

Effect of Communication Effectiveness and Implementation Cyber Public Relations on Image Formation Politenik Negeri Semarang

Rara Ririn Budi Utamingtyas¹, Taviyastuti, Nur Rini, Rustono· Fatchun Hasyim
Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Semarang
Jalan: Prof. Soedarto, SH. Tembalang Semarang
Email: ¹⁾ ririnaribowo@gmail.com

ABSTRACT

*Politeknik Negeri Semarang conducts online-based communication through web media types: www.polines.ac.id, twitter:@polinesofficial, facebook: Polines Official, instagram: PolinesOfficial, youtube: PolinesOfficial. Politeknik Negeri Semarang applies Cyber Public Relations as a means of communication performance. Cyber public relations is an application of ICT (Information and Communication Technologies) tools for the purposes of Public Relations. The purpose of this study was to determine the effect of the effectiveness of communication and the application of cyber PR on the image formation of the Politeknik Negeri Semarang. The sample used in this study was 121 students, lecturers, education staff, as well as the general public outside the campus. Data collection using observation, and questionnaires with Differential Semantic scale. The result of the regression analysis is the value of $F = 45,634$ with $Sig\ 0.000 < 0,05$. This means that the implementation of Cyber Public Relations and Communication Effectiveness **simultaneously have a significant effect** on the Image of Polines. The coefficient of determination is 0.691. This means that the application of Cyber PR and Communication Effectiveness **has an effect** on the image of Polines by 69.1%, the remaining 30,9% is influenced by other variables not examined. The implementation of Cyber Public Relations through Online Publications, through the use social media **partially has no significant effect** on the image of Polines. The implementation of Cyber Public Relations through the Online Community Level **partially has a significant effect** on the image of Polines. Assessment of the Effectiveness of Cyber PR Communication through the Level of Information Capture (exposure) **partially has a significant effect** on the image of Polines. Assessment of Cyber PR Communication Effectiveness through the level of attention (attention), through the level of understanding (comprehensive), **partially has no significant effect** on the image of Polines.*

Keywords: *Communications, Cyber Public Relation, Image*

Pengaruh Efektivitas Komunikasi dan Penerapan Cyber Public Relations terhadap Pembentukan Citra Politenik Negeri Semarang

ABSTRAK

Politeknik Negeri Semarang melakukan komunikasi berbasis online melalui jenis media web: www.polines.ac.id, twitter:@polinesofficial, facebook: Polines Official, instagram: PolinesOfficial, youtube : PolinesOfficial. Politeknik Negeri Semarang menerapkan *Cyber Public Relation* sebagai sarana kinerja komunikasi. *Cyber public relation* merupakan

aplikasi atau penerapan dari perangkat ICT (*Information and Communication Technologies*) bagi keperluan *Public Relation*. Tujuan penelitian ini mengetahui pengaruh efektivitas komunikasi dan penerapan cyber PR terhadap pembentukan citra Politeknik Negeri Semarang. Sampel dalam penelitian adalah 121 orang mahasiswa, dosen, tenaga kependidikan, juga masyarakat umum di luar kampus. Pengumpulan data menggunakan, observasi, dan kuesioner dengan skala Semantic Differensial. Hasil dari Analisis Regresi adalah nilai $F = 45,634$ dengan $\text{Sig } 0.000 < 0,05$. Artinya Penerapan Cyber Public Relations dan Efektivitas Komunikasi Cyber PR **secara simultan berpengaruh signifikan** terhadap Citra Polines . Koefisien determinasi sebesar 0.691. Artinya Penerapan Cyber PR dan Efektivitas Komunikasi berpengaruh terhadap citra polines sebesar 69,1 %, sisanya 30,9 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Penerapan Cyber Public Relations melalui Publikasi Online dan social media **secara partial tidak berpengaruh signifikan** terhadap Citra Polines. Penerapan Cyber Public Relations_melalui Tingkat Komunitas Online **secara partial berpengaruh signifikan** terhadap Citra Polines. Penilaian Efektivitas Komunikasi Cyber PR melalui Tingkat Penangkapan Informasi (*exposure*) **secara partial berpengaruh signifikan** terhadap Citra Polines. Penilaian Efektivitas Komunikasi Cyber PR melalui Tingkat perhatian (*attention*) dan tingkat pemahaman (Comprehensive) **secara partial tidak berpengaruh signifikan** terhadap Citra Polines. .

Kata kunci: *Komunikasi, Cyber PR, Citra*

PENDAHULUAN

Kelengkapan informasi yang dihasilkan oleh penyebaran informasi dengan media efektif mampu membentuk sebuah persepsi pada individu yang merupakan publik dari perusahaan. Sesuai dengan pernyataan Soemirat dan Ardianto (2011) pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima oleh seseorang mampu membentuk sebuah citra dari perusahaan. Citra yang dimaksud adalah gambaran yang dimiliki oleh setiap orang mengenai pribadi perusahaan, organisasi, atau produk yang merupakan suatu penilaian yang sifatnya abstrak dan hanya bisa dirasakan oleh pihak-pihak yang terkait. Sedangkan, citra perusahaan menurut Jefkins dan Yadin (2004), merupakan citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, sehingga bukan hanya citra pada produk dan pelayanannya saja. Pembentukan citra perusahaan yang positif merupakan tujuan utama dari public relations, karena efek kognitif dari komunikasi yang dilakukan oleh PR sangat berpengaruh dalam proses pembentukan

citra itu sendiri. Hal ini disebabkan oleh sifat komunikasi yang secara tidak langsung menimbulkan perilaku tertentu, serta cenderung mempengaruhi cara pandang publik terhadap citra perusahaan. Sesuai dengan pernyataan Soemirat dan Ardianto (2011) pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima oleh seseorang mampu membentuk sebuah citra dari perusahaan, dalam Dwijayanti, Jovita, Kusumastuti, Yetri Indah, (2018).

Didalam organisasi tugas untuk menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan, utamanya diemban oleh Humas (Hubungan Masyarakat). Organisasi di Indonesia yang memiliki kegiatan kehumasan untuk membentuk citra publik salah satunya adalah Politeknik Negeri Semarang, yang terus mengembangkan dan meningkatkan kinerja komunikasi baik melalui tatap muka (*offline*) hingga berbasis *online*, terlebih di masa pandemic Covid-19. Layanan berbasis *online* Politeknik Negeri Semarang dilaksanakan melalui jenis media web: www.polines.ac.id,

twitter:@polinesofficial, facebook: Polines Official, instagram: PolinesOfficial, youtube : PolinesOfficial dengan demikian Politeknik Negeri Semarang menerapkan *Cyber Public Relation* sebagai sarana kinerja komunikasi. *Cyber public relation* menurut Basit dan Rahmawati (2017:201) merupakan aplikasi atau penerapan dari perangkat ICT (*Information and Communication Technologies*) bagi keperluan *Public Relation*. Media *cyber* yang ada di Polines belum diketahui efektivitas komunikasi dalam membentuk kepercayaan public (Polines). Disamping itu, publik juga belum optimal memanfaatkan media online yang ada di Polines.

Public Relations dibutuhkan pada setiap organisasi. Selain menjalin sebuah relasi, *Public Relation* dibutuhkan untuk mengkomunikasikan informasi-informasi yang merupakan realitas dari organisasi kepada publik, atau menanggapi *feedback* yang diterima untuk menciptakan sebuah pemahaman yang dapat menumbuhkan sebuah citra positif di mata public, dan memperoleh kepercayaan, dalam, Pertiwi, Bunga: Utamingtyas, Rara Ririn B, Taviyastuti (2020).

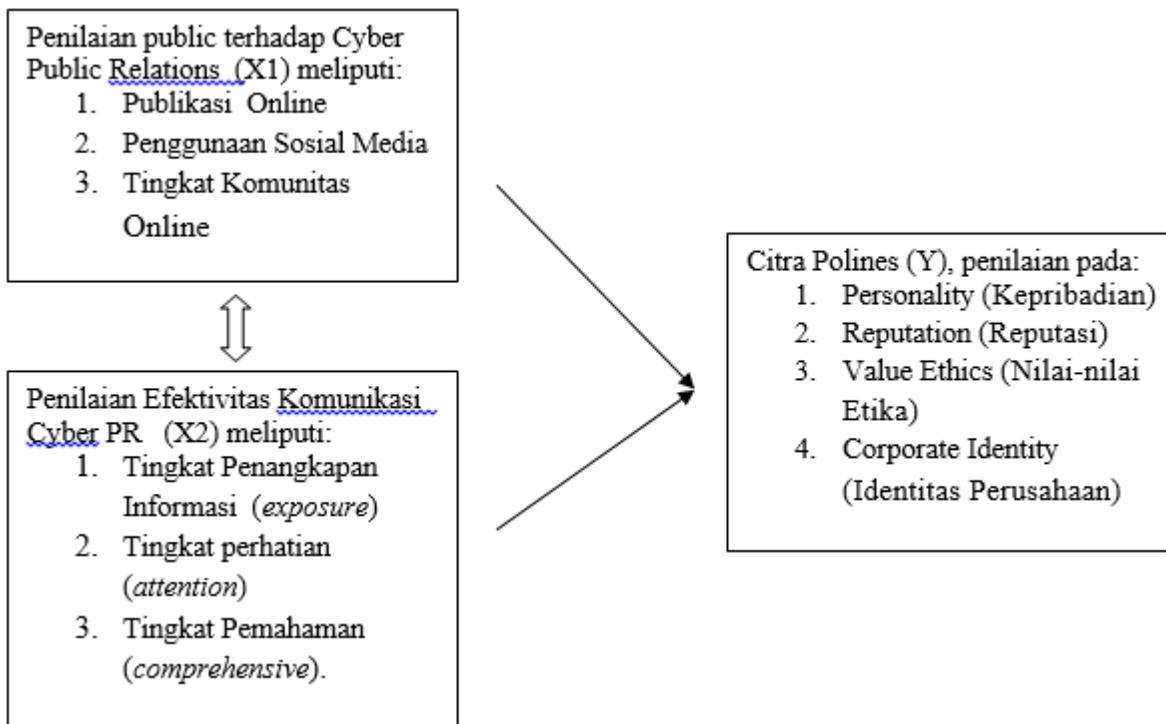
Kemajuan teknologi komunikasi terus berkembang sangat pesat, seiring dengan perkembangan tersebut, komunikasi seakan sangatlah mudah dilakukan di mana saja, dan kapan saja. Aktivitas komunikasi yang dilakukan tetap harus sesuai dengan ketentuan yang ada pada UU No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Melihat hal tersebut, *public relation* sebagai suatu bidang yang bergerak secara dinamis dan *up to date* harus memunculkan strategi demi strategi dalam menjangkau publiknya. Menjawab tantangan di atas, *Cyber Public Relations* atau *E-PR* hadir sebagai strategi yang tepat untuk digunakan para praktisi *PR*. *Cyber Public Relations* merupakan inisiatif

public relations yang menggunakan media internet serta media sosial sebagai sarana komunikasi dan publisitas.

Selain harganya yang ekonomis, pengguna internet di Indonesia sendiri meningkat dengan cepat setiap tahunnya. Menurut data yang terdapat pada *internetworldstats.com* Indonesia menduduki peringkat ke lima dalam "*Top 20 Countries With Highest Number of Internet Users- June 30, 2017*", di mana pengguna internetnya mencapai angka 132.700.000 jiwa dengan pertumbuhan ,535.0% dari tahun 2000. Kondisi yang demikian mampu mempermudah praktisi *PR* dalam menjalankan kegiatan baik promosi maupun komunikasi, maka *Cyber PR* ini menjadi sebuah kegiatan populer yang banyak digunakan oleh banyak perusahaan maupun organisasi karena mampu menjangkau publiknya dimanapun dan kapanpun sehingga mampu menjadi jalan keluar bagi kendala komunikasi yang diakibatkan oleh jarak dan waktu. Hal tersebut diperkuat pencantuman hasil dari survei yang dilakukan oleh Onggo (2004), yang menyatakan bahwa 95% dari partisipan, lebih menyukai mengakses sebuah artikel dari internet, dalam Dwijayanti, Jovita, Kusumastuti, Yetri Indah, (2018). Guna meningkatkan kepercayaan pelanggan dalam menggunakan *cyber public relation* sangat diperlukan kualitas informasi dan kualitas layanan yang baik sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan (Sondakh, 2014:21). Menurut Taufiq dalam (Hakim, 2016:88) kualitas informasi merupakan informasi yang secara umum bisa dikatakan memenuhi apa yang dibutuhkan oleh pengguna. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Aprinta (2014) pada jurnalnya, *Cyber PR* terbukti bahwa penggunaan dunia maya atau internet dalam melakukan promosi serta

penyebaran informasi, terbukti lebih efektif atau mampu membentuk citra positif dari perguruan tinggi swasta,

dalam Pertiwi, Bunga: Utamingtyas, Rara Ririn B, Taviyastuti (2020).



Gambar 1: Kerangka Pemikiran Teoritis

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (dalam Ruslan, Rosady,2006) Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau semua yang mempunyai karakteristik tertentu dan anggota populasi disebut dengan elemen populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh civitas akademika: pimpinan, dosen, tenaga kependidikan, dan mahasiswa, juga masyarakat diluar kampus Polines termasuk dunia kerja dan industry. Sampel sebagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri, karakter yang sama dengan elemen-elemen tertentu suatu populasi yang dapat mewakili/representasi dari populasi (dalam Ruslan, Rosady,2006). Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 121 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah

Purposive random sampling. Sampel dipilih secara random (acak). Artinya semua populasi ber menjadi anggota sampel. Purposive sampel dipilih berdasarkan alasan atau pertimbangan tertentu yaitu mereka yang mengetahui, melihat,dan merespon cyber PR Polines.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan Observasi dan Kuesioner. Observasi adalah data dan informasi yang diperoleh dengan realitas lapangan (Rosyadi Ruslan, 2006). Dalam penelitian ini observasi adalah pengamatan secara langsung tentang bagaimana civitas akademika Polines dan masyarakat dalam mengakses cyber PR. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan metode survey yang menggunakan pertanyaan kepada subyek penelitian secara tertulis (Rosyadi Ruslan, 2006). Dalam penelitian

ini kuesioner digunakan untuk mengetahui tentang penilaian dan sikap sampel terhadap efektivitas komunikasi dan penerapan cyber PR di Polines terhadap pembentukan citra Polines. Skala yang digunakan dalam kuesioner ini menggunakan *Semantic Differential* dengan skala 1 sampai dengan 7, dari Sangat tidak setuju sampai sangat setuju.

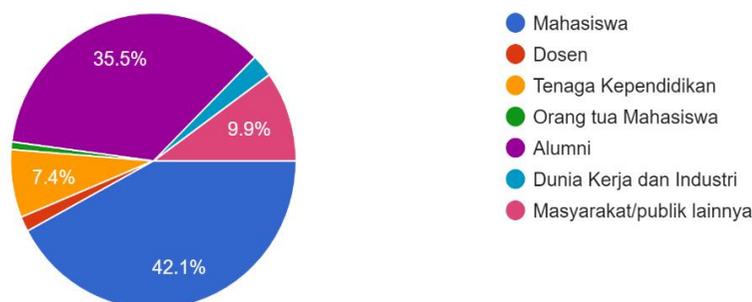
Analisis data dilakukan dengan menggunakan Analisis Regresi Berganda,

menggunakan penghitungan komputerisasi program SPSS, untuk mengetahui .pengaruh secara simultan maupun parsial Efektivitas Komunikasi dan Penerapan Cyber PR Terhadap Pembentukan Citra PoliteknikNegeri Semarang.

HASIL DAN PEMBAHASAN Profil Responden Hubungan dengan Polines

Hubungan dengan Politeknik Negeri Semarang

121 responses



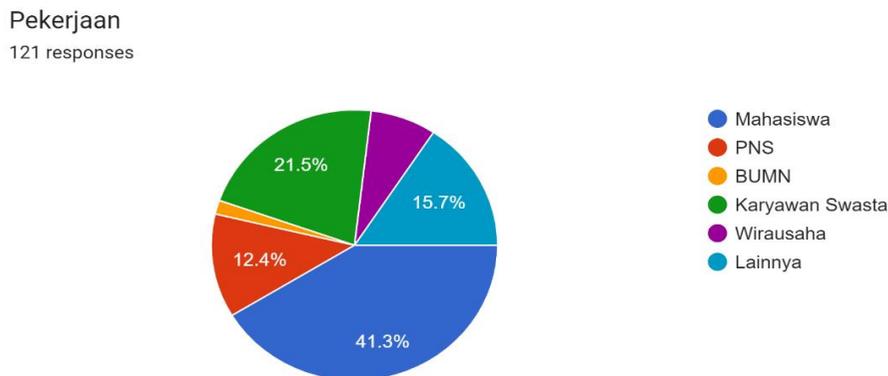
Sumber: Data yang diolah

Gambar 2 Hubungan Dengan Polines

Profil responden berdasarkan grafik tersebut maka didominasi oleh mahasiswa sebanyak 51 orang atau 42,1%, selanjutnya alumni sebanyak 42 orang atau 35,5%. Masyarakat atau public

lain 12 orang atau 9,9%, dan 9 orang tenaga kependidikan atau 7,4 %. Sisanya adalah dunia kerja dan industri dosen, dan orang tua mahasiswa.

Pekerjaan Responden



„Sumber : Data yang diolah

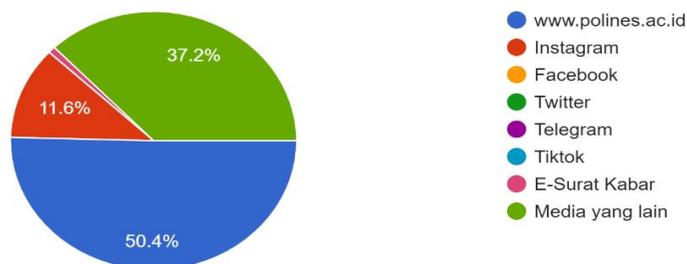
Gambar 3. Pekerjaan Responden

Profil pekerjaan responden 41,3 % , 50 orang adalah mahasiswa, 21,5% atau 26 orang adalah Karyawan swasta, 15,7%

atau 19 orang adalah lainnya,12,4% atau 15 orang adalah PNS, Sisanya adalah wirausaha dan karyawan BUMN.

Mengenal dan Mengetahui Polines

Mengenal dan mengetahui Politeknik Negeri Semarang dari :
121 responses



Sumber : Data yang diolah

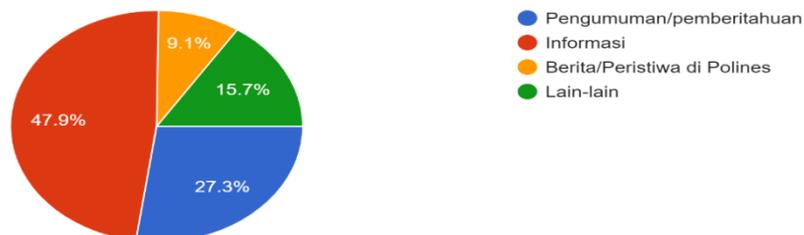
Gambar 4. Mengenal Dan Mengetahui Polines

Sebanyak 50,4% atau 61 orang responden mengenal dan mengetahui Polines dari www.polines.ac.id, 37,2%

atau 45 orang dari media Twitter, 11,6% atau 14 orang melalui instagram dan sisanya melalui E-Surat Kabar.

Kepentingan Membuka www.polines.ac.id dan Sosial Media

Kepentingan membuka www.polines.ac.id dan Sosial Media Politeknik Negeri Semarang (Pilihan jawaban bisa lebih dari satu)
121 responses



Sumber : Data yang Diolah

Gambar 5 Kepentingan Membuka Web Dan Sosial Media Polines

Kepentingan responden membuka web dan Sosial Media Polines 47,9% atau 58 orang adalah untuk mengetahui informasi. 27,3% atau 33 orang untuk melihat pengumuman/ pemberitahuan,

15,7% atau 19 orang untuk keperluan lain-lain, dan 9,1% atau 11 orang untuk melihat berita atau peristiwa yang terjadi di Polines.

Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1. Validitas Variabel Efektivitas Komunikasi Dan Penerapan Cyber Pr

No.	Aspek	r Tabel	r Hitung	Sig	Keterangan
1	Cyber PR melalui Publikasi online	0,176	0,570	0,00	Valid
2.	Cyber PR melalui penggunaan Sosial Media	0,176	0,729	0,00	Valid
3.	Tingkat Komunitas Online	0,176	0,734	0,00	Valid
4.	Penangkapan Informasi (exposure)	0,176	1	0,00	Valid
5.	Tingkat Perhatian (Attention)	0,176	0,827	0,00	Valid
6.	Tingkat Pemahaman (Exposure)	0,176	0,870	0,00	Valid

Sumber: Data yang diolah.

Berdasarkan tabel 1 diketahui validitas variable Efektivitas Komunikasi dan Penerapan Cyber PR adalah sebagai

berikut dimana semua r hitung > r tabel berarti untuk variable X 1 dan X 2 semua valid,

Tabel 2 Validitas Variabel Citra Polines

No.	Aspek	r Tabel	r Hitung	Sig	Keterangan
1	Personality (Kepribadian)	0,176	0,835	0,00	Valid
2.	Reputation (Reputasi)	0,176	0,776	0,00	Valid
3.	Value Ethics (Nilai-nilai Etika)	0,176	0,868	0,00	Valid
4.	Penangkapan Informasi (exposure)	0,176	1	0,00	Valid

Sumber : Data yang Diolah

Berdasarkan tabel 2 diketahui validitas variable Citra Polines adalah semua valid karena r hitung > r tabel. Dari hasil uji validitas semua r hitung > dari r

table dengan signifikansi 0,00 artinya butir-butir pernyataan dalam kuesioner valid, sehingga kuesioner ini dapat digunakan untuk penelitian.

Reliabilitas

Tabel 3: Reliabilitas Variabel Efektivitas Komunikasi & Penerapan Cyber PR

Cronbach's Alpha	Jumlah item
.907	6

Sumber : Data yang Diolah

Dari tabel 3 output di atas diketahui banyaknya item atau butir pertanyaan angket dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.907 > 0.60, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji

realibilitas dapat disimpulkan semua pertanyaan dari variable Efektivitas komunikasi (X1) dan Penerapan Cyber PR (X2) di semua item pertanyaan adalah **reliabel atau konsisten.**

Tabel 4: Reliabilitas Setiap Aspek Variabel Efektivitas Komunikasi Dan Penerapan Cyber PR

No.	Aspek	r standar	Cronbach's Alpha	Sig	Keterangan
1	Cyber PR melalui Publikasi online	0,60	0,909	0,00	Reliabel
2.	Cyber PR melalui penggunaan Sosial Media	0,60	0,891	0,00	Reliabel
3.	Tingkat Komunitas Online	0,60	0,879	0,00	Reliabel
4.	Penangkapan Informasi (exposure)	0,60	0,870	0,00	Reliabel
5.	Tingkat Perhatian (Attention)	0,60	0,910	0,00	Reliabel
6.	Tingkat Pemahaman (Exposure)	0,60	0,882	0,00	Reliabel

Sumber: Data yang diolah.

Tabel 5: Reliabilitas Variabel Citra Polines

Cronbach's Alpha	Jumlah
.904	4

Dari tabel 6 output di atas diketahui nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.904. Cronbach's Alpha 0.904 > 0.60, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji realibilitas dapat disimpulkan semua pertanyaan dari penilaian terhadap citra Polines dapat dilihat melalui penilaian

pada *Personality (Kepribadian) (Y1)* , penilaian pada *Reputation (Reputasi) (Y2)* , penilaian pada *Value Ethics (Nilai-nilai Etika) Y3* , serta penilaian pada *Corporate Identity Polines (Identitas Perusahaan) (Y4)* di semua item pertanyaan adalah **reliabel atau konsisten.**

Tabel 6: Reliabilitas Setiap Aspek Variabel Citra Polines

No.	Aspek	r Standar	Cronbach Alpha	Sig	Keterangan
1	Personality (Kepribadian)	0,60	0,889	0,00	Reliabel
2.	Reputation (Reputasi)	0,60	0,900	0,00	Reliabel
3.	Value Ethics (Nilai-nilai Etika)	0,60	0,871	0,00	Reliabel
4.	Penangkapan Informasi (exposure)	0,60	0,845	0,00	Reliabel

Sumber: Data yang diolah.

Hasil Penelitian dan Pembahasan
Hasil Penelitian

Tabel 7 Regresi

Model	Jumlah kuadrat	df	Rerata Kuadrat	F	Sig.
1 Regresi	40645.681	6	6774.280	45.634	.000 ^b
Residual	16922.931	114	148.447		
Total	57568.612	120			

Sumber : Data yang diolah

Berdasarkan tabel 8 Nilai F = 45,634 dengan Sig < Alpha Penelitian (0.000 < 0.05). Artinya menolak H0. Dengan kata lain, Penilaian public terhadap Cyber Public

Relations (X1) dan Penilaian Efektivitas Komunikasi Cyber PR (X2) secara **simultan berpengaruh signifikan** terhadap Citra Polines (Y).

Tabel 8 Koefisien Determinasi

Model	R	R Kuadrat	R Kuadrat yang disesuaikan	Std. Error dari Estimasi
1	.840 ^a	.706	.691	12.18387

Berdasarkan tabel 8 nilai adjusted R square yaitu sebesar 0.691. Artinya variasi seluruh variabel bebas dapat mempengaruhi perubahan Variabel Terikat sebesar 69,1 %. Sedangkan sisanya 30,9 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian. Penilaian responden terhadap

Penerapan Cyber Public Relations (X1) dan Efektivitas Komunikasi Cyber PR (X2) secara simultan (bersama-sama) mempengaruhi Citra Polines. sebesar 69,1 %. Sedangkan sisanya 30,9 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian..

Tabel 9 Regresi Secara Parsial

Model	Koefisien tidak distandardisasi		Koefisien yang Distandardisasi	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	27.815	9.440		2.947	.004
X1.1	.071	.233	.020	.305	.761
X1.2	-.055	.370	-.014	-.149	.882
1 X1.3	1.921	.413	.497	4.651	.000
X2.1	.707	.285	.267	2.484	.014
X2.2	.231	.193	.113	1.192	.236
X2.3	.092	.467	.022	.198	.843

Sumber : Data yang diolah.

Berdasarkan tabel 9 diperoleh konstanta sebesar $\alpha = 27.815$. Artinya apabila Penilaian responden terhadap Penerapan Cyber Public Relations (X1) dan Penilaian responden terhadap Efektivitas Komunikasi Cyber PR (X2) sebesar 0,04 maka Citra Polines (Y) sebesar 27.815. Hasil ini **signifikan** pada alpha < 0,05 (Lihat Kolom Sig dan Baris (Constant) pada Tabel Coefficient dari Output SPSS). Secara parsial diperoleh hasil berikut:

1. t hitung < t tabel (0.305 < 1.98099), artinya menerima H0. Dengan kata lain, Penilaian responden terhadap penerapan Cyber Public Relations melalui Publikasi Online **secara partial tidak berpengaruh signifikan** terhadap Citra Polines.
2. t hitung < t tabel (-0.149 < 1.98099), artinya menerima H0. Dengan kata lain, Penilaian responden terhadap Cyber Public Relations melalui Penggunaan Sosial Media **secara**

partial tidak berpengaruh signifikan terhadap Citra Polines.

3. t hitung > t tabel (4.651 > 1.98099), artinya menolak H0. Dengan kata lain, Penilaian responden terhadap Cyber Public Relations melalui Tingkat Komunitas Online **secara partial berpengaruh signifikan** terhadap Citra Polines.
4. t hitung > t tabel (2.484 > 1.98099), artinya menolak H0. Dengan kata lain, Penilaian responden mengenai Efektivitas Komunikasi Cyber PR melalui Tingkat Penangkapan Informasi (*exposure*) **secara partial berpengaruh signifikan** terhadap Citra Polines.
5. t hitung < t tabel (1.192 < 1.98099), artinya menerima H0. Dengan kata lain, Penilaian responden mengenai Efektivitas Komunikasi Cyber PR melalui Tingkat perhatian (*attention*)

- secara partial tidak berpengaruh signifikan** terhadap Citra Polines.
6. $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0.198 < 1.98099$), artinya menerima H_0 . Dengan kata lain, Penilaian responden mengenai Efektivitas Komunikasi Cyber PR melalui Tingkat Pemahaman (*comprehensive*) **secara partial tidak berpengaruh signifikan** terhadap Citra Polines.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisa statistic diperoleh hasil bahwa secara simultan atau bersama-sama dari variable Efektivitas komunikasi dan Penerapan Cyber Public Relations berpengaruh terhadap pembentukan citra Politeknik Negeri Semarang, yang ditunjukkan dari Koefisien determinasi sebesar 69,1 %, sedangkan 30.9% sisanya dipengaruhi factor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Citra adalah tujuan utama, dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai ,

Pengertian citra sendiri abstrak (*intangible*), dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya dapat dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk. Seperti penerimaan dan tanggapan yang khusus datang dari public (khalayak sasaran) dan masyarakat luas pada umumnya. Penilaian atau tanggapan masyarakat tersebut dapat berkaitan dengan rasa hormat (respek), kesan-kesan yang baik dan menguntungkan terhadap citra lembaga/organisasi, produk barang dan jasa pelayanannya yang diwakili oleh pihak humas/PR.. Biasanya landasan citra itu berakar dari “nilai-nilai kepercayaan”, begitu juga dengan Politeknik negeri Semarang.

Suatu organisasi yang mengalami “krisis kepercayaan” dari public atau masyarakat, maka akan membawa dampak negative terhadap citra perusahaan. Nilai kepercayaan merupakan “amanah” dari

publiknya., serta goodwill (kemauan baik) lembaga.yang bersangkutan.. (Rosady Ruslan,2006). Citra lembaga atau organisasi membentuk dan mencapai citra adalah melalui komunikasi.

Kegiatan kehumasan untuk membentuk citra publik salah satunya adalah Politeknik Negeri Semarang, yang terus mengembangkan dan meningkatkan kinerja komunikasi baik melalui tatap muka (*offline*) hingga berbasis *online*, terlebih di masa pandemic Covid-19. Layanan berbasis *online* Politeknik Negeri Semarang dilaksanakan melalui jenis media web: www.polines.ac.id, twitter:@polinesofficial, facebook: Polines Official, instagram: PolinesOfficial, youtube : PolinesOfficial dengan demikian Politeknik Negeri Semarang menerapkan *Cyber Public Relation* sebagai sarana kinerja komunikasi. *Cyber public relation* menurut Basit dan Rahmawati (2017:201) merupakan aplikasi atau penerapan dari perangkat ICT (*Information and Communication Technologies*) bagi keperluan *Public Relation*. Media *cyber* yang ada di Polines belum diketahui efektivitas komunikasi dalam membentuk kepercayaan public Polines).

Kemajuan teknologi komunikasi terus berkembang sangat pesat, seolah dunia ini telah bebas dari batasan ruang dan waktu. Seiring dengan perkembangan tersebut, komunikasi seakan sangatlah mudah dilakukan di mana saja, dan kapan saja, meskipun demikian aktivitas komunikasi yang dilakukan tetap harus sesuai dengan ketentuan yang ada pada UU No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Melihat hal tersebut, public relation sebagai suatu bidang yang bergerak secara dinamis dan *up to date* harus memunculkan strategi demi strategi dalam menjangkau publiknya. Menjawab

tantangan di atas, *Cyber Public Relations* atau *E-PR* hadir sebagai strategi yang tepat untuk digunakan para praktisi *PR*. *Cyber Public Relations* merupakan inisiatif *public relations* yang menggunakan media internet serta media sosial sebagai sarana komunikasi dan publisitas.

Menurut Julia SKB praktisi Public Relations dari Semarang disampaikan dalam kuliah industry kelas 3 ABT A dan 3 ABT B program studi Administrasi Bisnis Terapan Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Semarang pada tanggal 14 Juli 2022 berkaitan dengan Responsibility (tanggung jawab) PRO (petugas Humas) tentang E-PR, maka bagian Humas harus memiliki kemampuan dalam berbagai hal yaitu:

1. Menjaga dan mengembangkan citra merk
2. Membuat strategi marketing solid dan mampu menembus pasar digital dan konvensional
3. Bertanggung jawab atas pembuatan konten dan pengoperasian social media
4. Pengaplikasian SEO (*Search Engine Opt.*), SEM (*Search Engine Marketing*) dan Meta Ads dalam strategi marketing
5. Menguasai *Digital analytic tools*, mengerti *Google analytic* dan *Meta Insight*
6. Bertanggung jawab atas semua pembuatan materi menggunakan design tools dan editor. Wajib hukumnya bagi seorang PR modern untuk menguasai *basic tools designers* dan editor seperti Canva dan Capcut
7. PR modern wajib memiliki *basic knowledge* mengenai pengembangan *website dan market place*
8. Memantau dan mengarsipkan semua berita dan publikasi yang beredar baik online maupun cetak.

Secara parsial dalam penelitian ini yang berpengaruh secara signifikan dalam penerapan cyber PR adalah tingkat komunitas yaitu komunitas yang berkaitan dengan Polines dalam menggunakan Polines seperti BEMPolinesOfficial, berpengaruh secara signifikan terhadap pembentukan citra Polines, karena komunitas-komunitas social media tersebut justru lebih mudah menjangkau anggota komunitas dalam komunikasi, lebih cepat mencapai sasaran, tujuan komunikasi. Sedangkan penerapan cyber PR melalui publikasi online dan penggunaan social media tidak berpengaruh secara signifikan karena banyak factor yang mempengaruhi pembentukan citra Polines dipengaruhi oleh banyak factor selain penerapan cyber PR meliputi budaya organisasi, kualitas pelayanan kepada seluruh public dan masyarakat Polines, juga kinerja Polines sebagai lembaga pendidikan tinggi yaitu menghasilkan lulusan, alumni yang bermutu dan memiliki daya saing,

Untuk efektivitas komunikasi yang berpengaruh secara signifikan tingkat penangkapan informasi (*exposure*) terhadap pembentukan citra Polines, bagi publik atau masyarakat Polines Publikasi online maupun penggunaan social media dalam komunikasi yang penting adalah informasi atau pesan cepat diterima, cepat dimengerti maksud komunikasi. Sementara tingkat perhatian dan tingkat pemahaman tidak berpengaruh secara signifikan. Berarti dalam komunikasi Polines yang menggunakan cyber PR yang penting bagi public atau masyarakat adalah informasi cepat dan mudah diterima.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan:

- a. Setelah dilaksanakan uji instrument kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini tentang efektivitas komunikasi dan penerapan cyber online, juga tentang pembentukan citra Polines telah valid dan reliable.
- b. Sampel atau responden penelitian ini terdiri dari civitas akademika terutama mahasiswa, dosen, karyawan, dan masyarakat luas yang mengenal dan mengakses cyber PR Polines.
- c. Secara simultan Efektivitas Komunikasi dan Penerapan Cyber PR di Polines berpengaruh secara signifikan terhadap pembentukan citra Polines, dengan koefisien determinasi 69,1%, sisanya 30,1% sisanya ditentukan factor lain seperti Budaya Organisasi, Kualitas Pelayanan, dan Kinerja Politeknik Negeri Semarang.
- d. Secara Parsial untuk Efektivitas Komunikasi yang berpengaruh signifikan adalah tingkat penangkapan (Exposure), sedangkan tingkat perhatian (attention) dan tingkat pemahaman (comprehensive) tidak berpengaruh signifikan terhadap pembentukan citra Politeknik negeri Semarang.
- e. Secara parsial untuk penerapan Cyber PR yang berpengaruh secara parsial terhadap citra polines adalah Tingkat Komunitas, sedangkan publisitas online dan penggunaan social media tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pembentukan citra Politeknik Negeri Semarang.

**Saran
Bagi Politeknik Negeri Semarang
terutama Bagian Humas**

Sering melakukan update berita, informasi, artikel melalui publikasi online di www.polines.ac.id. Lebih meningkatkan

efektivitas komunikasi dengan public baik internal maupun eksternal.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Lebih mempertimbangkan proporsi dan komposisi setiap sampel atau responden. Lebih memperluas jangkauan public terutama public atau masyarakat eksternal Politeknik Negeri Semarang.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwijayanti, Jovit: Kusumastuti, Yatri Indah. 2018. Hubungan antara Cyber Public Relations dalam Mengkomunikasikan Etika Bisnis dan Citra Burgeens. Jurnal Komunikasi Pembangunan. Institut Pertanian Bogor. Volume 16 Nomor 2 eISSN 2442-4102.
- Julia, SKB. 2022. Materi Kuliah Industri (Tidak Diterbitkan) Tanggung Jawab PRO Berkaitan E- PR. Semarang: Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Semarang.
- Pertiwi, Bunga: Utaminingtyas, Rara Ririn B, Taviyastuti, 2020, Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Layanan dan *Customer Experience* terhadap Kepercayaan Pelanggan pada PT PLN (Persero) ULP Klaten Kota. Jurnal Admisi dan Bisnis. Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Semarang. Volume 21 nomor 3 tahun 2020.
- Riyanto, Makmun: Utaminingtyas, Rara Ririn B. 2015. Public Relations. Teori dan Aplikasinya. Semarang: MediAN Polines.
- Ruslan, Rosady. 2006. Metode Penelitian Public Realations dan Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Ruslan, Rosady. 2007. Manajemen Public Relations & Media Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta

