

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI FACEBOOK TERHADAP PEMBENTUKAN
CITRA POSITIF PEMERINTAH KOTA PADANG
(STUDI PADA MEDIA SOSIAL FACEBOOK HUMAS DAN PROTOKOL KOTA
PADANG, SEPTEMBER 2014 - MARET 2015)**

YULIANDRE DARWIS DAN YENI RIZAL

yuliandre.darwis@gmail.com dan diyensa123@gmail.com

**Dosen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Andalas dan Mahasiswa Magister Ilmu
Komunikasi Universitas Andalas**

ABSTRACT

The high levels of social media usage among the community. This is correlation with enactment of the Regulation of the Minister of Administrative Reform and Bureaucratic Reform Number 83 of 2012 on the Use of Social Media in Government Institutions, makes Public Relation (PR) of Padang Local Government initiate the use of social media facebook as a communication tool and the source of public information to establish a positive image in the eyes of the public (liker on facebook) through post or upload news about the programs, activities and policies of the government of Padang. High rate of community participation become fans (liker) of PR and Protocol of Padang Local Government Facebook makes researcher interested in conducting studies on Effect of Information Quality Assessment of PR and Protocol of Padang Local Government Facebook to establish the positive image of Padang Local Government.

This research use explanatory survey quantitative correlation. Information Quality Assessment of PR and Protocol of Padang Local Government Facebook as a X variable and the establishing positive image of Padang Local Government as Y variable. Population are PR and Protocol of Padang Local Government Facebook liker which live in Padang with 100 sample. Data collection technique using questionnaire and analyzed using correlation analysis with SPSS 17 for Windows.

This study found that the quality assessment information Facebook Humas and Protokol Kota Padang can influence the establishment a positive image of the government of Padang.

Keywords; social media facebook, information quality, image theory, government public pelation.

ABSTRAK

Artikel ini berisi tentang tingginya tingkat penggunaan media sosial dikalangan masyarakat. Hal ini juga berkorelasi dengan ditetapkannya Peraturan Menteri Pemberdayaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 83 tahun 2012 tentang Pemanfaatan Media Sosial di Lembaga Pemerintahan, membuat Humas Pemerintah Kota Padang menggagas penggunaan media sosial facebook sebagai alat komunikasi dan sumber informasi publik yang bertujuan untuk membentuk citra positif pemerintah di mata publiknya (*facebook likers*) melalui posting atau unggahan berita tentang seputar program, kegiatan dan kebijakan Pemerintah Kota Padang. =Tingginya partisipasi masyarakat menjadi penggemar (*likers*) Facebook Humas dan Protokol Kota Padang

membuat peneliti tertarik untuk melakukan kajian tentang Pengaruh Penilaian Kualitas Informasi *Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang terhadap Pembentukan Citra Positif Pemerintah Kota Padang di kalangan Penggemar *Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang.

Penelitian ini menggunakan survei eksplanatif kuantitatif korelasional. Variabel dalam penelitian ini adalah penilaian kualitas informasi *facebook* Humas dan protokol Kota Padang (Variabel pengaruh X) dan pembentukan citra positif Pemerintah Kota Padang (Variabel terpengaruh Y). Populasi yang diambil adalah *likers Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang yang berdomisili di Kota Padang dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kusioner dan selanjutnya dianalisis menggunakan analisis korelasi dengan SPSS 17 untuk Windows. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa signifikansi penilaian kualitas informasi *Facebook* Humas & Protokol Kota Padang berpengaruh tinggi atau kuat terhadap pembentukan citra positif Pemerintah Kota Padang.

Kata Kunci: media sosial *facebook*, kualitas informasi, *image theory*, humas pemerintah

PENDAHULUAN

Media Sosial adalah media *online* yang memungkinkan para penggunanya dengan mudah berpartisipasi dan berbagi informasi. Media sosial menghubungkan dan mempersatukan khalayak yang memiliki minat dan kepentingan yang sama, tanpa dibatasi faktor geografi, profesi, usia, dan lainnya (Permenpan No. 83 tahun 2012 tentang Pemanfaatan Media Sosial di Instansi Pemerintah). Media sosial hadir sebagai alat komunikasi dua arah yang efektif dan intensif dimana komunikasi terjadi secara timbal balik antara pengirim dan penerima pesan.

Dalam buku *PR 2.0 New Media, New Tools, New Audience* dinyatakan bahwa perkembangan media massa dan media baru harus diikuti oleh praktisi humas, dan seorang praktisi humas harus menggunakan media baru sebagai salah satu unsur dalam pengkomunikasian pesan maupun pencitraan (Dianingtyas, 2014).

Citra merupakan pancaran atau reproduksi jati diri atau bentuk orang perseorang, benda, atau organisasi. Dikatakan pula bahwa citra sebagai persepsi seseorang terhadap jati diri perusahaan atau organisasi. Persepsi seseorang terhadap perusahaan didasari atas pengetahuan

mereka tentang perusahaan yang bersangkutan (Ardianto, 2011: 63). Pada organisasi pemerintahan, E-sensi tujuan humas di dunia pemerintahan adalah membuat berbagai program pemerintah yang dapat membentuk, meningkatkan dan memelihara citra positif dan reputasi baik agar dapat memperoleh opini publik yang menguntungkan, serta dukungan dan simpati rakyat atau publik. Citra sengaja diciptakan Humas dalam dunia pemerintahan dalam bentuk *events* (kegiatan-kegiatan), kampanye dan program-program (Lubis, 2012 : 53)

Citra muncul berdasarkan pengalaman publik ketika berhubungan dengan organisasi. Citra dapat dibentuk melalui strategi-strategi tertentu. Salah satu strategi pembentukan citra adalah dengan menggunakan media massa. Seperti yang kita ketahui, pada era digital ini, media masa berkembang dengan sangat pesat yakni dengan munculnya *new media* atau media sosial. Media baru atau media sosial menjadi salah satu alternatif alat komunikasi yang dapat diandalkan humas dalam menjalin komunikasi karena jangkauannya yang luas dan kemampuannya mempengaruhi opini publik.

Bagian Humas dan Protokol Setda Kota Padang menggunakan media sosial *facebook* sebagai alat atau media pencitraan humas agar citra pemerintah kota padang positif atau baik dimata publik. Untuk mencapai tujuan itu langkah yang dilakukan humas adalah dengan cara mengunggah informasi mengenai program, kegiatan dan kebijakan pemerintah Kota Padang dalam bentuk release berita, gambar, dan video yang dilakukan oleh walikota dan unsur pimpinan lainnya. Setiap kali ada *event* atau kegiatan tentang Pemerintah Kota Padang, admin langsung meng-*upload* nya sesegera mungkin agar kualitas informasi *Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang menjadi baik di mata khalayak sebagai pihak penerima informasi secara intensif (wawancara admin *facebook* humas David Septian, 25 Maret 2015). Hal ini sudah sesuai dengan fungsi humas dalam menghadirkan citra yang menguntungkan bagi organisasi.

Digunakannya *facebook* sebagai media komunikasi pemerintah, karena *facebook* merupakan media yang banyak digunakan oleh masyarakat Kota Padang, mudah dalam menggunakannya, bisa diakses kapanpun dan dimanapun selama ada jaringan internet, dan hemat biaya. *Facebook* dinilai berhasil dalam membentuk citra positif pemerintah, hal ini dibuktikan dengan adanya perhatian dari Pemerintah Pusat kepada Pemerintah Kota Padang berupa bantuan Rehabilitasi Sosial Rumah Tidak Layak Huni (RS-RTLH) dari Kementerian Sosial Republik Indonesia sebesar Rp1,55 miliar dan terpilihnya Mahyeldi sebagai salah satu dari tujuh pejabat unik versi *On The Spot Trans 7*, atas informasi yang diunggah di *Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang tentang kegiatan Pemerintah Kota Padang yang dilakukan oleh Walikota Padang beserta jajarannya pada program singgah sahur kerumah warga miskin dan tidak layak huni di Kota Padang. Upaya humas dalam membentuk citra positif Pemerintah Kota Padang melalui *facebook* adalah dengan

cara melakukan *upload* berita sesegera mungkin tentang program, kegiatan dan kebijakan yang dilaksanakan oleh Pemerintah Kota Padang, agar masyarakat (publik sasaran) dapat mengetahui tentang kegiatan Pemerintah Kota Padang lebih dulu daripada pemberitaan yang diterbitkan oleh media lainnya (wawancara Kabag Humas & Protokol Kota Padang, 9 September 2014).

Berikut foto-foto kegiatan yang di unggah pada *Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang yang berhasil meningkatkan citra Pemerintah Kota Padang di tingkat Nasional (di *download* pada 9 September 2014 pukul 21:00 WIB):



Gambar 1.1 Foto-Foto yang diunggah di *Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang yang mendapat perhatian masyarakat Kota Padang dan Nasional

Dari pemaparan di atas, terlihat adanya upaya yang dilakukan oleh Bagian Humas Setda Kota Padang untuk membentuk citra positif Walikota dan Pemerintah Kota Padang pada umumnya, salah satunya adalah dengan selalu meng-*update* informasi dan menjaga kualitas berita di *facebook*. Dengan adanya informasi dan atau berita yang berkualitas, humas mengharapkan bahwa Walikota maupun Pemerintah Kota Padang secara keseluruhan akan mempunyai citra yang baik dimata publik melalui kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan. Asumsi peneliti dengan selalu memperhatikan kualitas informasi yang diunggah di *Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang, Pemerintah Kota Padang dapat membentuk citra positif dan memperoleh *feedback* dari publik sasaran.

Selama mengikuti atau bergabung di *fanspage Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang, peneliti menemukan adanya peningkatan yang sangat tajam terhadap penggemar (*likers*) *fanspage Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang dalam rentang waktu 6 (enam) bulan terakhir, yakni dari 1151 *likers* (12 September 2014) menjadi 8224 (14 Maret 2015) jika dihitung dalam bentuk persentase terjadi kenaikan sebesar 715 %.

Berdasarkan data di atas, kesempatan humas meraih sukses dalam mencitrakan pemerintah menjadi lebih besar, dengan meningkatnya penggemar (*likers*) *Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang, informasi yang ditampilkan akan diketahui lebih banyak orang. Jika penggemar *facebook* humas menilai positif informasi tersebut, pada akhirnya pemerintah akan memperoleh dukungan dan kepercayaan dari masyarakat luas. Pencapaian citra positif dapat dirasakan dari hasil penilaian baik buruk atau positif negatif yang datang dari publik atau khalayak sasaran (Ruslan, 2010

: 75).

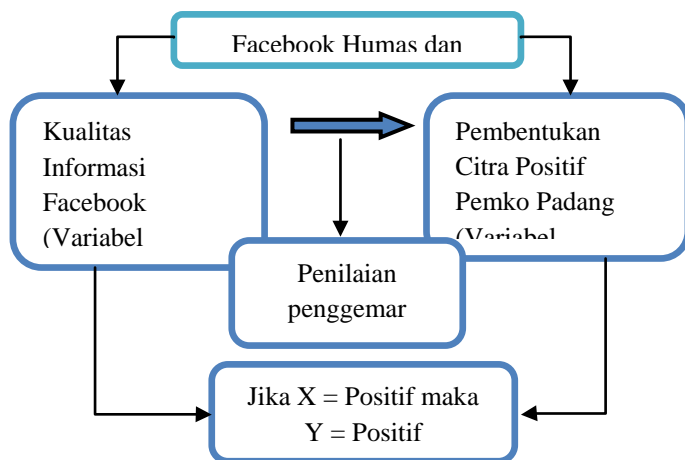
Hal inilah yang menjadikan peneliti tertarik untuk melakukan kajian tentang “Apakah penilaian kualitas informasi yang diunggah di *fanspage Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang berpengaruh terhadap pembentukan citra positif Pemerintah Kota Padang di kalangan penggemar (*likers*) *Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang?” sehingga nantinya dapat diketahui sejauh mana pengaruh penilaian kualitas informasi *facebook* sebagai media komunikasi dan sumber informasi humas mencapai tujuannya dalam membentuk citra positif Pemerintah Kota Padang. Hal ini penting untuk diteliti karena, citra suatu organisasi sangat berkaitan dengan reputasi organisasi tersebut, untuk itu perlu upaya yang sungguh-sungguh dari organisasi untuk membangun dan memelihara citra positifnya.

KERANGKA PEMIKIRAN

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah: adanya partisipasi publik dan tingginya minat publik bergabung di *fanspage Facebook* Humas dan Protokol kota Padang mencerminkan adanya pengaruh yang besar terhadap penggunaan media sosial *facebook* oleh humas Pemerintah Kota Padang. Penggunaan media sosial *facebook* tersebut bertujuan untuk membentuk citra positif dari publik sasarannya dalam hal ini adalah penggemar *facebook* humas dan Protokol Kota Padang. Untuk mencapai tujuan tersebut humas mengunggah informasi tentang kegiatan walikota dan unsur pimpinan pemerintah kota padang lainnya di *facebook* humas dengan selalu memperhatikan kualitas informasi yang diunggah. Menurut Mc. Leod informasi dikatakan berkualitas apabila memenuhi unsur; akurat, tepat waktu, relevan dan lengkap ketika informasi tersebut diterbitkan. Pembentukan citra positif Pemerintah Kota Padang mengacu pada pendapat Walter Lipman yang mengatakan bahwa proses pembentukan citra terhadap

suatu obyek atau organisasi berpedoman pada persepsi, kognisi, motivasi dan sikap. Dalam hal ini Informasi yang diterima oleh publik sasaran (penggemar *Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang) akan diterima dan dicerna oleh penggemar *facebook* humas tersebut, sehingga timbul penilaian dari penggemar *Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang terhadap program, kegiatan dan kebijakan Pemerintah Kota Padang yang diunggah di *fanspage Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang. Penilaian ini akan melahirkan citra/*image* Pemerintah Kota Padang di kalangan penggemar *likers facebook* humas. Dianingtiyas (2014) dalam penelitiannya menyatakan kualitas informasi di era digital ini berpengaruh terhadap citra organisasi (Pemerintah Kabupaten Wonogiri) Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa semakin baik kualitas informasi di website, maka semakin baik pula citra Pemerintah Kabupaten Wonogiri, berdasarkan hal tersebut peneliti berasumsi kualitas informasi *Facebook* Humas dan protokol Kota Padang akan mempengaruhi pembentukan citra/*image* positif Pemerintah Kota Padang sebagaimana tujuan yang hendak dicapai oleh Humas Setda Kota Padang.

Berikut adalah gambar kerangka berpikir penelitian yang peneliti lakukan:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Hipotesis

Menurut Rhenald Khasali (dalam Ruslan, 2010 : 126). media massa memiliki peran dalam upaya pembentukan citra sebuah organisasi. Oleh karena itu, setiap informasi yang diunggah perlu mendapat perhatian khusus menyangkut kualitasnya. informasi yang akurat, tepat waktu dalam pengunggahan, memuat informasi yang lengkap, dan relevan mampu mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap citra organisasi. Jika hal ini diterapkan humas Pemerintah kota Padang dalam mengelola *fanspage Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang maka akan terbentuk citra yang positif terhadap Pemerintah Kota Padang dikalangan penggemar *Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang .

Informasi-informasi berkualitas yang di-*share* oleh humas akan menghindari terjadi informasi yang tidak lengkap dan multi tafsir yang dapat menghasilkan citra yang tidak sempurna. Citra organisasi tergantung pada bagaimana organisasi tersebut memperlakukan publiknya. Citra pemerintah Kota Padang akan didapat dari penilaian individu masyarakat Kota Padang terhadap kinerja Pemerintah Kota Padang.

Agar citra yang diperoleh sesuai dengan visi dan misi, maka Bagian Humas Setda Kota Padang memanfaatkan *facebook* sebagai media dalam menyampaikan kegiatan dan aktivitas pemerintah Kota Padang. Informasi berkualitas akan menimbulkan pengetahuan publik (penggemar *facebook* humas) bahwa informasi yang tersedia di *Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang berkualitas. Hal ini membangun ketertarikan atau minat masyarakat untuk selalu mengikuti informasi-informasi tentang kegiatan Pemerintah Kota Padang dan menjadikannya sebagai media dalam melakukan komunikasi sehari-hari sebagai bentuk atau wujud kepedulian masyarakat Kota Padang dalam mensukseskan program-program Pemerintah Kota Padang.

Penilaian publik (penggemar *facebook* humas) akan terbentuk apabila bisa terpenuhi kebutuhannya dalam mendapatkan

informasi yang dibutuhkannya dalam hal ini adalah informasi mengenai Pemerintah Kota Padang dan respon atau tanggapan yang didapatkannya melalui *facebook* Humas dan Protokol Kota Padang. Apabila penggemar *facebook* humas sudah mendapatkan pelayanan mengenai layanan informasi yang baik maka penilaian penggemar (*likers*) akan baik karena mereka merasa kebutuhannya telah terpenuhi. Apabila penggemar (*Likers*) *Facebook* Humas dan protokol Kota Padang merasa tidak atau kurang mendapatkan layanan informasi maupun kualitas layanan informasi yang baik di *Facebook Humas* dan protokol Kota Padang, maka penggemar (*likers*) *Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang akan merasa kecewa dan menganggap layanan yang diberikan tidak baik, maka dari itu akan timbul penilaian dalam benak publik atau penggemar (*likers*) *Facebook* Humas dan protokol Kota Padang yang kurang baik pula dan hal inilah yang dapat mengakibatkan citra Pemerintah Kota Padang menjadi tidak baik.

Untuk mengetahui penilaian kualitas informasi *Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang di lihat dari penilaian khalayak (penggemar *facebook* humas) karena informasi yang di-*share* humas tersebut ditujukan untuk khalayak. Sebagai pihak penerima informasi secara intensif khalayak lebih mengetahui bentuk dan kualitas informasi yang diterimanya.

Berdasarkan pemaparan diatas maka peneliti membangun hipotesis sebagai berikut :

Ha : Penilaian Kualitas informasi *Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang memiliki pengaruh terhadap pembentukan Citra positif Pemerintah Kota Padang di kalangan penggemar *Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang

Ho : Penilaian Kualitas Informasi *Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang tidak berpengaruh terhadap citra Pemerintah Kota Padang di kalangan penggemar

Facebook Humas dan Protokol Kota Padang.

METODE PENELITIAN

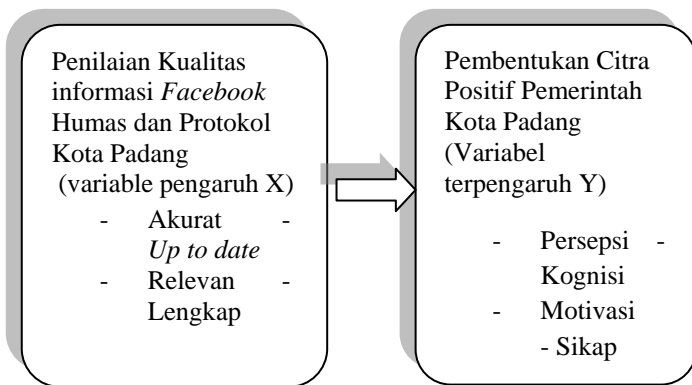
Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey eksplanatif kuantitatif bersifat asosiatif yang bermaksud untuk menjelaskan hubungan (korelasi) antar variabel, pada penelitian ini periset ingin menjelaskan antar dua variabel atau lebih variabel (Kriyantono, 2006 : 60). Penelitian ini menggunakan metode survey dengan menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulan data untuk memperoleh informasi dari sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu.

Variabel Penelitian

Variabel adalah konsep dalam bentuk konkret atau konsep operasional, suatu variable adalah konsep tingkat rendah yang acuan-acuannya secara relative mudah diidentifikasi, diurut dan diukur (Kriyantono, 2006 : 20). Jenis variable dalam penelitian ini adalah variabel pengaruh dan variabel terpengaruh, variabel pengaruh adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel lainnya. Sedangkan variabel terpengaruh adalah variabel yang di duga sebagai akibat dari variabel yang mendahuluinya, variabel ini diobservasi dan nilainya diasumsikan tergantung pada efek dari variabel pengaruh. Dalam penelitian ini, kedua variabel di atas dirinci sebagai berikut:

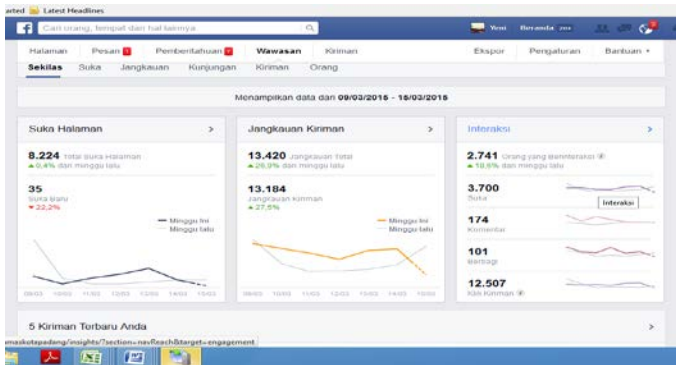
1. Variabel bebas atau pengaruh (X), merupakan variabel yang sengaja dipilih untuk dipelajari pengaruhnya terhadap variabel terikat.
X: Penilaian Kualitas Informasi *Facebook* Humas
2. Variabel terikat atau terpengaruh (Y), merupakan variabel yang menjadi pusat persoalan dalam penelitian ini.
Y: Pembentukan Citra Positif Pemerintah Kota Padang



3.1 Hubungan antar variable

Populasi dan Sampel Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah penggemar (*likers*) dari *fanspage* Facebook Humas dan Protokol Kota Padang yang berlokasi di Kota Padang dengan usia 18-54 tahun, dimana usia dan lokasi tersebut memiliki presentasi paling tinggi di antara 8224 jumlah populasi *fanspage* Facebook Humas dan Protokol Pemerintah Kota Padang (15 Maret 2015).



Gambar 3.2. Data pengguna aktif individu yang menyukai, mengklik, berbagi dan mengomentari Facebook Humas dan Protokol Pemerintah Kota Padang

Sampel

Setelah target populasi ditemukan, peneliti harus membuat kerangka sampel yang lebih operasional. Kerangka sampel menjamin semua anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai sampel (Ardianto, 2010). Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2006, hal.

73), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Untuk menentukan ukuran sampel peneliti menggunakan Rumus Slovin karena populasi yang akan diteliti diketahui jumlahnya. Melalui pendekatan statistik, menurut Slovin, sampel dapat ditentukan dengan rumus berikut:

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persentase ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

dapat diinginkan sekitar 2%, kemudian e ini dikuadratkan.

Batas kesalahan yang ditolerir bagi setiap populasi tidak sama, ada yang 1%, 2%, 3%, 4%, 5% atau 10% (Umar, 2002: 134) dalam kriyantono (2006: 162)

Berdasarkan rumus Slovin di atas dan angka populasi yang telah didapatkan, serta tingkat ketelitian 10%, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{1488}{1 + 1488 \cdot (0.1)^2} = 99,93$$

Berdasarkan hasil yang didapat dari Rumus Slovin di atas, maka dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah sebanyak 99,93 dibulatkan menjadi 100 orang.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik *sampling* merupakan metode pengambilan sampel, dan untuk menentukan sampel yang akan dipergunakan dalam suatu penelitian, Dalam riset komunikasi dikenal dua jenis teknik sampling yaitu; sampel probabilitas dan nonprobabilitas. Sampel probabilitas yaitu sampel yang ditarik berdasarkan probabilitas dimana setiap unsur populasi mempunyai kemungkinan yang sama untuk dipilih melalui perhitungan secara sistematis. Sedangkan sampel nonprobabilitas, yaitu sampel yang dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan

tertentu dari periset sesuai dengan tujuan riset (Kriyantono, 2006 : 152).

Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah *probability sampling* (sampel probabilitas) dengan menggunakan teknik random sampling OSN (*Online Social Network*) untuk memperoleh sampel seragam di *online* (hal ini berlaku di *facebook*) misalnya sampel memungkinkan untuk memperkirakan setiap pengguna dan beberapa topologi sifatnya juga, dengan melakukan pendekatan *Breath-First-Search* (BFS) atau disesuaikan random *walk* selama proses pengumpulan data untuk mendapatkan sampel yang representative dari pengguna *facebook* (Minas G. Joka, Maciet Kurant dkk 2001).

Random walk sampel dapat sangat efektif, keberhasilannya tergantung pada konektivitas yang mendasari grafik sosial (hubungan Relasi) melalui beberapa relasi yang terhubung. Selanjutnya, saat pencampuran dari proses pengambilan sampel sangat tergantung pada karakteristik grafik ini. OSN, seperti keanggotaan dalam kelompok yang sama atau partisipasi dalam acara yang sama dengan melakukan berjalan acak (random berjalan) pada mereka. (Minas Gjoka, Charter T. Butts, dkk 2011)

Mengacu pada penelitian Minas G. Joka dkk, peneliti mengambil sampel *likers Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang dengan cara *online* seperti; men-*share* kuesioner pada *walk facebook* yang ditujukan pada teman-teman di *facebook* yang menjadi *likers Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang meminta kesediaan dan partisipasinya mengisi angket atau kuesioner tersebut, menghubungi secara *online likers facebook* humas yang memberikan komentar dan like pada setiap informasi yang diunggah oleh humas, membuat pertemuan secara *offline* dengan *likers facebook* humas yang tidak bersedia mengisi angket secara *online*. Hal ini dilakukan setiap hari sampai terpenuhi jumlah sampel yang sudah ditetapkan.

Sampel pada penelitian adalah *likers Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang

yang aktif di *facebook*, yang berdomisili di Kota Padang, dengan interval usia 18-54 tahun, penentuan kriteria ini berdasarkan persentase tertinggi jumlah *likers* (penggemar) di *Facebook* Humas dan Protokol Kota padang seperti yang terlihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 3.3. Data Kategori Usia dan Lokasi *likers fanspage Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang

Jenis dan Sumber Data

Sumber data ada dua jenis yaitu (1) Data primer hasil pengisian kuesioner yang telah didistribusikan kepada responden (2) Data sekunder adalah data yang diperoleh dari diperoleh dari buku, jurnal, pencarian internet, dan beberapa dokumen resmi dari Humas dan Protokol Pemerintah Kota Padang.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan berdasarkan hasil survey yang dikumpulkan melalui angket atau kuesioner yang telah diisi oleh responden melalui chat *online*. Kuisisioner di distribusikan atau diunggah di *facebook* yang ditujukan kepada *likers Facebook* Humas dan protokol Kota Padang yang berdomisili di wilayah Kota Padang dan berusia 18 tahun hingga lebih dari 55 tahun. Kuesioner dibuat berdasarkan kisi-kisi indikator penelitian yang telah ditetapkan. Jenis kuisisioner yang digunakan adalah angket tertutup, suatu angket dimana responden telah diberikan alternative oleh periset jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya dengan memberi tanda

silang (X) atau checklist (√) (Kriyantono, 2006 : 96).

Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang suatu objek sikap, yang telah ditentukan oleh periset dalam bentuk pernyataan atau pertanyaan yang harus diisi responden. Setiap pernyataan atau pertanyaan dihubungkan dengan jawaban berupa;

Sangat Setuju	(SS) = 5
Setuju	(S) = 4
Netral	(N) = 3
Tidak Setuju	(TS) = 2
Sangat Tidak Setuju	(STS) = 1

(Kriyantono, 2006 : 136)

Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data adalah kegiatan lanjutan setelah pengumpulan data dilaksanakan. Pada penelitian kuantitatif, menurut Bungin (2005:164), pengolahan data secara umum dilakukan dengan tiga tahap yaitu:

1. Tahap Memeriksa (*Editing*)
Editing adalah kegiatan yang dilaksanakan setelah menghimpun data dilapangan. Pada penelitian ini tahap editing dilakukan dengan memeriksa satu persatu lembar instrumen pengumpulan data, kemudian memberikan bobot pada masing-masing jawaban responden.
2. Proses pemberian Identitas (*Coding*)
Coding adalah kegiatan dimana data yang telah dianalisis diberi identitas sehingga memiliki arti tertentu. Maka setelah diberi bobot, semua data diklasifikasikan untuk masing-masing variabel yang diukur.
3. Proses Pembeberan (*Tabulating*)

Tabulasi adalah kegiatan memasukkan tabel-tabel tertentu dan mengatur angka-angka.

Dalam penelitian ini, setelah *coding* selesai dilaksanakan semua data yang sudah diberi identitas, diatur dalam tabel yang telah ditentukan sehingga mudah untuk dimasukkan pada sistem pengolahan data selanjutnya. Proses pengolahan data, penulis menggunakan program SPSS (*Statistic for Products and Services Solutions*) versi 17.

Teknik Analisis dan Interpretasi Data Uji Validitas

Validitas adalah keabsahan atau akurasi suatu alat ukur. Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur itu mengukur sesuatu. Untuk menguji validitas, ada beberapa langkah yang harus dilakukan: pertama, mendefinisikan secara operasional konsep yang akan diukur; kedua, melakukan uji coba skala pengukur tersebut pada sejumlah responden; ketiga, mempersiapkan tabel tabulasi jawaban; keempat, menghitung korelasi antara tiap-tiap pernyataan dan skor total dengan menggunakan rumus teknik korelasi *product moment* (Ardianto, 2010).

Rumus teknik korelasi *product moment*, sebagai berikut:

$$r = \frac{N \sum xy - \sum X \sum Y}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

r = koefisien korelasi korelasi *Product Moment Pearson*

N = jumlah individu dalam sampel

X = angka mentah untuk variabel X

Y = angka mentah untuk variabel Y

Syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat validitas adalah jika $r \geq 0,3$ pada taraf signifikansi 0,05. Jadi setelah semua korelasi pertanyaan dengan skor total diperoleh, Jika korelasi antar butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam instrumen dinyatakan tidak valid dan juga

sebaliknya bila $r \leq 0,3$ maka butir instrumen dinyatakan valid.

Keseluruhan pertanyaan dalam kuisioner berjumlah 29 butir, yang terdiri dari 13 butir pertanyaan pada variable X dan 19 butir pertanyaan untuk variable Y. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan menggunakan rumus *pearson,s product moment* dengan bantuan SPSS 17. Uji validitas dilaksanakan pada 30 responden dengan karakteristik yang sama dengan responden penelitian namun bukan merupakan responden penelitian yang sesungguhnya, dimana setiap responden menjawab pertanyaan kuisioner. Dari hasil uji validitas didapat 1 butir pertanyaan yang tidak valid yaitu pada butir pertanyaan no. 7 karena r hitung $< r$ tabel ($0,208 < 0,3$), sedangkan syarat minimum untuk dianggap memenuhi validitas adalah jika $r \geq 0,3$ Data hasil uji validitas kuisioner dapat dilihat pada lampiran.

Untuk pertanyaan yang tidak valid, peneliti membuang item pertanyaan tersebut, sehingga pertanyaan untuk responden yang sesungguhnya menjadi 28 butir pertanyaan yaitu 12 butir pertanyaan untuk variable X dan 19 butir untuk pertanyaan Y.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauhmana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat ukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, alat ukur tersebut reliabel. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama (Ardianto, 2010). Pendekatan paling populer untuk mengukur reliabilitas adalah dengan menggunakan *cronbach alpha*. *Cronbach alpha* dihitung dengan menentukan nilai koefisien rata-rata yang diperoleh dari seluruh hasil pembagian sesuai rumus, dimana koefisiennya akan beragam dari 0 sampai 1.

Berikut tabel koefisien *cronbach alpha*:

Tabel 3.3 Kriteria Reliabilitas

Koefisien reliabilitas	Kualifikasi
≤ 0.6	Tidak reliable
$0.7 < \alpha \leq 0.8$	Reliable
$0.8 < \alpha \leq 0.9$	Reliabilitas baik
$\alpha > 0.9$	Reliabilitas sempurna

Sumber: (Priyatno, 2010 : 97)

Uji reliabilitas adalah aspek kualitas suatu tes apakah tes tersebut menghasilkan hasil yang konsisten atau tidak. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji reliabilitas dengan program SPSS 17.0 untuk menganalisis konsistensi hasil.

Pada penelitian ini uji nilai reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Croanbach's Alpha* dengan program SPSS 17. Hasil reliabilitas tersebut adalah sebesar 0,837 untuk alat ukur variable X, untuk alat ukur variable Y 0,949. Hasil perhitungan dari uji reliabilitas terlampir.

Uji reliabilitas data dengan metode *Alpha Croanbach's* dikatakan reliabel jika nilai *Alpha Croanbach* diatas 0,7 pada taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai reliabilitas kuisioner pada masing-masing variable lebih besar dari nilai *Alpha Croanbach*, sehingga kuisioner tersebut dinilai reliabel dan terpercaya untuk digunakan dalam penelitian.

Regresi Linier Sederhana

Dalam model regresi linier sederhana, persamaan dasarnya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana

Y = variabel terikat

X = variabel bebas

a = nilai *intercept* (konstan) atau harga Y bila X = 0

b = koefesien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, bila b (-)

maka terjadi penurunan. (Kriyantono, 2009)

Uji T

Pengujian signifikansi koefisien korelasi, selain dapat menggunakan tabel, dapat dihitung melalui Uji-t, dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{MX - My}{\sqrt{\frac{\sum D^2 - (\sum D)^2/N}{2 \square \square (\square - 1)}}$$

Dimana:

MX dan MY = rata-rata skor X dan

Y

D = selisish skor kelompok X dan Y

N = jumlah pasangan skor

Nilai t-hitung tersebut dapat dibandingkan dengan nilai t-tabel, yaitu dengan tingkat kesalahan 10%, uji dua pihak dan *dk* (derajat kebebasan), yaitu $n-2$ (Ruslan, 2006).

Uji-t digunakan untuk mengetahui apakah X berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap Y. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0.10 dan 2 sisi. Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut (Priyatno, 2010: 149),:

1. Merumuskan Hipotesis
 - H_0 : X tidak berpengaruh terhadap Y
 - H_a : X berpengaruh terhadap Y
2. Menentukan t-hitung dan signifikansi
3. Menentukan t-tabel
4. Kriteria pengujian.
 - Jika t hitung < t tabel, maka H_0 diterima, H_a ditolak
 - Jika t hitung > t tabel, maka H_0 ditolak, H_a diterima

Berdasarkan signifikansi:

- Jika signifikansi > 0.1, maka H_0 diterima
- Jika signifikansi < 0.1, maka H_0 ditolak

5. Membuat kesimpulan

Uji Koefisien Korelasi

Analisis Korelasi digunakan ketika kelas masalah yang harus diselesaikan

melibatkan studi simultan dari dua atau lebih variabel untuk melihat bagaimana mereka saling terkait. Dengan kata lain, analisis korelasi sedang mempelajari apakah ada hubungan yang signifikan antara sepasang variabel.

Penelitian ini melakukan pengukuran hubungan di antara kulaitas informasi *facebook* humas dengan pembentukan citra positif Pemerintah Kota Padang melalui analisa korelasi *Pearson Product Moment* dengan menggunakan SPSS 17 untuk *windows*. korelasi koefisien *Pearson Product Moment* (r) adalah korelasi linear yang diperlukan untuk menemukan tingkat asosiasi dua set variabel, X dan Y. Hubungan antara variabel tergantung pada koefisien korelasi (r) . Koefisien korelasi akan berkisar antara -1 sampai 1, semakin dekat hasil r 1 artinya, variabel berkaitan erat, tetapi lebih dekat sampai ke -1, semakin terkait mereka. Untuk mendapatkan nilai r dari data tidak berkelompok, rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - \sum X \sum Y}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

dimana:

- r_{xy} = Koefisien korelasi antara X dan Y
- X = Jumlah hasil uji X
- Y = Jumlah hasil uji Y
- XY = Hasil perkalian X dan Y
- N = Jumlah sampel
- X^2 = Hasil kuadrat nilai X
- Y^2 = Hasil kuadrat nilai Y

Nilai hubungan yang didapat dari korelasi, menurut Sugiyono (2007) yaitu :

Tabel 3.4 Koefisien Korelasi

0.00 – 0.199	Sangat Lemah
0.20 – 0.399	Lemah
0.40 – 0.599	Cukup Kuat
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

Sumber: (Sugiyono, 2007: 183)

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besar kecilnya sumbangan variabel X sebagai variabel bebasnya terhadap variabel Y (variabel terikat), yang dinyatakan dalam bentuk persentase. Rumus yang digunakan untuk menghitung koefisien determinasi adalah:

$$KD = r^2 \times 100 \%$$

Dimana KD adalah koefisien determinasi, dan r adalah koefisien korelasi Pearson (Sugiyono, 2007 : 151)

Uji Hipotesis

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hubungan informasi *facebook* humas terhadap citra pemerintah Kota Padang di kalangan penggemar *facebook* humas, dengan menguji kekuatan hubungan antar variabel yang disebut dengan koefisien korelasi. Nilai koefisien korelasi ini adalah:

- < 0,20 Hubungan rendah sekali
 - 0,20 – 0,390 Hubungan rendah tapi pasti
 - 0,40 – 0,70 Hubungan yang cukup berarti
 - 0,71 – 0,90 Hubungan yang tinggi atau kuat
 - > 0,90 Hubungan yang sangat tinggi, kuat sekali, dapat diandalkan
- untuk menguji ada tidaknya hubungan maka dilakukan analisa data dengan *Pearson's Correlations (Product moment)*. Dimana untuk menguji hipotesis asosiatif antara data/skala/variabel nominal dengan nominal menggunakan *Pearson's* (Kriyantono, 2006: 172)

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil survey, respon dari 100 orang sampel terkait pengaruh penilaian kualitas informasi *Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang terhadap pembentukan citra positif Pemerintah Kota Padang di kelompokan berdasarkan profil responden sebagai berikut:

Berdasarkan Jenis Kelamin

Kuesioner ini disebarakan kepada 100 orang dengan perbedaan jenis

kelamin, laki-laki dan perempuan. Berikut hasil klasifikasi jumlah responden laki-laki dan perempuan yang telah mengisi kuesioner:

Tabel 4.1 Klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pria	59	59.0	59.0	59.0
Wanita	41	41.0	41.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: hasil olahan kuesioner

Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Kuesioner ini disebarakan kepada 100 orang dengan pendidikan terakhir yang dibagi menjadi lima kategori, yaitu SLTA, D3, S1, S2 dan S3. Berikut hasil klasifikasi responden berdasarkan pendidikan terakhirnya:

Tabel: 4.2 Klasifikasi responden berdasarkan pendidikan

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SLTA	31	31.0	31.0	31.0
D3	14	14.0	14.0	45.0
S1	40	40.0	40.0	85.0
S2	14	14.0	14.0	99.0
S3	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan Pekerjaan

Klasifikasi pekerjaan responden penelitian ini dibagi menjadi dua kategori, yaitu PNS dan NON PNS. Berikut data tabel dan grafik yang memuat hasil pekerjaan 100 orang responden:

Tabel 4.3 Klasifikasi responden berdasarkan pekerjaan

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
PNS	49	49.0	49.0	49.0
Non PNS	51	51.0	51.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil olahan kuesioner

Berdasarkan Umur

Klasifikasi umur responden dalam penelitian ini dibagi menjadi lima kategori, yaitu 18 s.d 24 tahun, 25 s.d 34

tahun, 35 s.d 44 tahun, 45 s.d 54 tahun dan lebih dari 55 tahun. Berikut data dan tabel yang memuat kategori umur dari 100 responden:

Tabel 4.4 Klasifikasi responden berdasarkan umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 18 - 24 Tahun	43	43.0	43.0	43.0
25 - 34 Tahun	29	29.0	29.0	72.0
35 - 44 Tahun	19	19.0	19.0	91.0
45 - 54 Tahun	8	8.0	8.0	99.0
> 54 Tahun	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Kuesioner yang telah diolah

Penelitian ini diawali dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas. Penelitian ini telah diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas untuk pengujian variabel penilaian kualitas informasi, dan pembentukan citra positif Pemerintah Kota Padang. Hasil pengujian tersebut menyatakan bahwa kedua variabel adalah valid dan reliabel.

Langkah berikutnya adalah mendistribusikan kuesioner yang disebarakan oleh peneliti berisi 29 butir pertanyaan yang terdiri dari 12 butir penilaian kualitas informasi *facebook* (X), dan 16 butir pertanyaan pembentukan citra positif Pemerintah Kota Padang (Y). Data yang

diperoleh dari kuesioner yang telah diisi oleh responden menyatakan;

Hasil Uji Koefisien Korelasi

Sebelum menentukan pengaruh antara variabel bebas X terhadap variabel terpengaruh Y, peneliti melakukan pengujian keterkaitan antara dua variabel terlebih dahulu. Uji koefisien korelasi dalam penelitian ini melakukan pengukuran hubungan antara penilaian kualitas informasi *Facebook* Humas dan protokol Kota Padang terhadap pembentukan citra positif Pemerintah Kota Padang. Analisis dilakukan dengan korelasi *Pearson Product Moment* pada SPSS 17 untuk windows, Berikut hasil pengujiannya:

Tabel 4.4 Uji Hasi uji korelasi variable X dan Y

Correlations		
	Kualitas Informasi (X)	Citra Positif (Y)
Kualitas Informasi (X) Pearson Correlation	1	.718**
Sig. (2-tailed)		.000
N	100	100

Citra Positif (Y)	Pearson Correlation	.718**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil kuesioner yang telah diolah

Hasil perhitungan pada tabel di atas menunjukkan bahwa koefisien korelasi (r_{xy}) sebesar 0,718 dengan signifikansi (p) sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Ini berarti bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variable penilaian kualitas informasi *Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang (X) dengan pembentukan citra positif Pemerintah Kota Padang (Y), dengan tingkat hubungan tinggi atau kuat (Sugiyono, 2007: 183).

Hasil Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dalam penelitian ini akan mengukur besar kecilnya sumbangan penilaian kualitas informasi *Facebook* sebagai variabel pengaruh terhadap pembentukan citra positif Pemerintah Kota Padang sebagai variable terpengaruhnya yang dinyatakan dalam bentuk persentase. Seperti yang tercantum pada tabel dibawah ini

Tabel 4.5 Hasil Uji Deteminasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.718 ^a	.515	.510	5.30755

Berdasarkan tabel di atas didapat besarnya koefisien determinasi (r^2) sebesar 0,515. Maka dapat disimpulkan bahwa kontribusi/besarnya pengaruh penilaian kualitas informasi *Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang terhadap pembentukan citra positif Pemerintah Kota Padang adalah sebesar 51,5%, sementara 48,5% lagi dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Hasil Analisis Regresi

Setelah memperoleh hasil bahwa

variabel X memiliki hubungan atau korelasi dengan variabel Y , maka selanjutnya adalah menguji pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Pada penelitian ini telah diperoleh hasil bahwa penilaian kualitas informasi *Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang memiliki korelasi terhadap pembentukan citra positif Pemerintah Kota Padang, maka selanjutnya lewat program SPSS 17 untuk windows, peneliti melakukan analisis regresi. dan hasil analisis regresinya sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji Koefisien

Regresi

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	7.908	5.114
	Kualitas Informasi (X)	1.066	.104

a. Dependent Variable: Citra Postif (Y)

Sumber: hasil olahan kuesioner

Berdasarkan tabel di atas maka persamaan regresi sederhana pada penelitian ini adalah:

$$Y = a + bx$$

$$Y = 7,908 + 1,066 X$$

Persamaan regresi linier sederhana di atas menunjukkan dimana Y adalah variabel terpengaruh atau terikat yaitu pembentukan citra positif Pemerintah Kota Padang, sedangkan X adalah variabel pengaruh atau bebas yaitu penilaian kualitas informasi *Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang. Persamaan tersebut menunjukkan hasil bahwa konstanta sebesar 7,908 menyatakan bahwa jika variable penilaian kualitas Informasi *Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang sebesar 0, maka Pembentukan citra positif Pemerintahan Kota Padang (Y) adalah sebesar 7,908. Sementara jika kualitas informasi *Facebook*

Humas dan Protokol Kota Padang (X) naik satu satuan, maka peningkatan citra positif Pemerintah Kota Padang (Y) akan naik sebesar 1,066 kali ditambah dengan 7,908 dan sebaliknya jika turun satu satuan.

Hasil ini membuktikan tidak hanya ada korelasi yang tinggi atau kuat terkait penilaian kualitas informasi *Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang terhadap pembentukan citra positif Pemerintah Kota Padang, namun juga pengaruh yang positif antara penilaian kualitas informasi *Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang terhadap pembentukan citra positif Pemerintah Kota Padang.

Uji T

Uji-t dilakukan untuk menguji seberapa signifikan pengaruh variabel X terhadap variabel Y, dalam penelitian ini adalah menguji signifikansi pengaruh penilaian kualitas informasi *Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang terhadap pembentukan citra positif Pemerintah Kota Padang. Uji-t dilakukan melalui program SPSS 17 untuk windows untuk mendapatkan nilai t-hitungnya, kemudian t-hitung tersebut akan dibandingkan dengan t-tabel. Jika t-hitung < t tabel maka Ho diterima, dan Ha ditolak, sedangkan jika t-hitung > t-tabel maka Ho ditolak, dan Ha diterima. Kriteria pengujian ke-dua adalah dengan membandingkan probabilitas nilai t atau signifikansinya. Jika probabilitas nilai t atau signifikansi < 0,1, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Atau jika probabilitas nilai t atau signifikansi > 0,1, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. (Priyanto, 2008)

Tabel 4.7 Hasil Nilai t-hitung dan Signifikansi

Model	t	Sig.
1 (Constant)	1.546	.125

Kualitas Informasi (X)	10.208	.000
------------------------	--------	------

Sumber: Kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan hasil t-hitung yang terdapat pada tabel di atas didapat nilai t-hitung sebesar 10,208, dimana lebih besar dari t-tabel nya. Sebelumnya telah didapatkan hasil pada t-tabel untuk df 98 dan signifikansi 0.1, nilai t-tabel nya adalah 1.660. Maka berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Selain itu, hasil signifikansi yang diperoleh lewat uji-t pada SPSS, didapatkan hasil signifikansi variabel X nya adalah 0.000 dimana nilai tersebut < 0.1, sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara penilaian kualitas informasi *Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang terhadap citra positif Pemerintah Kota Padang.

PEMBAHASAN

Berdasarkan temuan data dan hasil olah data dapat dilihat bahwa humas sebagai komunikator pesan atau informasi telah berhasil menjalankan tugasnya. Keberhasilan ini ditunjukkan dengan pembuatan informasi yang berkualitas untuk diunggah ke *facebook* sehingga dapat membantu dalam proses pembentukan citra positif Pemerintah Kota Padang. Selain itu, pengelola dan kontributor informasi telah berhasil mencapai tujuan dari penggunaan *facebook* tersebut, yakni sebagai salah satu sarana pembentukan citra positif Pemerintah Kota Padang.

Dikaitkan dengan teori Walter Lipman proses pembentukan citra atau kesan terhadap suatu obyek – organisasi, atau individu tertentu, melibatkan empat komponen penting yang meliputi: persepsi, kognisi, motivasi serta sikap. Persepsi diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan. Individu akan memberikan makna terhadap rangsangan berdasarkan pengalamannya mengenai rangsangan. Persepsi atau pandangan

individu akan positif apabila informasi yang diberikan oleh rangsangan dapat memenuhi kognisi individu. Kognisi yaitu suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus. Keyakinan akan timbul apabila individu telah mengerti rangsangan tersebut, sehingga individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup yang dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya. Selanjutnya, motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginannya melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan. Sedangkan sikap, adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir guna menghadapi obyek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara tertentu. Hal tersebut menegaskan bahwa semakin berkualitas informasi *facebook* yang disampaikan akan menimbulkan persepsi, kognisi, motivasi serta sikap pada para pengguna informasi tersebut dalam hal ini adalah *fanspage Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang. Saat informasi yang disuguhkan dipersepsikan secara baik, dan mampu menambah pengetahuan serta menimbulkan motivasi dan akhirnya dapat membentuk sikap yang positif terhadap pemerintah, maka dengan sendirinya citra pemerintah Kota Padang semakin baik.

Hal ini didukung oleh pendapat Ardianto (2011: 65) yang menegaskan bahwa citra seperti halnya produk dan merek sehingga perlu dipopulerkan kepada masyarakat luas. Cara untuk mempopulerkan citra agar sesuai dengan kehendak perusahaan dapat dilakukan secara bertahap. Pertama, membentuk persepsi segmen sasaran: citra yang ingin dibentuk harus mencerminkan jati diri perusahaan yang sebenarnya tidak lebih dan tidak kurang. Kedua, memelihara persepsi: upaya mempertahankan citra adalah mempertahankan pelaksanaan program periklanan dan PR sesuai dengan rencana usaha perusahaan. Ketiga mengubah persepsi segmen sasaran yang kurang

menguntungkan: perusahaan yang dikelola secara profesional akan berusaha keras mengubah persepsi segmen sasaran yang tidak menguntungkan dengan berbenah diri dari dalam.

Uraian tersebut menunjukkan bahwa informasi-informasi yang berkualitas yang diunggah di *facebook* tersebut sengaja untuk membentuk persepsi segmen sasaran (masyarakat). Selain itu, informasi-informasi yang disajikan tersebut diharapkan dapat digunakan untuk memelihara persepsi masyarakat. Fungsi berikutnya saat menginformasikan berbagai kegiatan melalui *facebook* tersebut adalah untuk mengubah persepsi segmen sasaran (masyarakat) yang kurang menguntungkan atau kurang mendukung. Saat informasi yang dimuat dalam *facebook* sesuai dengan kebutuhan dan relevan dengan kondisi dalam masyarakat maka hal tersebut diharapkan mampu mengubah persepsi masyarakat yang awalnya kurang mendukung menjadi mendukung.

KESIMPULAN

Pemerintah Kota Padang melalui Bagian Humas dan Protokol Setda Kota Padang menyampaikan informasi tentang program, kebijakan dan kegiatan-kegiatan tentang Pemerintah Kota Padang melalui media sosial *Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang yang ditujukan kepada *likers Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang sebagai publik atau khalayak sasaran untuk membentuk citra positif Pemerintah Kota Padang dinilai berhasil karena berdasarkan temuan data yang dianalisis melalui uji korelasi menyatakan terdapat hubungan atau pengaruh yang signifikan antara penilai kualitas informasi *Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang terhadap pembentukan citra positif Pemerintah Kota Padang dengan tingkat hubungan yang tinggi atau kuat, yang dianalisis melalui uji koefisien korelasi *Person Product Moment* dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0.718 yang berada di rentang 0.71 – 0.90 sehingga

Ha dapat diterima. Dan Sumbangan variabel pengaruh (X) terhadap variabel terpengaruh (Y) yakni; Penilaian Kualitas Informasi Humas terhadap Pembentukan Citra Positif Pemerintah Kota Padang sebanyak 51.5% yang dianalisis melalui uji determinasi

Dikaitkan dengan komunikasi, informasi yang baik atau berkualitas akan menambah pengetahuan bagi pembaca atau target sasarannya, sehingga membentuk kesan positif untuk Pemerintah Kota Padang di mata publiknya. Berdasarkan

temuan data, Bagian Humas dan protokol Setda Kota Padang sebagai kontributor informasi juga dapat dikatakan telah melaksanakan tugasnya dengan baik. Temuan data juga menunjukkan bahwa tujuan penggunaan *facebook* oleh humas telah tercapai, yakni sebagai media komunikasi dan sumber informasi publik untuk membentuk citra Positif Pemerintah Kota Padang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. (2011). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations:Kuantitatif dan Kualitatif*. Cetakan Kedua. Simbiosia Rekatama Media. Bandung.
- Ardianto, Elvinaro. (2011) *Metodologi penelitian untuk Public Relation*. Simbiosia Rekatama Media: Bandung.
- Cutlip, Allen dan broom.(2009), *Effective Public Relation*. Kencana parnada media group: Jakarta.
- Dasrun Hidayat, (2014), *Media Public Relation*, Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Effendy, Onong U. (2005). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Effendy, Onong U. 2004. *Dinamika Komunikasi* : Bandung : Remaja Rosda Karya
- Effendy, Onong U. 2011. *Teori dan Praktek*, Remaja Rosda Karya : Bandung
- Handyaningrat, Soewarno. (1994). *Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen*. : CV.Haji Masagung: Jakarta
- Kriyantono, Rachmat. (2006) *Tekhnik Praktis Riset Komunikasi*, Kharisma Putra Utama: Jakarta.
- Kurniawan, Agung (2005), *Transformasi Pelayanan Publik, Pembaharuan*: Yogyakarta.
- McQuail, Dennis. (2011) *Mass Communication Theory*, Buku 1 Edisi 6, Salemba Humanika.
- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung
- Moore, F. (2005). *Humas: Membangun Citra Dengan Komunikasi*. Remaja Rosda Karya. Bandung
- Mulyanto, Agus (2009), *Sistem Informasi Konsep dan Aplikasi*, Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Nurudin. (2001). *Komunikasi Propaganda*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Prayudi. (2012). *Publik Relation Stratejik*.Komunikasi UPN Press: Yogyakarta.
- Rudy, Teuku May. (2005). *Komunikasi & Hubungan Masyarakat Internasional*. Refika Aditama: Bandung.
- Rumanti, Maria Asumpta. (2005). *Dasar-Dasar Public Relations Teori Dan Praktik*. Grasindo: Jakarta.

- Ruslan, Rosady. (2004). *Etika Kehumasan Konsepsi Dan Aplikasi*, Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Ruslan, Rosady. (2010). *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi*, Rajawali Pers: Jakarta.
- Soemirat, Soleh. (2005). *Dasar-Dasar Public Relations*. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Steers, Richard M. (1985). *Efektivitas Organisasi*. Jakarta: Erlangga.
- Stephen W. LittleJhon, Karen A.Foss, (Edisi 9 2009). *Teori Komunikasi*, Salemba Humanika: jakarta
- Sunarjo, Djoenaesih S. (1984). *Opini Publik*. Yogyakarta : Liberty
- Wahyu, Betty. (2012). *Humas Pemerintah*. Graha Ilmu: Yogyakarta
- Dianingtyas,Benedecta Salindri, (2014) Pengaruh Kualitas Informasi Website terhadap Citra Pemerintah Kabupaten Wonogiri, Skripsi Universitas Atma Jaya Yogyakarta
- Fuad, Anis, (2011), *Social Media Networking dan Otonomi Daerah*, *Proceeding* Simposium Nasional Otonomi Daerah
- Lestari, Shindy, (2011), *Strategi Publik Relation dalam Pemanfaatan Facebook untuk Membentuk Citra Perusahaan Media Indonesia*, Tesis Universitas Indonesia
- Lubis, Elysa Evawani, (2012), Peran Humas dalam Membentuk Citra Pemerintah, *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 12, 51-60.
- Minas Gjoka, Carter T. dkk, (2011), *Multigraph Sampling of Online Social Networks: IEEE Journal On Selected Areas In Communications*, 29, 1893-1905.
- Minas GJoka, Maciej Kurant dkk, (2011), *A Walk In facebook : Uniform Sampling Of Users In Online Social Network*. 1, 1-20.
- Gani, Prita Kemal. 2014. <http://www.lspr.edu/pritakemalgani/membangun-citra-positif/> (diakses pada 15 Januari 2015)
- Handoko, Aran. 2010. <http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/pendidikan/Aran%20Handoko,%20S.Sn.%20M.Sn./Karakteristik%20Media.pdf>. (diakses pada 15 Januari 2015)
- Horton, J. L. 2009. *PR and Social Media*. <http://www.online-pr.com>. 12 September 2014 (19:04)
- Putri, Andini Imaniar, M Olivia Tukan, Indira Abidin. *Bangun Reputasi dan Citra dengan Digital PR*. <http://www.fortunepur.com/dibe-unit/1423-peran-vital-digital-pr.html> (diakses pada 15 januari 2015)
- *Facebook* Humas dan Protokol Kota Padang, email;
- humaskotapadang@gmail.com

Sumber lain

- Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 13 Tahun 2011 Tentang Pedoman Pelaksanaan Tugas Kehumasan Di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah
- Permenpan dan RB Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial di Instansi Pemerintah
- Permenpan dan RB Nomor: 30 Tahun 2011 Tentang Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi Pemerintah
- Permenpan nomor ; PER/12/M.PAN/08/2007 Pedoman Umum Hubungan Masyarakat Dilingkungan Instansi Pemerintah