

Kepuasan Media terhadap Informasi di Program 'Bandung Menjawab' Pemerintah Kota Bandung

<https://doi.org/10.25008/caraka.v5i1.131>

GHIOK RISWOTO

SANDY FERDIANA

IKE JUNITA TRIWARDHANI

Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung - Indonesia

ABSTRACT

Media relations activities are one of the strategies of the public relations department in the Bandung City Government. Media relations also becomes a communication bridge between agencies and the public through mass media or media crew. Media relations activities can be implemented through press conferences, media gatherings, interviews, and others. One form of media relations initiated by the Bandung City Government is called the Bandung Answering Program. This research aims to analyse the media crew's satisfaction with the information conveyed through the Bandung Answering Program. Media crew satisfaction with information is measured from the aspects of accuracy, topicality and relevance, all of which will conclude the quality of the information. The method used is quantitative descriptive with technical data collection in the form of distributing questionnaires to 28 respondents from among journalists who are members of the Bandung City Hall Journalists Working Group (Pokja) in the period December 2023 - March 2024. The results of the research show that the media crew's expectations for information from aspects of accuracy, actuality, relevance, and very high quality of information. This hope was answered with satisfaction figures for the three aspects which were quite good. From the Likert Scale obtained through a questionnaire, it was concluded that the media crew were very satisfied with the information in the Bandung Answering Program organized by Public Relations of the Bandung City Government. This research provides a new contribution by measuring the media crew's satisfaction with the information obtained from activities in the Bandung Answering Program. Until now, there has been no research that specifically evaluates media crew satisfaction with the Bandung City Government's media relations program, especially the Bandung Answering Program.

Keywords: Journalist, Bandung Answers, Information, Public Relations, Media Relations.

ABSTRAK

Kegiatan *media relations* menjadi salah satu strategi bagian humas di Pemerintah Kota Bandung. *Media relations* juga menjadi jembatan komunikasi antara instansi dengan masyarakat melalui media massa atau awak media. Kegiatan *media relations* dapat diimplementasikan melalui jumpa pers, *media gathering*, *interview*, dan lainnya. Salah satu bentuk *media relations* yang diinisiasi oleh Pemkot Bandung, diberi nama Program Bandung Menjawab. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan awak media terhadap informasi yang disampaikan melalui Program Bandung Menjawab. Kepuasan awak media terhadap informasi diukur dari aspek akurasi, aktualitas, dan relevansi, yang semua itu akan menyimpulkan sebuah kualitas informasi. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan teknis pengumpulan data berupa penyebaran angket kepada 28 responden dari kalangan wartawan yang tergabung dalam Kelompok Kerja (Pokja) Wartawan

Balai Kota Bandung di rentang waktu Desember 2023 - Maret 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harapan awak media terhadap informasi dari aspek akurasi, aktualitas, relevansi, hingga kualitas informasi sangat tinggi. Harapan itu terjawab dengan angka kepuasan pada ketiga aspek yang cukup baik. Dari Skala Likert yang didapat melalui angket, disimpulkan bahwa awak media sangat puas terhadap informasi di Program Bandung Menjawab yang diselenggarakan Humas Pemkot Bandung. Penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan mengukur kepuasan awak media terhadap informasi yang diperoleh dari kegiatan di Program Bandung Menjawab. Hingga kini, belum ada penelitian yang secara khusus mengevaluasi kepuasan awak media terhadap program *media relations* Pemkot Bandung, khususnya Program Bandung Menjawab.

Kata Kunci: Jurnalis, Bandung Menjawab, Informasi, Humas, Hubungan Media.

Ghiok Riswoto's email : inilahghiok@gmail.com
Penulis menyatakan bahwa dia tidak memiliki konflik kepentingan dalam penelitian dan publikasi naskah ini
Hak Cipta © 2024 (Ghiok Riswoto)
Dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 (CC BY-SA 4.0) Tersedia di http://caraka.web.id
Submitted: June 11, 2024; Revised: June 15, 2024; Accepted: Juni 23, 2024

PENDAHULUAN

Bagian Humas pemerintah secara umum dibentuk salah satunya untuk mempublikasikan kebijakan-kebijakan pemerintah sekaligus keberhasilannya. Memberi informasi secara teratur tentang sosialisasi program kerja dan peraturan-peraturan, kebijakan, juga hasil kerja institusi pemerintah di pusat maupun di daerah, serta memberi pengertian kepada masyarakat tentang peraturan dan perundang-undangan dan segala sesuatunya yang berpengaruh terhadap masyarakat.

Tidak jarang bagian humas juga meng-*counter* berita-berita negatif yang berkembang di masyarakat, baik yang terpublikasi di media arus utama (mainstream) atau media sosial. *Counter* yang dilakukan oleh bagian humas tersebut, yakni berupa penyebaran informasi terkait bantahan dan/atau menyampaikan peristiwa sebenarnya, untuk meluruskan informasi yang dianggap menyudutkan citra pemerintah. Khusus kepada media massa, semua informasi yang diproduksi oleh bagian humas itu disampaikan melalui berbagai cara, sebagai bentuk *media relations* yang dibangun oleh bagian humas.

Kegiatan *media relations* dapat diimplementasikan melalui jumpa pers, *media gathering*, *interview*, dan lainnya. Keberadaan kegiatan *media relations* dalam sebuah instansi dapat menjadi salah satu penentu dalam keberlangsungan citra positif setiap aktivitas instansi, dalam hal ini pemerintah. Intansi dan media massa, dalam menjalankan kegiatan *media relations* harus mempunyai pemahaman yang sama, bahwa keduanya adalah mitra kerja yang saling mendukung dan membutuhkan. Bagian humas sebagai wakil dari pemerintah membutuhkan informasi yang diproduksi tersebar melalui media massa, begitupun media massa melalui awak media membutuhkan informasi sebagai materi berita yang hendak dipublikasikannya.

Dalam membangun *media relations*, Pemerintah Kota (Pemkot) Bandung memiliki program bernama Bandung Menjawab. Program Bandung Menjawab merupakan inisiatif dalam membangun hubungan yang baik dengan masyarakat melalui media massa. Melalui program ini, Pemkot Bandung berupaya memperkuat komunikasi dua arah dengan tujuan

mempublikasikan informasi tentang program pembangunan dan memperoleh masukan dari warganya.

Melalui Bandung Menjawab, tentu akan terbangun keterbukaan dan transparansi dari Pemkot Bandung kepada awak media, untuk dipublikasikan kepada masyarakat. Dengan keterbukaan itu, Pemkot Bandung berupaya menciptakan kepercayaan dan memastikan informasi yang disampaikan akurat dan tepat. Bandung menjawab juga merupakan wadah sosialisasi program pembangunan yang dilakukan Pemkot Bandung, dan media massa berperan penting dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat luas. Program Bandung Menjawab merupakan kegiatan yang ahanya melibatkan nara sumber dari pihak Pemkot Bandung atau pihak yang terkait isu Pemkot Bandung dengan para awak media.

Dengan demikian, Program Bandung Menjawab bukan hanya sebagai sarana sosialisasi, tetapi juga sebagai bentuk komitmen Pemkot Bandung dalam membangun keterbukaan, partisipasi, dan kesinambungan pembangunan kota. Dengan keterbukaan informasi, maka akan banyak materi informasi untuk dituangkan dalam berita oleh para awak media.

Selain itu, Program Bandung Menjawab merupakan inisiatif Humas Sekretariat Daerah Kota Bandung untuk memperkuat hubungan dengan media massa. Program ini diharapkan menjadi fasilitas dan layanan bagi awak media untuk mendapatkan informasi yang akurat, terkini, dan relevan mengenai berbagai isu yang berkembang di masyarakat. Program Bandung Menjawab dipraktikkan dalam bentuk mempertemukan awak media atau wartawan dengan narasumber dari berbagai dinas dan organisasi perangkat daerah (OPD) lainnya yang berada di lingkungan Pemkot Bandung. Tema yang diangkat dalam kegiatan Bandung Menjawab, biasanya seputar isu-isu hangat yang membutuhkan klarifikasi atau informasi tambahan. Harapannya, masyarakat dapat mengonsumsi berita tentang kinerja Pemkot Bandung secara lengkap.

Dalam era informasi yang serba cepat, kebutuhan akan informasi yang akurat dan relevan menjadi sangat penting. Sebagai tanggung jawab pers, media massa berkewajiban menyebarluaskan informasi kepada publik, sehingga adanya Bandung Menjawab akan membantu wartawan dalam mendapatkan sumber informasi resmi.

Program Bandung Menjawab diadakan sebagai respons terhadap kebutuhan sumber informasi akurat dari kalangan wartawan. Atas kondisi itu, maka kepuasan wartawan terhadap informasi pada Program Bandung Menjawab penting untuk diteliti, agar dapat diketahui efektivitasnya untuk dijadikan materi berita oleh awak media. Penelitian ini juga memberikan kontribusi baru dengan mengukur kepuasan media terhadap informasi di program Bandung Menjawab. Sebelumnya, belum ada penelitian yang secara khusus mengevaluasi kepuasan awak media terhadap program *media relations* Pemkot Bandung.

KERANGKA TEORI

Jogiyanto (2005) menjelaskan, bahwa kualitas informasi terdiri tiga dimensi. Yaitu; a. Akurat, informasi harus bebas dari kesalahan dan menyesatkan. Informasi harus memiliki keakuratan tertentu agar tidak diragukan kebenarannya, b. Tepat pada waktunya, informasi yang datang pada penerima tidak boleh datang terlambat, karena informasi yang datang tidak tepat waktu, tidak bernilai lagi, sebab informasi digunakan dalam proses pembuatan keputusan, lalu c. relevan, informasi yang ada memiliki nilai kemanfaatan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh pemakainya.

Informasi memiliki tingkat relativitas yang berbeda, tergantung pada tingkat pemakai. Pengukuran kualitas informasi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori dari Jogiyanto (2005: 10). Indikator yang digunakan antara lain akurasi, ketepatan waktu, dan

relevansi. Kualitas informasi merupakan *output* yang dihasilkan oleh sistem informasi yang digunakan (DeLone & McLean, 1992).

Kualitas informasi menunjukkan karakteristik yang melekat pada informasi. Atribut kualitas informasi yang banyak digunakan dalam penelitian antara lain content, accuracy, format, dan *timeliness* (Doll & Torkzadeh, 1988; Seddon & Kiew, 1994; Hussein et al., 2006).

Dalam model Seddon (1997) digambarkan bahwa kualitas informasi yang dihasilkan oleh sistem, akan berpengaruh terhadap persepsi kegunaan. Adanya hubungan di antara variabel kualitas informasi dan persepsi kegunaan dibuktikan dengan hasil penelitian Seddon & Kiew (1994); Rai et al. (2002); dan Hussein et al. (2005, 2006).

Jika informasi yang dihasilkan dari suatu sistem informasi berkualitas maka akan semakin meningkatkan kepercayaan pengguna sistem tersebut. Semakin tinggi tingkat kepercayaan terhadap informasi, maka semakin besar kemungkinan seseorang akan mendapatkan sistem tersebut dan akan berguna. Peningkatan kepercayaan pengguna sistem informasi, diharapkan akan semakin meningkatkan kinerja.

Maka dalam penelitian ini, akan diukur tingkat kepuasan awak media terhadap akurasi, aktualisasi, dan relevansi informasi yang didistribusikan melalui kegiatan Program Bandung Menjawab sebagai implementasi dari kegiatan *media relations*. Adapun tujuan dari penelitian ini, yakni untuk mengukur kepuasan awak media/wartawan terhadap akurasi, ketepatan waktu (aktualitas), dan relevansi yang semua itu akan mengindikasikan kualitas informasi, yang disajikan dalam Program Bandung Menjawab.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) HA: Terdapat Kepuasan Awak Media Terhadap Informasi di Program Bandung Menjawab Pemkot Bandung; (2) HO: Tidak terdapat Kepuasan Awak Media Terhadap Informasi di Program Bandung Menjawab Pemkot Bandung.

METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif dengan format deskriptif bertujuan menjelaskan dan menggambarkan berbagai situasi dan berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian itu berdasarkan apa yang terjadi. (Bungin, 2005).

Penelitian kuantitatif lebih banyak menggunakan instrumen dalam mengumpulkan data. Data kuantitatif ini data yang berbentuk angka atau kualitatif yang diangkakan dengan menggunakan skala skoring. Proses penelitian kuantitatif adalah mencari teori-teori, konsep-konsep dan generalisasi-generalisasi hasil penelitian yang dapat dijadikan sebagai landasan teori untuk pelaksanaan penelitian.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan survei. Kuisisioner disebarkan kepada 28 wartawan yang tergabung dalam Pokja Balai Kota Bandung. Instrumen kuisisioner dirancang untuk mengukur aspek utama: akurasi, ketepatan waktu (aktualitas), relevansi, dan aspek tambahan, yakni; kualitas informasi.

Dalam penelitian ini, pengukuran yang digunakan oleh peneliti hanya menggunakan satu variabel X yaitu kepuasa awak media terhadap kualitas informasi dengan menggunakan skala pengukuran *Skala Likert*.

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju	4

Setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat Tidak setuju	1

Pengolahan data dari hasil angket digunakan dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial menurut Sugiyono (2017:93). Sementara responden penelitian diperoleh melalui cluster sampling, yakni 28 wartawan/awak media yang rutin mengikuti kegiatan Bandung Menjawab.

Uji Validitas, suatu uji keabsahan instrumen penelitian (kuisisioner) yang akan digunakan untuk pengumpulan data yang berkaitan dengan variabel penelitian. Agar instrumen penelitian yang digunakan dapat menampilkan data yang akurat, maka butir-butir pertanyaan atau pernyataan (item) di uji validitasnya. Menurut Imam Gozali (2006). Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai positif maka butir pernyataan atau indikator dinyatakan valid. Untuk menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total memakai rumus teknik korelasi *Product Moment dengan* menggunakan rumusnya menurut Husein Umar (2005), yaitu;

$$R = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum Y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

R = Nilai korelasi; N = Jumlah responden; X = Skor nilai pernyataan;
Y = Jumlah skor pernyataan tiap responden

Untuk menghitung validitas digunakan perangkat *software* yakni SPSS 20. *Uji Reliabilitas*, adalah suatu uji konsisten instrumen penelitian (kuisisioner), agar butir-butir pertanyaan atau pernyataan dalam kuisisioner benar-benar reliabel untuk digunakan dalam pengumpulan data yang berkaitan dengan variabel penelitian. Seperti halnya uji validitas, maka instrumen penelitian juga harus di uji reliabilitasnya. Menurut Imam Gozali (2006), bahwa suatu konstruksi atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0, 60. Untuk menguji reliabilitas menggunakan butir instrumen dengan rumus *cronbach's alpha*. Menurut (Umar 2005) rumusnya adalah sebagai berikut:

$$\alpha = \left(\frac{K}{K - 1} \right) \left(\frac{s_r^2 - \sum s_i^2}{s_x^2} \right)$$

α = Koefisien Reliabilitas Cronbach Alpha; K =Jumlah Item Pertanyaan yang diuji;
 $\sum s_i^2$ = Jumlah Varians Skor Item; S_x^2 = Varians Skor-skor tes (seluruh item K)

Untuk menghitung realibilitas digunakan perangkat komputer dengan *software* yakni SPSS 20. *Subjek Penelitian*, responden dalam penelitian ini adalah 28 wartawan yang aktif meliput kegiatan Pemkot Bandung dan tergabung dalam Pokja Balai Kota Bandung.

Instrumen Penelitian, adalah kuisisioner terdiri dari beberapa pertanyaan yang dirancang untuk mengukur kepuasan jurnalis terhadap informasi yang diterima dari program Bandung Menjawab. Skala Likert digunakan untuk mengevaluasi tanggapan responden, dengan nilai 1 untuk "sangat tidak puas" hingga 4 untuk sangat puas.

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel yakni kualitas informasi. Kualitas informasi mencakup keakuratan, kelengkapan, relevansi, ketepatan waktu dari output yang dihasilkan oleh sistem informasi. Kualitas informasi ditentukan apabila mampu memenuhi harapan dari pengguna sistem informasi.

Data yang berkualitas membantu individu dalam menerima dan memproses sebuah informasi. Dalam penelitian ada empat hal yang akan dikaji terkait kualitas informasi merujuk pada pendapat Aimsyah (2013) indikator dari information quality adalah sebagai berikut:

Akurat, Informasi yang diberikan harus detail, akurat, dan jelas. *Tepat waktu (aktual)*, Informasi yang diberikan tidak boleh terlambat, melainkan harus sesuai tepat pada waktunya.

Relevansi, informasi yang diberikan harus sesuai dengan fakta, karena hal ini akan membantu audiens untuk mengetahui fakta tersebut.

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk pengumpulan data. Pengumpulan data diartikan sebagai proses atau kegiatan yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menjangkau berbagai fenomena atau kondisi lokasi penelitian sesuai dengan lingkup penelitian.

Kegiatan pengumpulan data pada prinsipnya merupakan kegiatan penggunaan metode instrument yang telah ditentukan, dalam penelitian kuantitatif instrumen dalam penelitian yang digunakan adalah berupa angket (Ruslan, 2008).

Dalam penelitian ini, pengukuran yang digunakan oleh peneliti hanya menggunakan satu variabel X yaitu kepuasan awak media terhadap kualitas informasi dengan menggunakan skala pengukuran *Skala Likert*.

Pengolahan data dari hasil angket digunakan dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial menurut (Sugiyono, 2017:93).

Dengan skala likert maka variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pernyataan baik bersifat *favorale* (positif) ataupun *anfavorable* (negatif). Dimana dengan skala ini akan memberikan kemudahan untuk penulis dalam mengolah data. Adapun alternatif jawaban dengan menggunakan skala likert, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pernyataan alternatif sebagai berikut yang dapat ditunjukkan pada tabel 1, 2, 3, 4, dan 5 dapat dilihat jawaban dan bobot skor untuk item-item instrumen pada pernyataan dalam kuesioner.

Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini ialah: *Angket*, seiring pula metode angket disebut pula sebagai metode kuesioner atau dalam bahasa Inggris disebut questionnaire (daftar pertanyaan). Metode angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim atau diisi oleh responden. Setelah diisi, angket dikirim atau dikembalikan ke petugas atau peneliti (Bungin, 2005). Adapun desain pengukuran yang digunakan dalam penyebaran angket ini menggunakan *Skala Likert*. Penggunaan desain Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial, dimana masing-masing jawaban diberi bobot nilai. Pada *Skala Likert* menggunakan 5 pilihan jawaban.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Bandung Menjawab adalah program unggulan Humas Kota Bandung yang diluncurkan sejak tahun 2017. Bandung Menjawab merupakan bagian program *Media*

relations Kota Bandung yang mempertemukan antara media dengan para narasumber yang diundang secara khusus dalam format *press conference*, baik itu kepala dinas, tokoh masyarakat maupun narasumber lain. Sejak diluncurkan, kegiatan ini rutin dilaksanakan dua kali dalam seminggu setiap hari Selasa dan Kamis. Namun sempat terhenti di saat pandemi Covid-19 melanda.

Kegiatan ini dilaksanakan dengan tujuan memberikan informasi kepada masyarakat terkait program kerja, kebijakan maupun keberhasilan kinerja organisasi perangkat daerah (OPD) atau dinas maupun lembaga lainnya di Kota Bandung dan memberikan ruang komunikasi antara kalangan pers dengan OPD.

Bandung Menjawab adalah wadah yang mempertemukan antara Pemerintah Kota Bandung dan masyarakat Kota Bandung serta kalangan media. Lewat acara ini, masyarakat bisa mengetahui perkembangan seputar Kota Bandung mulai dari program pemerintah, pembangunan, serta hal-hal menarik lainnya.

Dalam perjalanannya, Program Bandung Menjawab semula hanya dikhususnya bagi kepala dinas di lingkungan Pemkot Bandung. Namun, setelah pandemi Covid-19 mulai terkendali, Diskominfo Kota Bandung melakukan inovasi dengan menambah jangkauan Program Bandung Menjawab menjadi lebih luas.

Salah satunya dengan menghadirkan narasumber tidak hanya dari lingkungan kepala dinas, tetapi juga lembaga lainnya seperti akademisi, praktisi kesehatan, praktisi hukum, kalangan pengusaha, termasuk juga masyarakat sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan isu terupdate.

Inovasi tersebut dilakukan sekaligus memperkuat tujuan hadirnya Program Bandung Menjawab yakni memberikan kemudahan akses informasi kepada masyarakat dan mempermudah akses kalangan media dengan narasumber. Program Bandung Menjawab pernah meraih sejumlah penghargaan Silver Winner pada Public Relations Indonesia Award 2018, Public Relations Indonesia Award 2019, Anugerah Media Humas (AMH) 2020.

Hubungan antara pemerintah dengan media khususnya hubungan dengan awak media adalah hubungan yang saling menguntungkan. Pada satu sisi pemerintah membutuhkan publikasi kepada masyarakat pihak media membutuhkan berita untuk disampaikan masyarakat.

Hubungan awak media dengan pemerintah tentu harus dibangun dengan baik. Suatu hubungan dinyatakan baik manakala kedua belah pihak memiliki kepuasan yang sama atas hubungan tersebut. Salah satu upaya dalam mencapai kepuasan hubungan dalam perspektif awak media adalah kualitas informasi yang disediakan oleh mitra. Hubungan awak media dengan pemerintah salah satunya diwujudkan dengan adanya program Bandung Menjawab. Program Bandung Menjawab adalah media hubungan awak media dan pemerintah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program Bandung Menjawab telah menyediakan informasi yang berkualitas, kualitas informasi memiliki dampak kepuasan bagi awak media. Bagi awak media kualitas informasi adalah hal penting dalam yang mendukung tugas mereka.

Berikut hasil analisis kondisi fakta yang didapati awak media terkait kualitas informasi pada Program Bandung Menjawab yang merupakan kegiatan Pemerintah Kota Bandung. Pengukuran dilakukan dengan nilai rata atau prosentase. Penentuan keputusan yakni dengan melihat rentang 1 sampai 4. Dasar dalam pembuatan keputusan yakni dengan melihat median atau nilai tengah antara 1-4. Perhitungan didapatkan adalah 2,61 sebagai nilai tengah. Adapun perincian pembuatan keputusan adalah sebagai berikut:

Rentang 4,21-5 menunjukkan kondisi fakta yang sangat baik; Rentang 3,4 -4,2 menunjukkan kondisi fakta yang baik; Rentang 2,61 – 3,4 menunjukkan kondisi fakta yang

sedang; Rentang 1,81-2,61 menunjukkan kondisi fakta yang buruk. Jika ditemukan hasil 1-1,81 menunjukkan kondisi fakta yang sangat buruk

Tabel 1: Keakuratan Informasi (Akurasi)

Indikator Fakta Keakurat Informasi	Nilai Mean	%	Kondisi Fakta
Informasi Bandung Menjawab adalah Informasi yang benar	3,07	76,79	Sangat Baik
Informasi Bandung Menjawab adalah Informasi Terverifikasi	2,86	71,43	Baik
Informasi Program Bandung Menjawab adalah Informasi Objektif	2,79	69,64	Baik
Rata-Rata	2,90	72,62	Baik

Data tabel di atas menunjukkan bahwa kondisi fakta yang didapati oleh awak media terkait Keakuratan Informasi pada Program Bandung Menjawab adalah baik dengan nilai 2,90 atau 72,62%.

Tabel 2: Fakta Ketepatan Waktu Informasi (Aktualisasi)

Indikator Fakta Ketepatan Waktu (Aktual) Informasi	Nilai Mean	%	Kondisi Fakta
Informasi Bandung Menjawab adalah informasi Terbaru	2,61	65,18	Baik
Program Bandung Menjawab adalah Program yang Menginformasikan Pertama Kegiatan Pemerintah Kota Bandung	3,00	75,00	Baik
Program Bandung Menjawab Cepat Menginformasikan Breaking News	2,39	59,82	Baik
Rata-Rata	2,67	66,67	Baik

Data tabel di atas menunjukkan bahwa kondisi fakta yang didapati oleh awak media terkait Ketepatan Waktu (Aktual) Informasi pada Program Bandung Menjawab adalah baik dengan nilai 2,67 atau 66,67%.

Tabel 3: Fakta Relevansi Informasi

Indikator Fakta Kerelevanan Informasi	Nilai Mean	%	Kondisi Fakta
Informasi Bandung Menjawab informasi yang Berisi tentang Kegiatan Pemerintah Kota Bandung	3,14	78,57	Baik
Informasi Bandung Menjawab adalah Informasi yang Dibutuhkan Masyarakat Kota Bandung	2,86	71,43	Baik
Informasi Bandung Menjawab adalah Informasi yang Relevan dengan Isu Terkini Masyarakat Bandung	2,86	71,43	Baik

Rata-Rata	2,95	73,81	Baik
-----------	------	-------	------

Data tabel di atas menunjukkan bahwa kondisi fakta yang didapati oleh awak media terkait Fakta Kerelevanan Informasi pada Program Bandung Menjawab adalah baik dengan nilai 2,95 atau 73,81%.

Tabel 4: Total Fakta Kualitas Informasi

Indikator Fakta	Nilai Mean	%	Kondisi Fakta
Informasi Bandung Menjawab adalah Informasi yang benar	3,07	76,79	Sangat Baik
Informasi Bandung Menjawab adalah Informasi Terverifikasi	2,86	71,43	Baik
Informasi Program Bandung Menjawab adalah Informasi Ojektif	2,79	69,64	Baik
Informasi Bandung Menjawab adalah informasi Terbaru	2,61	65,18	Baik
Program Bandung Menjawab adalah Program yang Menginformasikan Pertama Kegiatan Pemerintah Kota Bandung	3,00	75,00	Baik
Program Bandung Menjawab Cepat Menginformasikan Breaking News	2,39	59,82	Baik
Informasi Bandung Menjawab informasi yang Berisi tentang Kegiatan Pemerintah Kota Bandung	3,14	78,57	Baik
Informasi Bandung Menjawab adalah Informasi yang Dibutuhkan Masyarakat Kota Bandung	2,86	71,43	Baik
Informasi Bandung Menjawab adalah Informasi yang Relevan dengan Isu Terkini Masyarakat Bandung	2,86	71,43	Baik
Rata-Rata	2,84	71,03	Baik

Data tabel di atas menunjukkan bahwa kondisi fakta yang didapati oleh awak media mengenai kualitas informasi pada Program Bandung Menjawab adalah baik dengan nilai 2,84 atau 71,03%.

Pengambilan keputusan didasarkan sejauh mana perbedaan antara harapan dan fakta. Patokan dalam pengambilan keputusan berdasarkan pada rumus kepuasan yakni: $\text{Harapan/Fakta}=0$. Mengingat dalam pengambilan keputusan terdapat skala yakni 1-4 maka rumusan kepuasan adalah sebagai berikut sebagai berikut:

Angka 0-1 menunjukkan sangat puas; Angka 1,1-2 menunjukkan puas; Angka 2.1-3 menunjukkan tidak puas; Angka 3,1-4 menunjukkan sangat tidak puas.

Tabel 5. Analisis Tingkat Kepuasan

Indikator	Nilai Harapan	Nilai Fakta	Nilai Kepuasan	Tingkat Kepuasan
Informasi Bandung Menjawab adalah Informasi yang benar	3,29	3,07	0,21	Sangat Puas
Informasi Bandung Menjawab adalah Informasi Terverifikasi	3,39	2,86	0,54	Sangat Puas
Informasi Program Bandung Menjawab adalah Informasi Ojektif	3,39	2,79	0,61	Sangat Puas
Informasi Bandung Menjawab adalah informasi Terbaru	3,32	2,61	0,71	Sangat Puas
Program Bandung Menjawab adalah Program yang Menginformasikan Pertama Kegiatan Pemerintah Kota Bandung	3,21	3,00	0,21	Sangat Puas
Program Bandung Menjawab Cepat Menginformasikan Breaking News	3,21	2,39	0,82	Sangat Puas
Informasi Bandung Menjawab informasi yang Berisi tentang Kegiatan Pemerintah Kota Bandung	3,21	3,14	0,07	Sangat Puas
Informasi Bandung Menjawab adalah Informasi yang Dibutuhkan Masyarakat Kota Bandung	3,61	2,86	0,75	Sangat Puas
Informasi Bandung Menjawab adalah Informasi yang Relevan dengan Isu Terkini Masyarakat Bandung	3,68	2,86	0,82	Sangat Puas
Rata-Rata	3,37	2,84	0,53	Sangat Puas

Berdasarkan tabel di atas didapati hasil 0,53. Berdasarkan rumusan pengambilan keputusan maka bernilai sangat puas. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kepuasan awak media pada kualitas informasi program Bandung Menjawab dinyatakan sangat puas.

KESIMPULAN

Program Bandung Menjawab merupakan langkah positif dari Pemkot Bandung dalam meningkatkan hubungan dengan media. Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan total rata-rata fakta yang ditemui oleh awak media

pada kualitas informasi program Bandung Menjawab adalah 2,84 atau 71,03%. Hal menunjukkan kualitas informasi yang baik pada Program Bandung Menjawab.

Sebagai program *media relations*, Bandung Menjawab merupakan program yang berhasil melahirkan kepuasan bagi awak media/wartawan Pokja Pemkot Bandung. Angka harapan awak media berada di angka 3,37, sementara angka faktanya di posisi 2,84. Dengan demikian menghasilkan nilai kepuasan 0,53 (tabel 5), yang dapat disimpulkan masuk dalam kategori Sangat Puas. Ada pun saran yang bisa disampaikan adalah:

Peningkatan Proses Verifikasi: Mempercepat proses verifikasi informasi agar dapat disampaikan secara tepat waktu tanpa mengorbankan akurasi.

Pelatihan untuk Narasumber: Memberikan pelatihan kepada narasumber dari dinas-dinas terkait untuk meningkatkan kualitas dan relevansi informasi yang disampaikan.

Feedback dari Jurnalis: Mengadakan pertemuan rutin dengan jurnalis untuk mendapatkan feedback langsung dan memperbaiki kualitas program secara berkelanjutan.

Untuk Bagian Humas Pemkot Bandung, senantiasa untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas informasi yang telah dibuat. Pentingnya kualitas informasi tidak hanya memiliki implikasi positif terhadap kepuasan awak media lebih luas lagi kepuasan masyarakat sebagai penerima informasi.

Bagi para peneliti berikutnya, harap diketahui bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan di mana belum mengungkapkan seluruh variabel yang mengulas kualitas informasi. Untuk menambah khasanah ilmu pengetahuan perlu mengkaji hal tersebut dalam perspektif teori lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Aimsyah, Z. (2013). *Manajemen Sistem Informasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Brilliant, M. A., & Achyar, A. (2014). The Impact of Satisfaction and Trust on Loyalty of E-Commerce Customers. *ASEAN Marketing Journal*, 5(1). <https://doi.org/10.21002/AMJ.V5I1.2175>.
- Darmastuti, R. (2012). *Media Relations: Konsep, Strategi & Aplikasi*, Yogyakarta: Andi Offset.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>.
- Effendy, O.U. (2009). *Human Relations & Public Relations*. Bandung: MandarMaju.
- Gelinas, U & Dull, B.R. (2012). *Accounting Informations System*, 9th ed. South Western Cengage Learning 5191 Natorp Boulevard Mason, USA.
- Gozali. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketiga. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heryanto, G.G. (2012). *Public relations politik*. Jakarta: Ghalia Indonesia. <https://lib.ui.ac.id>.
- Hidayat, D, (2014). *Media Public Relations, Pendekatan Kasus Cyber Public. Relations Sebagai Metode Kerja PR Digital*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hoffman, K.D., Bateson, J. E. G., & Hoffman, K. Douglas. (2006). *Services marketing: concepts, strategies & cases*. https://books.google.com/books/about/Services_Marketing.html?id=cRKdNwAACAAJ.
- Jefkins, F. W., & Yadin, D. L. (1998). *Public relations*. 293. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Jogiyanto. (2005). *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kroenke, D., & Boyle, R. J. (2017). *Using MIS* (10th ed.). Boston: Pearson.
- Nurudin. (2016). *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*. Jakarta: PT. Rajagrafindi Persada.

- Rosady, R., Dozier., Broom. (2016). *Manajemen Public Relations & media komunikasi: Konsepsi & Aplikasi*, Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Romney, S. & Steinbart, P. J. (2015). *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Umar. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wardhani. (2008). *Media Relations: Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yulianita N. (2000). *Dasar-Dasar Public Relations*, Bandung: Alqo Print Jatinangor
- Yosal. I, & Rema, K.S. (2005). *Media relations : konsep, pendekatan dan praktik*. https://books.google.com/books/about/Media_relations.html?id=s1dNAQAACAAJ.