitter dan penerapannya perlu dievaluasi. Penulis melakukan penelitian dengan melakukan observasi dan wawancara langsung ke lima unit SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah) yang aktif memberikan respon di twitter. Penelitian berlangsung selama 1 bulan, penulis merekam semua percakapan di twitter dan digunakan sebagai input data & laporan, dan juga melakukan wawancara kepada masyarakat dan juga pihak-pihak dari masing-masing SKPD. Melalui penelitian ini dengan observasi dan wawancara langsung, serta dengan pendekatan dan analisis berdasarkan fungsi manajemen dan Online Public Relation, diketahui bahwa Pemerintah Kota Bandung masih belum siap dalam penggunaan twitter sebagai alat Online Public Relation dan dalam hal peningkatan pelayanan publik, baik dari segi fungsi manajemen dan juga pengetahuan tentang

penggunaan twitter dan PublicRelation. Dalam mengambil kesimpulan bahwa aspek fungsi manajemen yang terdiri dari Planning, Organizing, Leading, Controlling & Staffing merupakan aspek terpenting yang harus di jabarkan secara jelas. Pemanfaatan media sosial khususnya twitter masih belum efektif karena masih banyak aspek yang harus dibenahi.

**Kata kunci:** *Twitter, Bandung, Media Sosial, Manajemen, Hubungan Masyarakat*

penelitian ini dipilih 5 (PDAM, DBMP, Disyajak, PD.Kebersihan & Satpol PP)

## 1. Pendahuluan

Public Relation merupakan suatu sistem komunikasi yang mengatur komunikasi antara lembaga dengan masyarakat yang memerlukan perencanaan yang matang dalam suatu pendekatan manajemen, sehingga tujuan untuk memberikan pelayanan publik secara maksimal dapat tercapai. Ada beberapa kemungkinan yang membuat fungsi dan tujuan Humas tidak berjalan dengan maksimal. Salah satunya yaitu, kurangnya persiapan & perencanaan yang matang dalam pendekatan manajemen, kemudian terbiasakan oleh media konvensional yang sudah ada dan sudah lama berjalan, serta munculnya media baru berbasis internet. Penggunaan media internet dalam memudahkan manusia bertujuan untuk berkomunikasi, mendapatkan akses informasi, bertransaksi, bidang pendidikan bahkan hiburan. Hal ini juga terjadi di bidang public relation dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi saat ini yang disebut dengan online-PR.

Kemunculan media baru (internet) mampu menggeser penggunaan media tradisional seperti koran dan radio. Internet lebih interaktif karena memudahkan masyarakat untuk melakukan komunikasi dua arah. Walikota Bandung Ridwan Kamil memerintahkan kepada kepala dinas untuk membuat akun twitter. Hal ini dimaksudkan sebagai reformasi birokrasi di jajaran Pemerintah Kota Bandung, untuk meningkatkan pelayanan publik. Media Digital dapat membuat informasi lebih luas, lebih cepat, lebih mudah, lebih banyak dan lebih interaktif. Dengan Digital PR pesan yang tepat dapat dikirim ke orang yang tepat dengan mudah dan murah. Pemanfaatan digital Public Relation di

Indonesia saat ini masih jauh dari kata maksimal, bahkan sangat minim. Dalam

dari 22 akun SKPD (*Satuan Kerja Perangkat Daerah*) yang sudah cukup aktif dan mulai dikenal oleh masyarakat.

## 1. Pernyataan Masalah

Saat ini, masyarakat menggunakan media tidak hanya sebagai sumber informasi, tetapi juga digunakan untuk berinteraksi satu sama lain. Kemunculan media baru (internet) mampu menggeser penggunaan media tradisional seperti koran dan radio. Internet menjadi kebutuhan penting bagi masyarakat saat ini terutama dalam kehidupan sehari-hari. Penggunaan Media Sosial di Kotamadya Bandung merupakan fenomena yang sangat baru. Walikota Bandung, Ridwan Kamil, memerintahkan kepada seluruh kepala dinas untuk membuat akun twitter. Hal ini dimaksudkan sebagai reformasi birokrasi di bawah pemerintahan Kota Bandung untuk membenahi pelayanan publik. Hal ini bertujuan sebagai bentuk dari program "Reaksi Cepat". Dengan penggunaan twitter, diharapkan setiap instansi juga cepat tanggap dan memberikan kemudahan bagi masyarakat. Namun dari 22 akun twitter yang ada, ada beberapa akun yang aktif dan ada juga yang belum aktif. Banyaknya akun dari beberapa instansi yang belum berjalan dikarenakan kesiapan dari sisi pengetahuan dan manajemen pemerintahan. Berikut hasil pengamatan sementara terhadap beberapa akun twitter SKPD (*Satuan Kerja Perangkat Daerah*) di Kota Bandung.

**Tabel 1. Akun-akun Pemerintah Kota Bandung**

| Account Name     | Number of Tweet & Reply | Rate of Responsive (SuaraBdg.com) | Account Name    | Number of Tweet & Reply | Rate of Responsive (SuaraBdg.com) |
|------------------|-------------------------|-----------------------------------|-----------------|-------------------------|-----------------------------------|
| @pdamtirtawening | 2711                    | 1 (59%)                           | @dishub_kotabdg | 560                     | 13 (1%)                           |
| @dbmpkotabdg     | 3601                    | 2 (31%)                           | @Satpolppbdg    | 3686                    | 14 (1%)                           |
| @disyajakotabdg  | 796                     | 3 (22%)                           | @DISBUDPAR_BDG  | 950                     | 15 (0%)                           |
| @distarcipBDG    | 343                     | 4 (19%)                           | @pphdbdg        | 8                       | 16 (0%)                           |
| @disdik_bandung  | 2138                    | 5 (18%)                           | @ekonomisetdbdg | 41                      | 17 (0%)                           |
| @bdkkotabandung  | 279                     | 6 (13%)                           | @infoDPKAD      | 54                      | 18 (0%)                           |

Dari 22 akun twitter SKPD (*Satuan Kerja Perangkat Daerah*) yang ada di Pemerintah Kota Bandung, dipilih 5 akun yang menjadi objek penelitian. Pemilihan 5 akun twitter tersebut berdasarkan tingkat responsivitas akun dan jumlah tweet dan reply yang besar. Selain itu pemilihan 5 akun ini juga didasarkan pada SKPD (*Satuan Kerja Perangkat Daerah*) yang banyak menerima pengaduan dari masyarakat dan juga sering menangani isu-isu yang sering muncul di Kota Bandung. Dengan adanya akun twitter dari setiap unit diharapkan dapat memberikan kemudahan pelayanan kepada masyarakat. Namun penggunaan akun twitter dari setiap unit masih minim. Kondisi inilah yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini:

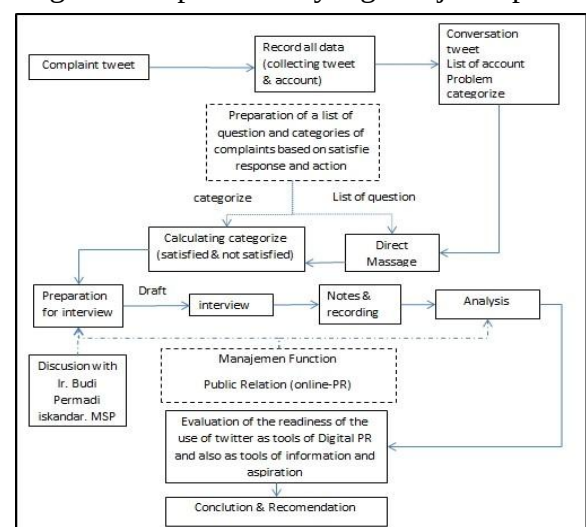
- a. Mengapa implementasi media sosial khususnya twitter tidak berjalan seperti program "Reaksi Cepat" dalam rangka memberikan pelayanan publik secara cepat kepada masyarakat kota Bandung?
- b. Mengapa pengelolaan twitter sebagai online Public Relation masih belum optimal dan masih banyak lembaga yang belum menjalankannya?

## 2. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian menggambarkan proses keseluruhan penelitian yang dilakukan. Tahapan dalam penelitian ini dimulai dari pengaduan yang masuk melalui twitter lima unit SKPD (*Satuan Kerja Perangkat Daerah*) kemudian seluruh isi tweet & reply di rekam. Rekaman tersebut berupa percakapan tweet, daftar pengguna akun dan kategori pengaduan. Hasil rekaman tersebut menjadi input untuk survei singkat melalui Direct message (fasilitas yang ada di twitter

untuk mengirimkan pesan secara personal) terhadap daftar akun pengguna yang melakukan pengaduan kemudian menghasilkan output berupa jumlah kepuasan dan ketidakpuasan serta alasannya dari masyarakat yang menjadi sampel. Pertanyaan yang disampaikan melalui Direct message berdasarkan kepuasan respon masyarakat melalui akun twitter dan tindakan dari masing-masing unit. Hasil dari survei singkat yang dilakukan melalui Direct Message digunakan sebagai masukan dalam bentuk draft pertanyaan untuk wawancara mendalam yang kemudian dilakukan satu kali wawancara ke setiap unit SKPD (*Satuan Kerja Perangkat Daerah*). Hasil dari wawancara untuk setiap unit SKPD (*Satuan Kerja Perangkat Daerah*) akan dianalisis.

Dalam merencanakan draft pertanyaan pada wawancara dan analisis proses berdasarkan fungsi manajemen dan teori Public Relation, yang kemudian akan menghasilkan output berupa evaluasi terhadap kesiapan Pemerintah Kota Bandung dalam menyikapi dan mengelola twitter sebagai saran PR online. Dari hasil tersebut juga akan dihasilkan sebuah rekomendasi dan perbaikan yang dapat diajukan dalam rangka memberikan solusi bagi setiap unit SKPD (*Satuan Kerja Perangkat Daerah*). Untuk lebih jelasnya metodologi penelitian, berikut adalah diagram alir penelitian yang disajikan pada

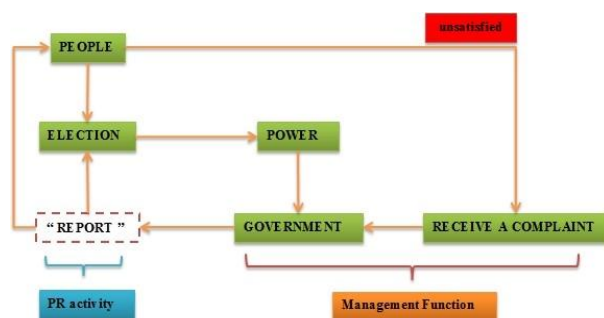


gambar 2.1 di bawah ini:

**Gambar 1. Metodologi Penelitian**

Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah mengenai kesiapan Pemerintah Kota Bandung khususnya unit-unit SKPD (*Satuan Kerja Perangkat Daerah*) dalam merespon dan mengelola penggunaan twitter sebagai alat Humas online. Penggunaan twitter ini dimulai ketika pemilihan walikota baru yang langsung di pilih oleh seluruh masyarakat kota Bandung. Dimana walikota yang terpilih dan kemudian menduduki kursi di kota Bandung, pemerintah memiliki kewajiban untuk melakukan "laporan" kepada masyarakat yang telah memilihnya.

Laporan yang dimaksud adalah secara berkala menyebarluaskan informasi mengenai kebijaksanaan, hasil perencanaan yang telah dicapai, dan juga pelayanan publik yang telah diberikan kepada seluruh masyarakat. Dalam hal kegiatan "laporan" yang diberikan kepada masyarakat terbukti tidak memuaskan, pemerintah bersedia menerima keluhan masyarakat. Kegiatan memberikan "Laporan" merupakan kegiatan Humas. Dan kegiatan menerima dan mengelola pengaduan yang masuk ke Pemerintah membutuhkan Fungsi Manajemen. Untuk memudahkan pemahaman terhadap konseptual dari pernyataan masalah, berikut ini disajikan diagram alir pada gambar 2.2 di bawah ini:



**Gambar 2. Model Pernyataan Masalah**

### 3. Kerangka Teori

#### a. Hubungan Masyarakat

Nurjaman dan Khaerul Umam dalam komunikasi dan Public Relation (2012:104-105) mengutip pernyataan John E. Marston dalam bukunya *Modern Public Relation*

mengatakan sebagai berikut, "Public Relations is planned, persuasive communication designed to influence significant public." Oleh karena itu, Public Relations merupakan bidang yang membutuhkan perencanaan yang matang dalam suatu manajemen yang dilakukan secara terencana dengan pendekatan-pendekatan tertentu pada sasaran tertentu. Nurjaman dan Khaerul Umam dalam buku *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat* (2012:104-105) mengutip pernyataan John E. Marston, yang memiliki definisi lebih spesifik, "Public Relations is the art of making your company well liked and respected by employees, consumers, and distributors". Sebuah perangkat yang telah menjadi mindset kehidupan manusia pada dekade ini, yang disebut dengan internet, sehingga orang sering menyebutnya dengan dunia global village. Dunia yang menggunakan media internet memudahkan manusia untuk berkomunikasi, mengakses informasi, perdagangan, bidang pendidikan bahkan hiburan. Dampaknya juga terjadi di bidang public relation dengan memanfaatkan arus kecanggihan teknologi dengan apa yang disebut e-PR.

**Tabel 2. Perbedaan antara PR Tradisional dan PR Digital**

| Humas Tradisional                                                                                       | Humas Digital                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Komunikasi satu arah<br>Lobi<br>Saluran media tradisional<br>Periklanan tradisional<br>Tidak untuk umum | Komunikasi dua arah<br><i>audiens menarik informasi</i><br><i>audiens memiliki akses ke informasi lain</i><br><i>anggota audiens terhubung satu sama lain</i><br><i>audiens terhubung dengan organisasi</i><br>Media Siber<br>Lebih dari sekadar khalayak umum<br>Publik dan transparan |

Digital Publik Relation (online-PR)

adalah komunikasi kehumasan di dunia maya, internet dan world wide web (www). Hal ini juga mencakup penggunaan ekstranet untuk komunikasi dua arah yang efektif dengan berbagai publik yang memiliki akses ke internet. Salah satu media yang dapat digunakan sebagai Digital Public Relation selain website, saat ini muncul inovasi baru yang disebut Social Media seperti: Situs Jejaring Sosial (Facebook), blog dan Microblogging. Untuk lebih jelasnya mengenai media sosial, akan dijelaskan pada sub bagian di bawah ini.

### **b. Media Sosial**

Media sosial terkenal dengan sistem auto generated content yang dapat digambarkan melalui definisi media sosial oleh Scott dkk. (2009:38) berikut ini: *"Media sosial menyediakan cara bagi orang-orang untuk berbagi ide, konten, pemikiran, dan hubungan secara online. Media sosial berbeda dengan apa yang disebut 'media mainstream' karena setiap orang dapat membuat, mengomentari, dan menambah konten media sosial. Media sosial dapat berbentuk teks, audio, video, gambar, dan komunitas."* Pengertian media sosial dijelaskan oleh **Mayfield (2008:5)** dalam bukunya *"What is Social Media?"*, *media sosial paling baik dipahami sebagai sebuah kelompok media online jenis baru, yang berbagi sebagian besar atau seluruh karakteristik berikut: partisipasi, keterbukaan, percakapan, komunitas, keterhubungan.* Salah satu jenis media sosial yaitu microblogging dengan situs twitter sebagai pemimpin di bidang tersebut. **Jatsch (2009:2)** dalam jurnalnya menjelaskan definisi twitter dengan lebih sederhana: *"Twitter adalah layanan gratis yang memungkinkan siapa saja untuk mengatakan hampir semua hal kepada siapa saja dalam 140 karakter atau kurang - ini adalah jenis microblogging 'apa yang sedang kamu lakukan saat ini' yang menembus komunikasi sosial online."* Jadi, dari kedua penjelasan mengenai Twitter di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa Twitter adalah sebuah situs media sosial berupa microblogging yang memungkinkan

seseorang untuk menyampaikan sesuatu hal baik itu berupa informasi teks, keluhan, berita, gambar, audio, maupun video kepada orang lain dengan jumlah kurang atau sama dengan 140 karakter. Jantsch (2009:4) juga menjelaskan beberapa fitur utama yang ada di Twitter, antara lain:

1. *Tweet* - ketika pengguna Twitter menulis 140 karakter di akun Twitter mereka dan menekan tombol kirim, ini juga dikenal sebagai kicauan atau tweet
2. *Handle* - nama pengguna Twitter itu sendiri, biasanya dilambangkan dengan @username, rata-rata diberikan dengan nama asli baik nama pribadi maupun nama perusahaan dan menjadi identitas Twitter itu sendiri.
3. *Follow* - tindakan untuk mengikuti pengguna Twitter lainnya. Jika orang lain sudah masuk ke dalam daftar mengikuti seseorang, maka sudah pasti orang yang menulis tweet tersebut akan muncul di halaman depan akun Twitternya
4. *Balasan*- Kicauan pengguna Twitter ditujukan kepada pengguna Twitter lainnya, kegiatan ini biasanya dilakukan untuk mendekatkan diri antar sesama pengguna Twitter
5. *Retweet (RT)* - sebuah taktik untuk mempublikasikan kembali tweet orang lain, bisa jadi karena melihat atau tertarik dengan tweet tersebut. Sehingga tweet orang lain dapat ditampilkan di timeline follower pengguna Twitter
6. *Direct Message (DM)* - pesan yang dikirim langsung ke pengguna Twitter lainnya. Kedua belah pihak saling mengikuti semua hal yang dapat melakukan aktivitas ini, fitur ini bersifat pribadi dan tidak dapat dilihat oleh pengikut.
7. *Hashtag* - fitur ini adalah cara yang bagus untuk mengkategorikan tweet-tweet yang ada sehingga orang lain dapat menggunakan tag yang sama, dan cara yang efektif untuk menampilkan tweet-tweet lain yang

terkait. Biasanya dimulai dengan karakter #.

### c. Manajemen

Adanya ketidakpuasan dari masyarakat atas "Laporan" berupa kebijakan, kinerja atau hasil yang dicapai oleh Pemerintah sehingga menimbulkan pengaduan dari masyarakat. Pemerintah harus menerima keluhan dan saran dari masyarakat. Keluhan yang datang dari masyarakat, khususnya yang masuk melalui twitter tetap memerlukan pengelolaan berdasarkan Fungsi Manajemen. George R. Terry memberikan pengertian manajemen sebagai suatu proses yang terdiri dari tindakan-tindakan khas perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), penggerakan (actuating) dan pengawasan (controlling), di mana setiap bidang tersebut menggunakan ilmu pengetahuan dan keahlian secara berurutan dalam rangka mencapai sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya. Penting untuk dapat mengelola keluhan, saran dan informasi yang masuk melalui twitter. Sehingga perencanaan harus dilakukan sebaik mungkin agar proses implementasi dapat berjalan dengan lancar dan segala kekurangan dapat diatasi. Sebelum kita melakukan perencanaan, ada baiknya kita merumuskan terlebih dahulu tujuan yang ingin dicapai. Dengan adanya fungsi manajemen yang baik dalam mengelola keluhan, saran dan informasi yang masuk melalui twitter, maka diharapkan pengelolaan keluhan melalui twitter juga dapat memperoleh solusi dan penggunaan twitter dapat dioptimalkan.

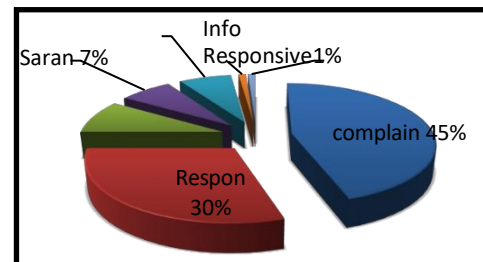
### d. Proses Tambah/Kurang Unit dan Tambah/Kurang Tugas dalam Struktur Organisasi SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah)

Untuk mengubah struktur organisasi



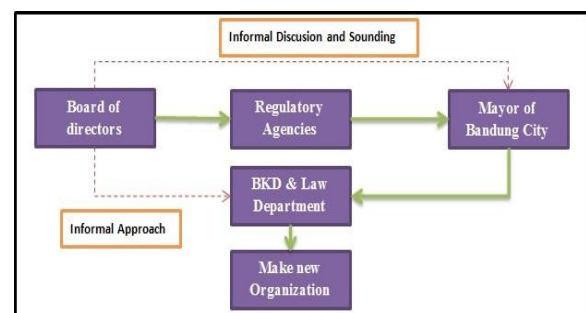
yang sudah ada tidaklah mudah. Diperlukan beberapa langkah yang perlu dilakukan dalam mengubah struktur, baik menambah atau mengurangi satu unit. Rincian langkah-langkah dari alur proses tersebut dapat dijelaskan pada gambar di bawah ini:

**Gambar 3. Prosedur untuk menambah atau mengurangi staf di lembaga**



Pertanyaan 7 %

Namun ada sedikit perbedaan dalam proses tinggal di Institusi dan di area perusahaan. Di area perusahaan prosesnya lebih sederhana. Untuk lebih jelasnya, proses tersebut digambarkan pada gambar berikut ini:



**Gambar 4. Prosedur untuk menambah atau mengurangi staf di Perusahaan Wilayah**

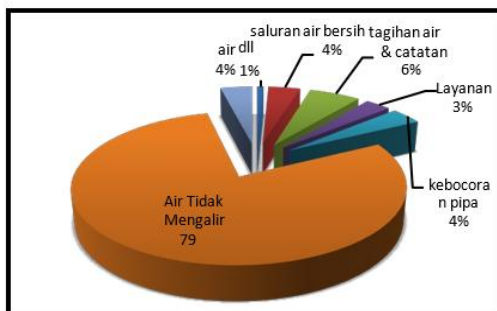
## 5. Penelitian & Temuan

Di awal kepemimpinannya, pasangan Ridwan Kamil dan Oded M. Danial ingin mengatasi masalah-masalah krusial di Bandung melalui "Reaksi Cepat". Memang jurus ini hanya untuk menyelesaikan masalah dalam skala kecil dengan harapan tidak berkembang menjadi besar. Untuk mengoptimalkan jurus ini, seluruh Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) diwajibkan memiliki akun Twitter untuk menampung laporan masyarakat. Akun Twitter milik masing-masing SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah), dihubungkan dengan akun Pemerintah Kota Bandung. Sehingga

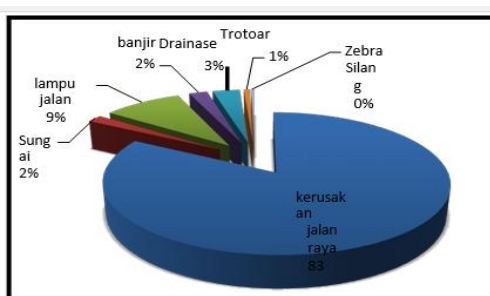
setiap masyarakat dapat melaporkan permasalahan dan yang belum diketahui hingga diharapkan dapat segera ditanggapi keluhannya. Masyarakat dapat berinteraksi langsung dengan Pemerintah Kota Bandung. Begitulah isi artikel yang ada di Harian Umum lansir Pakuan pada September 2013. ([www.hu-pakuan.com](http://www.hu-pakuan.com), diakses pada tanggal 16 Juni 2014). Dilihat dari history tweet setiap instansi, tweet yang masuk dari publik sangat beragam. Tweet yang masuk berupa keluhan, pertanyaan, saran, pujian, jawaban dan informasi dari instansi terkait. Berikut persentase jenis tweet yang masuk ke setiap instansi berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh penulis selama satu bulan.

**Gambar 5. Isi Percakapan Tweet**

Dari hasil data tersebut dapat dilihat bahwa tweet yang paling banyak adalah keluhan dan pengaduan dari masyarakat. Keluhan dan pengaduan yang masuk melalui twitter sangat beragam. Berikut data kategori keluhan dari lima instansi pemerintah kota Bandung yang berhasil dicatat selama kurang lebih satu pemerintah kota Bandung yang pemerintah kota Bandung yang berhasil dicatat selama kurang lebih satu bulan Penulis:



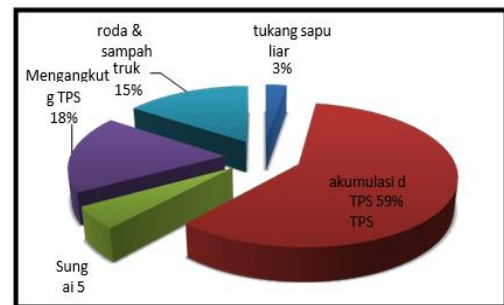
**Gambar 6. Kategori Pengaduan PDAM**



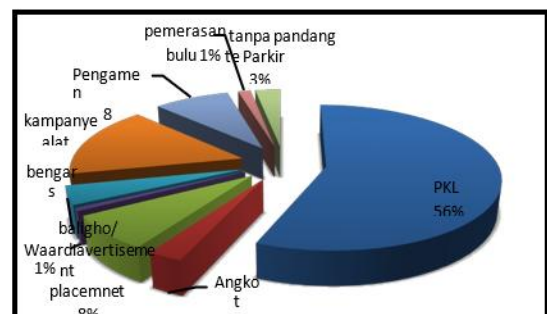
**Gambar 7. Kategori Keluhan dari DBMP**



**Gambar 8. Kategori Keluhan Disanjak**



**Gambar 9. Kategori Keluhan PD. Kebersihan**

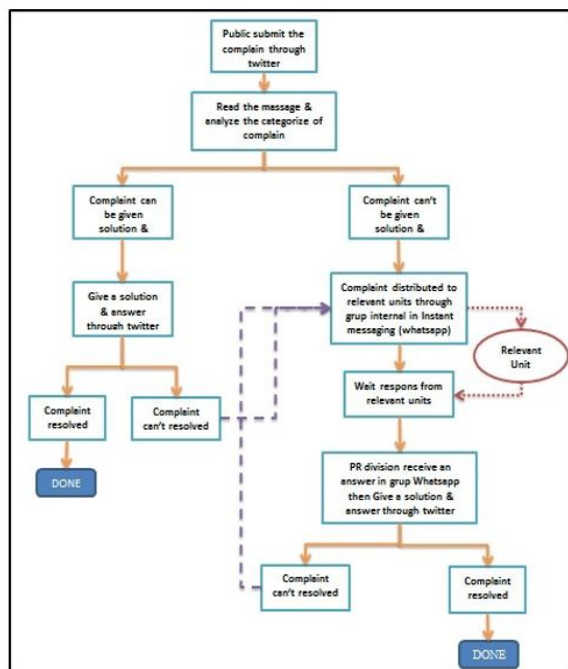


**Gambar 10. Kategori Pengaduan SATPOL PP**

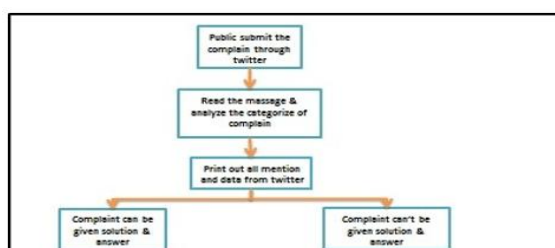
Berbagai keluhan dan pengaduan yang disampaikan oleh masyarakat Bandung melalui twitter dapat dirangkum sebagai berikut: Di PDAM, keluhan yang masuk umumnya mengenai air yang tidak mengalir. Sedangkan untuk DBMP, keluhan yang masuk adalah mengenai Promenade yang rusak. Untuk Dinas Pelayanan Pajak, umumnya tweet masyarakat yang masuk adalah mengenai pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan perpajakan untuk kemudian dijelaskan oleh Dinas Pelayanan Pajak. Untuk PD Kebersihan, masyarakat memasukkan tweet mengenai keluhan mengenai TPS yang menumpuk. Kemudian untuk Satpol PP, keluhan yang masuk melalui twitter sangat beragam, namun

yang paling banyak adalah mengenai penertiban PKL (*Pedagang Kaki Lima*).

Walikota Ridwan Kamil mulai memanfaatkan media sosial khususnya twitter sebagai salah satu media dan alat untuk memberikan informasi, menampung aspirasi, dan juga memberikan pelayanan kepada seluruh masyarakat Kota Bandung yang terpilih sebagai walikota terpilih periode 2013-2018. Pemanfaatan media sosial, khususnya twitter awalnya diterapkan pada kepala dinas yang diwajibkan untuk memiliki akun twitter dan akhirnya sampai ke setiap SKPD (*Satuan Kerja Perangkat Daerah*) juga harus menggunakan twitter. Twitter yang merupakan media sosial microblogging membuat kesederhanaan konten sebagai anak muda. Di twitter, pengguna hanya dapat melakukan pertukaran informasi melalui kalimat pendek dan link ke video atau gambar. Diagram alir proses penanganan pengaduan pada unit-unit yang diamati dalam penelitian ini disajikan pada gambar di bawah ini:

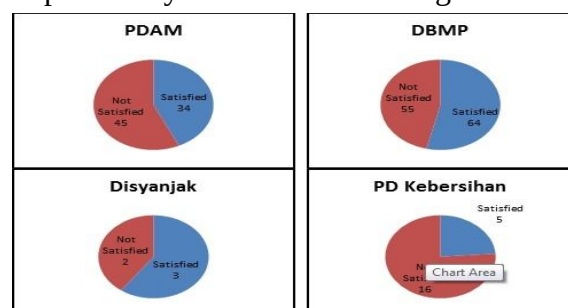


**Gambar 11. Proses Penanganan Pengaduan**  
**Proses Penanganan Pengaduan di Unit-unit**  
 lain yang Diamati (DBMP, Disyanjak, PD Kebersihan, Satpol PP)



**Gambar 12. Proses Penanganan Pengaduan**  
**Melalui Twitter di PDAM Proses**  
**Penanganan Pengaduan Melalui**

Percakapan yang ada di twitter antara masyarakat dengan instansi pemerintah terkait juga dikumpulkan sebagai masukan dan sampel dari masyarakat kota Bandung mengenai respon dari instansi terkait dalam menanggapi di twitter dan juga dalam tindakan. Dari beberapa akun yang mengadu kemudian ditanyakan melalui Direct message mengenai kepuasan masyarakat terhadap penggunaan twitter dalam merespon dan menindak lanjuti pengaduan masyarakat yang masuk melalui twitter. Selama sebulan dapat dilihat bahwa isi percakapan di twitter dan mendapatkan bahwa rata-rata dari setiap kejadian hampir 45% tweet-nya adalah keluhan dari masyarakat, namun agak berbeda dengan Disyanjak yang lebih banyak berisi tentang info tweet dari Dinas yang bersangkutan. Banyaknya keluhan yang masuk dari tweet masyarakat penulis mencoba melakukan survey kepada masyarakat mengenai kepuasan mereka terhadap respon SKPD (*Satuan Kerja Perangkat Daerah*) di twitter dan juga menuliskan tindak lanjut dari keluhan yang disampaikan. Berikut data hasil survey kepada masyarakat Kota Bandung:



**Gambar 13. Ukuran Kepuasan Responsif dari Akun Publik untuk Setiap Akun SKPD yang diamati (Satuan Kerja Perangkat Daerah)**

Analisis terhadap masing-masing Dinas diperlukan untuk mengetahui aspek-aspek apa saja yang menjadi akar permasalahan dari ketidaksiapan penggunaan twitter sebagai sarana pelayanan publik yang juga merupakan Digital Public Relations, baik dari aspek knowledge management maupun Digital Public Relations bagi Pemerintah. Untuk lebih jelasnya dalam melakukan evaluasi terhadap unit-unit SKPD (*Satuan Kerja Perangkat Daerah*) yang diteliti, tabel aspek fungsi manajemen dari lima unit dalam penelitian ini disajikan dalam tabel 3.1 di bawah ini:

**Tabel 3. Evaluasi Lima unit SKPD (Satuan Perangkat kerja Daerah) Kota Bandung**

| Management function |                                                                    | Observed Unit: SKPD |      |           |              |           |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------|---------------------|------|-----------|--------------|-----------|
|                     |                                                                    | PDAM                | DBMP | DISYANJUK | PD. KERESNAN | SATPOL PP |
| Planning            | Objective                                                          | ✓                   | ✓    | ✓         | ✓            | ✓         |
|                     | List of complaining                                                | ✓                   | X    | ✓         | X            | X         |
|                     | Target problem solving                                             | X                   | X    | ✓         | X            | X         |
|                     | Report                                                             | ✓                   | ✓    | ✓         | ✓            | ✓         |
|                     | Categorize of problem                                              | ✓                   | ✓    | ✓         | ✓            | X         |
|                     | List of solution                                                   | X                   | X    | ✓         | X            | X         |
|                     | SOP                                                                | X                   | X    | X         | X            | X         |
|                     | Budgeting                                                          | ✓                   | ✓    | ✓         | ✓            | ✓         |
| Organizing          | Planning & prediction of future possibility for use twitter        | ✓                   | X    | ✓         | X            | X         |
|                     | Unit for handling problem                                          | ✓                   | ✓    | ✓         | ✓            | ✓         |
|                     | Coordination in problem solving                                    | ✓                   | ✓    | ✓         | ✓            | ✓         |
| Leading             | Division of Authority                                              | ✓                   | ✓    | ✓         | ✓            | ✓         |
|                     | Team leader                                                        | ✓                   | ✓    | ✓         | ✓            | ✓         |
| Controlling         | The division of authority                                          | ✓                   | ✓    | ✓         | ✓            | ✓         |
|                     | Standard preparation (service quality)                             | X                   | X    | X         | X            | X         |
|                     | Standard for replying in twitter                                   | X                   | X    | ✓         | X            | X         |
|                     | Standard if there is a question that can not be directly in charge | ✓                   | ✓    | ✓         | ✓            | ✓         |
| Staffing            | Evaluation and controlling                                         | ✓                   | ✓    | ✓         | ✓            | ✓         |
|                     | Special Unit managing twitter                                      | X                   | X    | X         | X            | X         |
|                     | Counseling & training for staff in managing the use of twitter     | X                   | X    | X         | X            | X         |

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa dari kelima unit SKPD (*Satuan Kerja Perangkat Daerah*) pemerintah kota Bandung yang diteliti, PDAM merupakan unit SKPD (*Satuan Kerja Perangkat Daerah*) yang paling baik dari segi fungsi

manajemen pada urutan keempat dibandingkan dengan unit SKPD (*Satuan Kerja Perangkat Daerah*) yang lain. Dari semua aspek fungsi manajemen, PDAM memiliki perencanaan yang baik dengan adanya penetapan tujuan, aturan dan prosedur penggunaan twitter, penyusunan daftar kategori pengaduan dan solusi, penyusunan laporan, penyusunan anggaran dan penyusunan rencana dan perkiraan untuk prediksi kemungkinan di masa yang akan datang. Selain itu, aspek pengorganisasian dan kepemimpinan PDAM sudah sangat sempurna. Untuk aspek controlling, PDAM sudah mulai memperhatikan hal-hal tersebut dan mulai melakukan penyusunan standar (Standar untuk membalas di twitter & kualitas pelayanan) dan sudah berpengaruh pada evaluasi. Dalam hal kepegawaian, empat unit PDAM lainnya juga terlihat belum ada yang menerapkan aspek ini.

Untuk unit yang paling banyak diamati membutuhkan perbaikan adalah aplikasi manajemen Satpol PP. Penerapan fungsi manajemen di Satpol PP masih jauh dari sempurna. Dari beberapa indikator yang ada di Satpol PP hanya perencanaan yang baru memenuhi indikator penetapan tujuan, aturan dan prosedur penggunaan twitter. Indikator lainnya belum diterapkan dan dijalankan oleh Satpol PP. Hal ini dinilai kurang baik karena aspek perencanaan merupakan salah satu aspek yang paling penting dalam pelaksanaan fungsi manajemen. Sehingga perencanaan harus dilakukan sebaik mungkin agar proses pelaksanaan dapat berjalan dengan lancar dan segala kekurangan dapat diatasi. Sebelum kita melakukan perencanaan, ada baiknya kita merumuskan terlebih dahulu tujuan yang ingin dicapai. Untuk aspek pengorganisasian dan Pengarahan Satpol PP sudah dilaksanakan dengan sangat baik. Namun untuk aspek Controlling pada satpol PP belum memiliki standar dan juga belum menerapkan aspek staffing. Setiap institusi pemerintahan berharap dapat memberikan pelayanan publik yang dapat memuaskan masyarakat. Salah satu hal yang penting adalah bagaimana mengidentifikasi hal apa

saja yang perlu diperhatikan untuk menghadapi era Digital Public Relation dimana informasi dan komunikasi antara institusi dan masyarakat menjadi semakin penting dalam memberikan kemudahan pelayanan publik bagi masyarakat. Dengan pengelolaan Twitter sebagai alat pelayanan publik berbasis digital akan lebih memudahkan masyarakat dan membangun kota yang lebih maju. Seperti yang dihasilkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Angelica Evans, MA, Jane Twomey, Ph.d. dan Scott Talan, MPA dalam jurnalnya bahwa: "Twitter adalah alat yang berharga karena memungkinkan komunikasi instan ke khalayak luas. Twitter sangat berharga bagi para profesional hubungan masyarakat karena wawasan real-time yang mereka berikan dan interaksi langsung yang mereka lakukan dengan konsumen, media, dan siapa saja yang ingin berpartisipasi dalam percakapan. Dan Twitter merupakan saluran utama untuk menciptakan hubungan sosial, mendengarkan percakapan, dan terlibat jika diperlukan. Ini memberikan pemeriksaan suhu waktu nyata tentang topik apa yang beresonansi pada saat itu."

Selain sebagai sarana informasi dan menampung aspirasi masyarakat dalam rangka memberikan pelayanan publik, twitter juga telah menjadi sarana Digital Public Relation bagi Institusi Pemerintahan. Peran twitter yang juga merupakan sarana Digital Public Relation dari sudut pandang Pemerintah sebagai organisasi Non Profit adalah sebagai pemetaan lingkungan, informasi publik, komunikasi publik dan komunikasi internal. Sesuai dengan fungsinya masyarakat sebagai penerima layanan publik juga mengharapkan adanya informasi dan percakapan, selain itu respon yang cepat dan tindak lanjut yang cepat juga diperlukan untuk lebih mengetahui dan memahami tugas dan peran serta informasi dari lembaga tersebut.

## 6. Kesimpulan

Beberapa kesimpulan studi yang diperoleh dari hasil penelitian terhadap lima unit SKPD (*Satuan Perangkat kerja Daerah*) Pemerintah Kota Bandung, adalah:

- a. Penggunaan twitter sebagai alat kehumasan online di Kota Bandung masih belum optimal, hal ini disebabkan oleh fungsi manajemen yang belum berjalan dengan baik di beberapa SKPD (*Satuan Perangkat Kerja Daerah*) dan kurangnya pengetahuan tentang penggunaan twitter sebagai alat kehumasan online.
- b. Kota Bandung masih jauh dari kata optimal. Dari hasil penelitian terhadap 5 unit SKPD (*Satuan Perangkat Kerja Daerah*) yaitu PDAM, DBMP, Disyank, PD. Kebersihan & Satpol PP dapat disimpulkan bahwa:
  - 1) Dari kelima unit SKPD (*Satuan Perangkat Kerja Daerah*) tersebut, terdapat tiga aspek yang masih perlu mendapat perhatian khusus, yaitu: Perencanaan, Pengendalian & Kepegawaian. Kelima unit SKPD (*Satuan Perangkat Kerja Daerah*) memiliki perencanaan yang cukup baik dalam hal penetapan penggunaan twitter sebagai sarana online public relation. Meskipun belum ada prosedur tetap yang diterapkan oleh masing-masing SKPD, namun sudah ada prosedur lisan yang diterapkan.
  - 2) SKPD (*Satuan Perangkat Kerja Daerah*) yang memiliki Perencanaan yang hampir baik adalah PDAM (*Perusahaan Daerah Air Minum*). Diikuti oleh Disyank (*Dinas Perpajakan*), DBMP (*Dinas Bina Marga dan Pengairan*), dan PD. PDAM memiliki rencana untuk mengembangkan & memproses perencanaan prosedur tetap (SOP) dalam penanganan pengaduan melalui twitter. Sedangkan Satpol PP masih sangat jauh dari kata baik. Karena kurangnya penetapan tujuan dan standar, aturan dan prosedur serta penyusunan rencana atau proyeksi kemungkinan di masa yang akan datang.
  - 3) Lima unit SKPD (*Satuan Perangkat Kerja Daerah*) memiliki aspek pengorganisasian dan kepemimpinan yang sudah berjalan dengan baik.

Setiap SKPD (*Satuan Perangkat Kerja Daerah*) memiliki struktur organisasi & kewenangan yang jelas yang tercantum dalam SOTK (*Struktur Organisasi Tenaga Kerja*) dan TUPOKSI (*Tugas Pokok dan Fungsi*), serta pengarahan dari seorang pemimpin yang baik.

- 4) Aspek berikutnya adalah pengendalian. Rata-rata kelima SKPD (*Satuan Perangkat Kerja Daerah*) ini belum memiliki standar penyusunan, pemeriksaan dan tindakan perbaikan yang diperlukan. Kelima SKPD ini masih memerlukan perbaikan dalam hal pengendalian dan pengawasan.
- 5) PDAM dan Disyajak sudah mulai memperhatikan hal-hal tersebut dan mulai melakukan penyusunan standar, walaupun belum dibuat secara tertulis namun sudah mulai diterapkan. Begitu pula dengan PDAM yang sedang memproses SOP dimana di dalamnya juga melakukan penyusunan standar dan evaluasi.
- 6) Aspek berikutnya adalah Kepegawaian, dimana seperlima SKPD (*Satuan Perangkat Kerja Daerah*) belum memiliki unit khusus untuk mengelola twitter sebagai alat PR (*Public Relation*) online.

Fungsi Manajemen yang terdiri dari Planning, Organizing, Staffing, Leading dan Controlling merupakan aspek dasar manajemen yang digunakan untuk mencapai tujuan. Dengan menerapkan fungsi manajemen yang optimal maka tujuan akan lebih mudah dicapai dan juga membuat strategi dasar yang kuat. Berikut adalah beberapa aspek dari fungsi manajemen yang perlu diperhatikan: Perencanaan adalah fungsi manajemen yang paling dasar yang pertama kali harus disempurnakan. Perencanaan harus dibuat sebaik mungkin agar proses pelaksanaan dapat berjalan dengan lancar dan segala kekurangan dapat diatasi. Sebelum melakukan perencanaan, ada baiknya kita merumuskan terlebih dahulu tujuan yang

ingin dicapai. Peran organisasi dan sarana untuk orang-orang, peran yang harus disertakan: Tujuan dapat direalisasikan, konsep dan batasan tanggung jawab yang jelas, kebijakan yang dapat dimengerti dan dilaksanakan, serta tersedianya informasi, alat dan sumber daya yang diperlukan yang penting. Pengendalian dimaksudkan untuk mencegah atau memperbaiki kesalahan, penyimpangan, dan pemberian dan lain-lain yang tidak sesuai dengan tugas dan wewenang yang telah ditetapkan. Aspek leading dianggap cukup penting, karena leading berfungsi untuk menggerakkan fungsi-fungsi manajemen yang lain, seperti: planning, organizing, controlling dan staffing. Dalam manajemen fungsi staffing diartikan sebagai suatu proses langkah-langkah prosedur yang berkesinambungan untuk menjaga agar organisasi selalu memperoleh orang-orang yang tepat pada posisi yang tepat pada waktu yang tepat. Langkah-langkah tersebut antara lain: (1) Perencanaan sumber daya manusia (SDM), (2) Pengadaan karyawan baru (rekrutmen melalui seleksi), (3) Seleksi dan penempatan, (4) Induksi dan orientasi (pengalihan pelatihan dan pengembangan serta penilaian prestasi).

Temuan lain dari penelitian ini adalah: PDAM telah memiliki Website sebelum implementasi twitter sebagai sarana online public relation. PDAM memiliki kesadaran yang baik akan fungsi twitter dengan adanya rencana pembuatan akun twitter untuk masing-masing divisi agar lebih mudah dan fokus. Disyajak menempatkan staf yang tepat untuk mengelola akun twitter dengan orang yang memiliki latar belakang komunikasi sehingga pemahaman mengenai PR online dan penggunaan twitter dapat dioptimalkan. Sedangkan untuk DBMP, Satpol PP dan PD. Kebersihan, twitter masih difokuskan hanya untuk menampung keluhan masyarakat sehingga belum optimal dalam menjalankan fungsi kehumasan online. Khusus untuk Satpol PP, twitter dianggap bukan media resmi sehingga pengaduan dan fungsi twitter itu sendiri belum dianggap penting. Tidak adanya surat perintah, prosedur dan juga

honor untuk mengelola twitter membuat Satpol PP kurang mengoptimalkan pengelolaan twitter. Pemahaman mengenai twitter sebagai alat kehumasan online yang juga memiliki fungsi untuk jaringan komunikasi yang lebih luas selain untuk menampung pengaduan juga belum diterapkan secara optimal.

## 7. Rekomendasi

Terdapat rekomendasi dan langkah implementasi dari kesiapan lima SKPD Kota Bandung dalam mengimplementasikan twitter sebagai media online public relations:

### a. PDAM (*Perusahaan Daerah Air Minum*)

- 1) Menambahkan tugas dan fungsi dari unit existing s e p e r t i divisi Humas dan divisi pelayanan dan pengaduan untuk mengelola informasi dan pengaduan melalui twitter. Menetapkan orang yang akan mengelola pengaduan yang masuk melalui twitter.
- 2) Melakukan beberapa perbaikan Job Description untuk unit yang diberi tugas baru untuk mengelola twitter dan juga menangani komplain dari masyarakat.
- 3) Membuat SOP baru untuk menjalankan penggunaan twitter
- 4) Setelah menetapkan SOP baru, kemudian tetapkan beberapa standar tingkat layanan, seperti:
  - Tanggap dan tanggap dengan cepat keluhan dan informasi yang muncul satu per satu.
  - Menyediakan layanan pengaduan (keluhan) 24 jam atau disesuaikan dengan jam kerja dan tulisan (informatif) pada bio twitter akun layanan yang bersangkutan.
  - Standar dalam menanggapi tweet dari publik (keluhan, informasi atau pertanyaan) dan target waktu maksimal yang dibutuhkan dalam

menyelesaikan keluhan yang disampaikan.

- 5) Mengadakan pelatihan untuk staf dan karyawan yang mengelola media sosial terutama twitter.

- 6) Melakukan Beberapa Pengontrolan, seperti:

- Produksi dan prosedur yang disosialisasikan masih baru berhasil sampai ke seluruh bagian perusahaan.
- Memantau & mengevaluasi pelaksanaan Prosedur perbaikan yang baru ini.

- 7) Mengadakan event yang dapat meningkatkan kesadaran pelanggan dan masyarakat tentang akun twitter SKPD (*Satuan Kerja Perangkat Daerah*)

### b. DBMP (*Dinas Bina Marga & Pengayaan*)

- 1) DBMP (*Dinas Bina Marga dan Pengayaan*) tidak memiliki divisi hubungan masyarakat, dan oleh karena itu membutuhkan beberapa alternatif:

- Menambahkan unit baru dalam struktur organisasi tertentu untuk mengelola twitter, misalnya memilih beberapa orang dan membuat unit baru (staf Media Sosial) atau tim untuk mengelola twitter untuk menangani pengaduan, pelayanan publik dan informasi.
- Menugaskan tugas baru yang mengelola akun twitter di salah satu unit dalam struktur organisasi, misalnya menambahkan tugas dan fungsi ke unit yang sudah ada yang mengelola twitter (Divisi Umum), maka divisi ini harus melakukan kerja sama dengan UPTD (*Unit Pelaksana Teknis Daerah*).

- 2) Melakukan beberapa perbaikan Job Description untuk unit yang diberi tugas baru untuk mengelola twitter dan juga menangani komplain dari

masyarakat. Jika harus membuat unit baru maka harus dilakukan perbaikan Job Description untuk unit baru yang mengelola twitter dalam hal penanganan pengaduan, pelayanan publik dan informasi.

- 3) Membuat SOP baru untuk menjalankan penggunaan twitter
- 4) Penentuan beberapa tingkat layanan standar, seperti:

- Membuat daftar nama untuk menyampaikan keluhan kepada kami solusi data untuk perluasan.
- Tanggap dan tanggap dengan cepat keluhan dan informasi yang muncul satu per satu.
- Waktu penyampaian keluhan layanan adalah 24 jam atau disesuaikan dengan jam kerja dan dituliskan (informatif) pada bio twitter akun layanan yang bersangkutan.
- Standar dalam menanggapi Tweet publik (keluhan, informasi atau pertanyaan) serta waktu maksimum yang dibutuhkan oleh target yang membutuhkan dalam penyelesaian keluhan yang diajukan.
- Meningkatkan sarana informasi dengan menyediakan berbagai sarana pengaduan, seperti: SMS (Short Message Service) & melalui call center.

- 5) Tetapkan anggaran dan fasilitas untuk unit dan staf yang memadai yang mengelola twitter, sehingga akun tersebut dapat dikelola dengan baik & lebih profesional. Buatlah alokasi dan fasilitas yang dapat mendukung pengelolaan aktivitas twitter.

- 6) Mengadakan pelatihan untuk staf dan karyawan yang mengelola media sosial terutama twitter.

- 7) Melakukan Beberapa Pengontrolan, seperti:

- Produksi dan prosedur yang disosialisasikan masih baru

berhasil sampai ke seluruh bagian perusahaan.

- Memantau & mengevaluasi pelaksanaan Prosedur perbaikan yang baru ini.

- 8) Mengadakan event yang dapat meningkatkan kesadaran pelanggan dan masyarakat tentang akun twitter SKPD (*Satuan Kerja Perangkat Daerah*)

- c. Disyajak (*Dinas Pelayanan Pajak*)

- 1) Disyajak (*Dinas Pelayanan Pajak*) tidak memiliki divisi humas, namun Disyajak memiliki orang yang tepat untuk mengelola akun twitter, namun masih belum optimal, sehingga

rekomendasi untuk Disyajak (*Dinas Pelayanan Pajak*) adalah:

- Menambahkan unit baru dalam struktur organisasi tertentu untuk mengelola twitter, misalnya memilih beberapa orang dan membuat unit baru (staf Media Sosial) atau tim untuk mengelola twitter untuk menangani pengaduan, pelayanan publik dan informasi.
- Menetapkan tugas baru yang mengelola akun twitter di salah satu unit dalam struktur organisasi. Penambahan tugas & fungsi di unit yang saat ini mengelola twitter yaitu Sub. Bagian Program & Anggaran

- 2) Melakukan beberapa perbaikan Job Description untuk unit yang diberi tugas baru untuk mengelola twitter dan juga menangani komplain dari masyarakat. Jika harus membuat unit baru maka harus dilakukan perbaikan Job Description untuk unit baru yang mengelola twitter dalam hal penanganan pengaduan, pelayanan publik dan informasi.

- 3) Membuat SOP baru untuk menjalankan penggunaan twitter

- 4) Penentuan beberapa tingkat layanan standar, seperti:

- Merespon dengan cepat dan menanggapi keluhan dan informasi yang muncul satu per satu. Menyediakan layanan pengaduan (keluhan) selama 24 jam atau disesuaikan dengan jam kerja dan menuliskannya (informatif) di bio twitter akun layanan yang bersangkutan.
  - Standar dalam menanggapi Tweet publik (keluhan, informasi atau pertanyaan) serta waktu maksimum yang dibutuhkan oleh target yang membutuhkan dalam penyelesaian keluhan yang diajukan.
- 5) Tetapkan anggaran dan fasilitas untuk unit dan staf yang memadai yang mengelola twitter, sehingga akun tersebut dapat dikelola dengan baik & lebih profesional. Buatlah alokasi dan fasilitas yang dapat mendukung pengelolaan aktivitas twitter.
  - 6) Mengadakan pelatihan untuk staf dan karyawan yang mengelola media sosial terutama twitter.
  - 7) Melakukan Beberapa Pengontrolan, seperti:
    - Produksi dan prosedur yang disosialisasikan masih baru berhasil sampai ke seluruh bagian perusahaan.
    - Memantau & mengevaluasi pelaksanaan Prosedur perbaikan yang baru ini.
  - 8) Mengadakan event yang dapat meningkatkan kesadaran pelanggan dan masyarakat tentang akun twitter SKPD (*Satuan Kerja Perangkat Daerah*)
- d. PD. Kebersihan
- 1) PD. Kebersihan sudah memiliki divisi humas, namun masih belum berfungsi secara optimal. Dimana untuk mengelola twitter dibutuhkan minimal 2 orang, dengan kualifikasi bisa menggunakan twitter. Selain itu akan lebih baik lagi jika memiliki latar belakang pengetahuan tentang ilmu komunikasi atau public relation. Oleh karena itu diperlukan pemberian tugas baru yaitu mengelola akun twitter untuk divisi humas.
  - 2) Melakukan beberapa perbaikan Job Description untuk unit yang diberi tugas baru untuk mengelola twitter dan juga menangani komplain dari masyarakat. Jika harus membuat unit baru maka harus dilakukan perbaikan Job Description untuk unit baru yang mengelola twitter dalam hal penanganan pengaduan, pelayanan publik dan informasi.
  - 3) Membuat SOP baru untuk menjalankan penggunaan twitter
  - 4) Penentuan beberapa tingkat layanan standar, seperti:
    - Membuat daftar nama untuk menyampaikan keluhan kepada kami solusi data untuk perluasan.
    - Tanggap dan tanggap dengan cepat keluhan dan informasi yang muncul satu per satu.
    - Waktu penyampaian keluhan layanan adalah 24 jam atau disesuaikan dengan jam kerja dan dituliskan (informatif) pada bio twitter akun layanan yang bersangkutan.
    - Standar dalam menanggapi Tweet publik (keluhan, informasi atau pertanyaan) serta waktu maksimum yang dibutuhkan oleh target yang membutuhkan dalam penyelesaian keluhan yang diajukan.
    - Meningkatkan sarana informasi dengan menyediakan berbagai sarana pengaduan, seperti: SMS (Short Message Service) & melalui call center.
  - 5) Mengadakan pelatihan untuk staf dan karyawan yang mengelola media sosial terutama twitter.
  - 6) Melakukan Beberapa Pengontrolan,

seperti:

- Produksi dan prosedur yang disosialisasikan masih baru berhasil sampai ke seluruh bagian perusahaan.
- Memantau & mengevaluasi pelaksanaan Prosedur perbaikan yang baru ini.

7) Mengadakan event yang dapat meningkatkan kesadaran pelanggan dan masyarakat tentang akun twitter SKPD (*Satuan Kerja Perangkat Daerah*)

e. Satpol PP (*Satuan Polisi Pamong Praja*)

1) Satpol PP (*Satuan Polisi Pamong Praja*) tidak memiliki divisi humas, dan oleh karena itu membutuhkan beberapa alternatif:

- Menambahkan unit baru dalam struktur organisasi tertentu untuk mengelola twitter, misalnya memilih beberapa orang dan membuat unit baru (staf Media Sosial) atau tim untuk mengelola twitter untuk menangani pengaduan, pelayanan publik dan informasi.
- Menetapkan tugas baru yang mengelola akun twitter di salah satu unit dalam struktur organisasi, menambahkan tugas & fungsi baru pada unit yang khusus mengelola twitter (Sub Bagian Program) maka akan lebih baik jika unit ini dapat bekerjasama dengan unit lain yang relevan.

2) Melakukan beberapa perbaikan Job Description untuk unit yang diberi tugas baru untuk mengelola twitter dan juga menangani komplain dari masyarakat. Jika harus membuat unit baru maka harus dilakukan perbaikan Job Description untuk unit baru yang mengelola twitter dalam hal penanganan pengaduan, pelayanan publik dan informasi.

3) Membuat SOP baru untuk

menjalankan penggunaan twitter

4) Penentuan beberapa tingkat layanan standar, seperti:

- Mengklasifikasikan komplain yang masuk melalui twitter dan membuat daftar komplain beserta solusinya sebagai data dan laporan internal
- Menetapkan aturan dan standar pelaksanaan yang spesifik sebagai target agar lebih terarah dan profesional
- Berkoordinasi dengan SKPD lain dan pihak lain yang dapat membantu seluruh kegiatan Satpol PP
- Membuat daftar nama untuk menyampaikan keluhan kepada kami solusi data untuk perluasan.
- Tanggap dan tanggap dengan cepat keluhan dan informasi yang muncul satu per satu.
- Waktu penyampaian keluhan layanan adalah 24 jam atau disesuaikan dengan jam kerja dan dituliskan (informatif) pada bio twitter akun layanan yang bersangkutan.
- Standar dalam menanggapi Tweet publik (keluhan, informasi atau pertanyaan) serta waktu maksimum yang dibutuhkan oleh target yang membutuhkan dalam penyelesaian keluhan yang diajukan.

5) Tetapkan anggaran dan fasilitas untuk unit dan staf yang memadai yang mengelola twitter, sehingga akun tersebut dapat dikelola dengan baik & lebih profesional. Buatlah alokasi dan fasilitas yang dapat mendukung pengelolaan aktivitas twitter.

6) Mengadakan pelatihan untuk staf dan karyawan yang mengelola media sosial terutama twitter.

7) Melakukan Beberapa Pengontrolan, seperti:

- Produksi dan prosedur yang

disosialisasikan masih baru berhasil sampai ke seluruh bagian perusahaan.

- Memantau & mengevaluasi pelaksanaan Prosedur perbaikan yang baru ini.

8) Mengadakan event yang dapat meningkatkan kesadaran pelanggan dan masyarakat tentang akun twitter SKPD (*Satuan Kerja Perangkat Daerah*)

### 8. Penelitian Lebih Lanjut

Terdapat beberapa kelemahan dalam penelitian ini, yaitu: Penelitian yang dilakukan hanya untuk mengevaluasi kesiapan Pemerintah Kota Bandung dengan mengambil 5 unit yang diamati dan hanya berdasarkan pada teori dasar dan falsafah dasar sebagai Manajemen Humas. Data penelitian hanya mengandalkan seluruh isi twitter masing-masing instansi selama satu bulan serta wawancara dari pihak terkait. Tidak ada penelitian pendahuluan sebagai panduan untuk melakukan penelitian ini, yang membuat penelitian ini dilakukan secara learning by doing dan berdasarkan persepsi. Sehingga terdapat saran untuk penelitian selanjutnya, yaitu: Dapat lebih luas dalam melakukan penelitian dengan meneliti juga efektivitas penggunaan twitter bagi Pemerintah Kota Bandung. Persepsi masyarakat terhadap penggunaan media sosial (twitter) juga dapat menjadi pertimbangan dalam penelitian. Evaluasi dapat dilakukan dengan memanfaatkan bantuan beberapa aplikasi seperti klout.com, perindex.net dan google Analytics untuk mengetahui pengaruh penggunaan twitter terhadap angka.

### BIBLIOGRAFI

#### Buku

- Jefkins, Frank, 2005, *Public Relation*, Jakarta: Penerbit Erlangga
- Scott, Allen & Glen, 2005, *Effective Public Relation*, Jakarta: PT.INDEKS Terry, George. R, 1971, *Prinsip-Prinsip Manajemen*
- Fahmi, Irham, 2011, *Manajemen, Teori,*

*kasus, dan Solusi*, Bandung: ALFABETA Terry,

G.R & Rue, R.W, 2011, *Dasar-Dasar Manajemen*, Jakarta: PT Bumi Aksara

Nawawi, Zaidan, 2013, *Manajemen Pemerintahan*, Depok: PT.RajaGrafindo Persada

Bateman, Thomas. S & Snell, Scott. A, 2004, *Manajemen Lanskap Kompetitif Baru*, Amerika Serikat: McGraw-Hill

Schermerhorn, Jhon.R, 2011, *Pengantar Manajemen*, Amerika Serikat: Jhon Wiley & Sons. Inc

Jurnal & Tesis

#### Situs web

- <http://www.techinasia.com/indonesia-web-users-infographic/>
- <http://id.techinasia.com/tingkah-laku-pengguna-internet-indonesia/>
- <http://www.apjii.or.id/v2/read/content/apjii-at-media/227/penggunaan-email-geser-layanan-media-sosial.html>
- <http://www.tempo.co/read/news/2014/05/16/058578113/Ridwan-Kamil-Jadi-Calon-Wali-Kota-Terbaik-Dunia>, (diakses pada tanggal 8 Juni 2014)
- <http://www.cuplik.com/hukum/2013/11/26/9421/Sepuluh-Kabupaten-dan-Kota-Di-Jawa-Barat-Raih-Anugerah-Keterbukaan-Informasi.html>, (diakses 8 Juni 2014)
- <https://id.berita.yahoo.com/walikota-bandung-jadi-bintang-di-singapura-karena-prestasi-120432213.html>, (diakses pada tanggal 8 Juni 2014)
- <http://infobandung.co.id/ridwan-kamil-minta-jajaran-pemkot-bandung-miliki-akun-twitter/>
- <https://id.berita.yahoo.com/walikota-bandung-jadi-bintang-di-singapura-karena-prestasi-120432213.html>
- <http://www.infobdg.com/v2/wow-bandung-jakarta-masuk-dalam-10-besar-kota-dengan-pengguna-twitter-terbanyak-di-dunia/>, (diakses pada tanggal 8 Juni 2014)
- [http://www.ritholtz.com/blog/wp-content/uploads/2010/12/socialMediaT\\_L\\_05.png](http://www.ritholtz.com/blog/wp-content/uploads/2010/12/socialMediaT_L_05.png)
- <http://www.hupakuan.com/fullpost/berita->

[utama/1380077149/mewujudkan-kota-bandung-juara.html](#)  
<http://infobandung.co.id/> [suarabandung-](#)

[bentuk-kepedulian-pemkot-bandung/](#)