



KOMUNIKASI PUBLIK

Masalah-Masalah Strategik

WIDODO MUKTIYO
EDY PRIHANTORO
DIDIN MUKODIM



PENERBIT GUNADARMA

KOMUNIKASI PUBLIK

MASALAH-MASALAH STRATEJIK

**Widodo Muktiyo
Edy Prihantoro
Didin Mukodim**



PENERBIT GUNADARMA

Judul Buku:
KOMUNIKASI PUBLIK
Masalah-Masalah Stratejik

Penulis:
Widodo Muktiyo
Edy Prihantoro
Didin Mukodim

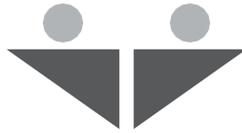
ISBN :

Editor :
Basuki Agus Suparno

Hak Cipta@2023 pada penulis
Edisi Cetakan Pertama: Agustus 2023

Diterbitkan oleh Penerbit Gunadarma
Jl. Margonda Raya No. 100, Pondokcina, Depok 16424
Telp. +62-21-78881112, 7863819 Faks. +62-21-7872829
e-mail : penerbit@gunadarma.ac.id

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang. Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, secara mekanis atau pun elektronis termasuk memfotocopi, merekamnya atau teknik lain tanpa seizin penulis dari penerbit



KATA PENGANTAR

Pengalaman pada sejumlah lembaga dan badan publik pemerintahan, ternyata telah menimbulkan kegairahan tersendiri untuk terus belajar, mengamati, mencermati, dan menjalaninya. Sungguh menarik, sebuah organisasi yang namanya pemerintah, yakni penyelenggaraan kekuasaan negara, memiliki kompleksitas komunikasi yang sangat rumit dan sulit. Oleh karena itu, jika ada orang atau siapa pun yang mengatakan bahwa komunikasi publik pemerintah itu buruk misalnya, ternyata secara empiris memang tidak mudah dilakukan dengan mempertimbangkan kompleksitas permasalahan yang dihadapinya sebagai penyelenggara kekuasaan negara.

Dari segi tema dan narasi komunikasi, penyelenggaraan komunikasi publik pemerintah mengacu narasi dan tema tentang cita-cita negara, yakni melindungi segenap tumpah darah dan bangsa Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut serta dalam menciptakan perdamaian dunia yang adil dan beradab.

Barangkali hanya empat itu yang menjadi narasi dan tema komunikasi publik pemerintah, tetapi pengejawantahan terhadapnya melalui kebijakan dan program pemerintah, yang menjadi tema dan

narasi komunikasi publik pemerintah menjadi bermacam-macam dan beragam. Sebab kebijakan dan program-program pembangunan yang dilakukan pemerintah itu harus disampaikan terus menerus.

Tantangan komunikasi pada tingkat organisasi fakultas misalnya di perguruan tinggi, yang katakanlah merupakan organisasi yang lebih rendah dan masih terbatas urusan dan yang diurusi, dibandingkan organisasi pemerintah, telah menimbulkan persoalan komunikasi yang menyita perhatian dan energi yang besar.

Setiap organisasi pasti memiliki persoalan pada masalah komunikasi. Lihatlah bagaimana seorang anggota organisasi dalam berinteraksi memiliki keterbatasan pergaulan dengan teman sesama koleganya. Lihatlah kekompakan sesama anggota betapa sulitnya dicapai. Tingkat penerimaan dan penolakan sesama anggota organisasi memiliki derajat yang berbeda-beda sehingga mengakibatkan kohesivitas organisasi pun memiliki kerentanan tertentu.

Dengan penggambaran semacam itu, apalagi masalah komunikasi dalam pemerintahan yang di dalamnya ada kementerian, badan, lembaga, dan lainnya. Dinamika komunikasi di dalamnya, tidak saja menarik, tetapi sering kali memperlihatkan arah yang berjalan sendiri-sendiri. Selalu saja permasalahannya berkisar bagaimana pemerintah ini dapat menjalankan komunikasi publiknya secara memadai, memuaskan, dan sukses.

Apa artinya? Artinya penyelenggaraan komunikasi publik pemerintah itu mesti efektif dan berhasil. Dengan demikian, penyelenggaraan komunikasi publik ini sebenarnya merupakan komunikasi strategis, yakni bentuk komunikasi yang berorientasi pada hasil bukan hanya sekedar kegiatannya dijalankan, berhasil atau tidak, malah tidak terpikirkan.

Dalam perjalanan dan pengalaman berdinis, dari sebagai Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi UNS, menjadi Kepala Kantor Humas UNS, menjabat sebagai Wakil Rektor IV Bidang Kerjasama, menjabat sebagai Ketua LPPM UNS, menjadi Dirjen IKP Kementerian Komunikasi dan Informatika RI dan kemudian menjadi Staf Ahli Menteri Bidang Komunikasi dan Media Massa, telah menorehkan pelajaran dan pengalaman yang berharga dalam praktik-praktik komunikasi strategis.

Ditopang dengan ketekunan dan keserjanaan dalam bidang komunikasi, pada akhirnya, sedikit demi sedikit, terpatri bahwa penyelenggaraan komunikasi publik pemerintah ini menghadapi tantangan yang serius yang datang dari beberapa arah. Penilaian ini didasarkan pada pengalaman dan pelajaran-pelajaran yang dapat dipetik selama ini.

Pertama, tata kelola komunikasi publik pemerintah. Seperti tidak cukup berarti dilaksanakan dan bentuk perwujudannya, ketika sebuah regulasi tentang hal ini, kurang mampu diartikulasikan sepenuhnya. Ada hambatan-hambatan struktural, taktis, dan strategis untuk dapat mengorkestrasikan penyelenggaraan komunikasi publik pemerintah ini menjadi penyelenggaraan komunikasi publik pemerintah yang berhasil dan membawa reputasi pemerintah dari publiknya sendiri. Ini tantangan yang menurut saya paling berat dan sulit untuk diatasi.

Kedua, praktik-praktik komunikasi itu sendiri dipandang remeh dan dipandang semua orang bisa dilakukan. Akibatnya, dengan kecenderungan semacam itu, setiap orang, badan, lembaga atau lainnya, ingin mengomunikasikan sendiri dengan caranya sendiri, yang sering kali mengabaikan segi-segi elementer dalam komunikasi seperti komunikator, pesan, *relationship*, makna, dan komunikan, dan media. Persoalan sektoral dan egosentrisme kelembagaan juga menjadi tantangan tersendiri.

Muncullah kekacauan dalam pesan dari para komunikator, kontradiksi satu terhadap hal yang lain, berantakan karena gagal membangun *relationship* yang memadai, pesan yang tidak logis, dan pemilihan media yang serampangan atau menerimanya sebagai *taken for granted* sebagai berkah rutinitas.

Berangkat dari perenungan itu, sekelumit tulisan ini hanyalah merupakan refleksi yang berusaha membaca sejumlah persoalan penyelenggaraan komunikasi publik pemerintah baik secara konseptual, strategi dan praktik-praktik di lapangan. Bersamaan dengan itu, ada usulan-usulan yang ditawarkan dengan mempertimbangkan segi-seginya sehingga mungkin atau dapat diperbaiki.

Semata-mata ini adalah hasil pembacaan khususnya selama 5 tahun berjalan ini dalam relasi fungsional dalam kementerian dan dengan

kementerian lain, badan lain, lembaga lain atau bahkan dengan kolega-kolega itu sendiri. Menjadi sayang, jika pengalaman dan pemahaman ini kemudian menguap begitu saja. Biarlah ini menjadi sumbangsih dan kontribusi kecil dinilai secara bebas oleh siapa pun yang memberi perhatian pada penyelenggaraan komunikasi publik pemerintah.

Secara konseptual, agar catatan reflektif ini pun tetap mengacu pada pemikiran-pemikiran akademik dan teoretis dalam bidang komunikasi yang selama ini pernah digeluti. Sementara secara strategis, artinya tidak dapat dilepaskan dari secara aturan, norma, instruksi presiden, keputusan menteri, dan aturan-aturan lain setingkat undang-undang, peraturan pemerintah, dan lainnya. Demikian juga melalui praktik-praktik lapangan yang terjadi pada kementerian-kementerian, badan-badan, lembaga-lembaga, dan berbagai bentuk interaksi kolegial yang terjadi.

Melalui tiga hal itu, yakni secara konseptual, pertimbangan strategis, dan pengamatan terhadap praktik lapangan, mencerminkan adanya koherensi yang mempertautkan segi pemikiran akademik, segi kewenangan, dan kecakupan dan pelaksanaan yang selama ini terjadi sehingga dapat diamati, disarikan, dan diberi catatan-catatan yang memadai.

Dari pijakan itulah, tulisan ini dapat dirampungkan ke dalam beberapa tema dan kajian pengamatan seperti arti penting komunikasi secara umum bagi penyelenggaraan pemerintahan, tata kelola komunikasi publik pemerintah, memahami perilaku komunikasi dan bermedia masyarakat, media komunikasi publik pemerintah, dan lainnya. Tentu saja segi-segi semacam itu merupakan pilihan yang dapat diambil atau merupakan segi yang dapat dipandang penting untuk disajikan dalam penulisan yang singkat ini. Untuk kepentingan itu pun, diperlukan pencermatan bagian per bagian agar dapat disajikan alur dan pjakan pikir dari tulisan ini.

Di sela-sela waktu yang tersedia dan kesempatan untuk menuliskannya, pada akhirnya tersajilah 7 bagian penting yang tercermin pada bab per babnya. Tulisan ini sendiri tidak dengan sendirinya selesai begitu saja. Dibutuhkan waktu kurang lebih 7 bulan untuk menyelesaikannya. Di sela kesibukan itu, ada masanya vakum, karena tersita oleh kesibukan dan agenda lain, tetapi ada pula kegairahan untuk

menuliskan dengan semangat. Namun, keinginan untuk menulis itu tidak pernah berhenti sehingga terwujud. Alhamdulillah.

Beruntung secara teknis penulisan dan pengeditannya ada pihak-pihak yang membantu, termasuk menyediakan bahan-bahan yang diperlukan bagi penulisan ini sehingga penulisan ini dapat dirampung keseluruhannya. Untuk itu dalam kesempatan ini, saya mengucapkan terima kasih. Tentu saja, pada Kementerian Komunikasi dan Informatika RI itu sendiri, di mana tempat saya bekerja dan mengabdikan diri.

Pada akhirnya, secara pribadi, saya mengharapkan buku sederhana ini dapat bermanfaat dan dimanfaatkan bagi penyelenggaraan komunikasi publik pemerintah. Betapapun sulit dan beratnya tantangan yang dihadapi bagi pegawai atau ASN yang menjalankan komunikasi publik pemerintah, tidak boleh surut dan menyerah. Buku ini barangkali dapat menjadi inspirasi dalam penyelenggaraan tersebut.

Jakarta, Juli 2023

Penerbit Gunadarma Prof. Dr. Widodo Muktiyo



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR SINGKATAN	xv
SINOPSIS	xix
BAB 1 FUNSI DAN KEDUDUKAN KOMUNIKASI DALAM PEMERINTAHAN	1
BAB 2 KELEMBAGAAN KOMUNIKASI PUBLIK DALAM PEMERINTAHAN	25
BAB 3 SISTEM DAN STRUKTUR KOMUNIKASI PUBLIK	45
BAB 4 INFORMASI PUBLIK DAN MANAJEMEN DATA PUBLIK	65
BAB 5 GOVERMENT PUBLIC RELATION	83
BAB 6 MEMAHAMI PERILAKU PUBLIK BERKOMUNIKASI DI ERA DIGITAL	107
BAB 7 MEDIA KOMUNIKASI PUBLIK	123

inadarn

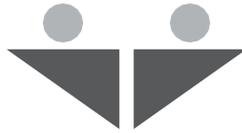
BAB 8 PENUTUP	143
DAFTAR REFERENSI	145
GLOSARIUM	147
INDEKS	153
PROFILE PENULIS	161

Penerbit Gunadarma



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Struktur Kelembagaan Direktorat Jenderal Kementerian Komunikasi dan Informatika RI	41
Tabel 7.1	Menu dan Tampilan Indonesia.go.id	133
Tabel 7.2	Menu dan Tampilan infopublik.id	136



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pendukung Keberhasilan Komunikasi Publik	8
Gambar 1.2 Perubahan Kelembagaan dan Penempatan Komunikasi dan Informatika dalam Pemerintahan	22
Gambar 2.1 Kelemahan dan Tantangan Komunikasi Publik	44
Gambar 3.1 Kajian yang Perlu Dilakukan Secara Mendalam Untuk Merancang Sistem Komunikasi Publik	60
Gambar 4.1 Hubungan Pemerintah dan Warga Negara	70
Gambar 5.1 Aktivitas <i>Public Relations</i>	89



DAFTAR SINGKATAN

Penerbit Gunadarma

APTIKA	: Aplikasi dan Informatika
ASN	: Aparatur Sipil Negara
Bakohumas	: Badan Koordinasi Kehumasan
BATAN	: Badan Tenaga Nuklir Nasional
BBM	: Bahan Bakar Minyak
BIKN	: Badan Informasi dan Komunikasi Nasional
BIN	: Badan Intelijen Negara
BNPB	: Badan Nasional Penanggulangan Bencana
BNPT	: Badan Nasional Penanggulangan Terorisme
BPJS	: Badan Penyelenggara Jaminan Sosial
BRIN	: Badan Riset dan Inovasi Nasional.
Dirjen	: Direktorat Jenderal
DIY	: Daerah Istimewa Yogyakarta
DKI	: Daerah Khusus Ibu Kota

FGD	: <i>Focus Grup Discussion</i>
G20	: Group of Twenty
GBHN	: Garis Besar Haluan Negara
GPR	: <i>Government Public Relations</i>
Humas	: Hubungan Masyarakat
IKP	: Informasi dan Komunikasi Publik
Inpres	: Instruksi Presiden
Keppres	: Keputusan Presiden
KKN	: Korupsi, Kolusi, Nepotisme
Kominfo	: Kementerian Komunikasi dan Informatika
KSP	: Kantor Staf Presiden
KIP	: Komisi Informasi Pusat
LKBN	: Lembaga Kantor Berita Nasional
MBO	: <i>Management by Objectives</i>
NGO	: <i>Non-Governmental Organization</i>
NKRI	: Negara Kesatuan Republik Indonesia
PenLugri	: Penerangan Luar Negeri
Polri	: Kepolisian Negara Republik Indonesia
PPID	: Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi
Puspenmas	: Pusat Penerangan Masyarakat
AD/ART	: Anggaran Dasar/Anggaran Rumah Tangga
APBN	: Anggaran Pendapatan Belanja Negara
PRO	: <i>Public Relations Officer</i>
PRSA	: <i>Public Relations Society of America</i>
Repelita	: Rencana Pembangunan Lima Tahun
RI	: Republik Indonesia
RRI	: Radio Republik Indonesia
RT	: Rumah Tangga
SARA	: Suku, Agama, Ras, dan Antargolongan

SDM	: Sumber Daya Manusia
SDPPI	: Sumber Daya dan Perangkat Pos dan Informatika
SIUPP	: Surat Izin Usaha Penerbitan Pers
SK	: Surat Keputusan
TKKKP	: Tata Kelola dan Kemitraan Komunikasi Publik
TNI	: Tentara Nasional Indonesia
TVRI	: Televisi Republik Indonesia

Penerbit Gunadarma

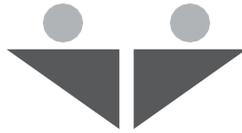


SINOPSIS

Komunikasi publik memegang peranan penting bagi setiap organisasi. Melalui tata kelola komunikasi publik yang tepat dan professional, tiap organisasi mampu mengirimkan pesan secara efektif kepada masyarakat atau khalayak. Buku ini membicarakan sekaligus merefleksikan praktik komunikasi publik, khususnya di organisasi pemerintahan, yang mana komunikasi publik yang efektif di pemerintahan sangat dibutuhkan dalam rangka menyampaikan kebijakan dan programnya sebagai bentuk kewajiban dan pertanggungjawaban terhadap publik atas penyelenggaraan kekuasaan.

Dibagi ke dalam beberapa bab, buku ini dibuka dengan pembahasan ihwal fungsi dan kedudukan komunikasi dalam pemerintahan. Pembahasan berlanjut tentang kelembagaan komunikasi publik dalam pemerintahan, sistem dan struktur komunikasi publik; serta informasi publik dan manajemen data publik. Tidak sampai di situ, pembahasan lantas dilanjutkan mengenai *government public relations*; perilaku publik berkomunikasi di era digital, dan media komunikasi publik. Di bagian akhir buku ini disajikan penutup yang menekankan penting dan perlunya pengelolaan komunikasi publik yang tepat dan profesional agar kebijakan dan program pemerintah berjalan dengan baik atas dukungan dan partisipasi masyarakat.

Buku ini tidak semata dapat dibaca oleh para sivitas akademika seperti mahasiswa dan tenaga pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi, melainkan juga oleh para pegawai atau aparatur sipil negara yang menjalankan komunikasi publik di pemerintahan. Selain itu, buku ini dapat dinikmati oleh mereka yang berminat dengan tema komunikasi publik.



• 1 •

FUNGSI DAN KEDUDUKAN KOMUNIKASI DALAM PEMERINTAHAN

Komunikasi: dari Pemerintahan ke Pemerintahan

Indonesia sebagai bangsa, negara atau pemerintahan, dalam proses dan perkembangannya, tidak dapat dilepaskan dari peran, fungsi, dan kedudukan komunikasi. Kenapa demikian? Pertama, Indonesia sebagai “*imagined community*” yakni masyarakat yang dicita-citakan bersama dalam prosesnya tidak mungkin terwujud tanpa peran dan fungsi komunikasi.

Tidak mungkin, cita-cita kebangsaan dapat diwujudkan tanpa komunikasi. Tidak mungkin realitas yang dimimpikan tentang Indonesia dapat diwujudkan tanpa difigurasikan melalui tindakan komunikasi. Tidak mungkin keberagaman yang penuh dengan perbedaan dapat disatukan tanpa komunikasi.

Sebab cita-cita kebangsaan ini adalah ide dan pengetahuan. Sedangkan ide dan pengetahuan itu, mesti disampaikan, diyakinkan, dan diterima secara kolektif. Sementara itu, sebagai ide dan pengetahuan, ia harus dipahami, diterima, dan didukung. Jadi, untuk sampai ke arah itu, tidak mungkin dapat diwujudkan tanpa tindakan dan langkah-langkah komunikasi.

Ini berarti isi dari cita-cita sebagai bangsa itu adalah penyampaian ide, makna pesan, penerimaan, dan pemrosesannya serta penginterpretasian yang mengikat sekumpulan orang-orang yang berasal dari suku, agama, budaya, dan bahasa daerah yang berbeda-beda ke dalam satu entitas yang bernama Indonesia. Ratusan etnis dan bahasa lokal, tradisi dan kebiasaan, serta kepulauan yang membentang dengan jumlah 17.504 pulau tidak mungkin dapat disatukan ke dalam cita-cita dan berada dalam mimpi bersama serta dalam satu ikatan, kecuali sebelumnya adanya proses-proses komunikasi yang diterima bersama.

Cita-cita ini mesti dipahami, dikenalkan, kemudian menjadi kesadaran kolektif dan menjadi panduan bersama sebagai bangsa Indonesia. Oleh karena itu, cita-cita tentang bangsa, yakni seperti apakah bangsa yang dicita-citakan itu diikat, rasanya tidak mungkin dapat diraih, tanpa kekuatan komunikasi.

Berbangsa yang satu, atau bertanah air yang satu, atau pun berbahasa yang satu, yakni Indonesia, mesti disampaikan, disosialisasikan, didiskusikan, dan digelorakan. Itulah fungsi, peran, dan kekuatan komunikasi bagi pembentukan kebangsaan dan identitas nasional kita: Indonesia

Jadi, kalau bisa ditegaskan kembali, melalui cara apa, perbedaan-perbedaan yang ada disatukan? Melalui apa, ide dan pengetahuan tentang kebangsaan dan pentingnya identitas kebangsaan itu dipahami? Melalui langkah apa, sehingga mereka yang berasal dari berbagai suku, etnis, budaya, dan bahasa daerah itu diyakinkan, bahwa kebangsaan dan ke-Indonesia-an ini sebagai sesuatu yang berharga bagi mereka, dan berharga bagi kita semua?

Semua pertanyaan itu bermuara kepada komunikasi. Sebab komunikasi memberi jalan dan instrumen bagi persoalan yang berkaitan dengan kesenjangan pengetahuan, kesenjangan pemahaman, kesenjangan harapan, dan kesenjangan cita-cita. Komunikasi juga memberi fleksibilitas bagi cara-cara dalam memahami pengetahuan, ide, dan gagasan dalam konteks dan situasi yang berbeda-beda.

“Melalui praktik komunikasi, para pendiri bangsa mewujudkan kesadaran dan spirit bersama tentang identitas nasional sebagai Indonesia”

Pada tingkat lanjut, komunikasi mampu memberi kesadaran bersama tentang identitas nasional, mendorong untuk mewujudkan spirit kebangsaan itu sebagai Indonesia. Oleh karena itu, persoalan fundamental dari kebangsaan adalah bagaimana merawat perbedaan dalam kesatuan yang kemudian dikenal sebagai Bhineka Tunggal Ika. Untuk itu, diperlukanlah komunikasi. Apalagi kehadiran kolonialisme Belanda yang mengeksploitasi dan menguasai hajat hidup masyarakat berbagai daerah dan etnis juga turut merekatkan pada adanya persamaan nasib dan persamaan perjuangan. Itu pun diketahui melalui interaksi dan komunikasi.

Jadi, adakah kekuatan dan peran yang lebih besar yang dapat menyatukan perbedaan pandangan dan etnis serta keagamaan itu, kecuali dengan kekuatan dan peran komunikasi. Benar jika dikatakan bahwa kesuksesan semacam ini ditentukan oleh aktor-aktor sentral perjuangan. Namun, aktor-aktor sentral perjuangan semacam itu, jika tidak ditopang oleh kemampuan berkomunikasi, menyakinkan dan kemampuan mendorong serta mengelorakan semangat rakyat, tidak akan berhasil dan mencapai puncak perjuangan kemerdekaan.

Proses-proses perseptual kolektif semacam itu, hanya dapat dilakukan dengan pendekatan komunikasi, baik melalui komunikasi dalam rapat-rapat akbar, retorika, komunikasi secara interpersonal, komunikasi kelompok atau pun organisasi. Esensi komunikasi itu sendiri adalah penyampaian pesan, pemaknaan, saling memahami, pertukaran gagasan, argumentasi, bujukan, dan termasuk kemampuan dalam mempengaruhi.

Semua mencirikan bentuk komunikasi pada saat itu, di mana saluran-saluran komunikasi yang ada tidak seperti sekarang antara lain media sosial, *smartphone*, android atau melalui Whatshapp, melainkan melalui cerita-cerita rakyat, obrolan di warung kopi, dalam pentas pertunjukan seni, atau pun pitutur yang lain yang mencerminkan kebiasaan budaya suatu daerah tertentu.

Melalui komunikasi, struktur kognisi sosial terbentuk. Wacana dan narasi sebagai episteme, yakni pengetahuan utama pada suatu zaman, jelas merupakan kekuatan yang dibentuk melalui praktik-praktik komunikasi. Setiap zaman akan selalu memproduksi wacana pengetahuan yang akan mendeterminasi jalannya sejarah manusia itu

sendiri, termasuk jalan bagi arah kebangsaan dan kenegaraan serta pemerintahan termasuk kita sebagai bangsa Indonesia.

Bila ditilik dari sejarah bangsa Indonesia, maka komunikasi menjadi sangat sentral diperlukan pada saat rakyat dijajah, yakni untuk melawan dan membangun kesadaran bersama. Komunikasi diperlukan rakyat, di masa Revolusi untuk mempertahankan kemerdekaan RI yang telah diproklamasikan pada tanggal 17 Agustus 1945.

Komunikasi diperlukan rakyat di masa kemerdekaan untuk mengonsolidasikan kebanggaan diri sebagai bangsa dan negara. Atau komunikasi dibutuhkan rakyat di masa pembangunan untuk berpartisipasi dalam meraih kemakmuran.

Pendek kata, setiap zaman selalu diwarnai narasi-narasi kebangsaan, narasi-narasi kenegaraan, dan narasi narasi pemerintahan yang memberi gambaran tentang apa yang sedang dilakukan, dan ke mana kita akan tuju baik sebagai bangsa atau negara.

Masa revolusi perjuangan melawan bentuk-bentuk penjajahan yang dialami di seluruh pelosok negeri telah menyatukan kesadaran senasib dan sepenanggungan, terwujud dalam proses-proses interaksi sosial, yang ditentukan oleh kekuatan komunikasi. Ide-ide politik, cita-cita mendirikan negara, menyatukan kerajaan-kerajaan ke dalam suatu format perjuangan kebangsaan, terus diwacanakan dan menjadi diskursus di kalangan terpelajar, priyayi, cerdik pandai, serta ulama dan kyai.

Muncullah orator-orator ulung seperti Haji Oemar Cokroaminoto, Haji Agus Salim, Kasman Singodimejo, Ir. Soekarno, Muhammad Yamin, Muhammad Hatta, Tan Malaka, Sutan Syahrir, dan lainnya. Pesan-pesan itu mereka gelorakan ke dalam banyak perwujudan komunikasi, baik langsung atau tidak langsung, verbal atau pun nonverbal.

Bersamaan itu, ide-ide tentang berbangsa dan bernegara, yakni *nation state* atau *welfare nation*, berkumandang dalam diskusi-diskusi, rapat-rapat tertutup atau pun terbuka, kongres-kongres terbuka, dan rapat-rapat akbar, pamflet-pamflet, bahkan hingga coretan-coretan di dinding.

Surat-surat kabar pribumi turut mewarnai wacana dan pemikiran tentang ide kebangsaan Indonesia dan Indonesia merdeka. Baik wujudnya berupa pamflet atau lembar-lembar kertas yang terpisah-

pisah. Bila menilik keadaan ini, para kaum terpelajar pada saat itu terus menyuarakan dengan keberanian yang luar untuk menentang bentuk penindasan, penjajahan, pemerasaan, penghisapan, dan kebijakan-kebijakan pemerintah kolonial yang tidak manusiawi.

Pada saat bangsa Indonesia memproklamirkan diri sebagai negara merdeka, maka suara ini dikumandangkan dalam saluran-saluran komunikasi dari saluran komunikasi rakyat sampai saluran komunikasi cetak dan elektronik seperti radio dan kantor berita. Kegembiraan itu mereka ekspresikan ke dalam bentuk ungkapan: *Merdeka atau Mati. Sekali Merdeka Tetap Merdeka.*

Pada masa Revolusi Kemerdekaan RI, Ir. Soekarno sebagai Presiden pertama Republik Indonesia, melalui pidato-pidato kenegaraan, pidato-pidato dalam peringatan-peringatan hari-hari nasional dan keagamaan, pidato-pidato pada forum internasional dan resmi lainnya, selalu mengumandangkan tentang arti pentingnya berbangsa dan bernegara. Pembangunan kebangsaan dan kenegaraan menjadi tema sentral dalam narasi berbangsa dan bernegara sejalan dengan umur NKRI yang masih sangat muda dan belum berpengalaman.

Sejalan dengan itu, pentingnya persatuan dan kesatuan bangsa juga menjadi tema komunikasi sebagai konsekuensi dan tanggung jawab pemerintah dan seluruh rakyat bangsa Indonesia untuk mewarisi, merasa bangga, dan terus merawat NKRI sebagai bagian yang tidak terpisahkan dalam rangka meraih tujuan nasional.

Semua itu tidak dapat dilepaskan dari kekuatan komunikasi. Radio dan pidato-pidato di lapangan terbuka menjadi saluran dan kekuatan utama dalam komunikasi kepemerintahan pada waktu itu.

Pada masa pemerintahan Orde Baru, kekuatan komunikasi diintegrasikan pada visi dan misi pemerintah yang berorientasi pada pembangunan. Berbeda dengan paradigma kebijakan dan orientasi pada masa Pemerintahan Orde Lama, yang menitikberatkan pada *national building*, maka pada Pemerintahan Orde Baru, komunikasi dikongkregensikan untuk menyukkseskan program-program pembangunan.

Pada poin ini, kesadaran bahwa komunikasi merupakan instrumen kekuasaan yang dapat digunakan untuk mengintegrasikan, menyinkronisasikan, mendorong, membujuk, dan menekankan pentingnya program-program pembangunan pemerintah terlihat dari

penggunaan saluran media komunikasi secara simultan dan masif. Banyak yang memandang bahwa pada masa ini, Pemerintah Orde Baru benar-benar menempatkan saluran komunikasi sebagai saluran komunikasi pembangunan. Sementara sisi lain, ada yang menilainya sebagai cara pemerintah dalam mengkooptasi suara-suara yang ada di masyarakat.

Ini terlihat pada pemanfaatan TVRI (Televisi Republik Indonesia), RRI (Radio Republik Indonesia), kendali terhadap surat kabar-surat kabar dan majalah-majalah, saluran-saluran komunikasi informal seperti pertunjukan rakyat, kelompok-kelompok sosial, dan komunitas-komunitas.

Melalui komunikasi, Pemerintah Orde Baru meneguhkan narasi dan wacana kuasa yang melegitimasi bahwa Pemerintah Orde Baru merupakan penafsir yang paling absah terhadap ideologi dan penjabaran tujuan konstitusi negara. Pada saat itu, narasi-narasi komunikasi yang selalu diproduksi dan dicuatkan seperti: "*Menjalankan Pancasila secara murni dan konsekuen; Repelita (Rencana Pembangunan Lima Tahun); Garis-Garis Besar Haluan Negara (GBHN); Tinggal Landas; Trilogi Pembangunan dan seterusnya.*"

Meskipun cara ini dipandang sebagai keberhasilan Pemerintah Orde Baru dalam menggunakan dan memanfaatkan instrumen komunikasi, tetapi karena kejenuhan kekuasaan dan miskinnya strategi komunikasi yang otoritatif dan kering, serta munculnya fragmentasi kekuasaan, maka Pemerintah Orde Baru dengan coraknya yang otoritatif ini pun tumbang, juga melalui kekuatan komunikasi itu sendiri. Pemerintahan Orde Baru turut ditumbangkan karena ada kontribusi narasi komunikasi yang disalurkan dalam diskusi, pagelaran dan teatrical, selebaran-selebaran gelap, dan pemikiran-pemikiran perlawanan. Pemerintahan Orde Baru digambarkan sebagai pemerintahan yang korup dan militeristik.

Dalam masa konsolidasi demokrasi dan transisi sekaligus, setelah jatuhnya pemerintahan Orde Baru, menstabilkan keadaan, serta memastikan arah perubahan, termasuk menenangkan rakyat terhadap gejolak dan turbulensi politik, rasanya tidak mungkin, upaya-upaya semacam itu, tidak diikuti oleh kesadaran dalam memanfaatkan kekuatan dan saluran-saluran komunikasi.

Dalam situasi krisis apa pun, termasuk krisis dalam berbangsa dan bernegara atau berpemerintahan, komunikasi memainkan peran sentral dalam memberi informasi dan perkembangan yang terjadi, yang dipakai untuk mengendalikan dan memastikan semua keadaan yang ada. Setiap krisis terjadi selalu menyertakan resiko, ketidakpastian dan kekacauan. Pada saat semacam itu, komunikasi dan informasi sangat diperlukan untuk meredakan sejumlah ketidakpastian yang berkembang.

Dalam sistem politik demokratis dan tingkat perkembangan masyarakat yang semakin cerdas dalam berpikir serta semakin peka terhadap praktik kekuasaan, maka eksistensi komunikasi, selain dipandang sebagai instrumen kekuasaan, pada saat bersamaan ia sekaligus menjembatani hubungan antara pemerintah dan publik atau antara negara dan warga negara. Sedangkan di sisi lain, melalui komunikasi pula, penyelenggaraan negara yang dijalankan pemerintah mesti diawasi dan dikontrol dengan komunikasi.

Karena itu, komunikasi memiliki dualisme yang nyata dalam hubungan antara negara dan warga negara atau pemerintah dan publik. Pertama, komunikasi digunakan oleh pemerintah untuk menyampaikan kebijakan dan program-programnya. Ini sebagai perwujudan tanggung jawab pemerintah terhadap apa yang telah dilakukan dalam mewujudkan cita-cita negara.

Ini juga sekaligus sebagai bentuk komunikasi pemerintah kepada publik untuk menginformasikan kebijakan dan program, mendapatkan dukungan, menarik simpati, dan mendapatkan kepercayaan publik secara menyeluruh. Komunikasi publik sangat berbeda dengan komunikasi politik. Ada perbedaan konseptual dan teoretis yang menjelaskan antara komunikasi publik dan komunikasi politik.

Komunikasi politik menekankan pada segi kekuasaan, yakni bagaimana komunikasi dipakai untuk membujuk, mempersuasi, dan dipakai untuk mendapatkan kekuasaan. Sementara komunikasi publik dipakai oleh pemerintah secara khusus

“Komunikasi publik ditujukan untuk membangun komunikasi antara pemerintah dengan publik menyangkut kebijakan dan program pemerintah. Sebab itu, pemerintah perlu menyelenggarakan tata kelola komunikasi publik yang profesional dan proporsional”

untuk menyampaikan kebijakan dan program-program pemerintah sebagai bentuk kewajiban dan pertanggungjawaban terhadap publik atas penyelegaraan kekuasaan.

Keberhasilan komunikasi publik sangat tergantung pada kompetensi komunikasi yang dimiliki yang mencakup kredibilitas komunikator pemerintah, muatan pesan yang dikemas, ketepatan waktu dalam berkomunikasi, konsistensi pesan yang dibangun, pengendalian dan penguasaan saluran-saluran komunikasi, pemahaman terhadap publik yang dihadapi, serta aksi-aksi nyata yang terkait dengan kebijakan dan program yang dilaksanakan terus diperbaiki.



Gambar 1.1 Pendukung Keberhasilan Komunikasi Publik

Posisi komunikasi yang dijalankan pemerintah sebagai komunikasi pemerintah atau komunikasi publik, bagaimana pun tetap diperlukan. Tetapi sebagai catatan, bentuk komunikasi yang otoriter dapat memicu perlawanan dan resistensi yang tinggi dari publik. Lazimnya bentuk komunikasi otoriter adalah bentuk-bentuk komunikasi yang dominan, tidak menerima pandangan alternatif, dan memaksakan kehendak.

Barangkali ini pula yang menjadikan Presiden Abdurrahman Wahid membubarkan Departemen Penerangan. Presiden Abdurrahman Wahid tampaknya melihat bahwa Departemen Penerangan lebih memosisikan diri sebagai alat propaganda pemerintah, bukan mencerminkan bentuk

komunikasi publik yang merupakan kewajiban dan pertanggungjawaban pemerintah terhadap kebijakan dan program pemerintah yang berjalan atau berkenaan dengan publik.

Dalam pandangannya, biarlah pemikiran-pemikiran dan ekspresi komunikasi itu berkembang di masyarakat, pemerintah tidak perlu mengontrol wacana komunikasi dalam berbangsa dan bernegara. Karena itu, ia membubarkan Departemen Penerangan yang sebelumnya begitu kuat akar dan pondasinya sebagai kekuatan komunikasi pemerintah.

Pandangan ini satu sisi, benar adanya, yakni dalam praktik-praktik kehidupan berbangsa dan bernegara yang demokratis, keberagaman pemikiran dan ide, patut dibuka seluas-luasnya, sehingga bangsa ini memiliki kecerdasan dan kedewasaan dalam menyikapi perbedaan-perbedaan.

Tetapi, pada saat bersamaan, tetap saja, pemerintah memiliki kewajiban untuk menyampaikan apa yang telah dilakukan sebagai pengemban kekuasaan dan penyelenggara negara. Pemerintah memiliki kewajiban dan pertanggungjawaban terhadap kebijakan dan proses-proses yang sedang berlangsung sepanjang itu menyangkut kepentingan publik. Pada kepentingan ini, bagaimana pun pemerintah perlu menyelenggarakan tata kelola komunikasi pemerintah dan publik yang profesional dan proporsional.

Apa yang dipikirkan Presiden Abdurrahman Wahid lebih pada satu sisi, yakni kooptasi komunikasi pemerintah terhadap akses dan sumber-sumber komunikasi yang dominan sehingga tidak ditemukan pandangan-pandangan kritis dan alternatif terhadap apa yang dipikirkan masyarakat. Gagasan ini sangat dekat dengan prinsip-prinsip demokrasi dan *civil society*.

Wajah komunikasi yang kedua dalam dualisme ini adalah peran sentralnya sebagai kontrol dan pengawasan bagi penyelenggaraan kekuasaan. Dengan mengatasnamakan *freedom of expression* dan *freedom of speech*, setiap warga negara memiliki hak menyatakan pendapat dan pandangannya, bahkan melakukan kritik terhadap pelaksanaan penyelenggaraan negara.

Kerumitan-kerumitan komunikasi dalam pemerintahan semacam ini perlu diuraikan dan dipetakan secara tepat sehingga fungsi komunikasi dalam sistem kepemimpinan nasional dapat diletakkan

secara proporsional dan efektif, sehingga kebingungan-kebingungan dalam menempatkan fungsi komunikasi dalam sistem kepemimpinan nasional tidak terus menerus terjadi.

Jadi, pengabaian terhadap tata kelola komunikasi publik tidak dapat diabaikan dengan alasan agar diserahkan kepada prinsip-prinsip kebebasan berekspresi dan berpendapat. Sebab, kebebasan berekspresi dan berpendapat publik berada dalam jalan yang berbeda dengan kewajiban pemerintah untuk menyelenggarakan tata kelola komunikasi publik yang kredibel. Keduanya diperlukan agar penyelenggaraan kekuasaan negara menjadi akuntabel, transparan, dan kredibel.

Penataan Komunikasi Pemerintah

Meskipun serba ringkas dan barangkali tidak komprehensif benar, paparan berikut ini, menyajikan perjalanan yang dapat dicermati terhadap penataan komunikasi pemerintah. Apakah itu mau dikatakan sebagai komunikasi pemerintah atau komunikasi publik atau pun komunikasi publik. Tetapi tidak sebagai komunikasi politik. Meskipun dalam praktiknya, di sana sini terdapat persinggungan antara komunikasi publik dan komunikasi politik.

Dari sisi sejarah, kita dapat mencatatnya, misalnya ditandainya dengan dibentuknya Lembaga Penerangan, yakni dibentuk setelah proklamasi kemerdekaan RI. Secara normatif dan fungsinya, Lembaga Penerangan ini menjalankan tiga hal, yakni a) menjalankan fungsi komunikasi yang digunakan untuk membela dan mempertahankan kemerdekaan; b) mengajak dan menyakinkan rakyat untuk turut serta dalam mempertahankan dan mengisi kemerdekaan bangsa Indonesia; dan c) menyiarkan dan memperkenalkan Republik Indonesia ke luar negeri.

Bergantinya pemerintahan pada masa Orde Lama, Lembaga Penerangan ini diubah menjadi Departemen Penerangan. Sesuai dengan Haluan Pembangunan, yang menjadi basis orientasi pemerintahan Orde Baru, Departemen Penerangan ini dibentuk untuk: a) menyelenggarakan penerangan melalui media penerangan (radio, film, foto, percetakan); b) mengarahkan opini publik untuk mendapatkan dukungan, kontrol dan partisipasi sosial dalam program-program pembangunan; dan c) sebagai organisasi penerangan ke luar negeri.

Secara fungsional, Departemen Penerangan menjadi Juru Bicara Pemerintah. Sementara itu, Penerangan Luar Negeri (PenLugri) yang semula di bawah kewenangan Departemen Luar Negeri, pada tanggal 15 September 1967, dialihkan ke Departemen Penerangan pula.

Dalam perkembangan selanjutnya, pemerintah juga membentuk unsur-unsur penerangan pemerintah seperti dibentuknya Badan Koordinasi Kehumasan Pemerintah (Bakohumas Pemerintah) dan Badan Koordinasi Penerangan. Semua itu dimaksudkan untuk membangun sistem komunikasi pemerintah yang terintegrasi.

Tidak cukup berhenti sampai di situ, pemerintah mengembangkan sistem penerangan pemerintah ini sampai pada tingkat daerah. Misalnya, pada tingkat provinsi dibentuk Jawatan Penerangan Provinsi, sedangkan di tingkat kabupaten atau kota dibentuk Pusat Penerangan Masyarakat (Puspenmas).

Kuatnya cengkeraman secara struktural terhadap fungsi komunikasi yang difokuskan pada fungsi penerangan berakibat pada kesan bahwa fungsi komunikasi ini lebih bersifat propaganda dan terasa adanya dominasi suara pemerintah. Seperti yang telah dijelaskan, ada nuansa kooptasi terhadap saluran-saluran komunikasi yang ada menjadi saluran komunikasi pembangunan.

Bentuk-bentuk dan saluran-saluran komunikasi yang terstruktur tersebut pada gilirannya menjadi tumpah tindih dalam fungsi dan cakupannya, yakni menjalankan bentuk komunikasi politik, komunikasi publik, kehumasan, dan propaganda sekaligus.

Dengan ditopang dengan kekuatan birokrasi pemerintah dan militer, maka kekuatan komunikasi dalam pemerintahan Orde Baru menjelma menjadi kekuatan kursif dan hampir-hampir tidak menyisakan ruang bagi kebebasan berpendapat dan berekspresi.

Pada tataran demikian ini, rumusan dan redefinisi tentang bagaimana sebenarnya mendudukkan peran dan fungsi komunikasi dalam pemerintahan menjadi urgen dan relevan. Sistem komunikasi yang dikooptasi pemerintah yang begitu dominan, pada gilirannya juga menimbulkan resistensi dalam relasi antara pemerintah dan publik atau antara negara dan warga negara.

Cukup banyak catatan yang dapat ditinjau kembali jika mengingat betapa kuatnya komunikasi pemerintah pada masa Orde Baru yang menempatkannya sebagai rezim yang otoriter. Meskipun tidak sedikit pula yang memuji bahwa sistem ini adalah sistem yang dipandang paling efektif dalam memberi pelayanan kepada publik.

Pertama, semua saluran komunikasi dikuasai dan pers dikendalikan melalui mekanisme SIUPP dan pembredelan bagi mereka yang dipandang menjalankan sistem komunikasi yang dapat merusak tertib dan stabilitas sosial dan politik.

Kedua, kuatnya komunikasi pemerintah, tak urung menimbulkan bentuk-bentuk komunikasi perlawanan bawah tanah. Barangkali berbeda, dengan bentuk-bentuk komunikasi di era digital. Bentuk-bentuk komunikasi perlawanan ini bersifat *underground*.

Pada masa awal Reformasi, keberadaan Departemen Penerangan ini tidak mengalami perubahan dan dipertahankan. Setidaknya pada masa awal pemerintahan yang dipimpin Presiden B.J. Habibie. Baru kemudian pada masa pemerintahan Presiden Abdurrahman Wahid, sebagaimana telah disinggung, Departemen Penerangan dibubarkan.

Pembubaran ini sebenarnya dipicu oleh fungsi dan kedudukan komunikasi yang seharusnya digunakan pemerintah untuk menyampaikan kebijakan dan program pemerintah, yang secara faktual telah terkooptasi menjadi corong pemerintah secara politis. Oleh karena itu, Departemen Penerangan dibubarkan oleh Presiden Abdurrahman Wahid.

Regulasi-Regulasi tentang Komunikasi Publik

Pembubaran ini juga karena konsekuensi dan implikasi berlakunya Undang-Undang No. 22 Tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah yang berdampak pada reposisi dan relasi antara pemerintah daerah dan pemerintah pusat. Isu tentang desentralisasi pada waktu itu sebagai isu penting karena menyangkut distribusi kewenangan dan otoritas antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah.

Dengan mengacu Undang-Undang No. 22 Tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah, Jawatan Penerangan Provinsi diubah menjadi Kantor Penerangan Provinsi. Sedangkan di tingkat kabupaten atau kota, yang

semula ada Puspenmas, diubah menjadi Kantor Penerangan Kabupaten/ Kota.

Sesuai dengan Keputusan Presiden No. 153 Tahun 1999 dibentuklah Badan Informasi dan Komunikasi Nasional (BIKN). Jika dilihat kedudukannya, BIKN ini merupakan lembaga pemerintah non departemen, tetapi sebenarnya melekat dengan fungsi kepemimpinan nasional karena bertanggung jawab langsung kepada presiden.

Ini sebagaimana tertuang dalam Pasal 1 ayat (1) dan (2) dalam Keppres No. 153 tahun 1999:

- (1) Badan Informasi dan Komunikasi Nasional adalah Lembaga Pemerintah Non Departemen yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab langsung kepada Presiden yang dalam pelaksanaan tugas operasionalnya dikoordinasikan oleh Menteri Koordinator Bidang Politik dan Keamanan;*
- (2) Badan Informasi dan Komunikasi Nasional dipimpin oleh seorang Kepala.*

Badan ini sendiri memiliki dan menjalankan tugas umum pemerintahan dan pembangunan dalam bidang pelayanan informasi dan komunikasi nasional.

BIKN dan lembaga informasi nasional yang sudah dibentuk pada perkembangannya mengalami perubahan kembali. Dengan mengacu Peraturan Presiden No. 9 Tahun 2005 tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi dan Susunan Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Negara Republik Indonesia.

Berdasarkan pada Peraturan Presiden tersebut, posisi komunikasi dan informasi menjadi Departemen Komunikasi dan Informatika. Disebutkan pada pasal 67 Peraturan Presiden tersebut bahwa Departemen Komunikasi dan Informatika mempunyai tugas membantu Presiden dalam menyelenggarakan sebagian urusan pemerintahan di bidang komunikasi dan informatika.

Masih berdasarkan pada ketentuan Peraturan Presiden tersebut, kelengkapan suatu departemen, terdiri dari menteri, sekretaris jenderal, direktorat jenderal, inspektorat jenderal, badan/pusat dan staf ahli. Dengan demikian, di dalam Departemen Komunikasi dan Informatika RI, kelengkapan organisasinya mencakup unsur-unsur tersebut.

Mengacu pada Undang-Undang No. 39 Tahun 2008 tentang Kementerian Negara, khususnya pada pasal 19, bahwa posisi sekretaris jenderal dalam kementerian adalah pembantu pemimpin, sedangkan direktorat jenderal adalah sebagai pelaksana tugas pokok.

Ada dua hal penting yang harus dipahami terhadap eksistensi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Pertama, lingkup dan cakupan komunikasi. Memahami komunikasi tentu tidak semata-mata masalah konten. Pemahaman terhadap komunikasi sebatas konten, jelas tidak memadai.

Sebab, komunikasi mencakup segi yang luas, yakni bagaimana bentuk-bentuk komunikasi pemerintah yang disampaikan oleh dan melalui tipe dan ragam komunikator yang handal, kredibel, berpengalaman, dan berpengetahuan serta konsisten. Kegagalan komunikasi pemerintah sering terjadi karena masalah pemilihan dan penunjukkan komunikator yang tidak kompeten secara komunikasi dan penyusunan pesan yang tidak menarik. Ironisnya, banyak yang memandang bahwa seolah berkomunikasi itu mudah dan setiap orang dapat berkomunikasi.

Semestinya dibedakan berbicara yang hanya menjadi kebiasaan tutur dengan berkomunikasi yang dikembangkan dan dilakukan berdasarkan pada prinsip-prinsip komunikasi yang saintifik. Apalagi, dalam hal ini menyangkut urusan penyelenggaraan pemerintahan.

Dalam hal penentuan dan penunjukkan seorang komunikator pun dalam komunikasi pemerintahan seharusnya berpegang pada kaidah berkomunikasi secara saintifik. Demikian juga dalam penyusunan pesan dan konten secara umum, pemilihan dan pemahaman terhadap karakteristik saluran dan media komunikasi.

Artinya, pengembangan dan pembenaran tugas penyelenggaraan pemerintahan dalam bidang komunikasi semestinya dikembangkan berdasarkan pada tahap-tahap komunikasi efektif: ada penggalian (*inventions*), penatakelolaan, sistem penyampaian, dan orientasi hasil yang dicapai.

Pertanyaannya adalah apa yang menjadi bidang utama Kementerian Komunikasi dan Informatika RI khususnya dalam penyelenggaraan bidang komunikasi. Poin inilah, yang menjadi perhatian krusial dalam

mendefinisikan dan merumuskan fungsi dan kedudukan komunikasi dalam pemerintahan.

Sepanjang republik ini berdiri, peran, fungsi, dan kedudukan komunikasi menjadi sesuatu yang tidak dapat dihindari, bahkan keniscayaan. Tetapi, peran ini tidak merupakan peran yang bukan tanpa dinamika, justru penuh perubahan dan luas cakupannya. Setiap periode pemerintahan, fungsi dan peran ini sangat ditentukan oleh agenda utama pemerintahan itu sendiri. Komunikasi bagi upaya mempertahankan kemerdekaan tentu berbeda dengan komunikasi untuk pembangunan dan berbeda lagi dengan komunikasi untuk membangun konsolidasi demokrasi.

“Peran komunikasi setiap era pemerintahan dapat berbeda bergantung pada agenda utama pemerintahan itu sendiri”

Kerangka dasar bagi penyelenggaraan pemerintahan dalam bidang komunikasi ini pada dasarnya mengacu pada cita-cita negara dan cita-cita proklamasi kemerdekaan RI. Peran dan fungsi komunikasi yang seperti apa pun, dalam agenda pemerintahan yang seperti apa, tetap mengacu pada cita-cita tersebut, yakni melindungi segenap tumpah darah dan bangsa Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut serta dalam menciptakan perdamaian dunia.

Jadi, fungsi dan peran komunikasi melekat dengan sistem dan fungsi pemerintahan itu sendiri. Sementara sistem pemerintahan itu mengikatkan diri pada cita-cita negara. Permasalahannya adalah dengan posisi yang sedemikian strategis itu, sejauh mana posisi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI secara kelembagaan mampu mengadopsi dan mengadaptasi perluasan dan dinamika komunikasi pemerintahan itu sendiri.

Seringkali, kita menyaksikan tentang lalu lintas komunikasi dalam sistem pemerintahan kita belum menampilkan keterjalinan dan orkestrasi komunikasi yang padu. Tantangannya terletak:

1. Penatakelolaan komunikasi dalam sistem kepemimpinan presiden. Lembaga pemerintah mana yang dapat mengatasnamakan presiden dalam berkomunikasi? Sejauh mana batas-batas etis dan kepatasannya ketika komunikasi diatasnamakan presiden? Praktik-praktik selama ini yang dapat disaksikan misalnya tercermin dari

juru bicara presiden, KSP (Kantor Staf Presiden) atau presiden itu sendiri yang berkomunikasi atau kementerian terkait dengan mengatasnamakan presiden. Bagaimana menjaga keberhasilan dan menjaga kemungkinan terjadinya distorsi pesan komunikasi antara apa yang diinginkan presiden dengan kepentingan selainnya.

2. Sejauh mana Kementerian Komunikasi dan Informatika RI dalam menjalankan tugas pokok dan fungsinya mencerminkan bentuk komunikasi pemerintah yang solid dan padu yang melekat pada fungsi kepemimpinan nasional yang ada.
3. Sejauh mana keterjalannya, dalam kedudukannya sama-sama sebagai kementerian, dalam menjalankan fungsi komunikasi bagi kepentingan kementerian itu sendiri. Misalnya Kementerian Kesehatan memerlukan fungsi dan peran komunikasi bagi kepentingan Kementerian Kesehatan itu. Demikian pula dengan kementerian-kementerian yang lain. Bagaimana kebijakan dan program kementerian menjadi bagian tersendiri bagi sistem kepemimpinan nasional di mana presiden berkepentingan di dalam program dan kebijakan tersebut.

Sebenarnya, Presiden Joko Widodo telah menerbitkan Instruksi Presiden No. 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Informasi Publik. Di dalam Instruksi itu Presiden telah menggariskan bahwa Kementerian Komunikasi dan Informatika RI khususnya Menteri Komunikasi dan Informatika untuk a) mengordinasikan perencanaan, penyiapan dan pelaksanaan komunikasi publik terkait dengan kebijakan dan program pemerintah.; b) melakukan kajian terhadap data dan informasi yang disampaikan kementerian dan lembaga pemerintah non kementerian; c) melakukan media monitoring dan menganalisis konten media terkait dengan kebijakan dan program pemerintah; d) menyusun narasi unggal terkait dengan kebijakan dan program pemerintah kepada publik sesuai arahan presiden; e) melaksanakan diseminasi dan edukasi terkait kebijakan dan program pemerintah melalui seluruh saluran komunikasi yang tersedia; f) melakukan pemantauan dan evaluasi pelaksanaan komunikasi publik.

Instruksi Presiden itu sendiri sebenarnya dimaksudkan untuk menunjang keberhasilan Kabinet Kerja, menyerap aspirasi publik, dan mempercepat informasi kebijakan dan program pemerintah. Namun

demikian, Instruksi Presiden ini tidak dengan sendirinya menentukan hasil penyelenggaraan komunikasi publik itu sukses dan efektif.

Instruksi Presiden No. 9 tahun 2015 ini sebenarnya juga memayungi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI untuk mengkoordinasikan seluruh jajaran pemerintahan untuk menyampaikan informasi dan data kepada Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, yang kemudian di bawah Menteri Komunikasi dan Informatika RI akan disampaikan informasi-informasi penting terkait dengan kebijakan dan program pemerintah.

Acuan lain yang patut diperhatikan pula dalam mendudukan fungsi dan peran komunikasi dalam sistem pemerintahan adalah adanya Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Undang-undang ini berbicara dengan cakupan yang cukup luas, yakni dari batasan tentang informasi publik yang terdiri dari kepemilikan data/informasi publik, pengelolaan, dan penyampaianya.

Berdasarkan pada undang-undang tersebut, semua lembaga atau organisasi baik legislatif, yudikatif, atau pun eksekutif, bahkan lembaga-lembaga swadaya masyarakat yang bila dalam kegiatan dan programnya menggunakan anggaran negara, semua berkewajiban mengikuti ketentuan yang ada di dalam undang-undang ini.

Bagaimana pun undang-undang ini bersinggungan langsung dengan fungsi dan kedudukan komunikasi dalam pemerintahan. Bahkan undang-undang ini secara eksplisit mendefinisikan dan dengan sendirinya menginklusi batasan tentang komunikasi.

Menurut undang-undang ini yang dimaksud dengan informasi publik adalah informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan/atau diterima oleh suatu badan publik yang berkaitan dengan penyelenggaraan badan publik lainnya yang sesuai dengan undang-undang ini serta informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan publik.

Sementara jika kita cermati apa yang menjadi tujuan dari Undang-Undang No. 14 tahun 2008 ini adalah:

1. Menjamin hak warga negara untuk mengetahui rencana pembuatan kebijakan publik, program kebijakan publik dan proses pengambilan keputusan publik serta alasan pengambilan suatu keputusan public.

2. Mendorong partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan kebijakan publik.
3. Meningkatkan peran aktif masyarakat dalam pengambilan kebijakan publik dan pengelolaan Badan Publik yang baik.
4. Mewujudkan penyelenggaraan negara yang baik yaitu transparan, efektif dan efisien, akuntabel serta dapat dipertanggungjawabkan.
5. Mengetahui alasan kebijakan publik yang mempengaruhi hajat hidup orang banyak.
6. Mengembangkan ilmu pengetahuan dan mencerdaskan kehidupan bangsa.
7. Meningkatkan pengelolaan dan pelayanan informasi di lingkungan badan publik untuk menghasilkan layanan informasi yang berkualitas.

Jadi, sangat jelas bahwa komunikasi berhubungan dengan kualitas penyelenggaraan pemerintahan. Komunikasi berkaitan dengan penyelenggaraan pemerintahan yang efektif, efisien, akuntabel, dan dapat dipertanggungjawabkan. Komunikasi juga berhubungan dengan kepercayaan publik yang dapat menumbuhkan partisipasi publik. Meskipun batasan yang diberikan pada undang-undang itu adalah informasi publik, hakikatnya batasan itu memberi arah pada praktik-praktik komunikasi itu sendiri.

Pertanyaannya adalah bagaimana kemudian kita meletakkan fungsi, peran, dan kedudukan komunikasi dalam pemerintahan? Secara regulasi, sebenarnya telah banyak disebutkan ketentuan dari tingkat keputusan presiden, instruksi presiden, atau setingkat undang-undang yang bersinggungan dengan komunikasi. Sampai sejauh itu, seperti masih dirasakan adanya ketidakjelasan fungsi dan kedudukan ini.

Segi kedua yang perlu dijelaskan di sini terkait dengan fungsi dan peran komunikasi dalam sistem pemerintahan adalah membedakan antara komunikasi dan informatika. Departemen Komunikasi dan Informatika RI atau yang kemudian diubah menjadi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI tentu bukan sebatas nama yakni komunikasi dan informatika.

Ada perbedaan domain dan wilayah kerja serta kewenangan yang membedakan antara Komunikasi dan Informatika. Dari sisi sejarah, komunikasi menjadi satu bagian nama dalam Kementerian Komunikasi dan Informatika dimaksudkan untuk menampung, mengakomodir atau barangkali lebih tepat kompromi bagi keberadaan lembaga seperti Departemen Penerangan.

Sedangkan informatika sepertinya diadopsi untuk merepresentasikan bidang dan cakupan kerja yang berkaitan dengan pos dan telekomunikasi. Seiring dengan kemajuan teknologi informatika, bagian ini mendapatkan perhatian besar, bahkan utama dalam skala kebijakan pemerintah di bidang komunikasi dan informatika.

Pertanyaannya adalah apakah informatika harus diperhatikan lebih utama dibandingkan dengan komunikasi? Atau sebaliknya, komunikasi mesti mendapatkan perhatian yang lebih besar dari informatika. Jika keduanya adalah sesuatu yang padu, bagaimana memadukan keduanya menjadi kekuatan dan sumber daya negara yang berguna?

Tidak perlu diragukan lagi jika di era digital dan Revolusi Industri 4.0, peran teknologi informasi sangat krusial dan dominan. Di era ini, data merupakan komoditas. Sedangkan penopang infrastruktur bagi lalu lintas data dan transaksi elektronik ditopang oleh kekuatan teknologi informatika.

Perhatian ini terlihat dari begitu fokusnya Kementerian Komunikasi dan Informatika RI pada upaya untuk melakukan penyebaran informasi nasional dengan menciptakan keterbukaan akses informasi dan mengembangkan infrastruktur telekomunikasi.

Paradigma baru kebijakan Kementerian Komunikasi dan Informatika RI dengan menempatkan informasi sebagai kebutuhan keseharian masyarakat. Dengan perkataan lain, fungsi informasi dikembangkan pada nilai tambah ekonomi, bukan sekedar penerangan dengan fokus pada percepatan pemerataan infrastruktur digital berupa akses telekomunikasi dan jaringan internet.

Sekali lagi, apakah fungsi dan peran komunikasi, yang sifatnya berorientasi pada perseptual, upaya-upaya pembentukan sikap, dukungan dan partisipasi terhadap kebijakan dan program pemerintah, menjadi tidak begitu nyata dan tidak menarik bagi penitikberatan fungsi dan perannya dalam pemerintahan?

Memulai Refleksi

Inilah yang menjadi refleksi bersama. Sebab, dalam beberapa kesempatan Presiden Joko Widodo sendiri menekankan penting komunikasi publik (baca: komunikasi pemerintah) bagi keberhasilan kebijakan dan program pemerintah. Setidaknya tiga kali dalam masa pemerintahan Joko Widodo mengingatkan kepada jajarannya tentang buruknya komunikasi publik (Kompas, 22 Oktober 2020).

Artinya, banyak persoalan krusial pemerintahan, sebaik apa pun program dan kebijakan yang diambil, tetapi jika tidak diikuti dengan fungsi dan peran komunikasi strategis, maka kebijakan dan program tersebut dapat gagal.

Bahkan jika hal itu tetap berjalan, ia disertai dengan ongkos yang besar terkait dengan pro dan kontra yang terjadi. Ini terjadi, karena peran dan fungsi komunikasi strategis tidak dijalankan dengan profesional dan proporsional. Ironisnya dianggap sebagai hal yang sepele dan setiap orang siapa pun bisa.

Pada titik ini, tulisan reflektif ini ditujukan untuk kembali mendudukkan fungsi dan peran komunikasi secara strategis, bukan dari sisi teknis dan ekonomis. Pendekatan komunikasi publik dan pemerintah ini, sekali lagi mesti melekat dengan sistem kepemimpinan nasional, yang mengikuti dinamika kepemimpinan nasional itu sendiri.

Kementerian Komunikasi dan Informatika RI sendiri sebenarnya, secara normatif dan regulatif, memiliki ruang yang sangat besar untuk mengorkestrasikan fungsi dan peran ini antarlembaga dan badan negara khususnya dengan mengacu pada Instruksi Presiden No. 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Informasi Publik.

Namun, operasionalisasi dan orkestrasi ini tampaknya belum sepenuhnya berjalan sebagaimana yang diharapkan. Terbukti, sejak Inpres tersebut diterbitkan, Presiden Joko Widodo masih mengeluhkan buruknya komunikasi publik.

Tantangan lain yang tidak kalah krusial adalah situasi komunikasi terdisrupsi. Lalu lintas komunikasi publik dan kebebasan berekspresi (*freedom of speech*) atau *freedom of expression*, menjadi salah satu akar kerumitan komunikasi.

Sumber-sumber komunikasi dan arah-arrah komunikasi yang tidak sejalan dengan apa yang disampaikan pemerintah menjadi tantangan pemerintah dalam mengelola, mengemas, dan menyampaikan pesan komunikasi publik.

Sumber-sumber komunikasi ini sangat terbuka, yang dapat diakses dan diterima dari internet, media sosial, dan portal-portal pemberitaan yang berseliweran secara *online* dan virtual. Sementara, kemampuan pemerintah untuk melakukan kontranarasi, selain memang tidak menjadi porsi utamanya, sulit menjangkau dan mengetahui tipe dan semua narasi yang berkembang.

Paradigma komunikasi dirupsi yang tidak terlalu memperhatikan fakta, akurasi, atau kebenaran, dan cenderung menerima informasi berdasarkan pada sentimen dan perasaan emosional, menjadikan warna dan kualitas komunikasi kebangsaan, kenegaraan, dan pemerintahan kita terpolusi sedemikian rupa dengan berbagai isu dan narasi yang tidak sehat.

Kualitas ini menjadi semakin buruk, ketika pesan-pesan komunikasi publik/pemerintah yang tujuan dan arahnya jelas pada terbentuknya relasi komunikasi antara pemerintah dan publik saling mempercayai, berkali-kali dirusak dengan pernyataan-pernyataan politis.

Tumpang tindih yang sulit dihindari antara komunikasi publik dan komunikasi politik, turut menjadikan hubungan komunikasi antara publik dan pemerintah atau rakyat dan negara, menjadi gaduh. Di poin ini, betapa sulit untuk merumuskan fungsi, peran, dan kedudukan komunikasi publik.

Sementara, kedudukan aktor yang membawahi lembaga yang menangani aktivitas komunikasi publik sering beralih dan berganti peran, antara komunikasi publik dan komunikasi politik. Ironisnya lagi, aktor ini bertindak lebih sebagai aktor politik, bukan sebagai aktor pemerintah sebagai penyelenggara negara yang lebih dibutuhkan kenegarawanannya, dibandingkan orientasi politiknya.

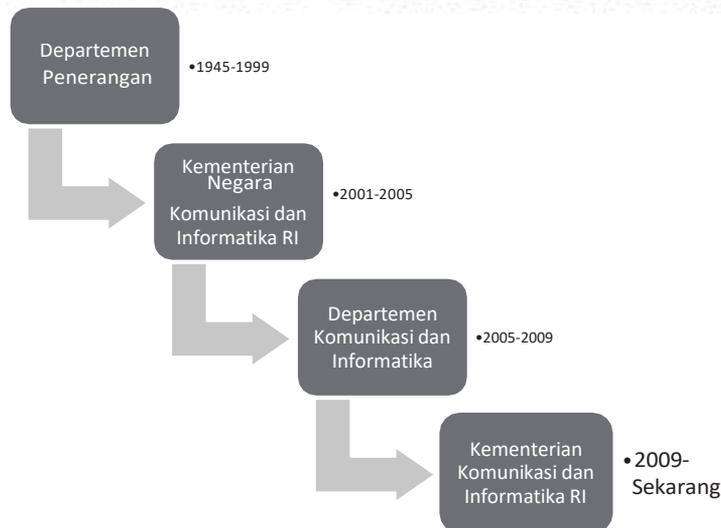
Sebagai bagian akhir, dalam bagian ini, yakni mendudukan fungsi, peran, dan komunikasi dalam sistem pemerintahan, beberapa hal yang dapat digarisbawahi:

1. Komunikasi publik mesti melekat dengan sistem kepemimpinan nasional (baca: Komunikasi Kepresidenan RI).

2. Kementerian Komunikasi dan Informatika RI bertindak sebagai perpanjangan komunikasi publik terhadap kebijakan dan program yang secara langsung menjadi prioritas visi dan misi presiden.
3. Setiap kementerian dapat menjalankan bentuk komunikasi publik dalam cakupan yang menjadi tugas, pokok, dan fungsinya, sepanjang tidak menjadi/terkait langsung dengan kebijakan dan program prioritas presiden.
4. Perlunya kejelasan peran, fungsi dan kedudukan yang mengelola antara segi Komunikasi dan atau Informatika. Prioritas keduanya adalah sesuatu yang urgen dan krusial terhadap segala kebijakan dan program pemerintah.

Berikut ini adalah perubahan kelembagaan dan penempatan komunikasi dan informatika dalam pemerintahan:

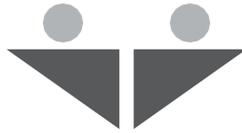
1. Departemen Penerangan (1945-1999).
2. Kementerian Negara Komunikasi dan Informatika RI (2001-2005).
3. Departemen Komunikasi dan Informatika (2005-2009).
4. Kementerian Komunikasi dan Informatika RI (2009- sekarang).



Gambar 1.2 Perubahan Kelembagaan dan Penempatan Komunikasi dan Informatika dalam Pemerintahan

Meskipun secara kelembagaan, terkesan dipegang satu lembaga negara, tetapi masalahnya adalah setiap lembaga, badan, atau kementerian pasti menyelenggarakan kegiatan dan aktivitas komunikasi. Kerumitan terjadi ketika antara kelembagaan, badan atau kementerian tidak dapat mengorkestrasikan fungsi-fungsi komunikasinya ke dalam narasi tunggal terhadap apa yang menjadi visi dan misi pemerintah dalam menjalankan kekuasaannya. Ironisnya, masalah ini seperti menjadi masalah yang sifatnya perenial, hampir-hampir tidak dapat dipecahkan.

Penerbit Gunadarma



• 2 •

KELEMBAGAAN KOMUNIKASI PUBLIK DALAM PEMERINTAHAN

Masalah Birokrasi Bidang Komunikasi Pemerintah

Berikut ini adalah nama-nama lembaga atau badan atau departemen atau kementerian yang mengurus komunikasi publik dari waktu ke waktu dalam sejarah pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) yakni: Lembaga Informasi Nasional, Badan Informasi dan Komunikasi Nasional, Departemen Komunikasi dan Informatika RI atau Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.

Nama-nama itu mencerminkan organisasi negara/pemerintahan yang dimaksud adalah organisasi yang mengurus bidang komunikasi publik dan dalam perkembangannya mencakup masalah informatika yang lebih menekankan pada segi teknis dan teknologi informatika. Meskipun nama atau sebutannya berganti-ganti, substansinya adalah sama, yakni mengenai kelembagaan atau organisasi negara pemerintahan yang mengurus bidang komunikasi publik.

Nama-nama itu berganti-ganti mencerminkan pula arah kebijakan dan pandangan pemerintah tentang arti penting, letak, dan kedudukan serta peran komunikasi dalam pemerintahan. Posisinya juga menentukan apakah pemerintah menempatkannya sebagai sesuatu yang sentral atau

hanya sebagai sistem pendukung saja. Nyatanya, tidak selalu setiap pemerintahan memandang peran dan kedudukan komunikasi publik dalam timbangan yang sama beratnya.

Sebagai organisasi, apalagi dalam pemerintahan, ia sering pula disebut sebagai organisasi birokrasi pemerintah, maka di dalamnya terdapat bagian-bagian yang menggambarkan pembagian tugas, fungsi, dan kewajiban. Ada hierarki dan jabatan. Ada pembagian kewenangan dan promosi jabatan. Ada penanggung jawab dan ada pelaksana. Walaupun tujuan pencetusnya, yakni Max Weber dimaksudkan agar organisasi “birokrasi” memiliki kejelasan dalam pengorganisasian, berjalan efektif dan efisien, namun banyak yang memandang organisasi ini tidak kreatif, kaku, dan bertumpu pada pimpinan.

Sebagai organisasi birokrasi atau pemerintahan, kelembagaan negara/pemerintahan yang mengurus bidang komunikasi publik mesti mampu menjalankan lingkup dan cakupan bidang yang menjadi jenis dan tipe pekerjaannya. Jenis dan tipe pekerjaan ini pun dapat dibedakan antara yang rutin yang cenderung tidak berdampak secara signifikan terhadap penyelenggaraan pemerintahan, pekerjaan fundamental dan strategis yang langsung menusuk pada persoalan strategis pemerintah yang sedang berlangsung, dan ada pekerjaan yang sifatnya tidak terukur, mendadak, dan sambil lalu.

Melalui pendekatan teori dan perspektif organisasi dan manajemen, hal semacam itu dapat dipertanyakan pada “apa yang menjadi *core business*” kelembagaan negara/pemerintahan yang mengurus bidang komunikasi publik?

Pertanyaan “*core business*” kelembagaan negara/pemerintahan yang mengurus bidang komunikasi publik, pada gilirannya dapat berdampak pada struktur organisasinya. Acuan formal, mekanisme kerja, sasaran kinerja dan

hasilnya, termasuk kelembagaan semacam ini, mengikatkan diri pada tata organisasi lembaga negara dan pemerintahan yang ada, apakah pada kementerian, seperti menteri, pada sekretaris jenderal, pada dirjen,

“Kelembagaan negara/pemerintahan yang mengurus bidang komunikasi publik mesti mampu menjalankan lingkup dan cakupan bidang yang menjadi jenis dan tipe pekerjaannya.”

pada direktur, pada badan penelitian dan pengembangan serta atau pada tenaga ahli.

Permasalahannya adalah ada kesenjangan budaya organisasi, yang mungkin dan dapat saja terjadi. Misalnya, seorang menteri dipilih presiden, tidak berasal dari kalangan profesional atau personel yang matang secara karir, melainkan dipilih oleh presiden secara nyata berasal dari kalangan partai politik, pengusaha, atau pengusaha yang politisi.

Seorang politisi sudah pasti berbeda dengan seorang birokratis. Relasi politisi dan birokratis bisa bermacam-macam, tergantung pada tingkat ekspektasi tujuan organisasi secara bersama sekaligus dapat memicu perbedaan perspektif terhadap program dan kebijakannya. Mereka yang sejak awal berasal dari birokrat, bertumpu pada acuan legal formal, prosedural, dan mekanistik. Tidak boleh suatu pekerjaan mengalami lompatan dan melanggar ketentuan formal dan legal yang ada. Sementara seorang politisi, bekerja dapat saja berdasarkan pada kepentingan dan perolehan yang dapat dicapai. Tindakan-tindakan mereka menyandarkan dan beralasan pada prinsip dan segi semacam itu.

Budaya organisasi suatu partai politik memiliki perbedaan nyata dengan budaya organisasi birokrasi. Pejabat setingkat menteri yang datang ke dalam organisasi kementerian, yang telah dijalani oleh anggota organisasi dengan status PNS, tentu berbeda dengan menteri itu sendiri yang baru datang. Bedanya, sosok menteri datang dengan “*power*” tetapi sangat mungkin detail tentang masalah internal dalam kementerian tidak sepenuhnya dikuasai. Justru detail pelaksanaan dan pernik-pernik kegiatan dan jaringan organisasi secara internal, lebih dikuasai oleh para pejabat birokrasi pada eselon II atau III.

Mempertemukan dua budaya organisasi partai politik dan budaya organisasi birokrasi pemerintah adalah menjadi pekerjaan sendiri. Menteri sebagai *leader* dalam kementerian, gaya dan asumsinya, pasti menentukan keseimbangan di dalam kelembagaan, setelah menteri yang lama meninggalkan lembaga kementerian ini. Menteri yang memahami situasi sampai pada tingkat pelaksana tentu akan berbeda, jika hanya mempercayakan pada satu atau dua level di bawahnya. Menteri yang sering mengadakan pertemuan pada level level di bawahnya akan berbeda dengan hanya mempercayakan pada satu level persis di bawahnya.

Ghalibnya mereka yang statusnya sebagai PNS dalam lembaga birokrasi kementerian dituntut patuh dan loyal kepada menteri. Sementara di sisi lain, keberadaan menteri, akan datang dan pergi seiring dengan perubahan pemerintahan itu sendiri sebagai hasil pemilihan umum. Merekalah yang akan tetap tinggal di sana dan terus mempertahankan keberadaan organisasi itu, kecuali dibubarkan dengan pembubaran yang sebenar-benarnya.

Dengan perkataan lain, dengan cara berpikir yang kritis, sebenarnya siapa yang berkuasa atas kelembagaan ini. Menteri ataukah mereka yang secara administratif menjalankan roda organisasi. Detail organisasi dan pengelolaannya ada pada anggota-anggota organisasi, sedangkan segi kebijakan dan tanggung jawab terletak pada pundak menteri.

Dilema semacam inilah kemudian kita berharap pada hierarki dalam struktur organisasi yang menjembatani kerumitan itu. Hierarki menyediakan jenjang yang menghubungkan antara kewenangan satu terhadap kewenangan yang lain. Sekalipun ada banyak hal yang dibutuhkan terkait berlangsungnya organisasi itu untuk dapat saling bekerja sama, satu paling penting adalah *trust* dan kejujuran.

Di bawah menteri ada posisi dirjen. Seorang menteri juga dibantu oleh seorang sekretaris jenderal dan didampingi oleh staf ahli menteri. Jumlah staf ahli menteri ditentukan oleh kebutuhan dan kepentingan dari "*core business*" kementerian itu sendiri.

Seperti yang disebutkan dalam Perpres No. 9 Tahun 2005, berjalan tidaknya fungsi manajerial dan fungsional seorang menteri terletak pada berjalan tidaknya fungsi kesekretariatan Jenderal di dalam kementerian. Disebutkan bahwa tugas sekretariat jenderal dalam kementerian adalah melaksanakan koordinasi pelaksanaan tugas serta pembinaan dan pemberian dukungan administrasi kementerian atau departemen.

Tugas secara eksternalnya adalah melakukan penyelenggaraan pelaksanaan hubungan kerja di bidang administrasi dengan kementerian koordinator, kementerian negara, departemen lain, lembaga pemerintah non departemen. Sedangkan posisi direktorat jenderal adalah unsur pelaksana sebagian tugas dan fungsi departemen yang berada di bawah dan tanggung jawab kepada menteri.

Selain posisi tersebut, yakni, menteri, sekretaris jenderal, dan direktorat jenderal, terdapat inspektorat jenderal yang menjalankan

fungsi pengawasan dan kontrol terhadap kementerian, yang bertanggung jawab kepada menteri.

Dengan demikian, ada posisi-posisi yang langsung bertanggung jawab kepada menteri, yakni dirjen, irjen, sekretaris jenderal, dan staf ahli menteri. Dalam organisasi, posisi ini dapat dipandang sebagai *top management* atau *top leader* yang sangat menentukan arah kebijakan dan program kementerian.

Di bawah level itu, terdapat direktorat yang merupakan bagian dari direktorat jenderal. Batas jumlah direktorat paling banyak 5 direktorat. Tetapi pada tingkat direktorat jenderal itu sendiri, terdapat sekretariat direktorat jenderal yang membawahi beberapa bagian lagi.

Jadi, sebenarnya ada dua figur kepemimpinan dalam kementerian. Pertama, sosok menteri, yang merupakan figur sentral dalam kementerian. Dalam menjalankan keperluan dan kebutuhan administratif organisasi, seorang menteri dibantu kesekretariatan jenderal yang dipimpin oleh sekretaris jenderal. Ada empat posisi yang langsung berhubungan dan bertanggung jawab kepada menteri, yakni sekretaris jenderal, inspektorat jenderal, direktur jenderal dan staf ahli menteri.

Figur kepemimpinan kedua yakni direktur jenderal yang membawahi direktorat jenderal dalam bidang tertentu untuk menjalankan fungsi administratif organisasi, seorang direktur jenderal dibantu kesekretariatan direktorat jenderal.

Seorang direktur jenderal dalam kementerian dapat membawahi paling banyak lima direktur sesuai dengan tugas dan kewenangan yang dimiliki masing-masing direktorat.

Dengan demikian, secara keseluruhan, ada dua fungsi kesekretariatan pada fungsi dan level manajemen yang berbeda. Pertama, fungsi kesekretariatan yang melekat pada posisi dan sistem kepemimpinan seorang menteri. Sedangkan kedua adalah fungsi kesekretariatan pada fungsi dan level manajemen yang lebih operasional yakni pada sistem operasional pada tingkat direktur jenderal.

Pada tingkat menteri, sifat dan tugas yang melekat lebih pada kebijakan dan kepemimpinan, sedangkan pada level direktur jenderal, lebih bertumpu pada program dan kegiatan. Menariknya posisi menteri dan direktur jenderal, lebih bernuansa politis, dibandingkan dengan

jenjang karir profesional yang telah dititi dan dijalani para pegawai yang ada di dalamnya.

Maksudnya, keberadaan seorang menteri atau pun seorang direktur jenderal, cepat mengalami pergantian atau dinamika *turn in-turn out* cukup tinggi. Oleh karena itu, perubahan dan jangka waktu yang pendek jabatan seorang menteri, atau seorang direktur jenderal, dapat berakibat pada kurang fokusnya sistem operasional pada level direktorat jenderal, dan stagnannya program-program yang berorientasi hasil yang terukur, tercapai, dan berkesinambungan. Bukan terjebak pada kegiatan rutin yang gagal merumuskan tujuan dan hasil strategisnya.

Dengan perkataan lain, keadaan dan posisi yang relatif stabil dan diisi oleh pegawai ASN yang berkarir di dalamnya adalah posisi dan jabatan sebagai direktur, setidaknya ini yang sering terjadi. Pada level manajemen ini, pengaruh dan karakteristiknya ditentukan oleh direkturnya dan ditentukan oleh karakteristik sekretariat direktorat jenderal.

Penguasaan terhadap posisi dan jabatan pada level ini mengakar dan menentukan ritme kerja serta kendali organisasi. Sementara atasan direktur yakni direktur jenderal, bisa menjadi tidak berdaya, karena bukan orang yang benar-benar mengetahui keadaan internal. Apalagi dalam statusnya sebagai orang “baru” sebab jabatan direktur jenderal pun sesungguhnya pada level tersebut sebagai jabatan politik. Kecuali posisi tersebut diisi oleh sosok yang sejak awal berkarir di dalamnya. Apalagi ia menitinya dari bawah.

Penerimaan para direktur terhadap keberadaan direktur jenderal, secara formal, terjadi karena kewenangan pada anggaran program pada masing-masing direktorat. Namun sesungguhnya, penerimaan dalam arti, adanya kesolidan satu terhadap yang lain ditentukan oleh interaksi antara direktur jenderal dan para direktur tersebut. Ada banyak situasi di mana jabatan direktur jenderal, dengan figur baru dalam organisasi, menentukan kualitas interaksi dan penerimaan satu terhadap yang lain.

Pemikiran-pemikiran dan langkah-langkah seorang direktur jenderal, manakala berdampak pada zona kenyamanan posisi mereka, bukannya tidak mungkin, penerimaan itu hanya pada tataran formalitas dan seperlunya. Situasi ini sangat beresiko, karena sebagai orang baru yang tidak berasal dari karir, sebenarnya, ia tidak mengetahui secara

rinci medan dan area yang sedang dihadapi atau sedang ditutupi.

Barangkali inilah yang menjadi permasalahan umum yang terjadi pada struktur kelembagaan negara atau pemerintahan khususnya dalam kementerian. Jika kita ingat, ada seseorang yang mau ditunjuk sebagai seorang menteri, tetapi belum apa-apa ada penolakan dari dalam, yakni pada tingkat direktur jenderal dan direkturnya. Secara terbuka, mereka menyatakan penolakannya. Artinya, potensi relasi, diterimanya sosok seorang menteri atau seorang direktur jenderal dalam kementerian sesungguhnya menentukan sistem dan operasionalisasi di dalam kementerian itu.

Sekali lagi, figur menteri dan direktur jenderal merupakan posisi dan jabatan politis yang datang dan pergi, yang sebenarnya sedikit atau banyaknya, tidak pernah mengetahui secara detail pada level manajemen di tingkat direktur atau yang lebih bawah. Oleh karena itu, sedikit atau banyaknya juga terdapat ketergantungan pada level di bawahnya itu.

Bagi organisasi dan kelembagaan, apalagi sebagai lembaga negara atau pemerintahan, situasi semacam itu bukannya tanpa masalah. Kesenjangan budaya organisasi, yang satu bersifat politis, dan yang satu bersifat birokratis, menjadi hal krusial bagi kesolidan organisasi, bagi komitmen terhadap organisasi, bagi sistem dan koordinasi kerja, dan bagi penerimaan publik terhadap apa yang telah menjadi kinerja dan reputasinya.

Tentu saja seorang menteri atau seorang direktur jenderal adalah seorang pemimpin dalam organisasi dalam kementerian. Bagaimana pun ia memiliki peran penting dalam mengorkestrasikan apa yang menjadi "*core business*" kementerian itu.

Sebagai pemimpin, ia dapat bersikap terbuka atau tertutup, tergantung pada gaya kepemimpinan yang seperti apa yang ingin ditampilkan. Tetapi gaya yang seperti apa yang ingin ditampilkan itu juga sangat tergantung pada pengalaman, pengetahuan, latar belakang, dan kepentingan yang dimiliki. Ketidaksinkronan kompetensi terhadap bidang yang ditangani juga dapat menjadi penghambat. Pertimbangan-pertimbangan yang sosok yang tepat untuk memimpin sebuah kementerian, semestinya tidak semata-mata lagi hanya pada pertimbangan politis, melainkan pada kompetensi profesional yang handal dan berpengalaman.

Dalam iklim kepemimpinan otoritarian, seorang pemimpin dapat membatasi ide dan menetapkan tujuan berdasarkan pada selera dan kepentingannya sendiri. Ia dapat merasa lebih mengetahui dan merasa segalanya tidak ingin bertele-tele. Sebab, sebagai pemimpin, tanggung jawab itu ada di pundaknya karena ia merasa mesti diikuti tanpa “*reserve*”.

Sebaliknya, seseorang yang memiliki kepemimpinan partisipatif memperlihatkan kalau ia sebagai sosok pemimpin berkeinginan untuk mendorong bawahan untuk memiliki keterlibatan terhadap pekerjaan, interaksi orang per orang, dan proses-proses pengambilan keputusan serta melakukan tindakan bersama untuk meraih tujuan organisasi atau kelembagaannya.

Hubungan antara karyawan dengan pimpinan dalam hal ini menteri, dirjen, direktur, kepala litbang dan seterusnya, sebenarnya merupakan relasi yang berkaitan dengan kekuasaan dan kewenangan. Dalam perspektif organisasi, relasi kekuasaan, semestinya pula mendapatkan perhatian bagi pengelolaan organisasi atau kelembagaan pemerintahan.

Karakteristik relasional dalam organisasi adalah soal kekuasaan. Apalagi pemegang kekuasaan itu adalah orang baru, yang satu sisi, memiliki kewenangan dan *power*, tetapi pada sisi lain, ia tidak pemegang kendali organisasi sepenuhnya. Persoalan relasional yakni hubungan individu satu terhadap individu yang lain sangat besar dipengaruhi oleh posisi dan kedudukan dalam hierarki organisasi. Putnam dan Poole (1987) pernah menarik kesimpulan tentang hal ini: a) organisasi yang memperlakukan karyawan sebagai subordinat, hubungan yang terjadi ketat, kaku, dan basa-basi; b) karakteristik hubungan mempengaruhi interaksi, yang dengan itu menentukan konflik bagaimana dikelola.

Dari tipe konflik personal, diketahui bahwa masalah-masalah kepribadian jelas mempengaruhi proses manajemen konflik. Seseorang dalam relasi antara pemimpinnya, bisa bersikap sebagai *avoider*, sebagai penghindar. Selalu tidak hadir, tidak tepat waktu, tidak berpartisipasi, dan tidak berpendapat.

Namun, seseorang dapat bersikap sebagai kolaboratif, yakni siap untuk bekerja sama dalam posisi jabatan dan kewenangan masing-masing sepanjang kenyamanan posisi tidak diganggu atau diutak atik.

Sebaliknya, ada pula, yang secara sadar, menempatkan diri sebagai penentang, *though battler*, dan tidak mempedulikan, karena berkaitan dengan kepentingan-kepentingan diri yang harus aman dan diamankan.

Inilah sekelumit problem organisasi dan kelembagaan pemerintahan yang birokratis, yang hidup dan dikembangkan dalam sistem budaya organisasi yang memadukan antara kepentingan politis dan kepentingan birokratis.

Keadaan demikian, berelasi dengan suasana dan iklim organisasi secara keseluruhan. Pertama, prinsip organisasi yang dapat dijalankan secara efektif dan efisien menjadi sulit untuk dicapai. Kedua, akuntabilitas dan transparansi, juga rasanya sulit disajikan. Artinya, peluang untuk terjadinya penyimpangan anggaran dan program sangat mungkin terjadi yang ujungnya adalah terjadinya korupsi.

Struktur Organisasi Kementerian Kominfo RI

Secara struktur keorganisasian, Kementerian Komunikasi dan Informatika RI berdasarkan pada Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika RI No. 12 Tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Komunikasi dan Informatika RI terdiri dari:

- a. Sekretariat Jenderal.
- b. Direktorat Jenderal Sumber Daya dan Perangkat Pos dan Informatika (Dirjen SDPPI).
- c. Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Pos dan Informatika (Dirjen PPI).
- d. Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika (Dirjen APTIKA).
- e. Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik (Dirjen IKP).
- f. Inspektorat Jenderal.
- g. Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia.
- h. Staf Ahli Bidang Hukum.
- i. Staf Ahli Bidang Sosial, Ekonomi dan Budaya.
- j. Staf Ahli Bidang Komunikasi dan Media Massa.
- k. Staf Ahli Bidang Teknologi.

Posisi sekretariat jenderal begitu penting yang membantu secara administratif yang mencakup perencanaan, koordinasi, pembinaan dan pengelolaan yang dijalankan menteri. Sekretariat jenderal dipimpin oleh seorang sekretaris jenderal yang bertanggung jawab kepada menteri. Sekretariat jenderal terdiri dari enam biro.

1. Biro Perencanaan.
2. Biro Kepegawaian dan Organisasi.
3. Biro Keuangan.
4. Biro Hukum.
5. Biro Umum.
6. Biro Hubungan Masyarakat.

Tugas pokok Biro Perencanaan adalah mengkoordinasikan dan penyusunan rencana program, anggaran, kerjasama serta evaluasi dan penyusunan laporan Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.

Biro Kepegawaian dan Organisasi memiliki tugas melaksanakan koordinasi dan perencanaan sistem manajemen sumber daya manusia aparatur, serta penataan organisasi dan tata laksana Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Biro Keuangan melaksanakan tugas pengelolaan keuangan dan penatausahaan barang milik negara Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.

Biro Hukum menjalankan tugas koordinasi penyusunan, penelaahan, dan evaluasi peraturan perundang-undangan, pemberian advokasi hukum, serta pengelolaan dokumentasi dan informasi hukum Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Biro Umum bertugas menjalankan urusan tata usaha pengadaan barang dan jasa, rumah tangga dan perlengkapan, serta persuratan dan kearsipan Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.

Biro Hubungan Masyarakat bertugas melaksanakan koordinasi hubungan masyarakat, pelayanan informasi, publikasi serta monitoring layanan aspirasi dan pengaduan masyarakat.

Semua biro ini menjadi bagian dari sekretariat jenderal dalam Kementerian Komunikasi dan Informatika. Menilik semua tugas yang

dibebankan kepada masing-masing biro, memperlihatkan bahwa aspek kerumahtangaan Kementerian Komunikasi dan Informatika RI berada dan terletak pada sekretariat jenderal yang menjadi tanggung jawab sekretaris jenderal.

Di dalam Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, terdapat 4 direktorat jenderal. Dari 4 direktorat jenderal itu ada 3 yang berurusan dengan teknologi, khususnya teknologi informatika, infrastruktur telekomunikasi, aplikasi, frekuensi dan satelit. Hanya ada 1 direktorat jenderal yang berkaitan dengan komunikasi publik. Berikut rinciannya.

Pertama, Direktorat Jenderal Sumber Daya dan Perangkat Pos dan Informatika RI (Dirjen SDPPI), yang melaksanakan tugas menyelenggarakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang pengelolaan spektrum frekuensi radio dan orbit satelit serta standarisasi perangkat pos dan informatika. Dalam struktur organisasi Dirjen SDPPI di dalamnya terdiri dari Sekretariat Dirjen SDPPI dan 4 direktorat, yakni Direktorat Penataan Sumber Daya; Direktorat Operasi Sumber Daya; Direktorat Pengendalian Sumber Daya dan Perangkat Pos dan Informatika; dan Direktorat Standardisasi Perangkat Pos dan Informatika.

Kedua, Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Pos dan Informatika (Dirjen PPI), yang menjalankan tugas menyelenggarakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang pos dan informatika khususnya yang terkait dengan standarisasi layanan, pelayanan perizinan, peningkatan aksesibilitas, konektivitas dan keamanan infrastruktur telekomunikasi, pengembangan infrastruktur dan ekosistem penyelenggaraan pos, telekomunikasi, dan penyiaran.

Dalam struktur organisasi Dirjen PPI terdiri dari Sekretariat Dirjen PPI dan 5 direktorat. Kelima Direktorat ini adalah a) Direktorat Pos; b) Direktorat Telekomunikasi; c) Direktorat Penyiaran; d) Direktorat Pengembangan Pitallebar (Broadband); dan e) Direktorat Pengendalian Pos dan Informatika RI.

Direktorat jenderal yang ketiga adalah Direktorat Jenderal Aplikasi dan Informatika (Dirjen Aptika). Dirjen Aptika memiliki tugas menyelenggarakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang penatakelolaan aplikasi informatika. Ini memiliki cakupan antara lain *e-government*, *E-Business*, dan keamanan informasi serta peningkatan teknologi infrastruktur aplikasi dan pemberdayaan informatika.

Secara struktur organisasi, Dirjen Aptika memiliki Sekretariat Dirjen Aptika dan 5 direktorat. Kelima Direktorat itu adalah a) Direktorat Tata Kelola Aplikasi Informatika; b) Direktorat Layanan Aplikasi Informatika Pemerintahan; c) Direktorat Ekonomi Digital; d) Direktorat Pemberdayaan Informatika; dan e) Direktorat Pengendalian Informatika.

Direktorat jenderal yang keempat yang menjadi bagian dari struktur organisasi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI adalah Dirjen IKP.

Posisi Direktorat Jenderal IKP

Dirjen IKP melaksanakan tugas menyelenggarakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang pengelolaan informasi dan komunikasi publik. Tugas ini memiliki cakupan antara lain pengelolaan dan penyebaran informasi publik, peningkatan peran media publik, serta pengembangan lembaga informasi dan kehumasan pemerintah.

Secara struktur keorganisasian Dirjen IKP terdiri dari Sekretariat Direktorat Jenderal IKP dan 5 direktorat yakni a) Direktorat Tata Kelola dan Kemitraan Komunikasi Publik; b) Direktorat Informasi dan Komunikasi Politik, Hukum dan Keamanan; c) Direktorat Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim; d) Direktorat Informasi dan Komunikasi Pembangunan Manusia dan Kebudayaan; e) Direktorat Pengelolaan Media.

Dari sisi struktur keorganisasian dan ketatalaksanaan Kementerian Komunikasi dan Informatika, ada 4 direktorat jenderal. Hal yang menarik adalah dari 4 direktorat jenderal itu, 3 di antaranya berada pada bidang teknik, informatika, aplikasi, koneksi, penyiaran dan frekuensi. Satu direktorat jenderal, yakni Direktorat Jenderal IKP, dengan tugas yang tidak kalah krusial dan seriusnya, bahkan memiliki cakupan yang sangat luas, diderivasikan ke tingkat Direktorat, bukan Direktorat Jenderal.

Tentu, dari struktur keorganisasian semacam itu, persoalannya, bukan terletak pada bagaimana nomenklatur dalam keorganisasian tersebut saja. Sebab, nomenklatur semacam itu pasti dipengaruhi oleh sejumlah kondisi dan anggapan.

Pertama, seberapa urgen dan relevan bidang informatika dan bidang komunikasi publik bagi arah kebijakan dan program pemerintah. Urgensi dan relevansi ini akan berdampak pada prioritas pengembangan dan program itu sendiri. Di era digital seperti saat ini (baca: tahun 2022) dan Revolusi Industri 4.0, informatika memiliki nilai ekonomi yang lebih nyata dan ril.

Kedua, masalah perseptual, yang menempatkan masalah komunikasi publik, tidak seprestisius masalah informasi. Ini terjadi karena beberapa sebab: a) eranya adalah era digital; b) informasi memiliki nilai ekonomi dan nilai tambah; c) pengelolaan dan penanganannya dipandang lebih konkret dan *tangible*.

Akibatnya, beban yang sangat berat, dalam penyelenggaraan komunikasi publik, diturunkan pada tingkat tugas dan kewajiban pada level direktorat. Sebagaimana telah dipaparkan, dalam Dirjen IKP, terdapat 5 direktorat. Untuk memperjelas posisi direktorat yang ada di Direktorat Informatika dan Komunikasi Publik, berikut rincian yang menjadi tugas masing-masing direktorat.

1. Direktorat Tata Kelola dan Kemitraan Komunikasi Publik (TKKKP).
Tugasnya adalah melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria dan pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta pemantauan, evaluasi dan pelaporan di bidang tata kelola dan kemitraan komunikasi publik.
2. Direktorat Informasi dan Komunikasi Politik, Hukum dan Keamanan.
Tugasnya adalah melaksanakan kebijakan, pemberian bimbingan teknis, dan supervisi serta pemantauan, evaluasi dan pelaporan di bidang informasi dan komunikasi politik, hukum dan keamanan.
3. Direktorat Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim.
Tugasnya adalah melaksanakan kebijakan, pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta pemantau, evaluasi dan pelaporan di bidang informasi dan komunikasi sektor keuangan, pertanian, agraria, lingkungan hidup dan kehutanan, perdagangan, perindustrian, koperasi dan usaha kecil dan menengah, badan usaha milik negara, pekerjaan umum dan perumahan rakyat, ketenagakerjaan, energi

dan sumber daya mineral, perhubungan, kelautan dan perikanan serta kepariwisataan.

4. Direktorat Informasi dan Komunikasi Pembangunan Manusia dan Kebudayaan.

Tugasnya adalah melaksanakan penyiapan pelaksanaan kebijakan, pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta pemantuan, evaluasi dan pelaporan di bidang informasi dan komunikasi sektor pendidikan, agama, kebudayaan, sosial, pemuda, olah raga, perlindungan anak, pemberdayaan perempuan, kesehatan serta desa dan transmigrasi

5. Direktorat Pengelolaan Media.

Tugasnya adalah melaksanakan pelaksanaan kebijakan, pemberian, bimbingan teknis dan supervisi, serta pemantuan, evaluasi dan pelaporan di bidang pengelolaan media *online*, cetak, audio visual dan media sosial.

Catatan lebih lanjut adalah sebenarnya di mana letak komunikasi khususnya komunikasi publik secara kelembagaan di pemerintahan? Sepertinya, masuk Dirjen IKP dengan tugas yang tercermin dalam setiap Direktorat semacam itu, terinspirasi dari Instruksi Presiden No. 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik. Kritisi semacam ini dapat salah. Tetapi, jika melihat struktur kelembagaannya, ada linearitas nyata antara struktur organisasi tersebut dengan Instruksi Presiden No. 9 Tahun 2015. Ada kesan, dengan cara seperti itu, instruksi itu telah dilaksanakan yang tercermin dalam struktur organisasi pada Direktorat IKP.

Masalahnya adalah batasan tentang komunikasi publik itu sendiri, semestinya diberikan penjelasan yang memadai dan memberikan arah terhadap apa yang mesti dikerjakan dalam melakukan pengelolaan komunikasi publik.

Sulit untuk dipungkiri bahwa komunikasi publik beririsan atau berhimpit dengan komunikasi pemerintahan. Sementara komunikasi publik, bertalian dengan komunikasi politik. Tetapi, komunikasi publik dan komunikasi politik tetap mesti dibedakan. Dari sisi tujuan, komunikasi publik ditujukan untuk membangun komunikasi antara

pemerintah dengan publik menyangkut kebijakan dan program pemerintah.

Tujuan komunikasi publik adalah transparansi, akuntabilitas, dan responsibilitas pemerintah terhadap kebijakan dan program pemerintah yang berhubungan langsung dengan kepentingan publik. Melalui

proses semacam ini akan ada saling percaya satu terhadap yang lain, dukungan, dan partisipasi publik. Sementara komunikasi politik bertujuan untuk melakukan pengaruh, persuasi, dan kendali terhadap massa politik. Tujuan utama komunikasi politik adalah mendapatkan kepatuhan dan dukungan politis dalam mendapatkan kekuasaan. Esensi politik adalah *who gets what, when, and how*.

Dalam struktur kelembagaan yang telah dipaparkan, benar bahwa komunikasi publik mencakup isu yang sangat luas terkait dengan kebijakan dan program pemerintah, seperti sektor kesehatan, pemuda dan olah raga, perdagangan, keuangan, perindustrian, pariwisata, kebudayaan, dan seterusnya.

Pertanyaannya adalah bagaimana dalam cakupan yang sangat luas itu seorang direktur di bawah Direktorat Jenderal IKP dalam Kementerian Komunikasi dan Informatika mampu menjangkau isu-isu yang bukan menjadi "*core business*" kementerian itu. Bagaimana direktur yang semacam itu akan bekerja dan memenuhi target-target aktual yang memiliki dampak signifikan bagi perkembangan dan pertumbuhan masyarakat.

Komunikasi publik terhadap bidang-bidang seperti kesehatan, keuangan, perindustrian, perdagangan, perumahan rakyat dan pekerjaan umum, pemuda dan olah raga atau pariwisata misalnya, mesti terkait dengan kementerian itu sendiri. Hampir dipastikan sumber daya yang ada di dalam direktorat dalam Dirjen IKP tidak memiliki kompetensi pada bidang dan sektor keuangan, perindustrian, pemuda dan olah raga dan seterusnya. Kalau mereka tetap mengklaim memiliki kompetensi itu, maka perwujudannya sangat terbatas dan tidak memadai.

"KOMUNIKASI PUBLIK
BERTUJUAN MEWUJUDKAN
TRANSPARANSI, AKUNTABILITAS,
DAN RESPONSIBILITAS
PEMERINTAH TERHADAP
PROGRAM DAN KEBIJAKANNYA
YANG BERHUBUNGAN
LANGSUNG DENGAN
KEPENTINGAN PUBLIK"

Pertanyaan lebih lanjutnya adalah komunikasi publiknya apakah menjadi tanggung jawab direktorat yang ada di Dirjen IKP? Jika jawabannya adalah ya, implikasinya adalah siapa yang menentukan pesan dan isu apa yang disampaikan? Kapan pesan isu tersebut disampaikan? Siapa yang akan menyampaikan, apakah dari direktorat dari Dirjen IKP ataukah dari kementerian terkait? Media dan saluran komunikasi yang dimiliki siapa mesti disampaikan, apakah yang dikelola oleh Direktorat dalam Dirjen IKP atau kementerian terkait?

Semua pertanyaan itu bermuara pada seperti apa peran dan kedudukan komunikasi publik dalam sistem kelembagaan pemerintahan. Pertanyaan-pertanyaan di atas juga menyiratkan tentang perlunya mekanisme yang lebih konkret dan nyata, yang melibatkan antarkementerian, lembaga dan badan, jika memang, secara kelembagaan peran komunikasi publik ini berada di bawah kewenangan Dirjen IKP Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.

Secara struktural dan kelembagaan juga dapat dilihat dan dicermati jika di bawah sekretariat jenderal kementerian terdapat Biro Hubungan Masyarakat yang juga turut mengelola dan menangani persoalan yang berkaitan dengan informasi publik.

Jadi, bagaimana mendudukkan tugas kelembagaan yang terkait dengan komunikasi publik, informasi publik dan komunikasi pemerintahan, pada satu sisi, sedangkan di sisi lain dengan komunikasi politik.

Dengan komposisi dan posisi serta kedudukan seperti itu menjadi jelas prioritas kebijakan dan arah yang hendak dituju. Teknologi informasi, infrastruktur telekomunikasi, frekuensi dan penyiaran, satelit, dan digitalisasi ekonomi, memberikan ukuran yang lebih *tangible* dan capaian-capaian yang dapat dikonversikan lebih mudah, ketimbang menggarap segi komunikasi publik, yang *intangible*, implisit, dan bersifat perseptual.

Jadi, masuk akal dan menjadi sangat wajar jika Presiden Joko Widodo berkali-kali mengeluhkan buruknya komunikasi publik dan komunikasi pemerintah. Secara keseluruhan hal ini tidak dapat ditimpakan kepada Kementerian Komunikasi dan Informatika RI khususnya Dirjen IKP dan jajarannya. Tetapi, ini harus dipandang sebagai lemahnya

sistem kelembagaan komunikasi publik yang melekat dalam sistem kepemimpinan nasional.

Tabel 2.1 Struktur Kelembagaan Direktorat Jenderal Kementerian Komunikasi dan Informatika RI

Direktorat Jenderal Kementerian Komunikasi dan Informatika RI			
Direktorat Jenderal Sumber Daya dan Perangkat Pos dan Informatika	Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Pos dan Informatika	Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika	Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik
<ol style="list-style-type: none"> 1. Direktorat Penataan Sumber Daya 2. Direktorat Operasi Sumber Daya 3. Direktorat Pengendalian Sumber Daya dan Perangkat Pos dan Informatika 4. Direktorat Standardisasi Perangkat Pos dan Informatika 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Direktorat Pos 2. Direktorat Telekomunikasi 3. Direktorat Penyiaran 4. Direktorat Pengembangan Pitalebar 5. Direktorat Pengendalian Pos dan Informatika 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Direktorat Tata Kelola Aplikasi Informatika 2. Direktorat Layanan Aplikasi Informatika Pemerintahan 3. Direktorat Ekonomi Digital 4. Direktorat Pemberdayaan Informatika 5. Direktorat Pengendalian Aplikasi dan Informatika 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Direktorat Tata Kelola dan Kemitraan Komunikasi Publik 2. Direktorat Informasi dan Komunikasi Politik, Hukum dan Keamanan 3. Direktorat Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim 4. Direktorat Informasi dan Komunikasi Pembangunan Manusia dan Kebudayaan 5. Direktorat Pengelolaan Media

Sumber: Permen Kominfo No. 12 tahun 2021

Agenda-agenda komunikasi publik dalam sistem kepemimpinan nasional semestinya tersusun dan terencana dengan baik dan profesional. Kapan seorang presiden mesti berbicara, berbicara secara utuh dalam pertemuan dengan media, kapan tidak perlu atau cukup diwakilkan. Agenda-agenda kegiatan komunikasi semacam ini semestinya menjadi bagian krusial dalam sistem komunikasi kepemimpinan nasional.

Di sisi lain, agenda-agenda komunikasi publik yang lain, yang terkait dengan kebijakan dan program pembangunan yang lain seperti

sektor keuangan, perdagangan, maritim, perindustrian, transmigrasi, pemuda dan olah raga, pekerjaan umum dan perumahan, perairan, pertanian, kehutanan, mesti dilihat dari sisi magnitudonya, dampak secara nasional, dan kepentingan langsung pemerintah terhadap hal tersebut kepada publik. Dengan demikian, diketahui secara pasti, siapa yang mesti menyampaikan pesan dalam kepentingan publik tersebut.

Bentuk komunikasi strategis, apalagi dalam komunikasi publik dalam pemerintahan, persoalannya tidak hanya masalah siapa yang berkuasa, tetapi juga mencakup kecakapan dalam berkomunikasi itu sendiri, konsistensi berkomunikasi, kestabilan emosi dalam berkomunikasi, kelogisan berkomunikasi, dan penguasaan terhadap situasi komunikasi. Praktik-praktik komunikasi demikian, pada akhirnya mengantarkan pada praktik-praktik komunikasi pemerintahan yang mencerminkan kenegarawanan.

Mengacu pemikiran Jurgen Habermas, yang menerangkan tentang tiga permasalahan dasar dalam masyarakat, bangsa atau negara. Menurutnya, permasalahan itu selalu mencakup tiga hal, yakni masalah teknis, masalah interaksi, dan masalah kekuasaan.

Dalam suatu organisasi, seorang pemimpin memiliki keinginan untuk meningkatkan kinerja pegawainya. Sebagai pemimpin, ia ingin menunjukkan dan ingin membawa organisasi sebagai organisasi yang maju dan berprestasi.

Dalam keinginan semacam itu, kemudian pemimpin tersebut memikirkan dan mengambil langkah apa yang dibutuhkan untuk dapat meningkatkan kinerja tersebut. Dibuatlah inventarisasi kebutuhan dan sarana serta prasarana apa yang dapat membawa peningkatan kinerja.

Ada sejumlah daftar yang dimiliki pemimpin tadi, seperti jumlah komputer yang diperlukan, jumlah kendaraan operasional yang dibutuhkan, jumlah ruangan berdasarkan peruntukannya, ketersediaan minuman, dan insentif tambahan.

Organisasi yang mampu melaksanakan peran komunikasi dengan baik dapat menjadikan praktik komunikasi sebagai solusi dan strategi penyelesaian dan upaya

Dalam pandangan Habermas, penyelesaian semacam ini, dalam rangka mengupayakan peningkatan kinerja organisasi, adalah langkah-

langkah dan penyelesaian-penyelesaian yang bersifat teknis. Langkah ini adalah langkah yang paling mudah. Sebab, tolak ukurnya yang bersifat *tangible* dan secara faktual dapat dilihat perubahannya dari sisi dari yang tadinya tidak ada, kemudian menjadi ada, karena diadakan.

Langkah-langkah semacam ini penopang utamanya adalah ketersediaan anggaran dan analisis terhadap kebutuhan yang diperlukan bagi peningkatan kinerja tersebut.

Namun, bagi Habermas, penyelesaian dengan pendekatan teknis menjadi tidak ada artinya, jika permasalahan kedua yang biasanya ada dalam masyarakat, bangsa atau pun negara itu, tidak diperhatikan atau menjadi perhatian. Permasalahan kedua ini, berhubungan langsung dengan manusianya, yakni menyangkut hubungan antarsesama dalam organisasi tersebut.

Jika seorang pemimpin membuat jembatan yang menghubungkan antara satu tempat dengan tempat yang lain, dengan maksud agar suatu kampung atau desa atau kota saling terhubung sehingga dapat menggerakkan roda ekonomi dan pembangunan, maka penyelesaian persoalan ini adalah persoalan teknis.

Jembatan yang sudah dibangun itu, pada akhirnya tidak ada artinya, jika antara kampung atau desa yang dihubungkan itu, saling bertikai, ada konflik, ada ketidakrelaasan satu terhadap yang lain, ada dendam, dan penolakan.

Bagi Habermas, kebijakan dan program komunikasi seharusnya menjadi bagi penyelesaian dan upaya peningkatan kinerja tadi. Sarana dan prasarana dibutuhkan dalam upaya peningkatan kinerja tersebut, tetapi semua tadi tidak ada artinya jika hubungan manusiawi tidak menjadi bagian dari upaya tersebut.

Dengan perkataan lain, komunikasi menjadi solusi dan strategi sekaligus. Nah, pada poin ini, penempatan dan struktur organisasi yang mengelola masalah-masalah komunikasi yang menekankan pada penyelesaian-penyelesaian yang bersifat manusiawi tidak dapat diabaikan atau diremehkan. Meskipun dilihat dari struktur dan perannya, masih saja, kedudukannya bukan sebagai sesuatu yang sentral, sebab semua merasa bisa berkomunikasi.

Sementara secara personal, setiap kementerian itu sendiri pun mengembangkan cara dan gaya komunikasi pemerintah atau publiknya

sendiri-sendiri. Ada menteri yang sangat jarang berbicara, bahkan untuk urusan yang sangat krusial. Ada pula yang jika berbicara bernada tinggi dan terkesan “powerful”. Ada pula yang suka beretorika dan menimbulkan penafsiran yang memicu kontroversi. Fenomena-fenomena lainnya justru menunjukkan adanya kontradiksi antara pernyataan satu terhadap pernyataan yang lain.

Tentu saja gejala semacam itu dapat dibaca dan diartikan dengan penafsiran yang bermacam-macam. Misalnya, menyangkut lemahnya koordinasi; gagalnya menangkap konteks dari dan terhadap permasalahan; mensimplifikasi permasalahan dan implikasi; ego sektoral; lemahnya kompetensi komunikasi; dan secara kelembagaan memang tidak tertata.



Gambar 2.1 Kelemahan dan Tantangan Komunikasi Publik



• 3 •

SISTEM DAN STRUKTUR KOMUNIKASI PUBLIK

Kerumitan Struktural Organisasi

Membicarakan aspek kelembagaan dan organisasi yang *'existing'* bagi pelaksana komunikasi publik bukan merupakan persoalan yang mudah dan sederhana. Kenapa demikian? Karena fungsi dan aktivitas komunikasi itu ada di mana-mana dan masing-masing merasa perlu secara mandiri. Hal itu menjadi tantangan tersendiri, utamanya bagaimana mengupayakan agar terintegrasi.

Namun, sesulit-sulitnya segi kelembagaan dan struktur organisasi pelaksana bagi komunikasi publik, tetap harus ada upaya terus menerus untuk mengidealkan fungsi dan peran komunikasi publik itu sendiri. Sebagaimana telah dipaparkan, ada kerumitan-kerumitan yang terjadi dalam mendudukkan kelembagaan komunikasi publik ini.

Dari perubahan kelembagaan dan struktur organisasi itu sendiri, misalnya dari Lembaga Informasi Nasional, Departemen Penerangan, dan hingga Kementerian Komunikasi dan Informatika RI yang di dalamnya, terdapat Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik. Ini juga

menunjukkan ada kepentingan dan kebutuhan serta dasar motivasi yang terus berkembang.

Pun demikian, sebagai lembaga, struktur organisasi, posisi dan fungsi, masih menyisakan persoalan yang berkaitan dengan kedudukan-kedudukan yang sama seperti bagi kementerian-kementerian, lembaga-lembaga negara dan kepresidenan itu.

Menjalin dan mendudukkan serta menyelenggarakan fungsi dan peran komunikasi publik itu merupakan keniscayaan bagi semua lembaga negara pemerintah. Masalah krusialnya adalah:

1. Apakah setiap penyelenggara komunikasi publik memiliki kompetensi komunikasi yang diperlukan dan menganggapnya sebagai sesuatu yang penting diperhatikan?
2. Apakah setiap kementerian, lembaga, dan badan pemerintah memiliki struktur dan organisasi penyelenggara bagi komunikasi publik atau seluruhnya dipercayakan pada Biro Humas atau ditangani semua oleh Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi setiap lembaga, badan, atau kementerian?
3. Apakah setiap kementerian, lembaga, dan badan pemerintah memiliki jejalin dengan kementerian, lembaga, dan badan pemerintah yang lain dalam menyelenggarakan komunikasi publik?
4. Apakah diperlukan struktur dan kelembagaan tersendiri bagi komunikasi publik kepresiden, atau sudah cukup diwakili dengan struktur organisasi penyelenggara komunikasi publik yang ada pada kementerian, lembaga, atau badan pemerintah itu?
5. Apakah diperlukan pengintegrasian semua bentuk komunikasi yang ada pada lembaga, badan, dan kementerian ke dalam satu organisasi atau badan yang menyatu?
6. Bagaimana dengan kedudukan Kementerian Komunikasi dan Informatika RI dalam melakukan penyelenggaraan komunikasi publik? Lantas sejauh mana sumbangsih dan keberhasilannya dalam melakukan penyelenggaraan komunikasi publik?

Pertanyaan-pertanyaan semacam itu pada gilirannya mengarah bagi perlunya sistem komunikasi publik. Sistem sebagai *mindscope* mempersyaratkan kedudukan antarsistem itu sendiri, subsistem dan

komponen-komponennya. Misalnya, menempatkan mana yang menjadi suprasistem yang memayungi sistem-sistem yang lain. Sedangkan sistem memayungi subsistem yang ada yang dapat ditempatkan sebagai komponen-komponen dalam sistem. Sistem yang baik adalah sistem yang bersifat terbuka, memiliki kemampuan dalam menyesuaikan diri, dan memiliki hubungan internal yang saling menopang, yang beroperasi dan berorientasi pada hasil.

Aspek penting yang tidak dapat dilupakan adalah mekanisme dan prosedur yang mendeskripsikan fungsi dan hubungan internal antara lembaga, badan, dan kementerian sebagai sistem komunikasi publik. Bagian ini memperjelas kedudukan, tugas, kewenangan, dan peran. Dalam sistem yang baik masalah hubungan internal antara komponen dalamnya menentukan keberhasilan sistem operasi darinya untuk mencapai tujuan.

Untuk itu, mari kita perjelas kedudukan dan cakupan komunikasi publik, varian dan keberagaman praktik-praktik pemerintahan dan kenegaraan yang sering muncul dan terjadi. Praktik-praktik yang telah berjalan dapat memberi inspirasi dalam mengembangkan dan membangun sistem komunikasi publik dalam nuansa yang terintegrasi dan tertata.

Tata Kelola Komunikasi Publik Presiden

Dengan melihat urgensi dan relevansi yang begitu krusial, terkait dengan peran dan kedudukan presiden yang begitu *“powerful”*, yakni sebagai kepala negara dan kepala pemerintahan, maka apakah diperlukan struktur dan kelembagaan tersendiri sebagai sistem bagi presiden untuk komunikasi publiknya?

Pertanyaan ini patut diajukan. Kenapa? Ada banyak situasi komunikasi yang dihadapi presiden. Situasi ini antara lain situasi komunikasi dalam skala internasional dengan mitra kerja sama internasional baik bilateral maupun multilateral serta forum-forum internasional. Selain itu, situasi komunikasi terkait dengan keinginan presiden untuk menyampaikan langsung atas kebijakan dan program pembangunan kepada publik. Lainnya adalah situasi-situasi komunikasi yang bersifat seremoni seperti pidato, membuat pernyataan di depan media, dan lain sebagainya.

Jika saat ini (2022) terdapat KSP, apakah struktur organisasi ini secara spesifik difungsikan untuk menjalankan komunikasi publik presiden atau memiliki cakupan yang lebih luas, dan masalah komunikasi publik presiden ada di dalamnya. Atau sebenarnya, KSP itu sendiri, bukan yang secara spesifik berurusan dengan persoalan komunikasi, meskipun komunikasi itu sendiri tidak dapat dihindari.

Jika, di dalam struktur organisasi KSP itu di dalamnya mencakup posisi struktur bagi komunikasi publik presiden, maka struktur dan posisi ini seperti apa? Katakanlah KSP sebagai sistem dalam organisasi yang mengurus keperluan dan kebutuhan strategis presiden, maka posisi dan struktur komunikasi publik presiden kedudukannya seperti apa dan menjalankan peran komunikasi publik bagi presiden seperti apa? Kejelasan semacam ini sangat diperlukan agar komunikasi presiden tertangani dan dikelola secara profesional dalam batas-batas kompetensi komunikasi yang diperlukan.

Jadi, jika memang demikian keadaan dan kedudukannya, maka kegagalan dan keberhasilan komunikasi publik presiden ada dan terletak di dalam struktur kelembagaan KSP ini. Namun, jika di dalam KSP ini tidak mencakup struktur dan posisi komunikasi publik presiden, maka pertanyaannya, struktur yang mengurus komunikasi publik presiden itu berada di bawah struktur dan organisasi kelembagaan pemerintah yang mana?

Dalam lingkungan istana kepresidenan, terdapat kementerian yang mengurus segala kepentingan administratif negara dan pemerintahan. Ada sekretariat negara dan sekretaris kabinet. Pertanyaan lagi yang kemudian dapat diajukan dalam paparan ini adalah apakah di dalam kedua organisasi tersebut, terdapat struktur dan posisi yang ditugaskan untuk menjalankan komunikasi publik presiden? Jika jawabannya ya, berarti keberhasilan dan kegagalan komunikasi publik presiden tergantung dan ditentukan oleh tugas dan peran yang dijalankan dua organisasi tersebut.

Struktur dan posisi kelembagaan yang mengurus komunikasi publik presiden semestinya memiliki kompetensi dalam bidang komunikasi. Kompetensi ini mencakup kompetensi terkait segi linguistik yang mengarah pada kemampuan semiologi terkait dengan kompleksitas kekuatan dan transformasi makna pesan; kompetensi etis

dalam berkomunikasi, kompetensi retorik; kompetensi teknis dalam menggunakan dan memahami karakteristik teknologi dan saluran komunikasi; kompetensi politis terkait dengan kepentingan kekuasaan dan jabatan.

Dengan demikian, struktur dan posisi inilah yang merencanakan, mempersiapkan, mengatur, dan mendesain bagaimana presiden menyampaikan atau tidak menyampaikan bentuk komunikasi publiknya. Dengan demikian, presiden memiliki kenyamanan, baik secara konseptual, situasi kontekstual, sasaran yang dituju, keberagaman yang dituju, dan kekuatan pesan yang efektif. Artinya, komunikasi publik presiden memiliki tata kelola yang dijalankan secara profesional sehingga tidak ada lagi celah dan distorsi, serta kesimpangsiuran yang terjadi karena segala sesuatunya yang disampaikan secara langsung atau tidak yang mengatasnamakan presiden benar-benar *legitimated* dan berbobot.

Tata kelola ini merupakan sistem komunikasi publik presiden. Jadi, di dalamnya, terdapat mekanisme yang bekerja secara profesional, atribut yang mencirikan apa yang menjadi tugas, pokok, dan fungsinya, dan memastikan proses dan pelaksanaan komunikasi publik presiden mendorong kepercayaan dan dukungan publik. Jadi, untuk hal-hal yang menjadi agenda nasional dan strategis, struktur dan posisi ini sangat berperan dalam mempersiapkan dan merancang serta melaksanakan komunikasi publik presiden.

Pada poin ini, menjadi jelas bahwa komunikasi publik presiden memiliki tata kelola dan struktur serta posisi tersendiri. Ada ranah yang terdefiniskan secara jelas bahwa komunikasi publik presiden merupakan fungsi yang melekat dengan fungsi kepemimpinan presiden itu sendiri sehingga pimpinan struktur organisasi yang mengurus komunikasi publik presiden menjadi bagian strategis dari tugas, pokok, dan fungsi presiden itu sendiri.

Tetapi jika tidak, yakni bahwa komunikasi publik presiden tidak dikelola dengan tata kelola tersendiri, maka pertanyaannya, tata kelola ini diserahkan kepada struktur atau kelembagaan organisasi pemerintah yang mana? Satu-satunya lembaga yang disebut di dalamnya ada istilah komunikasi publik adalah Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Di dalam struktur dan organisasi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI di dalamnya ada satu Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik.

Pertanyaannya, apakah Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik mengurus segala sesuatunya dengan komunikasi publik bagi presiden? Jawabannya adalah tidak. Dirjen IKP bukan merupakan struktur organisasi dan posisi yang menjalankan komunikasi publik presiden. Ia berdasarkan pada Instruksi Presiden No. 9 Tahun 2015 tentang Komunikasi Publik, bertugas dan berkewajiban menjalankan komunikasi publik, bukan komunikasi publik presiden.

Bahkan Dirjen IKP ini bertanggung jawab kepada menteri. Ia tidak dapat melampaui tugasnya dan menampilkan diri sebagai bentuk komunikasi presiden. Dengan kata lain, seorang Dirjen IKP tidak dapat mengatasnamakan presiden secara langsung sebelum diizinkan atau ditugaskan melalui mekanisme yang dapat dibenarkan dan sah kedudukannya.

Sepertinya, permasalahan semacam ini belum mendapatkan prioritas sehingga arus komunikasi, rujukan atas implikasi komunikasi, preferensi yang ada, dan kekuatan mekanisme komunikasi publik presiden belum menjelma sebagai budaya komunikasi publik kepresidenan yang bermartabat.

Tata Kelola Komunikasi Publik

Lantas bagaimana dengan komunikasi publik? Apakah berbeda dengan komunikasi publik presiden? Pertanyaan ini muncul karena Kementerian Komunikasi dan Informatika RI berdasarkan Instruksi Presiden No. 9 Tahun 2015, menjadi koordinator bagi penyelenggaraan komunikasi publik terhadap lembaga-lembaga/badan pemerintah. Sebagai koordinator, cakupan dan keluasaan ini meliputi:

1. Para Menteri Kabinet Kerja.
2. Sekretaris Kabinet.
3. Kepala Kepolisian Republik Indonesia.
4. Jaksa Agung Republik Indonesia.
5. Panglima Tentara Nasional Indonesia.
6. Kepala Badan Intelijen Negara.
7. Kepala Lembaga Pemerintah Non Kementerian.

8. Para Gubernur.
9. Para Bupati/Wali kota.

Pertanyaannya, bagaimana Kementerian Komunikasi dan Informatika RI menjalankan tugas dan kewajiban sebagai penyelenggara komunikasi publik dalam kedudukannya sebagai koordinator?

Ironisnya lagi persoalan yang begitu besar, yang mencakup seluruh kementerian, kepolisian, tentara, BIN, lembaga dan badan pemerintah, seluruh gubernur dan bupati serta wali kota hanya diwakili dan ditangani pada struktur setingkat direktorat jenderal yakni Dirjen IKP. Padahal, lingkup dan cakupan yang mesti dijalankan begitu luas. Belum sistem terpadu yang seperti apa yang mau dijalankannya pun, belum sepenuhnya berjalan secara lintas sektoral.

Pertanyaannya lagi, apa yang diurus Dirjen IKP dengan keterjalinan dari keseluruhan elemen dan komponen tersebut? Bagaimana hal tersebut diimplementasikan? Bagaimana menentukan prioritas informasi dan data dari keseluruhan semacam itu, mana yang harus diinformasikan, kapan dipublikasikan, bagaimana ketercukupannya, kesinambungan keterjalinan informasi dan data yang diperoleh?

Singkat kata, diperlukan tata kelola yang terfokus dan jelas terkait dengan komunikasi publik, jika ini dimaksudkan sebagai komunikasi publik yang komprehensif. Persoalan komunikasi publik itu sendiri tidak dengan sendirinya menyangkut semua kebijakan dan program. Hanya kebijakan dan program yang memerlukan dukungan, dengan skala masif dan tuntutan fisibilitas yang tinggi, umumnya menjadi sorotan publik secara tajam.

Dengan perkataan lain, komunikasi publik yang berarti berada pada pundak dan tanggung jawab Dirjen IKP ini, memikul tanggung jawab dan beban yang harus diperjelas kedudukan dan posisinya. Sebab ketidakjelasan dalam penatakelolaan ini dapat mengakibatkan ketidakberhasilan pelaksanaan dan tujuan komunikasi itu sendiri.

Dalam setiap tata kelola, struktur, dan posisi termasuk bagi komunikasi publik semacam itu, tantangan dan permasalahan terbesar yang dihadapi adalah koordinasi, kejelasan kewenangan, dan kesadaran bersama, yang dalam praktiknya justru mencerminkan perbedaan kepentingan dan jenjang hierarki. Pertanyaannya, seberapa

pentingkah bagi kementerian, kepolisian, tentara, BIN, lembaga dan badan pemerintah lainnya, untuk mengkoordinasikan dan melakukan penatalaksanaan komunikasi publik serta publikasi dan penyampaian informasi publiknya melalui dan atau kepada Kementerian Komunikasi dan Informatika RI yang ditangani oleh Dirjen IKP?

Sementara pada saat bersamaan, kementerian-kementerian, kepolisian, TNI, Kejaksaan Agung, BIN, lembaga pemerintah, badan pemerintah, para gubernur, para bupati dan wali kota, ternyata juga memiliki petugas atau pegawai yang mengurus komunikasi publiknya sendiri, memiliki saluran-saluran medianya sendiri, bahkan bukan tidak mungkin pengelolaannya, jauh lebih baik dan profesional dibandingkan yang dikerjakan oleh Dirjen IKP yang ditunjuk sebagai penyelenggara komunikasi publik.

Sulit dibayangkan dan diperkirakan bagaimana mekanisme kerja dan efektifitas serta efisiensi komunikasi publik ini bekerja, jika tidak mampu dan berhasil mengorkestrasikan semua potensi komunikasi publik yang tersebar dan begitu luasnya. Tentu saja, di setiap provinsi, kabupaten dan kota terdapat Dinas Komunikasi dan Informatika RI. Tetapi bagaimana semua ini dapat diintegrasikan, jelas menjadi tantangan sendiri.

Hal krusial lainnya adalah apakah bagi presiden itu sendiri, yakni komunikasi publik yang dijalankan Dirjen IKP berdasarkan instruksi presiden itu, sudah cukup, dan tidak memerlukan struktur atau organisasi yang mengurus dan menyiapkan penyelenggaraan komunikasi publik presiden. Sementara komunikasi publik sendiri menghadapi begitu banyak kendala yang signifikan dan rumit dalam mengorkestrasikan menjadi komunikasi yang efektif, komunikasi yang *powerful* dan komunikasi mampu membangun narasi tunggal tentang kebijakan dan program pemerintah.

Faktanya, setiap kementerian mengembangkan komunikasi publik sendiri. Bahkan untuk kepentingan yang beririsan antara kementerian satu terhadap kementerian yang lain, komunikasi publik yang disampaikan, sering terlihat tidak konsisten, tidak koheren, tumpang tindih, dan saling kontradiksi. Akibatnya, bukan kepercayaan publik dan dukungan publik yang diperoleh, justru kritik dan hilangnya kepercayaan publik terhadap pemerintah.

Nah dalam konteks ini, diperlukan sebuah sistem dan mekanisme yang jelas, terukur dan terakomodisir terhadap bagaimana penyelenggaraan komunikasi publik ini. Sistem ini membutuhkan kejelasan tujuan yang kemudian bisa dibangun sebagai sistem yang

“Koordinasi, kejelasan kewenangan, dan kesadaran bersama adalah tantangan sekaligus permasalahan terbesar yang dihadapi dalam membangun tata laksana dan tata kelola komunikasi publik.”

mumpuni dan berhasil. Pertama, harus dibedakan sistem komunikasi publik bagi presiden dengan sistem komunikasi publik. Kedua sistem itu, dapat dibedakan, tetapi satu sama lain bukan sebagai sistem komunikasi yang tertutup. Langkah kedua, merumuskan dan menciptakan kedua sistem tersebut dan keterjalannya.

Untuk menciptakan sistem yang baik dan berhasil, maka diperlukan pemahaman terhadap bagaimana sistem itu bekerja dan dijalankan. Sebuah sistem terdiri dari komponen-komponen tertentu yang menggambarkan unsur-unsur apa yang diperlukan.

Penyelenggaraan komunikasi publik membutuhkan kejelasan tujuan yang kemudian bisa dibangun sebagai sistem yang mumpuni dan berhasil.

Misalnya, diperlukan seorang kepala dari Badan Komunikasi Publik Presiden. Dalam diri seorang Kepala Badan Komunikasi Publik Presiden mencakup sifat, kompetensi, dan pengalaman serta pendidikan yang relevan dalam bidang komunikasi publik. Sebab, dalam kedudukan sebagai Kepala Badan Komunikasi Publik Presiden, ia bertugas dan bertanggung jawab terhadap keseluruhan proses dan hasil dari komunikasi publik presiden. Oleh karena itu, penetapan terhadap Kepala Badan Komunikasi Publik Presiden dipilih bukan didasarkan pada kedekatan semata, tetapi dapat merupakan perpaduan antara kedekatan dan kompetensi profesional, dengan mengutamakan pada kompetensi profesionalnya.

Posisi dan kedudukan Kepala Badan Komunikasi Publik Presiden melekat dengan fungsi kepemimpinan nasional dan internasional seorang presiden. Dengan demikian, ia merupakan bagian langsung dari fungsi dan tugas kepresidenan itu sendiri.

Unsur-unsur lain dalam sistem komunikasi publik presiden mencakup kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan untuk menopang keberhasilan komunikasi publik presiden. Dengan demikian, diperlukan ketua bidang. Ragam ketua bidang ini mencakup kebutuhan dari sistem itu sendiri yang menopang dan berjalannya sistem secara berhasil. Misalnya Ketua Bidang Kajian Pendalaman Materi Komunikasi Presiden; Ketua Bidang Kajian Penggunaan Media dan Saluran Komunikasi Presiden; Ketua Bidang Konteks Situasi dan Penampilan Presiden; Ketua Bidang Kajian Efek dan Keberhasilan Komunikasi Publik Presiden; Ketua Bidang Penyusunan Materi Pesan Komunikasi Presiden.

Selain unsur-unsur tersebut, diperlukan unsur lain, yakni kesekretariatan dan keuangan yang mengurus segi administrasi dan penganggaran yang bersumber dari anggaran negara.

Setelah menetapkan unsur-unsur apa yang ada di dalam sistem komunikasi publik presiden, langkah selanjutnya, menetapkan apa yang menjadi tugas dan tujuan utama sistem ini. Sistem komunikasi publik presiden dapat ditetapkan tujuan utamanya adalah agar setiap komunikasi publik presiden berhasil dan sukses.

Apakah komunikasi publik presiden itu adalah dalam forum-forum resmi yang memang telah dipersiapkan atau pada situasi-situasi langsung yang dihadapi presiden. Baik secara langsung atau pun dalam bentuknya yang formal dan seremonial, presiden menjadi nyaman dalam berkomunikasi terhadap publiknya.

Badan ini akan menjadi lebih mudah bekerja apabila presiden itu sendiri merupakan komunikator yang baik dan kompeten pula dan berkoordinasi dengan Badan Komunikasi Publik Presiden. Dengan ucapan lain, di dalam sistem mesti diperjelas kedudukan dan posisi dengan posisi yang lain utamanya dengan kedudukan dan posisi presiden.

Hubungan antara posisi dan struktur terhadap unsur-unsur di dalam sistem itu sendiri merupakan hal yang krusial. Sebuah sistem dapat bekerja dengan baik apabila hubungan internal dalam sistem tertata dan terdefinisikan dengan baik. Sebagaimana telah diilustrasikan bahwa di dalam Badan Komunikasi Publik Presiden ini terdiri dari unsur-unsur lain. Bidang Kajian Materi Komunikasi Publik Presiden misalnya merupakan bidang yang ditangani oleh ketua bidang yang secara khusus melakukan kajian dan penemuan tentang ide, tema, narasi, data, dan fokus terhadap apa yang akan disampaikan presiden.

Bidang Penyusunan Materi Pesan Komunikasi Publik dan Penyampaian Presiden merupakan bidang yang secara khusus menyiapkan draf materi pesan komunikasi yang diperlukan presiden setelah bidang ini berkoordinasi dengan Bidang Pengkajian Materi Komunikasi Publik Presiden. Artinya, setiap bidang yang merupakan unsur dalam suatu Badan Komunikasi Publik Presiden memiliki jalinan terinternal yang saling melengkapi dan menyempurnakan yang dikerjakan oleh individu-individu yang memang memiliki kompetensi di bidangnya masing-masing.

Demikian pula bidang yang mengurus saluran dan media komunikasi. Bidang ini bertugas mendayagunakan seluruh saluran komunikasi dan media komunikasi yang layak bagi presiden untuk kepentingan publikasi, resonansi, penguatan, dan pemfokusan serta eskalasi pesan komunikasi publik presiden. Individu yang bertugas dalam bidang ini adalah individu yang memiliki kompetensi pada media dan saluran komunikasi, berjejalin dengan media-media yang bereputasi baik nasional maupun internasional.

Agar sistem ini terjaga dan tetap berlangsung, maka Badan Komunikasi Publik Presiden harus dikontrol dan dikendalikan. Sistem dapat berjalan karena di dalamnya terdapat aturan atau regulasi yang mengatur dan mendefinisikan setiap elemen yang ada di dalamnya, bagaimana setiap unsur bekerja, dengan siapa ia berjejalin, *scope* dan target-target yang mesti dipenuhi. Tanpa aturan dan kendali, sistem apa pun tidak akan dapat berfungsi dan beroperasi dengan baik.

Aturan dan ketentuan-ketentuan yang mengendalikan sistem agar tetap terjaga dan bertahan ditentukan oleh kemampuan sistem tersebut dalam memastikan semua bentuk perilaku yang terjadi atau sudah diprediksikan terjadi di dalam keseluruhan mekanisme bekerjanya suatu sistem. Dengan perkataan lain, sebuah sistem akan berjalan dengan baik: a) terdiri dari unsur-unsur yang berperan dan berfungsi dengan tujuan dari sistem tersebut; b) memiliki hubungan internal yang saling menopang; c) memiliki peran dan sifat yang dibutuhkan sistem; d) menempati lingkungan tertentu; e) kemampuan antisipatif dalam memprediksikan derajat ketidakpastian yang terjadi dalam sistem; f) aturan dan kontrol agar sistem tetap terjaga.

Jika memang sistem komunikasi publik presiden diciptakan dan dibedakan dengan sistem komunikasi publik, maka hal yang kurang

lebih sama, mesti dikembangkan terhadap sistem komunikasi publik. Pertama, Dirjen IKP mesti ditempatkan sebagai sistem komunikasi publik, dengan mengacu pada Instruksi Presiden No. 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik.

Menempatkan Dirjen IKP sebagai Sistem Komunikasi publik dengan mengacu pada Instruksi Presiden No. 9 Tahun 2015 tersebut berhadapan dengan sejumlah persoalan krusial, mengingat cakupan unsur dan pola interaksi serta jalinan internal terhadap unsur-unsur tersebut.

Pertama, bagaimana mengintegrasikan unsur-unsur dalam sistem komunikasi publik ini yang terdiri dari 9 unsur. Sedangkan dalam setiap unsurnya pun memiliki jumlah dan bidang yang besar. Misalnya, bagaimana mengintegrasikan fungsi dan peran sistem komunikasi publik ketika Dirjen IKP sebagai koordinator bekerja sama dengan para gubernur dan para bupati/wali kota.

Kedua, jenis pesan komunikasi publik yang mesti dikembangkan. Dilihat dari 9 unsur yang tercantum dalam Instruksi Presiden No. 9 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik, jelas berimplikasi pada jenis pesan komunikasi publik. Misalnya para gubernur dan para bupati/wali kota jelas merupakan para pemangku eksekutif pemerintah daerah, yang dengan demikian, akan berbeda dengan jenis pesan komunikasi publik di setiap kementerian. Berbeda lagi dengan BIN, kepolisian dan Tentara Nasional Indonesia.

Jumlah gubernur itu sendiri tersebar ke dalam 37 provinsi dan lebih dari 300 kabupaten atau kota yang tersebar di seluruh Indonesia. Bagaimana persoalan ini dapat dijadikan sebagai sistem komunikasi publik pemerintah yang efektif dan efisien. Persoalan ini baru dengan para gubernur dan para bupati/wali kota.

Jadi, kalau hal ini dibedakan dan dipilah, di dalam sistem komunikasi publik yang menjadi tata kelola Dirjen IKP itu terdiri dari:

1. Sub Sistem Komunikasi Publik Kepala Daerah (Gubernur, Bupati dan Wali Kota).
2. Sub Sistem Komunikasi Publik Kementerian.
3. Sub Sistem Komunikasi Publik Kepolisian, TNI dan BIN.
4. Sub Sistem Komunikasi Publik Badan dan Lembaga Pemerintah Non Kementerian (BNPT, BNPB, BATAN, BRIN dst).

Ini merupakan pengelompokan berdasarkan unsur-unsur yang disebut dalam Instruksi Presiden No. 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik di mana ke sembilan pimpinan dari 9 unsur itu diinstruksikan presiden untuk menyampaikan data dan informasi secara berkala terkait dengan tugas, pokok, dan fungsinya masing masing ke Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Kementerian Komunikasi dan Informatika RI diinstruksikan presiden untuk menyebarluaskan narasi tunggal dan data pendukung lainnya terkait dengan setiap kebijakan dan program pemerintah. Sampai pada titik ini, instruksi presiden tersebut, jelas mengarahkan pada sebuah sistem yang mengintegrasikan bentuk komunikasi publik dari berbagai kementerian, kepolisian, TNI, BIN, lembaga dan badan non kementerian, para gubernur, bupati dan wali kota ke suatu tata kelola yang dikoordinasikan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam hal ini Dirjen IKP.

Namun pada saat bersamaan, Instruksi Presiden No. 9 Tahun 2015 itu juga memerintahkan kepada kesembilan unsur tersebut untuk juga menyampaikan setiap kebijakan dan program pemerintah secara lintas sektoral dan lintas daerah secara cepat dan tepat melalui saluran-saluran komunikasi yang tersedia.

Pada Kementerian Komunikasi dan Informatika RI sendiri khususnya pada Dirjen IKP yang mengelola komunikasi publik, secara struktur dan tata kelolanya tercermin pada bidang dan direktur yang membidangnya. Bidang-bidang tersebut tampaknya dibuat untuk menggambarkan bahwa tata kelola ini telah mencerminkan Instruksi Presiden No. 9 Tahun 2015 tersebut.

Hanya masalahnya, apakah semua unsur yang disebutkan dalam Instruksi Presiden itu, menyampaikan data dan informasi terkait dengan tugas, pokok, dan fungsinya kepada Kementerian Komunikasi secara berkala? Apakah hal ini dilakukan secara konsisten? Dengan cara apa, data dan informasi disampaikan? Apakah cara penyampaian data dan informasi itu kepada Kementerian Komunikasi dan Informatika RI melalui cara dan prosedur yang sama, atau tidak?

Keterwakilan seperti apa, sehingga struktur dan tata kelola komunikasi publik ini dibentuk dan dintegrasikan ke dalam satu fungsi komunikasi ke dalam narasi tunggal di bawah koordinator Dirjen IKP?

Sementara keterwakilan tadi, apakah juga mencerminkan kompetensi? Apakah berkaitan dengan informasi yang dimiliki dari masing-masing unsur dan tidak mewakili kompetensi komunikasinya atau keduanya?

Pertanyaan-pertanyaan itu berdampak pada cara kerja, kecepatan kerja, produktifitas kerja, dan capaian-capaian kerja. Dari struktur dan posisi semacam itu, tampak jelas bahwa Dirjen IKP tidak merupakan bagian dari Sistem Komunikasi Publik Presiden. Bahkan, dengan struktur dan posisi semacam itu, terkesan terpisah dan tidak mencerminkan adanya hubungan langsung dengan Sistem Komunikasi Publik Presiden.

Dengan demikian, diperlukan suatu sistem yang mengintegrasikan antara komunikasi publik yang mencakup segi kepentingan publik yang luas dalam penyelenggaraan pemerintahan dengan komunikasi publik presiden yang berkaitan dengan agenda-agenda kebijakan dan program pemerintah strategis presiden itu sendiri.

Jadi, jika ke depannya, di dalam penyelenggaraan pemerintahan, ingin meminimalisir kegagalan komunikasi publik dan komunikasi publik presiden, kedua segi ini mesti diintegrasikan ke dalam sistem yang padu. Dalam perspektif komunikasi, komunikasi strategis mesti menjadi bagian dari fungsi manajemen pemerintah dan menjadi fungsi kepemimpinan nasional, yang dalam hal ini adalah Presiden Republik Indonesia.

Sistem Komunikasi Publik Terintegrasi

Untuk merancang Sistem Komunikasi publik yang sekaligus melekat ke dalam sistem kepemimpinan nasional diperlukan analisis dan kajian yang mendalam tentang urgensi dan relevansi komunikasi publik sebagai komunikasi strategis.

Pertama, seperti apa praktik-praktik komunikasi publik selama ini. Apakah komunikasi publik ini dijalankan oleh presiden atau pun komunikasi publik ini dijalankan oleh setiap kementerian, kepolisian, TNI, BIN, badan dan atau lembaga pemerintah non kementerian, para gubernur, bupati dan wali kota.

Kajian terhadap praktik-praktik komunikasi publik semacam itu diperlukan untuk menentukan cakupan dan mekanisme yang dapat dirancang bagi lahirnya sistem komunikasi publik yang kuat

dan terpercaya. Seperti praktik-praktik komunikasi publik yang telah dijalankan atau diproyeksikan dijalankan presiden dan seperti apa komunikasi publik yang dijalankan oleh kementerian, kepolisian, TNI, BIN, lembaga dan badan pemerintah lain non kementerian, para kepala pemerintah provinsi dan daerah.

Kedua, mengkaji kembali posisi Dirjen IKP yang selama ini menjalankan atau yang tertuju, ketika masalah komunikasi publik dipandang tidak berjalan. Kompetensi apa yang ada di sana, bagaimana mekanisme kerja yang ada, kebijakan dan program apa yang mereka miliki, rutinitas apa yang mereka miliki yang tidak adaptif dengan perubahan, bagaimana mereka menjalin kerjasama komunikasi, proyek-proyek komunikasi yang diklaim sebagai langkah dan cara kerja dalam menciptakan atau diklaim sebagai bentuk komunikasi publik.

Kajian ini untuk menentukan langkah dan tahapan berikutnya, yakni apakah perlu tidaknya Dirjen IKP tetap berada di Kementerian Komunikasi dan Informatika, atau menjadi suatu organisasi yang berdiri sendiri, yang berisi dan terdiri dari individu-individu yang memiliki kompetensi dalam bidang komunikasi.

Jika tidak demikian, perubahan-perubahan apa yang perlu dilakukan sebagai sistem agar keluhan-keluhan presiden utamanya, terkait dengan lemahnya komunikasi publik, tidak terjadi pada masa depan. Kajian terhadap struktur dan kedudukan organisasi IKP di Kementerian Komunikasi dan Informatika RI mencakup efektifitas dan cara kerja dari level dirjennya itu sendiri, level tengah pada tingkat direktur dan pada level pelaksana. Hambatan-hambatan kerja dan profesional muncul pada level mana yang menjadikan ketajaman komunikasi publik diklaim tidak baik oleh presiden dan pejabat kementerian yang lain.

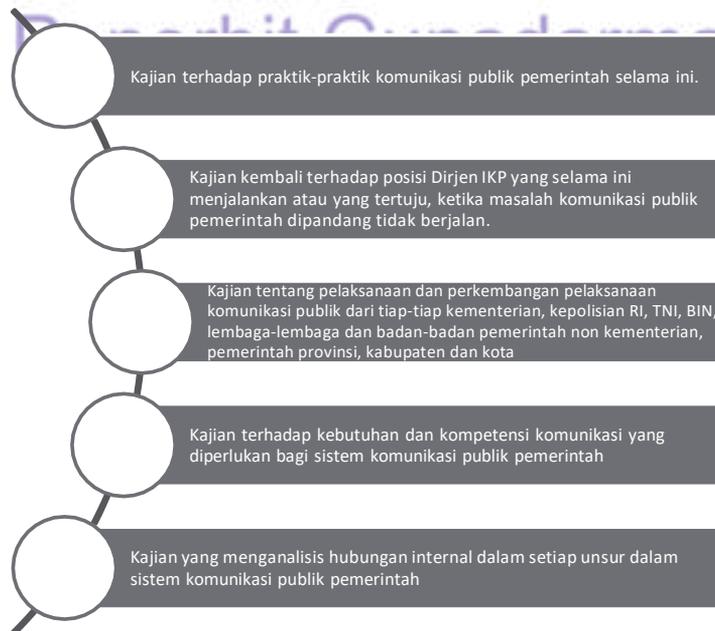
Ketiga, mengkaji pelaksanaan dan perkembangan pelaksanaan komunikasi publik dari tiap-tiap kementerian, kepolisian RI, TNI, BIN, lembaga-lembaga dan badan-badan pemerintah non kementerian, pemerintah provinsi, kabupaten dan kota.

Sangat mungkin, pelaksanaan dan ketercapaian komunikasi publik unsur-unsur ini jauh lebih maju dan terukur dibandingkan apa yang dilakukan oleh Dirjen IKP pada Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Ini sekaligus menjelaskan bahwa ada fungsi yang sedang berjalan dan tumpang tindih dalam komunikasi publik.

Pada satu sisi dijalankan oleh Dirjen IKP seolah-olah sebagai integrator informasi, sedangkan di sisi lain, pelaksanaan komunikasi publik kementerian lain, kepolisian, TNI, BIN, lembaga dan badan pemerintah non kementerian serta pemerintah provinsi dan daerah tetap menjalankan komunikasi publik sesuai dengan tugas, pokok, dan fungsinya di dalam pemerintahan itu.

Keempat, kajian terhadap kebutuhan dan kompetensi komunikasi yang diperlukan bagi sistem komunikasi publik. Segi ini untuk memastikan agar sistem yang dibangun dan dikembangkan dapat beroperasi dan bekerja sebagaimana arah dan tujuan serta capaian yang ingin diraih. Setiap kebutuhan dan kompetensi berkaitan dengan bidang pekerjaan dan jumlah pekerjaan serta personil yang dibutuhkan.

Kelima, kajian yang menganalisis hubungan internal dalam setiap unsur dalam sistem komunikasi publik. Arah dan arus yang berkaitan dengan pekerjaan, tanggung jawab, komunikasi, dan penyelesaian tergantung pada hubungan antar unsur di dalam sistem komunikasi publik tersebut.



Gambar 3.1 Kajian yang Perlu Dilakukan Secara Mendalam Untuk Merancang Sistem Komunikasi publik

Hubungan antar unsur menjelaskan kedalaman dan keterlibatan peran dan fungsi dalam sistem yang beroperasi. Ini memperlihatkan pola-pola interaksi, koordinasi pekerjaan, dan beban tanggung jawab. Kejelasan hubungan ini pada gilirannya memperjelas fungsi dan kekuatan penyelesaian pekerjaan secara terarah dan terencana.

Secara konseptual, kajian-kajian itu dipakai untuk memastikan derajat ketidakpastian yang mungkin terjadi sehingga ada antisipasi yang dikembangkan di dalam sistem sehingga tidak mengganggu jalannya sistem. Semua bentuk ketidakpastian dan penyimpangan perilaku dalam unsur atau setiap unsur diatur dan dikendalikan dengan aturan-aturan dalam sistem.

Dengan aturan dalam sistem, maka ia dapat terjaga dan memiliki kemampuan untuk menyesuaikan dan menentukan keseimbangan baru ketika terjadi perubahan. Dengan aturan dalam sistem, bentuk perilaku dan tindakan profesional memiliki standar dalam melakukan penyelenggaraan komunikasi publik. Oleh karena itu, aturan itu dapat mencakup batasan pekerjaan, arah pekerjaan, tujuan pekerjaan, tuntutan pekerjaan, dan lainnya yang merupakan standar baku bagi penyelenggaraan komunikasi publik.

Sejauh ini, penyelenggaraan komunikasi publik dan sistem kepemimpinan nasional yang dijalankan presiden belum terintegrasi dalam sistem komunikasi publik yang padu dan bersifat strategis. Fakta yang didapatkan adalah adanya ketidakjelasan koordinasi dan prioritas agenda informasi terhadap kebijakan dan program pemerintah.

Sementara posisi Dirjen IKP tidak sepenuhnya mampu mendeterminasikan arah dan tujuan komunikasi publik dengan berjejalin kepada semua kementerian, Kepolisian RI, TNI, badan dan lembaga pemerintah non kementerian termasuk pemerintah provinsi dan kabupaten/kota.

Sistem yang dibuat harus bersifat fleksibel dan adaptatif serta responsif terkait dengan situasi dan dinamika komunikasi publik yang sangat cepat. Di era disruptif dan digital, tantangan komunikasi publik itu sendiri sangat besar dan semakin kompleks.

Sistem ini harusnya bersifat terbuka, membuka ruang pertukaran antara struktur organisasi itu sendiri dengan lingkungan luar organisasi, memiliki kemampuan menyeimbangkan diri terhadap perubahan yang

terjadi, dan kemampuan untuk berkembang menuju sistem yang lebih baik.

Ciri-ciri sistem yang baik adalah sistem yang terbuka. Artinya, ia mampu merespons dan mengambil potensi dari luar dirinya untuk mengembangkan kapasitas dan kapabilitas sistem dalam mencapai tujuan. Sistem yang baik adalah sistem yang mampu beradaptasi dan menyesuaikan keadaan, tanpa kehilangan esensi dari sistemnya sendiri. Sistem yang baik adalah sistem yang memiliki kemampuan untuk menyeimbangkan diri dan mengendalikan sistem agar tetap eksis dan mengambil posisi baru dalam perubahan yang terjadi.

Dengan demikian, sistem ini memiliki fleksibilitas yang tinggi dan bukan merupakan sistem dengan struktur organisasi yang rigid dan kaku yang terpaku pada *groupthink* yang dikembangkan di antara mereka sendiri. Pengetahuannya menjadi terbatas, menjadi sensitif terhadap kritik dan bergerak hanya pada rutinitas yang hanya menguntungkan secara personal atau kelompok terhadap bekerjanya sistem itu sendiri.

Tantangan komunikasi publik ini dihadapkan pada perubahan akses dan penerimaan publik terhadap saluran-saluran dan penggunaan-penggunaan media komunikasi terutama di dalam penggunaan media sosial yang tidak sepenuhnya dapat dikendalikan dan tercermati semua oleh pemerintah.

Tindakan dan penyelenggaraan komunikasi publik sendiri pasti diuji oleh publiknya terkait dengan konsistensi, kelogisan, transparansi, dan akuntabilitas serta empati dan dukungan. Penyelenggaraan ini tidak semata-mata penyampaian pesan terhadap kebijakan dan program pemerintah, tetapi kebijakan dan program pemerintah itu sendiri, yang disampaikan akan teruji pada penilaian-penilaian dan evaluasi-evaluasi publik sehingga dipercaya atau justru sebaliknya.

Keadaan ini menjadi semakin parah dan memprihatinkan jika penyelenggaraan komunikasi publik yang seharusnya murni mencerminkan bentuk tanggung jawab terhadap kepercayaan kekuasaan yang diberikan kepadanya, justru dipakai sebagai ajang bagi kepentingan politik itu sendiri. Oleh karena itu, harus dibedakan antara kepentingan publik dengan kepentingan politik.

Pemerintah berkewajiban memenuhi kepentingan publik melalui pengelolaan sumber daya negara, dan tidak dipakai untuk mempersiapkan diri, kelompok dan partai politik untuk menghadapi kontestasi politik periode berikutnya. Jadi, wajar jika publik menjadi tidak memahami pesan-pesan pemerintah. Apakah pesan itu adalah pesan dari komunikasi publik? Atau pesan itu adalah komunikasi politik yang diorientasikan pada jabatan dan kedudukan. Jika keadaannya demikian, maka sampai kapan pun, kegaduhan komunikasi dan gagalnya pencapaian komunikasi publik akan menjadi peristiwa yang lazim terjadi.

Prinsip Strategik, *Equilibrium* dan *Equifinality*

Sistem komunikasi publik itu mesti mengandung prinsip strategik, *equilibrium*, dan *equifinality*. Prinsip strategik artinya sistem komunikasi publik ini tidak merespons atau menyampaikan pesan dan bentuk komunikasi yang reaktif, remeh, dan bersifat sensasional, melainkan menampilkan bentuk dan cara komunikasi yang solutif, inovatif, dan terencana.

Sistem yang strategik mempertimbangkan hasil, skala, eskalasi, prioritas, dan substansi atas kebijakan dan program pemerintah. Ia tidak disajikan sekedar sebagai respons terhadap isu-isu yang berseliweran yang tidak jelas apalagi bentuk-bentuk komunikasi yang distortif. Justru sistem ini memiliki kekuatan pesan yang menjernihkan, memfokuskan, mengarahkan, dan menarik perhatian publik karena berkaitan dengan persoalan-persoalan publik strategis dan solutif.

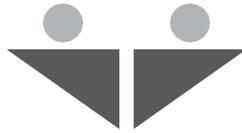
Tantangan komunikasi publik di era digital dan Revolusi Industri 4.0 tidak terletak melimpahnya informasi dan pesan yang beragam, saling berlawanan, menciptakan formasi opini yang berbeda, dan memiliki tingkat penetrasi informasi yang berbeda pula. Lebih dari itu, sistem ini memiliki kepekaan dan kemampuan untuk merespons, mengklarifikasi, menjernihkan, dan memfokuskan pesan-pesan yang ambigu (problema semiotika), permasalahan persuasif (problema retorika), persoalan perbedaan kepentingan (problema politik) dan persoalan etika.

Sistem komunikasi publik dapat memastikan fungsi dan tujuannya dapat dicapai, seperti menginformasikan kebijakan dan program pemerintah, akuntabilitas dan transparansi pemerintahan, membangun kepercayaan, mendapatkan dukungan publik dan adanya partisipasi publik termasuk formasi opini publik yang berpihak kepada pemerintah.

“Prinsip strategik dari komunikasi publik yaitu menampilkan bentuk dan cara komunikasi yang solutif, inovatif, dan terencana”

Di dalam membangun sistem komunikasi publik yang efektif dan efisien, agar sistem ini dapat merupakan sistem yang berhasil secara teknis diperlukan dua syarat. Pertama, pembuat sistem telah mempertimbangkan semua kemungkinan dan segi yang dapat menimbulkan ketidakpastian. Semua komponen yang dapat menimbulkan ketidakpastian harus teridentifikasi dengan teliti dan detail. Derajat ketidakpastian dari situasi yang mungkin terjadi pada sistem mesti diidentifikasi dan diinventarisasi. Sistem yang memiliki kemampuan mendeteksi semua kemungkinan atas ketidakpastian dapat merancang sejumlah antisipasi terhadap berjalannya sistem secara keseluruhan terhadap rancangan sistem ini.

Ketika sistem ini memiliki kemampuan mendeteksi semua kemungkinan yang akan terjadi pada sistem ini, maka syarat kedua adalah kontrol terhadap sistem tersebut. Kontrol ini mengatur dan membatasi bentuk perilaku dan tindakan yang dapat merusak sistem. Mekanisme inilah yang disebut sebagai *cybernetic*. Hubungan antara sistem *cybernetic* dan informatika ini menghasilkan sistem yang mampu memulihkan kondisinya ketika terjadi ketidakseimbangan dan anomali.



• 4 •

INFORMASI PUBLIK DAN MANAJEMEN DATA PUBLIK

Beda Informasi Publik dan Komunikasi Publik

Penting untuk memahami arti dan maksud informasi publik dan komunikasi publik. Informasi publik lebih merupakan data yang dalam bentuknya dapat berbentuk verbal, tabel, deskripsi, angka, gambar, audio, visual, audiovisual, atau apa pun, sebagai akibat atau sebab, adanya kebijakan, program dan kegiatan yang dilakukan oleh semua lembaga pemerintah dan badan-badan pemerintah lainnya atau *non government organization* yang dibiayai oleh anggaran negara dalam melayani kepentingan publik. Inilah yang disebut sebagai informasi publik oleh badan-badan publik.

Bentuk dan aktivitas komunikasi dapat menjadi informasi publik jika hal ini menjadi penting, atau memiliki relevansi bagi publik, memberitahukannya sebagai sesuatu yang baru, berfungsi meredakan ketidakpastian bagi publik, penting untuk diketahui, dan karenanya harus disediakan dan disampaikan, sepanjang hal itu bukan rahasia negara dan atau membahayakan keselamatan negara.

Sedangkan komunikasi publik, tidak hanya terbatas pada bentuk pesan atau data, seperti data verbal, data kuantitatif, deskripsi, rekaman, audio visual dan lainnya, yang ditatakelolakan ke dalam semata-mata dalam pemanfaatan teknologi informatika, melainkan semua bentuk tindakan yang menggambarkan proses penyampaian pesan, penggunaan saluran komunikasi, penyusunan pesan, pemahaman terhadap publik sebagai penerima pesan, aspek *relationship* yang menyertai proses tersebut, makna dan kekuataannya yang terkait dengan efek komunikasi publik, jejaring dan forum-forum komunikasi publik yang tersedia. Dengan demikian komunikasi publik mesti dipahami dengan cara yang lebih luas, lebih besar, lebih kompleks dan lebih substansial terkait dengan penyelenggaraan sistem komunikasi publik dan kepresidenan. Bahkan dalam perwujudannya komunikasi publik dapat dilakukan dalam banyak cara dan bentuk termasuk komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok dan komunikasi tatap langsung.

Keadaan demikian, secara langsung atau tidak langsung merupakan implikasi dalam melihat keberagaman publik atas berbagai kepentingan yang berbeda-beda. Sebagaimana definisinya, publik adalah sekumpulan orang yang diikat atau terikat oleh kepentingan tertentu. Dengan sendirinya, pemerintah sebagai penyelenggara kekuasaan negara akan berhadapan dan melayani kepentingan-kepentingan yang sangat luas dan beragam yang sekaligus mencerminkan keberagaman publik yang dihadapi.

Secara konseptual, informasi diartikan sebagai derajat ketidakpastian. Semakin besar derajat ketidakpastian yang terjadi, maka sebanyak banyak informasi yang diperlukan. Semakin pasti suatu keadaan semakin kecil dan sedikit informasi yang diperlukan. Sedangkan komunikasi sering diartikan sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikasi dengan menggunakan saluran media tertentu yang menimbulkan efek yang diharapkan.

Dengan penjelasan tersebut, informasi publik memiliki kedekatan dengan manajemen data yang diasumsikan bahwa data tersebut diperlukan publik dan digunakan untuk memastikan hal-hal yang membuat publik bingung dan tidak memahami. Artinya, hal ini terkait dengan bagaimana data yang dihasilkan dan dimiliki itu dikelola, disimpan, diarsip, disiarkan, dan dan bisa diakses secara mandiri.

Bila ditilik ke belakang tentang lahirnya Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik yang sering diacu, undang-undang ini memiliki keterkaitan

**KETERBUKAAN INFORMASI PUBLIK
MEMILIKI KETERKAITAN DENGAN
PENYELENGGARAAN GOOD
GOVERNANCE.**

dengan penyelenggaraan pemerintahan yang baik (*good governance*). Oleh karena itu, informasi publik merupakan hak publik untuk tahu dan memperolehnya. Tidak ada alasan pemerintah yang akuntabel untuk menolak dan mempersulit hak setiap warga negara untuk mendapatkan dan mengetahui informasi publik yang dibutuhkan.

Dalam perkembangannya dua konsep tersebut yang yakni informatika dan komunikasi menjadi tumpang tindih. Seolah informasi adalah komunikasi dan sebaliknya, komunikasi adalah informasi. Padahal, kedua konsep itu berbeda satu terhadap yang lain.

Informasi lebih mengacu pada data, berita, pesan, atau entitas pesan tertentu yang memiliki kegunaan dan fungsi untuk mengurangi ketidakpastian. Bila pesan, data, atau entitas berita tetapi tidak dapat mengurangi ketidakpastian maka entitas pesan, berita atau data tersebut tidak dipandang sebagai informasi. Sementara komunikasi mencakup tindakan manusia dalam berinteraksi, melakukan pertukaran makna, saluran komunikasi, pesan, efek dan relasi dalam interaksi tersebut. Fenomena ini berada dalam cakupan konsep komunikasi.

Dengan demikian, informasi publik dan komunikasi publik secara konseptual harus dibedakan, meskipun dalam praktik-praktik penggunaan dan pemanfaatannya, kedua konsep ini saling melengkapi satu terhadap yang lain dalam pengertian dan maksud tujuannya.

Prinsip keterbukaan informasi publik ini juga dimaksudkan untuk menekan atau untuk menghambat terjadinya praktik-praktik korupsi. Sebab, dengan data informasi publik yang diminta sebagai hak publik, yang tidak boleh dihambat atau ditolak, setidaknya dapat digunakan untuk memverifikasikan apa yang dijalankan pejabat pemerintah/publik.

Akses informasi yang terbuka dan hak tahu publik terhadap kebijakan dan program lembaga-lembaga publik dapat menjadi alat kontrol bagi penyelenggaraan pemerintahan yang transparan dan akuntabel. Itulah kenapa, undang-undang itu mengamanatkan terhadap semua badan publik yang menggunakan anggaran negara berkewajiban

menyediakan dan mempublikasikan informasi publik ini. Meskipun cara ini dapat dipandang sebagai komunikasi publik, tetapi kewajiban ini belumlah mencerminkan komunikasi publik dalam arti seluas-luasnya.

Ada yang menilai buruknya manajemen pemerintahan yang diikuti meningkatnya praktik korupsi, kolusi dan nepotisme (KKN), antara lain karena pihak-pihak yang terlibat dalam manajemen pemerintahan tidak menjalankan tuntutan transparansi informasi publik. Artikulasi transparansi informasi publik diperlukan untuk mencegah terjadinya korupsi.

Pada era Reformasi, praktik penyelenggaraan negara yang tidak transparan yang kemudian berdampak pada suburnya prakter KKN, telah menjadi sorotan dan sasaran kritik para aktivis demokrasi. Pada saat itu, banyak pihak mendesak agar birokrasi pemerintah terbuka dalam pengelolaan badan pelayanan publik. Sementara pelayanan publik itu sendiri, informasinya tertutup sehingga tidak diketahui hal detail dan rincinya secara terbuka dan jujur.

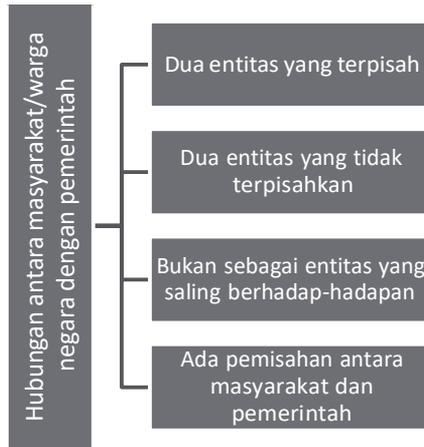
Jangan sampai terjadi, sepertinya kelihatan terbuka, tetapi praktiknya tetap menjadi praktik terselubung. Artinya, antara keterbukaan informasi publik, dengan praktik yang dijalankan tidak atau tetap tidak sinkron. Segi ini dapat menjadikan lembaga atau badan publik yang ada, tidak dipercaya oleh masyarakat luas.

Lebih-lebih, dalam pandangan para birokratis pemerintah, informasi publik sering dipandang sebagai hak eksklusif lembaga atau badan publik pemerintah itu sendiri, sehingga informasi publik itu tidak dapat atau dizinkan untuk diberikan kepada masyarakat.

Padahal pemerintah yang terbuka mempersyaratkan jaminan atas lima hal, yakni: a) hak untuk mengawasi pejabat publik dalam menjalankan jabatannya; b) hak untuk memperoleh informasi publik terkait dengan kebijakan dan program badan/lembaga publik; c) hak untuk terlibat dalam proses pembuatan keputusan kebijakan dan program tentang pelayanan publik; d) hak untuk berekspresi yang merupakan turunan dari *freedom of speech and expression*; e) hak untuk mengajukan keberatan terhadap penolakan atas hak informasi publik.

Dengan penjelasan itu, dalam pemerintahan yang demokratis dan transparan, hubungan antara pemerintah/negara dan masyarakat/publik merupakan keniscayaan. Formulasi dan kualitas hubungan keduanya menentukan bagaimana pemerintah/negara bersikap dan bertindak kepada warga negara, dan sebaliknya, cara-cara pemerintah/negara bertindak kepada warga negara menentukan cara dan pandangan kepada pemerintah. Secara teoretis, hubungan ini dapat dibaca dengan beberapa formulasi:

1. Hubungan antara masyarakat dengan pemerintah sebagai dua entitas yang terpisah. Masyarakat dipandang sebagai entitas inferior, yang dikalahkan, disalahkan, dan dikucilkan. Pandangan ini berpotensi melahirkan negara dan pemerintah yang otoriter.
2. Hubungan antara masyarakat dengan pemerintah sebagai dua entitas yang tidak terpisahkan baik secara rasional atau pun fungsional. Keduanya menggambarkan situasi dan keadaan politik yang telah memasuki dan mencapai tahapan yang demokratis-pemerintahan dari rakyat dan untuk rakyat.
3. Hubungan masyarakat dan pemerintah bukan sebagai entitas yang saling berhadap-hadapan. Di dalam masyarakat selalu terdapat elemen-elemen pro demokrasi, dan sebaliknya di dalamnya terdapat unsur-unsur yang pro totalitarianisme. Unsur-unsur itu ada di dalam masyarakat atau pun di dalam pemerintahan. Artinya di dalam masyarakat dan pemerintah, terdapat elemen-elemen yang dapat bergerak pada pemerintahan demokratis atau sebaliknya bergerak pada pemerintahan yang otoritarian.
4. Ada pemisahan antara masyarakat dan pemerintah. Jadi, di dalam formulasi ini adalah masyarakat politik dan masyarakat ekonomi. Masyarakat sipil dan pemerintah yang berada dalam ranah politik merupakan masyarakat politik, sedangkan mereka yang berada dalam ranah ekonomi disebut sebagai masyarakat ekonomi.



Gambar 4.1 Hubungan Pemerintah dan Warga Negara

Nah, dalam memahami Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik, mesti dipahami dalam konteks itu, yakni relasi antara masyarakat (publik) dan pemerintah/negara. Pemerintah adalah penyelenggara negara, yang ditujukan untuk melayani kepentingan publik.

Untuk mereduksi terjadinya eksklusifitas informasi publik yang diklaim oleh pemerintah, terbukanya transparansi pemerintahan, dan tercapainya *good governance*, keterbukaan informasi publik harus ditata dan dikelola yang menggambarkan adanya transparansi pemerintah kepada publik.

Manajemen Data Informasi Publik

Transparansi ini dicerminkan pada tata kelola informasi publik. Tata kelola ini mencakup: a) ketersediaan informasi publik yang dapat diakses; b) penyajian dan penyimpanan informasi publik secara berkesinambungan; c) ketentuan yang mengatur pemberian atau penolakan informasi publik kepada masyarakat berdasarkan kriteria tertentu dan peraturan perundang-undangan.

Pada titik ini, menjadi sangat wajar, di dalam tata kelola semacam itu diperlukan sistem informasi manajemen terkait dengan informasi publik. Ada tata kelola yang berkaitan dengan penyimpanan data informasi publik, ada penyajian data informasi publik.

Di antara kedua itu, diatur mekanisme dan prosedur lebih lanjut. Misalnya jenis informasi apa yang disimpan dan dapat langsung diakses oleh publik tanpa melalui prosedur permintaan kepada lembaga atau badan publik. Di dalam permintaan data informasi publik diatur lagi melalui ketentuan-ketentuan yang terperinci.

Sedangkan untuk penyajian data informasi publik, diatur misalnya terdapat penyajian yang secara kontinu dilakukan dan dilakukan secara periodik. Dengan perkataan lain, informasi publik ini harus “*di-updating*” sehingga memiliki nilai pesan dan informasi bagi publik. Jadi, tata kelola semacam ini menghubungkan antara pemerintah dan publik serta memastikan apa yang menjadi pelayanan publik dilakukan secara terbuka dan transparan. Tidak ada hal apa pun yang bukan rahasia negara dan terkait langsung dengan kepentingan publik itu sendiri yang ditutup-tutupi.

Untuk memahami tentang Tata Kelola Informasi Publik, patut untuk kembali melihat dan mencermati undang-undangnya itu sendiri, yakni Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Beberapa hal berikut penting untuk dipahami:

1. Pertimbangan dan Urgensi Informasi Publik
 - a. Informasi adalah kebutuhan setiap orang bagi pengembangan kepribadian dan lingkungan serta ketahanan nasional.
 - b. Hak mendapatkan informasi adalah hak asasi manusia yang penting bagi demokrasi.
 - c. Keterbukaan informasi publik adalah sarana untuk mengoptimalkan pengawasan publik terhadap pemerintah dan badan publik.
 - d. Perlunya pengelolaan informasi publik menuju masyarakat informasi.
2. Batasan-Batasan tentang Persoalan Dasar
 - a. Informasi publik adalah informasi (keterangan, pernyataan, gagasan, tanda-tanda, yang bernilai, makna, data, fakta) sebagai bentuk-bentuk komunikasi yang dihasilkan, dimiliki, disimpan, dikelola, dikirim oleh pemerintah atau badan publik.
 - b. Badan publik mencakup lembaga eksekutif, legislatif, yudikatif dan badan lain yang dibiayai oleh anggaran negara. Jadi,

lembaga swadaya masyarakat atau organ organisasi yang berkembang di masyarakat, jika menerima anggaran negara, wajib mengikuti ketentuan undang-undang dalam melakukan tata kelola informasi public.

- c. Komisi Informasi Publik merupakan lembaga mandiri yang menjalankan fungsi Undang-Undang No. 14 Tahun 2008, menyusun petunjuk teknis standar layanan informasi publik dan menangani sengketa informasi publik dengan cara mediasi dan adjudikasi non litigasi.
 - d. PPID (Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi) adalah pejabat yang bertanggung jawab di bidang penyimpanan, pendokumentasian, penyediaan dan atau pelayanan informasi di badan publik yang dibantu oleh pejabat fungsional.
 - e. Batasan-batasan lain yang sifatnya umum antara lain: pengguna informasi publik dapat bersifat perorangan atau badan hukum; pemohon informasi publik; pejabat publik adalah seseorang yang menduduki jabatan publik; sengketa informasi antara pemohon dan badan publik, definisi tentang mediasi dan adjudikasi. Semua batasan-batasan ini memberi gambaran tentang cakupan dan mekanisme pengelolaan informasi publik di badan publik dan bagaimana publik mendapatkannya, serta bagaimana jika publik untuk mendapatkannya mendapat penolakan sehingga menimbulkan sengketa informasi publik.
3. Asas dan Tujuan Tata Kelola Informasi Publik
- a. Setiap informasi publik bersifat terbuka, dapat diakses oleh setiap pengguna informasi publik dengan cara cepat, tepat waktu, biaya ringan, dan cara sederhana.
 - b. Informasi yang dikecualikan bersifat ketat dan terbatas serta bersifat rahasia berdasarkan pada ketentuan peraturan perundang-undangan.
 - c. Menjamin hak warga negara untuk mengetahui rencana kebijakan dan program dari badan publik, mendorong partisipasi dan mewujudkan *good governance* serta menciptakan tata kelola informasi publik sebagai layanan informasi yang berkualitas.

4. Hak dan Kewajiban Pemohon/Pengguna Informasi Publik
 - a. Setiap orang berhak memperoleh informasi publik sesuai dengan perundang-undangan mencakup: melihat dan mengetahui; menghadiri pertemuan publik yang terbuka; mendapatkan salinan informasi publik melalui permohonan yang disertai alasan; dan berhak mengajukan gugatan jika mengalami hambatan dan kegagalan.
 - b. Setiap orang pengguna informasi publik berkewajiban menggunakan informasi publik sesuai dengan perundang-undangan; dan mencantumkan sumber informasi publik dari mana informasi tersebut diperoleh.
5. Hak dan Kewajiban Badan Publik
 - a. Badan publik berhak menolak permohonan informasi publik yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan informasi publik yang dikecualikan.
 - b. Informasi publik yang dikecualikan mencakup: informasi yang membahayakan negara; informasi yang berkaitan dengan perlindungan usaha dari persaingan usaha tidak sehat; informasi yang berkaitan dengan hak-hak pribadi; informasi yang berkaitan dengan rahasia jabatan publik; informasi publik yang belum dikuasai atau belum didokumentasikan.
 - c. Badan publik berkewajiban menyediakan, memberikan dan atau menerbitkan informasi publik yang menjadi naungan kewenangannya secara akurat, benar dan tidak menyesatkan serta berkewajiban membangun sistem informasi efektif dan efisien sehingga mudah diakses dengan memanfaatkan sarana dan prasarana baik elektronik atau non elektronik.
 - d. Badan publik yang memberikan informasi publik kepada pemohon untuk memberi pertimbangan dan catatan terhadap kebijakan yang diambil yang berkaitan dengan ekonomi, politik, sosial, dan pertahanan serta keamanan.
 - e. Badan publik berkewajiban untuk mengumumkan jumlah permintaan informasi yang diterima; waktu yang diperlukan untuk memenuhi setiap permintaan informasi dan jumlah pemberian dan penolakan permintaan informasi serta alasannya.

6. Jenis Informasi Publik: Pengumuman dan Diseminasi
 - a. Informasi publik harus disampaikan secara berkala paling singkat disampaikan 6 (enam) bulan sekali yang mencakup: informasi yang berkaitan dengan badan publik; kegiatan dan kinerja badan publik tersebut; laporan keuangan badan publik dan Kegiatan lain yang terkait.
 - b. Informasi publik harus mengumumkan/disampaikan saat itu juga/serta merta jika mengancam hidup hajat orang banyak dan ketertiban umum. Contohnya adalah informasi tentang potensi kebencanaan, krisis, atau kejadian luar biasa yang memiliki dampak langsung kepada masyarakat.
 - c. Informasi publik yang setiap saat tersedia dari badan publik mencakup: daftar seluruh informasi publik yang dimiliki badan publik; hasil keputusan dan pertimbangannya; seluruh kebijakan dan dokumennya; rencana kerja proyek; perjanjian badan publik dengan pihak ketiga; informasi yang disampaikan pejabat publik secara terbuka untuk umum; prosedur kerja pegawai badan publik dan jenis layanan publik yang diberikan; laporan tentang layanan akses informasi publik.
7. Informasi Publik: BUMN, Partai Politik dan NGO
 - a. Informasi Publik BUMN: profil perusahaan; struktur organisasi perusahaan dan mekanisme penetapan direksi dan komisaris serta tata kelola perusahaan; laporan tahunan; laporan keuangan perusahaan dan CSR; mekanisme pengadaan barang dan jasa; hasil audit dan pemeringkatan perusahaan BUMN.
 - b. Informasi Publik Partai Politik: asas dan tujuan; program umum dan kegiatan; profil partai politik dan struktur organisasi; pengelolaan dan penggunaan dana yang bersumber dari APBN; mekanisme pengambilan keputusan rapat; keputusan partai hasil muktamar, kongres/munas sesuai dengan AD/ART Partai Politik.
 - c. Informasi Publik Organisasi Non Pemerintah: asas dan tujuan; program umum dan kegiatan; profil dan struktur organisasi; pengelolaan dan penggunaan dana yang bersumber dari APBN; mekanisme pengambilan keputusan rapat.

8. Komisi Informasi Publik

- a. Komisi Informasi terdiri dari Komisi Informasi Pusat (KIP) berkedudukan di Ibu Kota Negara dan Komisi Informasi Daerah yang berkedudukan di Ibu Kota Provinsi, dan Komisi Informasi Kabupaten yang berkedudukan di Ibu Kota Kabupaten/Kota.
- b. Anggota Komisi Informasi Pusat terdiri dari 7 orang yang dipimpin seorang Ketua merangkap anggota dan didampingi seorang wakil ketua merangkap anggota. Sedangkan Komisi Informasi Provinsi atau Kabupaten/Kota berjumlah 5 orang yang dipimpin seorang ketua merangkap anggota dan didampingi seorang wakil ketua merangkap anggota.
- c. Tugas Komisi Informasi Pusat atau Komisi Informasi Provinsi adalah menerima, memeriksa dan memutuskan permohonan penyelesaian sengketa informasi publik melalui mediasi dan/ atau adjudikasi non litigasi yang diajukan oleh setiap pemohon informasi publik.
- d. Pertanggungjawaban Komisi Informasi Pusat kepada Presiden dan DPR RI, sedangkan Komisi Informasi Provinsi bertanggung jawab kepada gubernur dan DPRD Provinsi.
- e. Dukungan administrasi, keuangan dan tata kelola Komisi Informasi Pusat dipimpin oleh Sekretaris Komisi yang ditetapkan Menteri Komunikasi dan Informatika RI, sedangkan Sekretariat Komisi Informasi Publik Provinsi dijabat pejabat yang berwenang di bidang komunikasi dan informasi di provinsi atau di kabupaten/kota.
- f. Pengangkatan dan Pemberhentian anggota Komisi Informasi Publik Pusat maupun Provinsi, Kabupaten/Kota. Perekrutan dilakukan oleh Pemerintah dan diajukan kepada DPR RI untuk anggota Komisi Informasi Publik Pusat, sebanyak 21 calon anggota, sedangkan untuk Komisi Informasi Daerah (Provinsi atau Kabupaten/Kota) sedikitnya 10 calon anggota dan sebanyak-banyaknya adalah 15 calon anggota. Keanggotaan Komisi Informasi Publik Pusat ditetapkan oleh presiden, sedangkan Komisi Informati Publik Provinsi ditetapkan oleh gubernur. Masa jabatan mereka adalah 4 tahun dan dapat diangkat kembali untuk 1 (satu) periode berikutnya.

Apa yang dipaparkan di atas bersumber dari Undang-Undang No. 14 Tahun 2008. Apa yang penting dan ingin disampaikan sebagai refleksi di sini adalah bahwa undang-undang ini, bagaimana pun bersentuhan dan berada dalam pembahasan tentang komunikasi publik. Tetapi ini, tidak menggambarkan bentuk dan proses komunikasi publik itu sendiri.

Bila dicermati, undang-undang tersebut lebih menitikberatkan pada tata kelola yang berkaitan dengan data informasi publik. Bagaimana mengelola, menyimpan, memanfaatkan, dan menyajikan kepada publik. Terkait dengan hak publik untuk mengetahui, maka setiap badan publik berkewajiban untuk menyajikan dan mempublikasikan melalui saluran-saluran komunikasi publik yang tersedia.

Dengan saluran-saluran itu, publik dapat mengakses dan memiliki secara langsung. Terkait dengan permintaan tertentu, maka ada prosedur dan tata cara permohonan yang harus dipenuhi.

Selaras dengan semangat semacam itu, yakni pengelolaan informasi publik, penyajian, pengarsipan, dan pengaksesan publik terhadap informasi publik dapat dikembangkan dan ditampilkan ke dalam sistem informasi manajemen yang berbasis internet dan digital.

Revolusi Industri 4.0 dan 5.0 telah mendorong sedemikian rupa terhadap pelayanan, perizinan, pelaporan, pengarsipan, dan pengaksesan terhadap informasi publik secara terbuka dan *online*. Pemikiran dan gagasan demikian turut mendorong keinginan tata kelola pemerintahan pun berbasis pada pemanfaatan teknologi informatika.

Sekali lagi, Komunikasi publik

Pertanyaannya adalah apakah dengan cara itu, komunikasi publik sudah cukup dan memadai? Jawabannya jelas belum. Kenapa demikian? Pertama, komunikasi publik tidak hanya berkaitan dengan pengelolaan dan penyimpanan serta pemberian informasi publik. Komunikasi publik tidak bersifat linear dan hanya bergantung pada penggunaan teknologi informasi.

Kedua, komunikasi publik selain menyediakan informasi publik yang dapat diakses sewaktu-waktu, ia juga memerlukan bentuk-bentuk komunikasi langsung. Karenanya hal ini memerlukan tindakan

komunikasi langsung, maka komunikasi publik mempertimbangkan konteks situasi dan khalayak publik yang dihadapi.

Ketiga, pentingnya memperhatikan proses-proses kelogisan dalam memproduksi pesan. Artinya, komunikasi publik pasti akan selalu dievaluasi, dikritisi, dan dikontrol oleh publik. Oleh karena itu, komunikasi publik tidak mungkin hanya mengandalkan bentuk komunikasi yang mendasarkan pada pelayanan digital saja, sebab publik membutuhkan rasionalisasi dan eksplanasi yang memadai.

Keempat, komunikasi publik membutuhkan kerangka waktu komunikasi yang tepat dan cepat terkait dengan dinamika, perubahan dan respons publik yang berkembang. Artinya, kontekstualisasi terhadap pesan, komunikator, dan

Komunikasi publik tidak semata terkait pengelolaan, penyimpanan serta pemberian informasi publik, tetapi juga mempertimbangkan kontekstualisasi terhadap pesan, komunikator, medium, dan khayalak.

substansi menempati prioritas tinggi dalam komunikasi publik. Jadi, persoalannya bukan semata-mata ketersediaan informasi publik, tetapi interaksi yang merefleksikan komunikasi publik.

Jadi, hal-hal semacam ini tidak dengan sendirinya dapat teratasi melalui dan oleh tata kelola data informasi publik yang berbasis pada manajemen data dan informasi semata yang bertumpu pada pemanfaatan internet, *online*, dan digital.

Bahwa hal-hal semacam itu penting, tidak perlu dipertanyakan lagi. Tetapi, cakupan komunikasi publik tidak sebatas pada sistem informasi manajemen terkait dengan pengolahan, penyimpanan, pengaksesan, dan pemberian informasi publik dari setiap badan publik termasuk badan-badan pemerintah, lembaga-lembaga pemerintah dan kementerian-kementerian RI.

Lagi-lagi, kita dapati ketumpangtindihan tugas, pokok, dan fungsi dari Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Dalam Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 ini, Kementerian Komunikasi dan Informatika RI kembali ditunjuk sebagai pemerintah untuk mengurus Komisi Informasi Publik Pusat, khususnya yang menyangkut kesekretariatan dan

dukungan anggaran. Tetapi bukan yang merumuskan tentang bagaimana tata kelola data informasi publik. Tata kelola data informasi publik setiap badan publik, pada gilirannya diatur oleh ketentuan-ketentuan yang dibuat oleh Komisi Informasi Publik itu sendiri.

Dengan perkataan lain, tata kelola data informasi badan-badan publik diatur dan dituntun oleh petunjuk teknis dan pelaksanaan yang dirumuskan oleh Komisi Informasi Publik Pusat. Kementerian Komunikasi dan Informatika RI memfasilitasi fungsi kesekretariatan, administratif dan keuangan, dan tidak mengurus perumusan pelaksanaan tata kelola informasi publik setiap badan publik yang ada.

Apa artinya, desain komunikasi publik secara nasional semestinya mempertimbangkan apa-apa yang telah dilakukan oleh Komisi Informasi Publik ini pula. Pada saat bersamaan, bagaimana Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik berkoordinasi dengan Komisi Informasi Publik Pusat atau pun yang ada di daerah terkait dengan tata kelola informasi publik mereka.

Pertanyaannya lagi, seperti apa keterjalinan yang sudah terbina dan berlangsung dengan Komisi Informasi Publik Pusat atau pun dengan Komisi Informasi Publik yang ada di daerah baik provinsi atau pun kabupaten/kota. Sementara di setiap kabupaten/kota sendiri, terdapat Dinas Komunikasi dan Informatika yang di dalamnya terdapat bidang IKP (Informasi dan Komunikasi Publik). Seperti apa irisan tugas dan fungsi yang dapat difigurasi antara IKP dan KIP?

Basis tujuan dari tata kelola data informasi publik ini adalah layanan kepada publik. Dalam praktiknya terdapat kesenjangan-kesenjangan yang terjadi. Misalnya, belum tertatanya sistem informasi publik badan-badan publik tersebut yang ingin ditransformasikan ke dalam layanan informasi publik secara digital. Sementara dengan kesadaran publik dalam mendapatkan hak informasi terhadap badan-badan publik yang ada melalui saluran-saluran komunikasi secara digital belum sepenuhnya disadari dan dinikmati oleh publik itu sendiri.

Ada segi lain, berdasarkan Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 ini, yang bersinggungan dengan pelaksanaan komunikasi dan informasi publik, yakni keberadaan PPID yakni Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi. Pertanyaannya adalah siapa yang menjadi Pejabat

Pengelola Informasi dan Dokumentasi untuk setiap Badan Publik Pemerintah?

Siapakah yang menjadi Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi pada tingkat Kementerian, pada Institusi Kepolisian RI, kepolisian daerah, resort dan seterusnya? Demikian pula untuk lembaga-lembaga, badan-badan, pemerintah provinsi, kabupaten dan/atau kota? Pertanyaan semacam ini penting untuk didetailkan agar, keterjalinan dan keterpaduan komunikasi publik secara utuh dapat dirumuskan dan dapat ditentukan kekuatannya.

Kenapa demikian? Pada saat bersamaan, apakah hanya merupakan fungsinya saja atau di dalam struktur kelembagaan tersedia, umumnya terdapat tenaga fungsional yang menjalankan kehumasan. Kehumasan pemerintah ini menjadi hal krusial pula, tetapi di mana, sekali lagi, keterjalinannya dengan PPID itu misalnya.

Apakah kehumasan pemerintah menyatu dengan PPID, sementara secara konseptual dan praktis, kedua posisi ini berbeda, meskipun dapat saling berjejalin. Bagaimana posisi Dinas Komunikasi dan Informatika serta keterjalinannya dengan semua unsur yang masuk dalam kategori komunikasi publik.

Itulah kenapa, paparan yang berisi tentang Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik penting disajikan dalam bab tersendiri. Tata perundang-undangan sendiri mesti diacu. Demikian pula peraturan yang ada di bawahnya yang mengatur dan menentukan fungsi dan jalannya komunikasi publik. Centang perentang pelaksanaan komunikasi publik itu sendiri, tampaknya juga ditentukan oleh ketidakterjalinannya sejumlah posisi dan kedudukan kelembagaan yang menjalankan atau beririsan dengan komunikasi publik.

Ide tentang data atau narasi tunggal, barangkali lahir dari tata kelola informasi secara digital sebagai implikasi pengelolaan informasi publik ini. Namun, ketercapaian data dan narasi tunggal, hanya dapat dicapai, secara teknis, tidak secara kontekstual dan dinamika perubahan yang terjadi. Komunikasi publik mesti mensinergikan kemampuan teknis dan kemampuan manusiawi dalam memahami cara-cara manusia berkomunikasi baik dalam menerima atau pun dalam memproduksi. Ia tidak akan berhasil jika hanya mengandalkan penyajian yang kehilangan konteks dan ekspektasi dari publik itu sendiri.

Kenyataan ini sekaligus menunjukkan bahwa secara kelembagaan, fungsi strategis yang dicakup di dalam komunikasi publik dan keterjalinan sejumlah posisi, ternyata belumlah menjadi sebuah kekuatan yang efektif dalam menjalankan komunikasi publik. Justru, yang terjadi adalah sering terjadi kontradiksi, saling menegasikan, dan melemahkan satu terhadap yang lain.

Peran sektoral dan ego individual karena ketokohan, memperlihatkan adanya perbedaan-perbedaan tidak saja teknis, tetapi juga substansial terhadap apa yang menjadi inti dari kebijakan dan program pemerintah itu sendiri. Belum lagi badan atau lembaga yang lebih dekat dan melekat dengan kepemimpinan presiden, memperlihatkan kewenangan yang lebih besar dalam menampilkan performa komunikasi publik dibandingkan dengan badan, kementerian, atau lembaga negara lain.

Belum lagi termasuk, badan-badan, lembaga-lembaga dan kementerian-kementerian lain. Diakui atau tidak disparitas antara kelembagaan dan badan serta kementerian itu dirasakan ada dan nyata. Barangkali ada pula badan, lembaga, atau kementerian tertentu memiliki *privilege* tertentu dibandingkan yang lain. Oleh karena itu, ia dapat menyelenggarakan bentuk-bentuk komunikasi publik berdasarkan apa yang menjadi bidang dan tugasnya.

Sekali lagi, hal ini perlu kembali dicuatkan agar masalah dan kekuatan komunikasi dalam pemerintahan sebagai komunikasi publik menjadi perhatian utama. Bukan disebabkan pada dasarnya semua orang dapat berkomunikasi, tetapi kebutuhan dan kepentingan komunikasi itu sendiri harus dibangun dan dikembangkan oleh orang-orang yang memiliki pengetahuan, pemahaman, dan keahlian di bidang ini.

Dengan demikian, secara kelembagaan dapat dipikirkan secara matang, model dan sistem kelembagaan komunikasi publik yang seperti apa, yang secara fungsional memiliki kekuatan yang efektif dan efisien yang dapat membantu penyelenggaraan kekuasaan negara yang dilakukan pemerintah.

Di tengah kerumitan dan berkelindannya permasalahan tentang praktik-praktik komunikasi publik ditambah dengan rendahnya penghargaan terhadap kompetensi dalam bidang komunikasi yang bekerja di dalamnya, adalah penting dan relevan menyodorkan gagasan

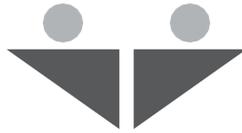
ini menjadi model atau sistem komunikasi publik yang profesional, strategik, inovatif, efektif, dan efisien yang melekat pada kepemimpinan nasional. Usulan ini tidaklah mudah.

Namun demikian, inisiasi ini patut dipertimbangkan dengan mendasarkan pada fungsi-fungsi komunikasi publik yang selama ini sudah ada dan berjalan. Apalagi proyeksi ke depan, tantangan komunikasi publik semakin sulit dan kompleks. Era disrupsi telah menjadi tantangan paling serius bagi praktik-praktik komunikasi publik yang sehat.

Jika tidak demikian, opsi keduanya adalah peninjauan terhadap fungsi-fungsi komunikasi publik yang sudah ada perlu dilakukan yang selanjutnya peninjauan tersebut dapat digunakan dalam memformulasikan peran-peran tersebut berdasarkan pada pelaksanaan dan fungsi-fungsi yang selama ini sudah dijalankan.

Apa yang sudah ada ini dapat dievaluasi dan ditinjau untuk mendapatkan distingsi antara satu peran dengan peran lain dalam bidang komunikasi publik. Pada saat bersamaan, peran-peran tersebut dapat dintegrasikan, diselaraskan, dan disesuaikan dengan bidang tugas dan fungsi masing-masing yang mengerucut pada bentuk komunikasi publik yang menyukseskan kerja presiden.

Penerbit Gunadarma



• 5 •

GOVERNMENT PUBLIC RELATIONS

Konseptualisasi Humas Secara Profesional

Humas singkatan dari hubungan masyarakat. Banyak yang membicarakan Humas melalui istilah *public relations* yang umumnya dikaji dalam kaitannya dengan fungsi manajemen dan kepemimpinan dalam organisasi atau pemerintah. Ia juga sering dihubungkan dengan bentuk dan sifat komunikasi stratejik. Artinya, bentuk dan kegiatan komunikasi yang diorientasikan pada tujuan-tujuan praktis organisasi atau perusahaan.

Secara definitif, *public relations* diartikan sebagai “*a leadership and management function that help achieve organizational objectives, define philosophy and facilitate orgaaization change*” (Lattimore, Baskin, Heiman dan Toth, 2007:4). Dari definisi itu sangat jelas bahwa *public relations* adalah fungsi manajemen dan fungsi kepemimpinan. Dengan perkataan lain, ia tidak dapat dilepaskan dari pencapaian keberhasilan organisasi dan keberhasilan pencapaian dari kepemimpinan.

Public relations officer (PRO) adalah profesi dalam bidang komunikasi, karena keberadaannya berusaha memastikan apakah semua elemen

dalam organisasi telah terhubung dan terkomunikasikan dengan baik, jalinan *relationship* antara internal dan eksternal organisasi, dan fungsi-fungsi kepemimpinan dan manajemen dalam organisasi. PRO adalah profesi bidang komunikasi. Ia memproduksi pesan dan mengelola pesan.

Saat PRO memproduksi pesan, ia menyusun pesan, berbicara di depan publik mewakili organisasi, perusahaan atau pemerintahan. Bahkan barangkali ia mewakili pimpinannya, karena dirasa persoalannya tidak begitu serius cukup ditangani PRO bukan langsung oleh pimpinan.

Saat ia mengelola pesan, seorang PRO perlu menimbang bentuk pesan yang akan disampaikan, menyaring dan mengkaji pesan yang diterima. Ia memikirkan cara merespons dan mengklarifikasi pesan-pesan yang masuk dan ditujukan kepada organisasi, perusahaan atau pemerintah. Semua itu dimaksudkan agar kredibilitas organisasi, perusahaan atau pemerintah tetap terjaga dan reputasinya tetap dapat dipertahankan.

Bagaimana pun, organisasi dalam kedudukannya, apakah sebagai perusahaan, organisasi birokrasi pemerintahan, atau lembaga amal sekalipun, tidak dapat dilepaskan dari jaringan sosial dan hubungan-hubungan manusiawi yang harus ditumbuhkan, diciptakan, dan dirawat.

Kesuksesan organisasi tidak dapat ditentukan oleh kekuatan dirinya sendiri, tetapi juga karena adanya keterjalinan dengan pihak lain. Keberadaan *stakeholder* menjadikan organisasi itu terlihat hidup, dinamis, dan bergerak. Dalam konteks ini, relasi antara pemerintah dan publik merupakan bagian krusial yang harus diupayakan sebagai *partner* yang saling menopang dan mendukung.

Konsep publik di dalam istilah *public relations* itu sendiri, dapat diartikan ke dalam dua cakupan. Pertama, publik mencakup sekumpulan orang yang luas yang diikat oleh kepentingan yang sama. Karena itu, publik dapat dijelaskan berdasarkan pada kategori tertentu, seperti publik pengguna listrik, publik pengguna jalan, publik pengguna pupuk, publik pengguna BPJS, publik pengguna bahan bakar minyak (BBM) dan seterusnya. Dari segi ini, kepentingan publik dapat dimaksudkan sebagai publik yang diikat oleh kepentingan dan perhatian yang sama.

Kedua, cakupan publik dalam konteks *public relations* yang dapat berarti semua pihak yang memiliki relasi dengan organisasi. Pada umumnya konsep publik dalam istilah *public relations* biasanya mencakup

media, karyawan, pemerintah, para pemimpin komunitas, analisis keuangan dan lainnya. Pendek kata semua yang memiliki keterjalinan dengan organisasi atau perusahaan dapat dimasukkan ke dalam kategori sebagai publik.

Kelompok masyarakat yang diikat atau terikat oleh kepentingan tertentu yang berjejalin dengan organisasi atau perusahaan ini sering bersuara (*voices*) terhadap isu-isu kepentingan, kebijakan dan program. Suara-suara inilah yang kemudian seringkali disebut sebagai opini publik. Opini publik perwujudannya bermacam-macam yang secara kategoris dibedakan opini publik yang cenderung positif bagi organisasi dan opini publik yang negatif bagi organisasi.

Bagi para praktisi public relations, suara-suara mereka sebagai opini publik ini sangat penting, untuk mendapatkan input, proyeksi wajah organisasi, dan *existing organization* sehingga *public relations* yang menjalankan fungsi organisasi dan manajemen sekaligus menjalankan fungsi kepemimpinan organisasi dapat merencanakan, mengantisipasi, merespons dan menindaklanjuti atau tidak menindaklanjuti opini yang berkembang tentang organisasi.

Seorang PRO adalah seorang profesional yang bekerja berdasarkan pada kompetensi yang semestinya dimiliki. Kompetensi-kompetensi ini antara lain kemampuan menulis, medesain, memproduski materi bagi semua media *public relations*, serta memiliki kemampuan dalam berbicara dan kepemimpinan kelompok termasuk kemampuan dalam merencanakan dan merancang *event* bagi kegiatan komunikasi *public relations* serta memiliki kemampuan dalam menggunakan dan mengenali kekuatan media komunikasi publik.

Kedudukan *public relations* sering pula dikacaukan dengan istilah-istilah lain. Sebagai contoh, *public relations* dengan *marketing*, *public relations* dengan *advertising*, *public relations* dengan *public affairs* dan lainnya. Satu sisi, istilah-istilah itu dapat dibedakan satu terhadap yang lain, namun di sisi lain, sangat mungkin, ada persinggungan-persinggungan di antara semua itu, yang menjelaskan bagaimana organisasi menjalankan dan mencapai tujuan organisasi.

Asal usul studi *public relations* sendiri disukai atau tidak, berasal dari praktik-praktik pemasaran, organisasi dan manajemen. Jadi, wajar bila antara ketiga hal tersebut sering berjejalin dan berbagi konsep dan

pemikiran satu terhadap yang lain. Bahkan Philip Kotler yang fenomenal itu pun menempatkannya pula sebagai bagian dari *promotional mix*.

Dalam memanfaatkan media-apalagi kemudian, diletakkan sebagai media bagi *public relations*, pemanfaatan semacam ini, dapat ditinjau dari tujuan kunci penggunaannya. Apakah penggunaan media untuk tujuan kunci membangun kesadaran (*building awareness*), merespons ketertarikan (*response to interest*), melakukan pertukaran informasi (*exchange of information*), mempromosikan atau menginformasikan detail terhadap sesuatu (*provide detailed information*), memotivasi pengunjung, meneguhkan terhadap sikap-sikap dan mendapatkan komitmen.

Pada umumnya untuk memaksimalkan fungsi dan kekuatan media, PRO memiliki kecenderungan untuk menggunakan secara integratif (*media mix*) sebab tak satu pun media yang mampu menjangkau dan mengatasi karakteristik publik sebagai khalayak.

Secara akademik, tujuan-tujuan semacam itu dibedakan ke dalam tiga kelompok besar, yakni (1) kognitif yakni pada level informasi dan pengetahuan; (2) afektif yakni kecenderungan diri dan predisposisi dalam melakukan tindakan, dan (3) *behavioral*, yakni aksi atau tindakan yang diharapkan dari orang lain.

Pada level kognitif, barangkali tujuannya sebatas mengenalkan, mensosialisasikan, dan membangun kesadaran. Penyampaian pesan dan penggunaan media untuk tujuan kognitif lebih berkisar pada menambah konfigurasi sistem kognitif. Sedangkan untuk afektif lebih meletakkan predisposisi yakni kecenderungan-kecenderungan terhadap tindakan. Adapun tujuan *behavioral* memang dimaksudkan mendorong untuk berpartisipasi atau aksi nyata.

Jika mengacu pada Public Relations Society of America (PRSA), tugas *public relations* meliputi sejumlah aktivitas di mana di setiap aktivitas itu membutuhkan kompetensi dan keahlian tertentu. Secara detail sejumlah aktivitas itu adalah sebagai berikut.

1. Pembuatan Program

Kegiatan ini menunjukkan kemampuan seorang PRO dalam menganalisis permasalahan dan peluang-peluang yang ada, mendefinisikan sasaran dan tujuan, menentukan publik, merekomendasikan dan melakukan perencanaan. Pada umumnya

setiap program yang dibuat oleh seorang PRO berdasarkan pada prinsip MBO (*Management by Objectives*) yakni berorientasi pada hasil yang diinginkan oleh manajemen.

2. Penulisan dan Pengeditan

Cakupan dan luasnya *stakeholder* yang dituju, menjadikan kemampuan menulis dan melakukan pengeditan sebagai tugas yang mesti diemban oleh PRO. Tulisan dan bahan cetak untuk publikasi sangat diperlukan. Bahkan termasuk di dalamnya kemampuan dalam penulisan skrip film. Kemampuan menulis dan mengedit bukan merupakan kemampuan yang diperoleh begitu saja. Penulisan yang memiliki kekuatan, kemampuan dalam menilai tulisan secara etis dan kemampuan menuliskan gagasan secara menarik tidak dapat dilakukan oleh sembarang orang yang sebelumnya tidak terlatih. Termasuk di dalamnya adalah pengeditan. Gaya penulisan dan peruntukan untuk media atau saluran media yang berbeda seringkali membutuhkan gaya penulisan tertentu. Apalagi pada era digital, kemampuan menulis dan melakukan pengeditan memberi cakupan yang lebih luas lagi, karena konten-konten dalam penulisan media digital dapat dipadukan antara grafis, teks, animasi dan video.

3. *Relationship*

Kemampuan dalam memulai, menciptakan dan menjaga *relationship* dengan para *stakeholder*. Hambatan-hambatan komunikasi dan perbedaan latar belakang dari para *stakeholder* menjadi perhatian PRO untuk terus digali dan diketahui sehingga keterjalinan (kerja sama, kemitraan, pendukung, koordinasi, kesepakatan) perlu dirawat dengan memahami perbedaan-perbedaan yang dihadapi. Kemampuan membangun *relationship* ditopang oleh pengalaman yang luas dari beragam latar belakang, budaya, profesi dan kepentingan. Ini bukan hanya semata-mata persoalan pendekatan, tetapi juga kemampuan menghargai, menghormati dan beradaptasi terhadap situasi yang berbeda-beda. Kontrol dan kepekaan dalam membangun dan menciptakan relasi menjadi bagian krusial bagi seorang PRO.

4. Berbagi Informasi

Berbagi informasi terhadap sejumlah saluran media dan *stakeholder* dilakukan PRO untuk mengetahui perkembangan dan capaian-

capaian yang dilakukan organisasi. Berbagi informasi dapat mencakup kegiatan rutin, seremoni, ritual, dan prestasi-prestasi yang telah diraih. Cara untuk memperkenalkan dan menjalin kesinambungan dengan publik adalah dengan berbagi informasi. Dalam organisasi ada banyak hal yang dapat diceritakan. Seperti yang dikatakan Pacanowsky dan Cliffort Geertz bahwa cerita-cerita dalam organisasi bisa merupakan *organizational stories*, *personal stories* atau *collegial stories*. Bagaimana PRO mempunyai kemampuan untuk membangun narasi, sudut pandang, alur cerita dan segi penting dari cerita tersebut.

5. Produksi Konten dan Program Publikasi

Komunikasi dapat dilakukan ke dalam beberapa cara seperti bentuk-bentuk publikasi yang beragam dan berbeda-beda dengan cara yang menarik. Karena itu seorang PRO semestinya memiliki cakupan Keterampilan dalam mengemas publikasi yang beragam, laporan-laporan khusus, film dan program yang bersifat *multiplatform*. Apalagi dengan keberadaan media *multiplatform* sendiri seperti *Instagram*, *TikTok*, *Facebook*, *Youtube*, *Website*, portal, televisi, *flyer*, dan sebagainya. Keterampilan dasar dan *advance* seperti fotografi, tipografi, design grafis, dan kepekaan terhadap seni bukan hanya kadang-kadang diperlukan, tetapi nuansa semacam itu selalu diperlukan.

6. Perancangan Event-Event Khusus

Event-event semacam ini patut untuk diperhatikan bagi PRO seperti konferensi dan pemberitaan (*news conferences*), pameran (*exhibitions*), konvensi (*convention*), selebrasi (*celebrations*), kontes (*contest*), acara yang bersifat *awarding*, *touring*, dan pertemuan khusus. Ketercakapan PR semestinya diperlihatkan pada kemampuan dalam merancang, mengelola, dan menyelenggarakan event-event khusus semacam itu. Event-event itu sendiri difungsikan dengan berbagai target dan pencapaian tujuan organisasi. Kegiatan secara simultan biasanya digunakan untuk mendapatkan efek dan dampak yang lebih luas dan cakupan yang lebih besar.

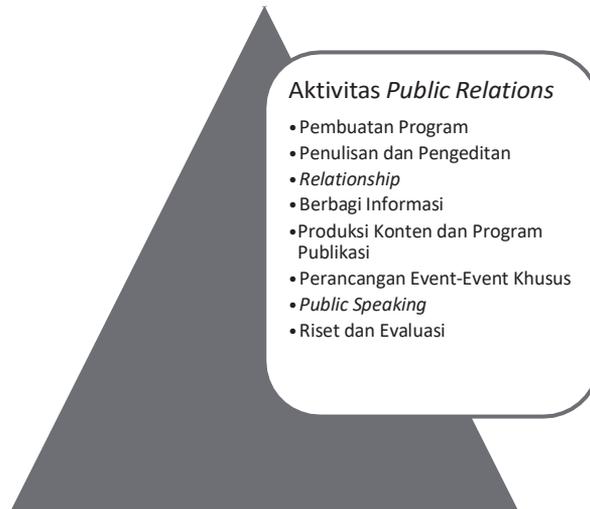
7. *Public Speaking*

Seorang PRO dalam kehidupan profesionalnya erat kaitannya dengan berinteraksi secara langsung dengan publik. Dalam bentuk

komunikasi secara langsung itu, kemampuan berbicara di depan publik sangat diperlukan. Bentuknya dapat menyampaikan pidato, mewakili organisasi dalam kedudukannya sebagai spokes person, dalam rapat, negosiasi, atau menjawab pertanyaan dalam konferensi pers serta memberi respons tertentu terhadap isu dan kepentingan organisasi. Kemampuan semacam ini pun mesti ditopang lima prinsip (*Five Canons Rhetoric*), yakni kemampuan mengali dan menemukan ide, kemampuan dalam merancang dan mendesain pesan, cara dan gaya penyampaian, dan menekankan pada hasil.

8. Riset dan Evaluasi

Berpikir akademis meski bukan sebagai akademisi, setidaknya menjadi bagian krusial yang diacu PRSA. Seorang PRO dituntut berpikir sistematis, rasional, dan analitis. Pemahaman bahwa dalam bekerja dengan data dan bukti empiris sangat diperlukan dalam proses perencanaan, pengembangan dan pelaksanaan kebijakan dan program *public relations*. Karena itu, riset dan evaluasi digunakan untuk memastikan proses-proses yang dijalankan telah sesuai dengan kaidah-kaidah dalam penelitian. Mungkin intuisi penting, tetapi yang lebih penting dari hal tersebut adalah dasar pertimbangan rasional. Sedangkan dasar semacam ini disediakan dalam langkah-langkah dalam penelitian.



Gambar 5.1 Aktivitas *Public Relations*

Kompetensi dan kualifikasi semacam itu merupakan kualifikasi yang dipersyaratkan. Bahkan semestinya hal semacam ini pun mengalami pergeseran dan perkembangan. Tuntutan menjadi seorang GPR Milenial tentu berbeda dengan praktik-praktik *public relations* cara lama. Revolusi Industri 4.0 telah menggeser paradigma dan cara kerja termasuk posisi dan kedudukan *public relations*.

Ide tentang GPR Milenial ini patut dikampanyekan seiring dengan perubahan perilaku komunikasi dan bermedia yang terjadi. GPR Milenial adalah PRO yang melek dan terampil dengan pengelolaan media yang bersifat *multiplatform*. Satu tindakan komunikasi, tetapi mengalir dan berdampak pada semua bentuk media yang *multiplatform*.

Jadi, jabatan fungsional seorang pelaksana tugas Kehumasan pemerintah mesti dan beroperasi pada pemanfaatan secara maksimal, strategik, inovatif, efektif, dan efisien. Jika tidak, maka kehumasan pemerintah akan selalu dipandang remeh dan tidak responsif.

Pemikiran tentang *Government Public Relations*

Pemikiran dan praktik PR dalam pemerintahan, menjadi hal penting mengingat ada hubungan nyata dan terus menerus yang terjadi antara pemerintah dengan publik. Karena itu, pemikiran yang memberi perhatian pada fungsi komunikasi yang dijalankan oleh pemerintahan dengan publik sering mengacu pada pemikiran tentang GPR (*Government Public Relations*).

Secara terminologi GPR sering disandingkan dengan Humas Pemerintah. Selama ini, citra humas pemerintah, sering dipandang normatif dan defensif, sehingga dinilai sebagai lambat dan tidak responsif. Tindakan-tindakannya sering dilakukan dengan mengatasnamakan peraturan dan regulasi.

Pandangan dan citra semacam ini ada dan tidak adanya pantas untuk direnungkan dan menjadi tantangan bagi Humas Pemerintah secara keseluruhan. Apalagi di era Revolusi Industri 4.0 yang dinamika dan tuntutan semakin tinggi. Jika perubahan ini diikuti, maka peran dan fungsi humas pemerintah semakin tertinggal.

Pemerintahan itu sendiri, apalagi dalam sistem politik demokratis, mempersyaratkan adanya hubungan yang akuntabel dan transparan

antara pemerintah dan publik. Sebagai pejabat pemerintah yang mendapatkan gaji dari negara yang bersumber dari pajak rakyat, tidak dianjurkan untuk mengatakan “*no comment*” terhadap persoalan-persoalan yang berkaitan dengan kepentingan publik. Tuntutan akuntabilitas dan transparansi pemerintahan menjadi syarat utama untuk dikatakan pemerintahan itu sebagai pemerintahan yang demokratis.

Posisi GPR dalam administrasi publik dan pemerintahan tentu secara distingtif berbeda dalam sasaran dan tujuan. Pemerintah bukan merupakan organisasi komersial, yang menjalankan organisasinya, untuk mendapatkan keuntungan dan keuntungan itu dibagikan kepada para pemegang saham perusahaan. Pemerintah adalah organisasi politik yang mendapatkan kewenangan kekuasaan sebagai mandat rakyat untuk menyalenggarakan kekuasaan negara. Fokus pemerintah sebagai penyelenggara kekuasaan negara adalah mewujudkan cita-cita negara yang bermuara pada keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia.

Implikasinya, kebijakan dan program pemerintah, bersifat terbuka bagi rakyat. Informasi tentang kebijakan dan program dapat diakses, diketahui, diterima, dikuasai, dan bersamaan dengan itu, terbuka untuk dipertanyakan, dikritik, dan diawasi, sehingga akuntabilitas dan transparansi penyelenggaraan negara terjamin.

Informasi menjadi sumber daya penting dalam pemerintahan. Melalui saluran-saluran informasi, dijalankanlah fungsi penghubung antara pemerintah dan publik, atau antara pemerintah dan *stakeholder*. Urgensi dan relevansi inilah, menjadi bagian krusial dari fungsi, peran, dan kedudukan GPR.

Tadi sudah dikatakan bahwa komunikasi dengan warga negara adalah persyaratan bagi pemerintahan yang demokratis. Kewajiban komunikasi pemerintah ini mencakup sektor dan relasi yang luas. Pemerintah berkewajiban untuk menjawab keingintahuan publik serta tidak berusaha menghindari atau pun menutup tutupi. Untuk tujuan itu, GPR adalah bentuk komunikasi yang integral dengan administrasi publik dan pemerintahan.

Menurut Mordecai Lee (2022) ada delapan mandat dari administrasi pemerintahan dan publik yang dijalankan GPR dalam sistem politik yang demokratis. Kedelapan mandat yang mesti dijalankan GPR itu adalah:

1. Fungsi menjalankan relasi dengan media

Untuk diketahui bahwa para pimpinan birokratis pemerintah adalah pegawai pemerintah yang digaji oleh negara. Sedangkan sumber utama gaji tersebut dari pajak rakyat dan sumber daya alam negara. Posisi mereka harus transparan terhadap publik. Manifestasi akuntabilitas mereka adalah berkewajiban untuk menjawab dan merespons pertanyaan media dan pertanyaan publik. Pada poin ini, respons yang berisi pengabaian atau *no comment*, bukanlah perilaku yang memadai terhadap cara-cara GPR melakukan fungsinya terhadap media atau keingintahuan media yang juga menggambarkan keingintahuan publik. Kenapa sampai sedemikian ini? Sebab dalam sistem politik yang demokratis, media adalah instrumen demokrasi. Jadi, administrasi pemerintahan dan publik harus menjalin kerja sama dengan media.

2. Pelaporan publik

Sebagai organisasi birokrasi pemerintah yang menjalankan sektor-sektor kepentingan publik, maka dengan sendirinya, kebijakan dan program pemerintah yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat, berlangsung dan terus menerus dilakukan. Dari semua kebijakan dan program itu ada yang sudah dilaksanakan secara sukses dan paripurna, ada kebijakan dan program yang sedang berjalan dan masih memerlukan evaluasi, serta ada pula kebijakan dan program yang masih direncanakan. Umumnya semua kebijakan dan program itu berpijak pada penggunaan anggaran negara. Karena demikian itu, maka setiap penyelenggaraan administrasi pemerintahan dan negara, GPR berkewajiban untuk memberi pelaporan terhadap publik. *Mandatory* ini berkaitan dengan tugas, pokok dan fungsi PPID yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Dalam ketentuan Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik disebutkan bahwa Badan Publik berkewajiban untuk melaporkan kepada publik.

3. Respons terhadap publik sebagai warga negara

Tuntutan dan suara publik bermacam-macam tergantung pada isu permasalahan yang menjadi perhatian dan kepentingan publik. Pengguna kendaraan bermotor bersuara dan menuntut kejelasan tentang kenaikan BBM. Pengguna listrik berdemonstrasi terhadap

kenaikan tarif dasar listrik (TDL). Petani bersuara tentang hilangnya subsidi pupuk dan seterusnya. GPR memiliki mandat untuk memberi respons terhadap publik sebagai warga negara. Dalam arti, setiap warga negara memiliki hak-hak dan kewajiban-kewajiban sebagai warga negara. GPR tidak dapat mengabaikan suara-suara semacam itu apalagi mengabaikannya. Bahkan terhadap suara-suara semacam itu, GPR mesti mendengarkan ke dalam tingkatan level dan arah yang berbeda. Terhadap kritik sekalipun, GPR mesti mendengarnya dan merespons nya dengan cara yang tepat dan terbuka.

4. Berperan dalam meningkatkan pelayanan publik

GPR memahami bahwa kebijakan dan program pemerintah bertujuan dan berorientasi pada peningkatan hidup dan pelayanan publik. Mengomunikasikan dengan baik, tepat, cepat dan profesional kepada publik terhadap apa yang menjadi tujuan dan sasaran setiap kebijakan dan program pemerintah berarti telah menjalankan mandat GPR dalam sistem pemerintahan yang demokratis. Langkah ini sekaligus menunjukkan cara-cara GPR mengampanyekan dan mempromosikan kebijakan dan program pemerintah. Langkah ini juga dimaksudkan agar ada kesadaran bersama antara pemerintah dan publik terhadap langkah-langkah yang dikerjakan pemerintah dalam menyelenggarakan kekuasaan negara.

5. Mengkampanyekan pendidikan bagi publik

Penyelenggaraan sistem pendidikan nasional dan pelayanannya merupakan bagian krusial bagi penyelenggaraan kekuasaan negara. Dalam konteks di Indonesia, masalah ini telah menjadi bagian krusial dari cita-cita negara, yakni mencerdaskan kehidupan bangsa. Pelayanan pendidikan sebagai sistem nasional dengan sendirinya, mencakup hajat hidup rakyat Indonesia. Karena itu, bagaimana pemerintah dalam mengelola dan menyelenggarakan sistem pendidikan nasional dan pelayanannya mesti dikomunikasikan kepada publik. GPR menjalankan fungsi informasi terhadap penyelenggaraan, sistem dan mekanisme serta tujuan-tujuan yang ingin dicapai terhadap penyelenggaraan ini dihadapkan pada tantangan dan perkembangan teknologi yang ada. Banyak persoalan penyelenggaraan pendidikan ini dalam relasi antara pemerintah

dengan publik, misalnya sistem penerimaan siswa dan mahasiswa, pembiayaan, kriteria kualitas lulusan, dan tantangan lain yang dihadapi.

6. Mendapatkan kepatuhan publik

Cara dan isi pesan komunikasi yang berasal dari pemerintah memang secara sadar diantaranya digunakan untuk mendapatkan kepatuhan publik. Manifestasi ini dapat bersifat gradasi misalnya dari persepsi publik yang baik terhadap pemerintah, simpati terhadap langkah-langkah yang telah dilakukan pemerintah, mendapat dukungan nyata dari pemerintah, dan terhadap kebijakan dan program pemerintah mendapat kepatuhan. Seorang GPR sudah selayaknya memiliki kefokusannya dalam persoalan ini. Fungsi-fungsi komunikasi kehumasan pemerintah mesti menjangkau hal-hal semacam ini.

7. Menjadikan publik sebagai perpanjangan pemerintah

Sedapat mungkin jika hal ini dapat direalisasikan, maka terhadap persoalan yang menentang, yang kurang paham dan tidak menyadari arti penting kebijakan dan program pemerintah, publiklah yang akan tampil untuk mewakili pandangan dan tujuan pemerintah. Seorang GPR yang sukses adalah GPR yang mampu membangun para pendukung dan sekaligus perpanjangan dari kepentingan dan suara pemerintah. Perpanjangan semacam ini bukan didasarkan pada transaksional yang bersifat material, tetapi oleh kesadaran sosial yang terbentuk melalui kekuatan komunikasi yang dijalankan oleh GPR. Ia bukan merupakan *buzzers* yang dibayar dan hanya untuk mengalihkan perhatian, tetapi adalah publik yang memiliki kesadaran sosial kritis yang mendukung kebijakan-kebijakan dan program-program.

Badan Koordinasi Humas Pemerintah

Humas pemerintah sudah pasti ditentukan oleh sejumlah kondisi dan keadaan yang menjadi corak kebijakan dan program pemerintah. Hal menarik bila asal muasal mengenai humas pemerintah dapat dirunut. Seperti apakah sejarah berdiri dan perjalanan humas pemerintah? Jika praktik-praktik komunikasi publik juga dapat dirunut, maka akan menjadi lebih menarik, jika keberadaan humas pemerintah dapat

dirunut. Literatur-literatur yang merujuk mengenai asal muasal humas pemerintah pun tampaknya masih terbatas.

Dengan mendapatkan gambaran tentang asal muasal dan sejarah humas pemerintah, baik secara kelembagaan dan tugas serta pokok fungsinya pun mengalami dapat dirunut dan diketahui proses transformasi dan perubahan. Ini sebuah keadaan yang wajar, mengingat, Indonesia sebagai negara dan bangsa pun, mengalami fase perkembangan dan pertumbuhan seiring dengan semakin matangnya cara-cara bernegara dan berpemerintahan. Pasti pula humas pemerintah mengalami tumbuh dan kembang yang menarik untuk diikuti.

Jika mengacu pada sumber literatur Jejak Humas Pemerintah (2011) yang diterbitkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, diterangkan bahwa nama kelembagaan dan posisi humas pemerintah tidak dilepaskan dari corak pemerintahan yang sedang berlangsung. Misalnya, pada masa Pemerintahan Orde Lama, peran dan fungsi Humas lebih didedikasikan sebagai Penerangan Rakyat.

Praktik kehumasan ini terlihat pada arti penting dan perlunya hubungan dengan rakyat yang difungsikan sebagai alat penerangan dan propaganda tentang pentingnya nasionalisme, arti pentingnya bernegara, pentingnya perjuangan-perjuangan dalam rangka mempertahankan kemerdekaan dan mengisi kemerdekaan serta sebagai alat untuk menyampaikan manifesto politik Soekarno. Oleh karena itu, secara kelembagaan pun, lembaga ini diberi nama Lembaga Penerangan dan Propaganda.

Misalnya, berdasarkan SK Menteri Penerangan RI No. 14/SK/SD/1959, di dalamnya disebutkan adanya Biro Hubungan Pers dan Masyarakat. Ada dua tugas utama Biro Hubungan Pers dan Masyarakat ini. Pertama, melakukan penerangan yang dilakukan tenaga penerangan di depan umum dan beragitasi. Kedua, menyampaikan informasi yang berkaitan dengan hajat pemerintah berkaitan dengan kebijakan dan program pemerintah.

Berdasarkan pada Peraturan Presiden No. 4 tahun 1964, diatur tugas Wakil Perdana Menteri Bidang 5 yakni tentang Penerangan dan Propaganda kepada Masyarakat. Dalam peraturan tersebut dijelaskan bahwa tugasnya tidak hanya membidangi hubungan antara pemerintah dengan rakyat, tetapi juga mengatur urusan protokoler presiden.

Bahkan ini mencakup mendampingi dan mengatur agenda dan acara presiden termasuk peliput atau pewarta yang diajak dalam agenda kegiatan presiden. Terkait dengan hal itu, Perdana Menteri Juanda sebelumnya telah menginstruksikan agar setiap instansi pemerintah untuk membentuk divisi humas.

Berbeda, dengan pemerintahan Orde Baru, lembaga penerangan dan propaganda yang lebih menekankan pada kampanye tentang manifesto politik Soekarno, maka pada Orde Baru, lembaga penerangan kemudian menjadi kementerian penerangan, yang mensosialisasikan dan mengkampanyekan tentang pembangunan dan trilogi pembangunan nasional.

Di era pemerintahan Orde Baru, yakni pada tahun 1971, dibentuk Badan Koordinasi Humas (Bakohumas) Pemerintah. Selang satu tahun kemudian, berdirilah Perhumas (Perhimpunan Humas) yakni pada tanggal 15 Desember 1972. Berdirinya lembaga kehumasan ini, dengan sendirinya, menjadikan humas sebagai profesi semakin menarik perhatian. Perhumas ini sendiri merupakan organisasi profesi yang berada di luar jalur pemerintahan. Meskipun keberadaannya sering menjalin kerjasama dengan kehumasan pemerintah atau yang terkait.

Pembentukan Bakohumas Pemerintah dimaksudkan agar tercipta sistem komunikasi kehumasan pemerintah yang padu dan efektif. Bahkan berdasarkan Instruksi Menteri Penerangan pada tanggal 17 Maret 1976, Bakohumas agar dibentuk pada tingkat provinsi, daerah istimewa dan daerah khusus ibu kota. Pada saat itu, Departemen Penerangan juga membentuk Pusat Informasi Nasional.

Pada era ini, mulai dikenalkan dengan juru bicara pemerintah. Juru bicara pemerintah ini secara spesifik menyampaikan pesan-pesan pembangunan sebagai penciri dan sekaligus pembeda dengan muatan pesan pada rezim Orde Lama yang bermuatan indoktrinasi ideologi dan politik. Ada tema utama yang sering disampaikan dalam pesan-pesan pemerintah melalui juru bicara pemerintah dan humas-humas pemerintah, yakni tentang Trilogi Pembangunan dan keinginan untuk melaksanakan Pancasila secara murni dan konsekuen.

Dalam struktur pemerintahan yang relatif lebih strategis, dapat dilihat dari lahirnya, Keputusan Menteri Penerangan Boediharjo, bernomor: 12/KEP/MENPEN/1970 tertanggal 17 Februari 1970.

Keputusan ini melahirkan Direktorat Jenderal Penerangan Umum di dalam Departemen Penerangan kala itu.

Direktorat Jenderal Penerangan Umum ini membawahi Direktur Hubungan Masyarakat. Muncullah ide untuk membentuk sistem komunikasi kehumasan yang lebih terpadu dalam rangka menunjang fungsi komunikasi pembangunan. Gagasan ini kemudian mendorong terbitnya Surat Keputusan Menteri Penerangan Nomor 31/KEP/MENPEN/1971 tertanggal 13 Maret 1971 yang merupakan dasar dibentuknya struktur dan tugas Bakohumas Pemerintah.

Pada tahun 1999 tepatnya pada bulan Oktober, Bakohumas Pemerintah mengalami babak baru. Semula, ia berada di bawah kewenangan Departemen Penerangan, beralih kepada pemerintah daerah. Hal ini disebabkan pada tahun tersebut, Presiden Abdurrahman Wahid membubarkan Departemen Penerangan.

Namun ketika Presiden Abdurrahman Wahid “dilengserkan” dan digantikan oleh Presiden Megawati Soekarnoputri, Departemen Penerangan ini dihidupkan kembali dengan nama Departemen Komunikasi dan Informatika RI. Sedangkan keberadaan Bakohumas pun kemudian diperbaharui.

Ada dua Keputusan Menteri Komunikasi dan Informasi yang memperkuat kedudukan Bakohumas Pemerintah ini. Pertama, Keputusan Menteri Negara Komunikasi dan Informatika RI No. 03A/SK/MENNEG/2002 tentang Bakohumas Pemerintah. Sedangkan yang kedua, adalah Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika RI Nomor.100/KEP/M.KOMINFO/11/2005 tentang Bakohumas Pemerintah.

Melalui SK tersebut keduanya menguatkan fungsi dan tugas Bakohumas, yakni pelancaran arus informasi sesuai dengan posisinya sebagai non struktural yang berada dalam ranah koordinasi dan kerja sama antarlembaga dalam kehumasan pemerintah.

Secara historis, lahirnya Bakohumas, selain karena implikasi dan konsekuensi formal dari Keputusan Menteri Penerangan saat itu, sebenarnya, mencuat karena adanya pertimbangan tentang kebijakan dan strategi komunikasi yang efektif.

Secara kelembagaan, humas pemerintah itu perlu dikoordinasikan dalam sebuah lembaga resmi dengan kedudukan hukum yang kuat. Oleh

karena itu, kelahiran Bakohumas, diawali adanya musyawarah antar humas departemen atau lembaga pemerintah yang menyepakati perlu sebuah badan kerja yang bertugas mengkoordinasikan, mengintegrasikan dan mensinkronkan humas pemerintah secara keseluruhan. Badan ini semula disebut sebagai Badan Koordinasi (Bakor) yang kemudian disahkan sebagai Bakohumas Pemerintah.

Secara organisasi, Bakohumas berkedudukan di Departemen Penerangan dan berada di tingkat Pusat Ibu Kota Jakarta. Keanggotaan Bakohumas terdiri humas departemen (kementerian) dan lembaga pemerintah non departemen (kementerian). Ada tiga tugas yang diemban Bakohumas: a) membantu menteri penerangan dalam menetapkan pembinaan hubungan yang lancar dan harmonis antara masyarakat dan pemerintah; b) mengadakan koordinasi, integrasi, sinkronisasi dan kerjasama antara humas departemen (kementerian) dan lembaga negara; c) merencanakan dan melaksanakan kegiatan-kegiatan sesuai dengan kebijakan pemerintah.

Seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi, khususnya teknologi komunikasi dan informasi, praktik-praktik komunikasi pemerintah pun mengalami perkembangan. Misalnya, kontrol dan kendali pemerintah terhadap media komunikasi massa dan pers secara umum pada rezim Orde Baru sangat efektif dapat dilakukan untuk mengeskalasikan kebijakan-kebijakan dan program-program pemerintah yang berkaitan dengan pembangunan. Semua saluran komunikasi termasuk saluran-saluran komunikasi rakyat antara lain pertunjukkan rakyat termasuk dikontrol oleh pemerintah.

Namun sejak adanya konvergensi teknologi antara teknologi telekomunikasi dan teknologi komputer, perilaku komunikasi masyarakat mengalami perubahan drastis dan kontrol komunikasi pemerintah tidak lagi dapat dilakukan, apalagi hanya mengendalikan saluran-saluran komunikasi massa yang bersifat konvensional.

Berbeda dengan media-media yang dilahirkan dari konvergensi tersebut, muncullah saluran-saluran komunikasi yang bersifat interaktif, *one to many, many to many communication* yang sangat beragam di mana publik memiliki relatif otonomi dalam memproduksi dan menerima pesan sesuai dengan kepentingan dan kebutuhan sendiri.

Keberadaan humas pemerintah ini telah lama menempati posisi dan fungsi penting dalam setiap lembaga pemerintahan. Hampir dipastikan, apakah hanya menjalankan fungsinya atau bahkan secara struktural dibentuk, humas pemerintah telah lama berjalan. Bahkan sebagai organisasi dan kelembagaan, Bakohumas Pemerintah, ini usianya telah mencapai lebih dari 50 tahun.

Jika menilik jalan cerita sejarah dan asal muasal berdiri dan tumbuh kembangnya humas pemerintah, keberadaannya sejalan dan seiring dengan lahirnya Departemen Penerangan RI yang kemudian menjelma menjadi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Oleh karena itu, pantaslah kiranya jika Bakohumas Pemerintah diasuh dan dikelola oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.

Pada satu sisi, hal semacam itu, menyatukan fungsi komunikasi pemerintah yang selama ini ada, sedangkan di sisi lain, keberadaan itu menimbulkan adanya tumpang tindih dalam menentukan batas-batas mana yang merupakan tupoksi humas pemerintah dan mana yang merupakan komunikasi publik.

Ketidakjelasan dapat berdampak pada jenis pekerjaan, yakni apa sesungguhnya yang akan dilakoni para pegawai pemerintah yang menanganinya? Apakah, misalnya secara tupoksi dapat dibedakan, tetapi dalam praktiknya, muncul ketidakjelasan dan arah serta pencapaian. Sebab tolak ukur keberhasilannya sama-sama tolak ukur keberhasilan komunikasi. Refleksi dan peninjauan semacam ini patut dilakukan dengan mempertimbangkan secara serius bahwa persoalan komunikasi menjadi penentu bagi keberhasilan organisasi.

Persilangan dengan Komunikasi Publik

GPR atau apa pun dalam kaitannya dengan Bakohumas Pemerintah menjalankan fungsi komunikasi pemerintahan pula. Inilah perlunya meninjau kembali pekerjaan-pekerjaan inti dari masing-masing badan atau lembaga yang mengurus komunikasi pemerintah. Secara tipikal humas pemerintah memiliki struktur kepengurusan dan menginduk pada kementerian, badan, atau kelembagaan tertentu tertentu. Dengan demikian, secara aktual, fungsi-fungsi komunikasi pemerintah dapat dikatakan sangat kokoh dan menjalar ke dalam struktur ke pemerintahan

hingga ke pemerintahan daerah. Masalahnya adalah pada bagaimana semua sumber daya komunikasi yang ada itu diorkestrasikan ke dalam suatu kekuatan yang komprehensif dan integratif, bagaimana komitmen pada fungsi-fungsi komunikasi pemerintah itu sendiri, koordinasi antara lembaga dan badan pemerintahan, dan fokus apa yang dikerjakan. Jawaban normatifnya pasti menunjuk pada Bakohumas tadi.

Banyak organisasi besar pada tingkat pemerintahan, hanyalah namanya, tetapi asas manfaat dari organisasi besar itu tidak atau kurang dirasakan bagi publik. Banyak yang terjebak pada rutinitas, jabatan, dan sering dimanfaatkan secara politis. Parahnya lagi, digerakkan berdasarkan pada anggaran yang klise dan konvensional, yang kehilangan daya juangnya untuk asas manfaat seluas-luasnya.

Kritik ini terasa tidak menyenangkan, tetapi diperlukan untuk melakukan peninjauan terhadap sejumlah persilangan dan irisan dari berbagai posisi dan kedudukan yang semuanya sama-sama mengurus persoalan dan bidang komunikasi pemerintah atau komunikasi publik.

Organisasi yang besar juga biasanya memiliki kepercayaan diri yang tinggi, dan karenanya, batas-batasnya menjadi kaku, tidak dapat dipenetrasi dan sesuatunya harus dijalankan berdasarkan pada regulasi dan norma yang ada. Tetapi jika semua organisasi besar dalam bidang komunikasi pemerintah dan publik dipusatkan pada satu kementerian misalnya, dapat membawa akibat pada kegagalan dalam memfokuskan cara dan pesan komunikasi pemerintah dan publik seperti apa yang mau dinarasikan dan caranya seperti apa. Komunikasi publik tidak berpusat pada seremoni pemerintahan yang besar saja, tetapi lokasi komunikasi publik itu dapat dan mungkin terjadi di mana saja.

Ada banyak persoalan dan kepentingan yang sangat besar dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Praktik-praktik pemerintahan itu sendiri merupakan aktivitas yang selalu menarik perhatian dan menyertakan hajat hidup orang banyak. Kebijakan, perencanaan, dan program senantiasa menjadi perhatian dan pusat penilaian. Pemetaan terhadap persilangan dan irisan ini jelas memiliki urgensi dan relevansi bagi penataan dan pengelolaan komunikasi publik.

Persilangan keorganisasian dalam sistem komunikasi publik ini bisa dibaca antara lain sebagai berikut.

1. Adanya Direktorat Jenderal Informatika dan Komunikasi Publik dalam Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Sebagaimana telah dijelaskan Direktorat Jenderal Informatika dan Komunikasi Publik mengurus penyelenggaraan komunikasi publik. Berdasarkan Instruksi Presiden No. 9 Tahun 2019, Kementerian Komunikasi dan Informatika memiliki posisi dan kedudukan sebagai koordinator dalam penyelenggaraan komunikasi publik.
2. Adanya Badan Koordinasi Humas Pemerintah yang dipusatkan pada Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Bakohumas ini mengkoordinasikan aktivitas kehumasan pemerintah. Di sini perlu dijelaskan batasan kehumasan pemerintah seperti apa dan bagaimana keterkaitannya dengan IKP Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.
3. Adanya petugas PPID yang ada di setiap lembaga pemerintah dan badan publik yang menjalankan pelayanan informasi publik. Persoalan ini menyangkut tata kelola dan manajemen data informasi publik.
4. Posisi KSP yang melekat pada kepemimpinan Presiden RI dan juga menjalankan fungsi komunikasi publik. Pada kesempatan tertentu dan strategis juga menjalankan fungsi komunikasi publik khususnya menyangkut fungsi komunikasi kepresidenan.
5. Adanya badan kehumasan di setiap lembaga dan badan pemerintah. Badan-badan kehumasan di setiap badan, kelembagaan dan kementerian yang juga menjalankan fungsi dan aktivitas kehumasan berdasarkan bidang tugas dan pekerjaan masing-masing.

Sungguh dalam persilangan yang semacam itu, tingkat kesulitannya adalah mengorkestrasikan dalam sistem komunikasi publik nasional. Selain tentu saja, patut dibedakan pula dengan sistem komunikasi kepresidenan itu sendiri. Agar kekuatan komunikasi menjadi penentu, maka pengabaian terhadap hal ini, akan tetap membawa carut marut komunikasi bagi pemerintah itu sendiri.

Kerangka Kerja Komunikasi Publik

Pada tahun 2020 lalu, telah diterbitkan dokumen atau lebih tepatnya naskah akademik, yang digawangi oleh Prof. Gati Gayatri yang berisi tentang Sistem Komunikasi Publik Nasional tahun 2020-2045. Judul lengkap dokumen itu adalah *Grand Design Sistem Komunikasi Publik Nasional 2020-2045*.

Naskah akademik ini disusun setahun atau dua tahun sebelum kedatangan saya sebagai Dirjen IKP. Saya hanya meneruskan pekerjaan itu dalam posisi sebagai pengarah. Dan alhamdulillah pekerjaan ini dapat diselesaikan dan dapat diterbitkan pada tahun 2020.

Sepanjang yang saya ketahui, sampai terwujudnya naskah akademik atau dokumen yang merupakan kerangka acuan bagi penyelenggaraan komunikasi publik nasional, disusun melalui proses-proses penggalan dan teknik pengumpulan yang panjang dan bervariasi. Oleh karena itu, karya ini patut diapresiasi, sebab naskah ini disusun mendasarkan pada proses akademik dan ilmiah seperti wawancara, konsultasi dengan ahli dan *Focus Group Discussion* (FGD) baik dengan internal atau pun eksternal.

Saya pribadi dan secara kedinasan, mengucapkan selamat terhadap kerja keras tim yang telah mewujudkan naskah ini pada hari-hari awal saya menjabat sebagai Dirjen IKP di Kementerian Komunikasi dan Informatika RI yang sebenarnya hanya melanjutkan program kerja Bapak Dirjen IKP sebelumnya.

Apa poin penting dari Kerangka Acuan Kerja Komunikasi Publik Nasional semacam ini? Di dalamnya ada semangat dan keinginan untuk mengorkestrasikan penyelenggaraan komunikasi publik ke dalam satu ritme dan narasi, yang dalam inventarisasi permasalahan dalam komunikasi publik, adalah masalah yang paling rumit, pelik, dan dilematis.

Namun bagaimana pun, dokumen ini memberi *guidance* bagi lembaga pemerintah, badan pemerintah, dan kementerian dalam menyelenggarakan komunikasi publik tersebut. *Guidance* itu mencakup beberapa segi penting, yakni visi dan misi Komunikasi Publik Nasional yang menjelaskan pada arah dan sasaran yang dituju dalam setiap penyelenggaraan komunikasi publik nasional; prinsip-prinsip komunikasi publik nasional, dan ukuran keberhasilan komunikasi publik nasional.

Jika dicermati, naskah ini dipengaruhi atau memiliki nuansa dan rasa pemerintahan kontemporer. Maksudnya, penyusunannya diarahkan atau dikaitkan dengan visi pemerintah (baca: Pemerintahan Joko Widodo) yang diproyeksikan dari tahun 2015-2085, dan tidak menetapkan saja tujuan nasional sebagai tercantum dalam Pembukaan UUD 1945 sebagai visi Penyelenggaraan Komunikasi Publik Nasional.

Bagaimana pun penyelenggaraan Komunikasi Publik Nasional dengan sendirinya dan pasti tentang bagaimana cita-cita nasional yakni melindungi segenap tumpah darah dan bangsa Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa dan ikut serta dan andil dalam upaya menciptakan perdamaian dunia yang adil dan beradab.

Sedangkan operasionalisasi dari visi yang merupakan cita-cita nasional itu, tergantung pada titik penekanan setiap pemerintahan yang berkuasa dan yang sedang memerintah. Misalnya titik penekanan kebijakan dan program pemerintah, dari waktu ke waktu mengalami pasang surut dari segi bidang dan perhatian yang ingin dibangun dan dimajukan. Visi dan misi pemerintahan dari waktu ke waktu tidak sama persis. Tetapi setiap pemerintahan mengacu pada tujuan dan cita-cita nasional. Visi dan misi pemerintah itu merupakan pengejawantahan terhadap cita-cita dan tujuan nasional.

Jadi, ketika di dalam naskah ini ditegaskan visi *Grand Design Komunikasi Publik Nasional* adalah “visi pemerintah saat ini,” yakni dari tahun 2020-2085, maka masalahnya adalah masa pemerintahan suatu rezim berdasarkan ketentuan konstitusi negara, hanya dapat dipilih sekali lagi dalam masa jabatan. Dengan demikian, dalam rentang itu, yakni tahun 2020-2085, telah berganti rezim pemerintahan yang berbeda-beda.

Tentu saja sebagai dokumen atau naskah akademik, hal ini tetap memiliki jejak pemikiran dan gagasan, yang dapat diacu. Tetapi, apakah hal ini akan digunakan atau tidak oleh rezim pemerintahan berikutnya masih belum diketahui kepastiannya. Dengan perkataan lain, dokumen ini bagi rezim pemerintahan berikutnya, siapa pun itu, dapat saja hanya menjadi referensi dan bacaan komparatif saja dalam cara pemerintahan dalam menyelenggarakan komunikasi publik nasional.

Janganakan memikirkan apakah Kerangka Acuan Kerja Komunikasi Publik Nasional hingga sampai tahun 2045, untuk mensinkronkan

antarlembaga, badan, dan kementerian hingga saat ini masih mengalami kendala dan kesulitan baik teknis atau substansi. Bahkan, apakah naskah atau dokumen ini telah tersosialisasi atau terdistribusi ke instansi dan lembaga pemerintah pun belum dapat dipastikan benar. Jika misalnya naskah atau dokumen ini telah tersosialisasi dan terdistribusikan, apakah dipahami atau tidak, ditempatkan sebagai sesuatu yang penting atau tidak, dan ada itikad baik atau tidak untuk menjalankannya.

Tentu, di dalam setiap visi dan misi pemerintah selalu terdapat irisan yang menunjukkan adanya keterjalinan atau kontinuitas antara pemerintah satu terhadap pemerintah berikutnya. Dalam setiap kebijakan pembangunan bangsa, selalu ada prinsip konsistensi dan kontinuitas. Pembangunan harus konsisten mengacu pada cita-cita nasional, sedangkan kontinuitas mengandung selalu ada perbaikan, pembaharuan dan hal-hal baru yang belum dikerjakan sebelumnya agar cita-cita nasional terwujud.

Kondisi demikian, berimplikasi pada nasib naskah atau dokumen seperti itu. Pertanyaannya adalah bagaimana nasib naskah tersebut? Naskah yang disusun dengan jerih payah dan usaha yang luar biasa dan dibiayai dengan anggaran negara yang tidak sedikit, jika tidak dihiraukan dan hanya berhenti sebagai naskah akademik yang ditumpuk di antara naskah-naskah dokumen atau diletakkan rak buku, pastilah membuat kita prihatin.

Dalam hal lain, yang dapat kita cermati dari *Grand Design Sistem Komunikasi Publik Nasional Tahun 2020-2085* adalah mengenai prinsip-prinsip Komunikasi Publik Nasional. Disebutkan di dalamnya, prinsip-prinsip Komunikasi Publik Nasional itu mencakup: keterbukaan, partisipasi, inklusif, aktif dan proaktif, koordinasi dan koherensi, dan bertanggung jawab.

Disebutkan di dalam dokumen/naskah tersebut, analisis situasi diperlukan untuk memahami keadaan aktual dan proyektif dalam rangka melakukan penyelenggaraan Komunikasi Publik Nasional. Situasi nasional, regional, dan global secara pasti mempengaruhi suasana sosial, ekonomi, politik dan keamanan. Semua pada gilirannya menentukan cara bagaimana penyelenggaraan Komunikasi Publik Nasional dilakukan.

Dalam dokumen/naskah tersebut, tidak kita dapatkan perincian dan detail dari proses-proses komunikasi itu sendiri. Meskipun secara definitif

dijelaskan bahwa proses komunikasi mencakup elemen komunikator, pesan, saluran komunikasi, khalayak publik, *relationship*, efek pesan, dan *feedback* misalnya, namun sebagai naskah, ia tidak memerinci persoalan-persoalan semacam ini. Naskah ini hanya desain yang memberi perhatian pada konten dan tujuan, tetapi tidak membicarakan persoalan-persoalan komunikasi dapat gagal dari masalah komunikator yang tidak kredibel, pesan yang tidak konsisten dan tidak jelas, penggunaan media komunikasi yang tidak terencana, atau pemahaman terhadap emosi khalayak publik tidak terjangkau.

Dengan perkataan lain, naskah ini tidak membicarakan tentang cara komunikasi efektif dalam penyelenggaraan Komunikasi Publik

Nasional, namun hanya menyajikan garis besar tentang muatan dan tujuan dari Komunikasi Publik Nasional itu. Padahal, setiap esensi kegiatan komunikasi itu terletak pada efektifitasnya. Kegagalan komunikasi dinilai karena komunikasi itu tidak efektif.

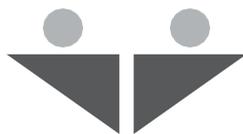
Dengan demikian, membicarakan, membahas, dan mempertimbangkan secara teknis tentang proses, prosedur, dan taktik komunikasi efektif itu menjadi bagian dari upaya mendapatkan keberhasilan dalam penyelenggaraan komunikasi publik. Bagian ini tidak dapat diabaikan pula.

Secara konseptual, cukup banyak dan tersedia, pemikiran dan teori yang menjelaskan tentang komunikasi efektif. Dalam pendekatan retorika misalnya, keberhasilan komunikasi efektif sangat ditentukan oleh kualifikasi yang mesti dipenuhi dari segi *ethos* (komunikator), *logos* (pesan)

dan *pathos* (emosi dan psikologi khalayak). Dalam desain komunikasi publik, memberi perhatian terhadap persoalan ini sangat penting. Jangan sampai perhatian itu hanya pada tuntutan formalitas sekedar menghabiskan anggaran tetapi jauh dari substansi, lebih terjebak pada rutinitas dan jauh dari strategi, dan senang pada pencitraan tetapi jauh dari fungsi yang tepat dan bermanfaat.

“Esensi kegiatan komunikasi terletak pada efektifitasnya”

“Desain komunikasi publik harus memberi perhatian terhadap elemen komunikasi yang harus dipenuhi seperti segi ethos, logos, dan pathos”



• 6 •

MEMAHAMI PERILAKU PUBLIK BERKOMUNIKASI DI ERA DIGITAL

Media Use dan Media Habit Penerbit Cunadarma

Dua istilah tersebut, sering menjadi acuan bagi para pemasar, organisasi, perusahaan atau pun pemerintah. Kenapa menjadi acuan? Kepentingannya adalah dipakai untuk mensinkronkan antara penggunaan media dan sasaran khalayak *audience*/publik atau konsumen dalam cara-cara mereka mendapatkan informasi, berita dan hiburan dan bagaimana mereka memperlihatkan kebiasaan dalam menggunakan media tersebut.

Sebagai ilustrasi, misalnya 87 persen penduduk Jakarta yang berusia 17-35 tahun memiliki keberagaman penggunaan media komunikasi terdiri dari Tik Tok, Instagram, Facebook, Twitter, Netflix, dan Youtube. Dari komposisi itu, sekitar 64 persennya adalah pengguna Youtube.

Data semacam itu jelas mendeskripsikan tentang penggunaan media (*media use*) dan menjelaskan struktur penggunaan media yang dipakai oleh penduduk Jakarta yang berusia 17-35 tahun. Kegunaan data semacam ini adalah bagaimana organisasi atau pemerintah melakukan perencanaan penyelenggaraan komunikasi khususnya bagi penyelenggaraan komunikasi publik. Dengan data itu, pemerintah dapat memfokuskan

pada penggunaan media Youtube dalam menyelenggarakan komunikasi publiknya, karena konsentrasi penduduk Jakarta yang berusia 17-35 tahun menggunakan Youtube.

Demikian pula jika ada data yang memperlihatkan penduduk Jakarta yang berusia 26-40 tahun memperlihatkan 85 persen menggunakan Facebook, dibandingkan dengan media sosial lain, maka perencana penyelenggaraan komunikasi publik dapat mengarahkan dan memfokuskan pada penggunaan Facebook.

Selanjutnya, penduduk Jakarta yang berusia 41-60 tahun menunjukkan 90 persen menggunakan televisi dalam mendapatkan informasi, berita, dan hiburan. Dengan data itu, pemerintah dapat memfokuskan pada penggunaan televisi dalam penyelenggaraan komunikasi publik. Sampai pada tahap ini, perlu ditelesuri kembali yakni stasiun televisi mana yang paling diminati oleh penduduk Jakarta yang berusia 41-60 tahun tersebut dan program acara apa yang paling diminati.

Dengan demikian, dalam penyelenggaraan komunikasi publik untuk wilayah Jakarta, pemanfaatan media dapat difokuskan pada Youtube, televisi, dan Facebook. Setidaknya, kebijakan dan program komunikasi publik diarahkan dan ditujukan pada ketiga media tersebut. Sedangkan media-media lain dipakai sebagai penopang. Strategi ini dapat dilakukan hanya dengan memahami struktur "*media use*" masyarakat. Strategi ini juga dimaksudkan agar penggunaan dan sasaran komunikasi publik tepat sasaran, efektif, dan efisien.

Ulasan itu hanya mencoba mengilustrasikan pentingnya memahami "*media use*" masyarakat. Kenapa ilustrasi semacam itu penting? Sebab, penggunaan media bagi penyelenggaraan komunikasi publik memperlihatkan penggunaan media yang bermacam-macam, seperti media yang dikelola dan dimiliki pemerintah itu sendiri, media swasta dan komersial, media komunitas, dan lainnya. Pendek kata, penggunaan media yang dikelola dan dimiliki oleh beberapa pihak itu patut dikaji dan dipahami. Misalnya apakah masyarakat menjadikan media pemerintah dijadikan referensi dalam mendapatkan informasi, berita, dan hiburan?

Bagaimana faktanya terhadap pertanyaan semacam itu. Jika kenyataannya, masyarakat tidak merujuk dan tidak menjadikannya sebagai referensi dan rujukan dalam mendapatkan informasi, berita dan

hiburan, maka penyelenggaraan komunikasi publik tidak berhasil dan salah sasaran jika menggunakan media publik pemerintah. Oleh karena itu, pemerintah perlu mengusahakan agar masyarakat menjadikan media publik pemerintah menjadi bagian dari cara mereka dalam mendapatkan informasi, berita, dan hiburan.

Perlu dicari tahu pula kenapa masyarakat tidak atau belum menjadikan media publik pemerintah sebagai rujukan mereka dalam mendapatkan informasi, berita, dan hiburan. Ini dilakukan agar dilakukan langkah-langkah perbaikan dan perubahan agar menarik dan dirujuk masyarakat.

Tidak cukup hanya berhenti di sana, penggunaan media (*media use*), masih belum memadai, jika tidak memahami kebiasaan seseorang dalam menggunakan media. Setiap individu memiliki kebiasaan dalam menggunakan media. Pola-pola individu dalam menggunakan media dapat diagregasikan secara kolektif sebagai kecenderungan umum yang terjadi.

Agregasi ini berguna untuk memastikan lebih mendalam dan terarah, penyelenggaraan komunikasi publik tepat dan langsung keterpa pada sasaran yang ingin dituju. Sebagai ilustrasi, pola-pola penggunaan media sebagai kebiasaan itu dapat dilihat dari beberapa hal.

Misalnya, seseorang yang melihat televisi dapat dilihat kebiasaannya dari program acara apa yang dilihat, berapa lama ia melihat, pada jam-jam berapa ia melihat televisi dan di mana biasanya ia melihat televisi, seperti di rumah, di kantor, atau di jalan dalam berkendara.

Ketepatan dalam memahami dan mengidentifikasi penggunaan media publik dan kebiasaannya dalam menggunakan media, serta jenis konten apa yang diakses, berita apa yang dikonsumsi dan jenis hiburan yang seperti apa yang dicari, akan memudahkan bagi penyelenggara komunikasi publik untuk mengemas

Untuk mencapai efektivitas, penyelenggara komunikasi publik harus mampu memilih dengan tepat saluran media. Untuk memilih saluran media dengan tepat, penyelenggara komunikasi publik dapat mempertimbangkan sisi media use dan media habit dari target audience.

konten yang tepat, pemberitaan yang mencerahkan, informasi yang dibutuhkan, dan hiburan yang menghibur. Dengan cara ini, penyelenggaraan komunikasi publik dapat disesuaikan sedemikian rupa dan keberhasilannya dapat diperkirakan.

Keberhasilan penyelenggaraan komunikasi publik juga ditentukan tingkat terpaan, intensitas, dan alokasi waktu yang digunakan dalam memanfaatkan media-media publik pemerintah. Jadi, penyelenggaraan komunikasi publik yang rutin, dan mengabaikan masalah “*media use*” dan “*media habit*” memiliki peluang untuk ditinggalkan dan tidak menjadi referensi bagi publik.

Perubahan Perilaku Publik dalam Bermedia

Tidak mudah mengelola komunikasi publik di era disrupsi yang serba digital dan berdimensi arah yang sangat beragam. Bisa kita bayangkan, apa jadinya, ketika seorang menteri yang menggunakan media sosial, men-“*tweet*” sesuatu, tidak jelas apakah itu menggambarkan sikap-sikap personal atau sebagai pejabat pemerintah, lantas menimbulkan kontroversi. Tidak perlu menunggu keesokan harinya, sesaat kemudian, “*tweet*” tersebut telah menyeret pro dan kontra, munculnya meme, tik tok dan saling sahut menyahut, yang tidak karuan arahnya.

Pernyataan-pernyataan publik dari pejabat pemerintah dan bahkan Presiden itu sendiri, begitu cepatnya direspons oleh publik melalui media sosial, ditunjukkannya kontradiksi, kebenarannya, atau kesalahannya atau hal-hal lain. Kita melihat sahut sahutannya antara pejabat publik dan aktivis, antara pejabat publik dengan pengamat, pejabat publik dengan akademisi, pejabat publik dengan masyarakat awam pada umumnya yang menggunakan media sosial.

Dalam keadaan demikian, bukannya tidak mungkin, pejabat publik tersebut dipermalukan dengan data, fakta-fakta lain, yang berbicara selanjutnya. Sebab komunikasi yang konsisten, benar, dan berdasarkan data yang ada, mesti disinkronkan antara satu terhadap yang lain. Pernyataan satu dapat berbeda dengan pernyataan yang lain.

Satu pernyataan, tidak begitu saja sebagai pernyataan yang diterima, kecuali kemudian diverifikasi, melalui rekam jejak digital, *artificial intelligent*, dan *big data*. Pernyataan yang bertolak belakang ini dapat

membuat seseorang malu atau dipermalukan karena sifat dan sikap yang tidak teliti, tidak hati-hati dan tidak waspada.

Etika komunikasi dalam bermedia sosial sendiri, belumlah menjadi budaya yang “*established*”, sehingga sering memicu kontroversi, pertikaian, saling ejek dan olok, yang dipertontonkan dan kita dapat setiap saat dan tempat di kesempatan dalam menggunakan media secara *online*. Plus didorong rasa percaya diri berlebihan dan menganggap bahwa komunikasi itu mudah. Pemahaman terhadap komunikasi dangkal.

Sekelumit gambaran itu, memberi arti apa, bagi sistem komunikasi publik? Seperti yang telah dijelaskan bahwa upaya-upaya membangun sistem komunikasi publik telah dilakukan dan dijalani dari setiap pemerintahan yang ada. Juga telah ditunjukkan bahwa sepanjang sejarah perjalanan komunikasi publik terus diupayakan.

Bahkan juga telah diupayakan sedemikian rupa dengan disusunnya *Grand Design Komunikasi Publik Nasional*. Tak kurang-kurangnya usaha semacam itu, tetapi tetap saja, tantangan terhadap komunikasi publik itu selalu muncul dan terus berkembang. Hasilnya ada pasang surut keberhasilan dan kegagalan komunikasi publik tersebut.

Namun saat ini, di era disrupsi dan digital, tantangan dan ketercapaian keberhasilan komunikasi publik jauh lebih berat, kompleks, dan rumit. Pemikiran dan pendekatan komunikasi publik yang bertumpu pada perkembangan teknologi informatika seperti sekarang, sepertinya masih terus berlangsung dan dicari formulasi terbaiknya.

Kemampuan adaptif dan penyesuaian secara organisatoris dan kelembagaan organisasi pemerintah yang bersifat birokratis sering terlambat dalam mengikuti dan percepatan dinamika komunikasi yang terjadi di masyarakat. Perubahan perilaku komunikasi dan bermedia dalam masyarakat yang sangat cepat itu juga berdampak pada cara pengelolaan media komunikasi publik yang ditangani.

Perilaku komunikasi masyarakat sendiri jauh lebih terbuka dan otonom. Setiap dari warga negara memegang *handphone* (*smartphone* atau iPhone) yang dapat mengakses dan memproduksi pesan komunikasi dari sumber-sumber yang relatif tak terbatas. *Comment, share, like, upload, posting*, dan istilah-istilah lain dalam pola konsumsi dan produksi media saat ini memungkinkan setiap warga negara memperluas, mendegradasi, mengedit, merespons, dan menghapusnya.

Pola perilaku komunikasi semacam ini hampir tidak ditemukan dalam sistem komunikasi publik di era tahun 1980 sampai dengan 1990-an yang cenderung linear di mana media massa menjadi pemain utama dalam menjembatani antara pemerintah dan publik. Gejala komunikasi semacam itu yakni semakin otonomnya masyarakat dalam menggunakan dan memproduksi konten, mulai menguat pada era tahun 2000-an.

Sejak saat itu, secara perlahan dan pasti terdapat peralihan dan pergeseran masyarakat dalam menggunakan media. Semula televisi memegang kendali yang sangat penting dan melakukan penetrasi ke rumah tangga, tetapi kemudian, pemirsa televisi dapat dikatakan “*stuck*” hanya pada generas-generasi tua.

Sementara generasi muda yang berusia 15 tahun sampai 40 tahun, hampir-hampir meninggalkan televisi, yang menghegemoni dan mendominasi pada eranya. Sementara di era digitalisasi, pilihan-pilihan media informasi, media berita, media hiburan, dan media pemasaran bermunculan dengan bentuknya yang bersifat *multiplatform*.

Era di mana televisi sebagai kekuatan media yang mendominasi, menghegemoni, menginfiltrasi, dan memiliki pengaruh terhadap isu-isu yang sarat dengan kepentingan, peristiwa, pemberitaan, dan hiburan tampaknya mesti melakukan adaptasi dan perubahan terhadap cara-cara mereka bekerja dan memproduksi serta mengkonsumsinya. Karena perubahan itu sendiri berdampak pada *revenue* yang mereka dapatkan.

Demikian juga pergeseran terjadi pada media cetak. Banyak media cetak apakah itu surat kabar, majalah, dan buku telah menyatakan undur diri dan tidak terbit lagi. Semua itu karena ditinggal oleh pembacanya dan tidak menarik lagi bagi para pengiklan. Pada saat bersamaan, media-media tengah berjuang untuk menemukan model bisnis barunya di tengah turbulensi teknologi tersebut.

Sumber-sumber informasi, pemberitaan, dan hiburan telah mengalami perubahan begitu revolusioner. Peralihan ke dunia digital dan penggunaan internet serta komputer telah mengubah karakteristik penggunaan media (*media use*) dan kebiasaan menggunakan media (*media habit*). Heterogenitas dan kompleksitas pola-pola penggunaan media dan kebiasaan dalam menggunakannya menjadi arena dan pertarungan

kepentingan, yakni bagaimana mereka bisa dikendalikan dan diklaim sebagai pengikat, konsumen, atau simpatisan.

Konektivitas terhadap jaringan informasi, berita, dan hiburan secara *online* yang dapat diakses sewaktu-waktu merupakan preferensi baru masyarakat dan pada saat bersamaan meninggalkan *media mainstream* seperti televisi, radio, dan surat kabar. Ketersediaan saluran dan ragam macam informasi, berita dan hiburan, pada akhirnya menghilangkan kendali pemerintah dalam komunikasi publiknya. Saluran-saluran komunikasi publik yang selama ini dapat dikendalikan dan dikuasainya, pada akhirnya tidak terkoneksi lagi kepada publiknya, karena publik telah berubah dalam pola konsumsi dan produksi media itu sendiri.

Bahkan praktik-praktik kehumasan pemerintah misalnya, yang mengandalkan pada publikasi media *mainstream*, keefektifannya patut dipertanyakan. Dalam keadaan demikian, apa urgensi terhadap *media gathering*, *media visit*, *press release*, atau pun *press conference* yang diselenggarakan pemerintah, jika informasi dan nilai informasi yang terkandung di dalamnya tidak menyentuh langsung kepentingan publik. Sementara pada saat bersamaan, setiap warga negara dapat menjelajah sumber-sumber informasi yang dalam kaca mata mereka jauh lebih dapat diandalkan.

Dengan demikian, sangat mungkin media *mainstream* yang selama ini dipakai dalam komunikasi publik, menjadi terisolasi dan berada di luar ekologi media yang ditempati khalayak. Artinya, saluran-saluran komunikasi publik, patut untuk ditinjau lagi dan kemudian memahami bagaimana format media yang tepat dan efisien di era disrupsi ini. Sulit membayangkan keefektifan komunikasi publik, ketika saluran-saluran komunikasi itu telah bergeser, sedangkan pemerintah belum berada di dalam saluran-saluran yang digunakan masyarakat.

Di samping itu, apa yang dilakukan pemerintah dan apa yang dikomunikasikannya kepada publik mendapat tantangan, kritik, komentar, dan respons yang sangat beragam dan cenderung langsung jika dibandingkan praktik-praktik komunikasi sebelumnya. Bukannya tidak mungkin, apa yang dilakukan dan dikatakan pemerintah menjadi bahan tertawaan melalui meme, mendapatkan cemohan, mendapatkan kritik, dan perlawanan komunikasi yang sengit. Sungguh fenomena komunikasi semacam ini, dalam konteks relasi antara pemerintah, media

dan publik, telah berubah secara radikal dibandingkan dengan praktik-praktik komunikasi masa lalu.

Banyaknya ekologi media sebagai saluran komunikasi yang tersedia, isu-isu komunikasi publik dapat berkembang dan meluas secara liar. Percakapan publik hampir dipastikan berkembang secara cepat dalam kuantifikasi algoritma. Jaringan-jaringan kelompok secara virtual dapat menciptakan arena komunikasi yang luas yang memperlihatkan kelompok-kelompok sosial yang pro dengan kebijakan dan program pemerintah dengan kelompok-kelompok yang mengkritisi pemerintah.

Percakapan publik di Twitter memiliki karakteristik dan ekosistem komunikasi yang berbeda dengan percakapan publik yang terjadi di Facebook. Demikian pula fenomena Tik Tok, berbeda dengan mereka yang berada di Telegram, dan berbeda lagi di Instagram. Rasanya tidak mungkin, percakapan publik di saluran-saluran komunikasi dengan *platform* komunikasi yang berbeda-beda tersebut dikendalikan dan dijangkau seluruhnya. Namun, jika saluran-saluran komunikasi semacam itu menjadi eksosistem yang tidak terjangkau, maka sulit rasanya mengharapkan keberhasilan komunikasi publik.

Padahal esensi komunikasi publik ingin menyampaikan bentuk pertanggungjawaban terhadap apa yang tengah dan sedang dilakukan pemerintah. Tujuannya adalah untuk mendapatkan dukungan, adanya partisipasi public, dan citra pemerintah yang positif. Bukan menciptakan arena kontestasi komunikasi. Tujuan komunikasi publik juga dimaksudkan untuk mendapatkan masukan dari publik terkait dengan pertimbangan-pertimbangan rasional yang barangkali luput dari pertimbangan pemerintah.

Ke g a l a n m e m b a c a c a r a - c a r a m a s y a r a k a t d a l a m m e n g g u n a k a n d a n m e n d a p a t k a n i n f o r m a s i , p e m b e r i t a a n , d a n h i b u r a n d i e r a d i s r u p s i i n i , s e k a l i l a g i ,

Komunikasi publik dapat gagal karena kekeliruan membaca cara masyarakat menggunakan dan memanfaatkan media komunikasi.

akan membawa kegagalan pada komunikasi publik itu sendiri. Cirinya terlihat pada “uring-uringannya” para pejabat publik dalam merespons pernyataan-pernyataan yang kritis. Akibatnya, cara berpikir yang rasional, tenang, dan tetap memiliki kewibawaan dalam berkomunikasi

hilang oleh cara komunikasi yang marah, komunikasi yang emosional, komunikasi yang penuh ancaman, komunikasi yang diwarnai dengan tindakan-tindakan kriminalisasi. Gejala ini sekaligus cerminan dari orang yang tidak tahu tentang apa dan mengapa berkomunikasi.

Timbulnya konten-konten yang tidak beretika dan sebagian untuk menyampaikan dengan cara yang multitafsir juga telah menimbulkan permasalahan dalam komunikasi publik. Tudingan dari sejumlah kalangan bahwa pemerintah memelihara buzer-buzer juga menjadi persoalan dalam komunikasi publik itu sendiri. Apakah tudingan itu benar atau pun tidak, poinnya adalah terletak pada kesiapan dari pemerintah dalam menghadapi perubahan komunikasi di masyarakat dan sistem komunikasi publik itu sendiri.

Seiring dengan persoalan itu, muncul pula bentuk komunikasi yang mengandung ujaran kebencian, serangan terhadap pribadi, suku-agama-ras-antar golongan (SARA) dan kebohongan (hoaks). Satu sisi ini menjadi beban pemerintah, karena merusak suasana dan situasi komunikasi secara keseluruhan (baca: kegaduhan), sisi lain menandakan dalam penggunaan media sosial yang berplatform digital itu, masih rendah dalam literasinya.

Kegaduhan komunikasi publik sering terjadi karena pengguna media sosial memang secara etis tidak memahami. Kedua, ada persoalan yang berkaitan makna ujaran. Perbedaan makna dalam ujaran menimbulkan pro dan kontra terhadap sesuatu. Ketiga, ada kecenderungan untuk melakukan pembujukan, argumentasi dan persuasi. Kecenderungan ini menimbulkan keengganan terhadap mereka yang tidak sejalan atau tidak sesuai. Keempat, menggunakan media sosial sebagai alat politik dengan melakukan kampanye dan komunikasi politik. Sifatnya yang “*emerging*” ini juga menjadi catatan penting dalam menyelenggarakan komunikasi publik.

Dalam segi pelayanan informasi publik, pengembangan ke arah digitalisasi dan *real time* tengah dan terus diusahakan. Konsep data tunggal, satu sisi dipandang sebagai cita-cita yang prestisius dan ambisius juga tengah mempertaruhkan pada ancaman-ancaman adanya pembobolan terhadap privasi dan keamanan terhadap data tunggal tersebut.

Tuntutan Undang-Undang Keterbukaan Informasi yang sudah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya mengarahkan pada bagaimana pelayanan dan informasi publik dapat secara mandiri diakses dan diperoleh sendiri oleh publik. Pemerintah menyediakan sistem secara digital dan *online* terkait dengan pelayanan dan informasi publik terkait dengan informasi yang sewaktu waktu diperlukan secara periodik dan mesti dimintakan.

Dalam perkembangannya sistem pemerintah yang berbasis pada pelayanan digital, mengarah pada konsep *smart city* atau *e-government*. Namun lagi-lagi, persoalan ini terbatas pada persoalan yang berkaitan dengan pelayanan publik dan pelayanan informasi publik. Tetapi, aktivitas komunikasi publik secara langsung terkait dengan rencana dan kebijakan pemerintah, serta cara-cara pemerintah dalam menyakinkan publik terhadap kebijakan dan programnya masih belum sepenuhnya tertata, efektif, dan efisien.

Sudah berkali-kali Presiden Joko Widodo pada saat itu menyatakan bahwa komunikasi publik buruk. Para pejabat publik lain yang terkait juga mengatakannya semacam itu. Ini terjadi karena tantangan yang dihadapi begitu cepat berubah, sementara komunikasi publik tidak atau belum beranjak dari cara dan program komunikasi yang lama.

Teknologi, *mindset*, SDM, dan keinginan untuk melakukan perubahan menjadi basis untuk dapat menselaraskan dengan perubahan cara berkomunikasi masyarakat dan kemudian dapat masuk serta diterima dalam ekosistem saluran-saluran semacam itu. Poinnya adalah setiap perubahan membutuhkan penyesuaian terhadap teknologi, keterampilan, dan cara kerja. Perubahan itu sendiri dapat merupakan tantangan dan menyenangkan, tetapi ada pula yang melihatnya sebagai sesuatu yang tidak menyenangkan dan mencemaskan. Namun pilihannya adalah mau berubah dan *survive*, atau tetap berada di dalam zona lama, tetapi kemudian tertinggal.

Memahami Segmentasi Publik Pemerintah

Jika kita kembali kepada definisi elementer tentang publik, yakni sekumpulan orang yang diikat oleh kepentingan yang sama, maka publik menjadi bermacam-macam jenisnya. Disebut publik karena ia diikat

oleh kepentingan dan perhatian yang sama. Misalnya, mereka yang berkepentingan terhadap harga kedelai adalah publik, yakni publik yang diikat oleh kepentingan terhadap naik dan turunnya harga kedelai, atau tersedia dan tidak tersedianya kedelai itu sebagai kepentingan mereka. Ini adalah publik.

Demikian pula, mereka yang diikat oleh kepentingan yang sama terhadap kebutuhan dan pemenuhan air bersih untuk kebutuhan rumah tangga adalah publik, yakni publik yang berurusan dengan pemenuhan air bersih untuk rumah tangga. Pendek kata, publik diacu pada sekumpulan orang yang terikat dan diikat oleh perhatian dan kepentingan yang sama. Istilah ini sendiri memiliki keterkaitan dengan pemerintahan sebagai penyelenggara kekuasaan untuk memberi pelayanan dan perlindungan kepada warga negara yang notabene adalah publik didasarkan pada kepentingan-kepentingan mereka yang harus dipenuhi dan dilayani.

Ikatan kepentingan, yang menyatukan khalayak luas ke dalam ikatan yang sama ini, dapat membantu mempermudah penyelenggaraan komunikasi publik itu sendiri. Sebab, ikatan kepentingan itu dengan sendirinya membatasi pada tema komunikasinya pula, sasaran kelompoknya, dan penggunaan saluran komunikasinya.

Bila ditinjau dari kedudukan dan di mana mereka berada, dalam struktur dan kelembagaan pemerintahan, maka mereka dapat diletakkan secara nasional, provinsi, kabupaten/kota, kecamatan, desa, dan RT. Secara nasional berarti keseluruhan warga negara Indonesia adalah publik. Publik secara nasional berarti seluruh penduduk. Oleh karena itu, penyelenggaraan komunikasi publik nasional dimaksudkan dalam pengertian semacam itu yakni penduduk secara nasional.

Sebagai sasaran komunikasi publik nasional, maka keterpaduan penyelenggaraan komunikasi publik memerlukan keserempakan, kekompakan, keterpaduan, dan kesolidan. Hal demikian mencakup penggunaan waktu, rentang waktu yang digunakan, keterpaduan media yang dipakai, tema atau narasi tunggal, dan pemerataan informasi ke seluruh pelosok negeri.

Dengan publik secara nasional sudah semestinya merupakan isu-isu yang berkaitan dengan kebijakan dan program nasional. Meskipun, lokus terjadi dan peristiwa atau kebijakan dan program itu berada di wilayah pemerintahan provinsi atau kabupaten tertentu, tetapi kebijakan dan

program itu adalah menjadi kewenangan dan otoritas pemerintah pusat.

Jika publik tersebut diturunkan ke dalam tataran yang lebih rendah dari nasional, misalnya provinsi, maka publik ini dapat dibedakan dengan publik Jawa Tengah, publik Jawa Timur, publik Jawa Barat, publik DKI Jakarta, publik DIY, dan seterusnya. Tipologi dan karakteristik publik di setiap provinsi berbeda-beda, dengan corak dan kualitas pelayanan publik yang dilakukan pemerintah berbeda-beda. Karenanya, sudah semestinya, tema-tema komunikasi publiknya, menyangkut apa yang menjadi kebijakan dan program pembangunan pemerintah provinsi masing-masing.

Dalam menjalankan komunikasi publik provinsi, penyelenggaraan komunikasi publiknya terikat dan mempertimbangkan penyelenggaraan komunikasi publik nasional. Satu sisi pemerintah provinsi harus mengembangkan komunikasi publiknya sendiri karena ciri dan karakteristik penduduk di dalam pemerintahan provinsi memiliki ciri masing-masing, tetapi pada sisi lain, penyelenggaraan komunikasi publik ini tidak boleh berseberangan dan berbeda dengan kepentingan dan kebijakan program pemerintah pusat yang merupakan kekepentingan nasional.

Seperti halnya, keberadaan dan kedudukan pemerintah provinsi, yang merupakan bagian integral dari NKRI yang dalam penyelenggaraan kekuasaan negara ditangan pemerintah pusat, maka di dalam pemerintah provinsi juga terdiri dari pemerintah daerah-pemerintah daerah apakah dalam bentuknya pemerintah kabupaten atau pemerintah kota. Karena itu, jika ditinjau dari segi pemerintahan kabupaten atau kota, maka publik yang berkedudukan dan tinggal di Kabupaten Klaten, berbeda dengan mereka yang tinggal di Solo, berbeda lagi dengan Kabupaten Semarang, dan berbeda lagi dengan Kabupaten Demak.

Maksudnya adalah pada tingkat pemerintah kabupaten atau kota tersebut, pemerintah kabupaten atau pemerintah kota perlu menyelenggarakan komunikasi pemerintah sendiri yang sesuai dan selaras dengan kebijakan dan program pembangunan masing-masing. Dalam penyelenggaraan komunikasi publik kabupaten atau kota itu, semestinya tidak bersebrangan dengan penyelenggaraan komunikasi publik provinsi.

Demikian selanjutnya, pada jenjang yang lebih rendah yakni pada tingkat kecamatan dan desa, maka semestinya, pemerintahan pada tingkat kecamatan itu juga menyelenggarakan komunikasi publiknya pada tingkat pemerintahan di level kecamatan. Karena publik pada level kecamatan pun, dengan kecamatan yang lain memiliki karakteristik dan ciri yang berbeda, meskipun misalnya masih dalam satu Kabupaten atau masih dalam satu kota. Secara riil, penduduk yang tinggal di tingkat kecamatan memiliki perbedaan dengan penduduk yang tinggal di kecamatan lain. Penyelenggaraan komunikasi publik di tingkat kecamatan tidak boleh bertentangan dengan penyelenggaraan komunikasi publik di tingkat pemerintah kabupaten atau kota.

Dari semua jenjang penyelenggaraan komunikasi publik itu, fenomenanya cukup menarik, baik dari level nasional hingga level desa, bahkan RT. Pada tingkat nasional, dinamika penyelenggaraan komunikasi publik sangat tinggi. Kebijakan dan program pemerintah pusat selalu menjadi perhatian publik yang sangat luas (baca: nasional). Ini ditandai dengan simultansi peran komunikator publik pemerintah, dari presiden, juru bicara kepresidenan, dan menteri.

Sementara itu, dinamika penyelenggaraan komunikasi publik provinsi, menunjukkan level intensitas yang berbeda-beda. Penyelenggaraan ini banyak yang bersifat rutin, tetapi juga tidak sedikit pula yang memanfaatkan media sosial. Pemanfaatan media sosial dilakukan oleh gubernur dengan tujuan sosialisasi, pencerahan, menunjukkan prestasi, kepedulian, kepekaan dan termasuk di dalamnya pencitraan.

Hal juga terjadi pada penyelenggaraan komunikasi publik kabupaten/kota terfokus pada peran-peran yang dijalankan pimpinan khususnya kepala daerahnya masing-masing. Beberapa pemberitaan yang muncul lebih banyak pada sikap-sikap pimpinan terhadap kasus-kasus yang terjadi. Pemanfaatan media luar ruang cenderung digunakan untuk mensosialisasikan kebijakan dan program tertentu dengan foto-foto besar pimpinan dalam ukuran baliho.

Kedekatan segmentasi komunikasi publik yang memiliki kedekatan dengan publik adalah pada tingkat desa. Karakteristik masyarakat desa atau pedesaan masih memperlihatkan hubungan kekerabatan yang kental. Bentuk-bentuk komunikasi publik desa lebih menekankan pada

kedekatan psikologis, kekerabatan, ketetangaan, dan intensitas interaksi di antara mereka sendiri yang luas dalam lingkungan hidup mereka.

Bila segmentasi publik dalam penyelenggaraan komunikasi publik ditinjau berdasarkan pada demografi, maka segmen ini memunculkan beberapa kategori yang berbeda. Aspek demokrasi memunculkan komposisi penduduk berdasarkan pada jenjang pendidikan, tempat tinggal, pendapatan, pekerjaan, dan umur.

Pemahaman demografis penduduk, bagi setiap pemerintahan apalagi pada jenjang pemerintah kabupaten/kota dapat digunakan untuk mensinkronkan kebijakan dan program serta dengan sendirinya diperlukan untuk memastikan tipe pesan, jenis media, dan sasaran publik yang dituju ada di mana.

Selain segmentasi semacam itu, pemahaman terhadap segmen publik dalam komunikasi publik adalah *digital native* versus *immigrant*. Pembe daan semacam ini digunakan untuk memperlihatkan berapa bagian

“Karena terdapat perilaku berkomunikasi dan bermedia yang beragam, dibutuhkan pemahaman terhadap segmentasi publik dalam penyelenggaraan komunikasi publik”

dari publik yang memang sejak awal adalah terlahir dalam kondisi dan berada dalam masyarakat digital dan mereka yang harus tertatih tati belajar terhadap keberadaan teknologi informatika sebagai basis digitalisasi tersebut.

Jelas, penyelenggaraan komunikasi publik mesti mempertimbangkan semua kondisi dari semua segmentasi publik itu sendiri. Setiap segmen publik itu sendiri merefleksikan perilaku komunikasi dan bermedia yang berbeda dan memberi distingsi yang menarik. Rasanya sukar untuk mengatakan bahwa keberhasilan penyelenggaraan komunikasi publik dapat berhasil tanpa mempertimbangkan segi segmentasi publik, sementara setiap segmen itu memperlihatkan perilaku berkomunikasi dan bermedia yang beragam.

Mensimplifikasikan persoalan komunikasi dengan hanya beranggapan bahwa semua orang dapat berkomunikasi dan semua orang dapat menangkap dan memahami setiap pesan yang disampaikan, hanyalah menambah persoalan komunikasi itu sendiri. Kenapa

demikian? Ada segi “*intended*” dan “*unintended*” dalam komunikasi. Dalam komunikasi, sangat mungkin terjadi, keinginan seseorang untuk menyampaikan sesuatu, justru yang ditangkap sesuatu yang tidak dimaksudkan. Makna bisa sangat bersifat polisemik, yakni suatu pesan dapat menimbulkan makna yang beragam dan bahkan bisa saling bertolak belakang.

Secara tinjauan teoretis, pemahaman terhadap perilaku publik dalam berkomunikasi dan bermedia mengacu pada sejumlah konsep dan pemikiran. Misalnya dalam pendekatan retorika dan strategi komunikasi efektif, dikatakan pemahaman terhadap khalayak terutama pada segi emosi dan psikologis khalayak sangat diperlukan.

Lebih mudah memahamkan khalayak ketika suasana hati mereka gembira. Lebih mudah membujuk mereka berpartisipasi jika mereka merasa dibutuhkan. Lebih mudah menghimbau khalayak jika mereka mereka diberitahu untuk keselamatan mereka.

Pertanyaannya adalah bagaimana hal-hal semacam ini mau diperhatikan, jika pengetahuan dan pemahaman terhadap prinsip-prinsip semacam ini tidak diketahui. Penyelenggaraan komunikasi publik bukan semata-mata rutinitas komunikasi, tetapi rutinitas studi mengenai dinamika komunikasi publik itu sendiri.

Pada tahap ini, jangan harapkan keberhasilan penyelenggaraan komunikasi publik berhasil jika pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi komunikasi semacam ini tidak menjadi pertimbangan, dengan mengabaikan dan meremehkan karena menganggap setiap orang dapat berkomunikasi.

Segi teoretis lain yang dapat dibaca dan digunakan adalah perilaku publik dalam menggunakan media dan kebiasaannya. Melalui pendekatan *Uses and Gratification* dijelaskan bahwa penggunaan khalayak menggunakan media tertentu karena didorong oleh motivasi dan kebutuhan baik yang bersifat psikologis, sosial, dan ekonomi yang kemudian dengan cara itu ia mendapatkan kepuasan informasi, hiburan, dan pengetahuan dari sumber-sumber media yang digunakannya.

Segi lain yang tidak kalah penting adalah terletak pada bagaimana publik dalam menerima dan memproses pesan-pesan yang disampaikan pemerintah yang tercermin dalam penyelenggaraan komunikasi publik tersebut. Setiap individu memiliki mekanisme dan kapasitas dalam

menerima pesan. Adakalanya, ia menerima pesan yang diterimanya. Adakalanya, ia abai terhadap pesan yang diterimanya. Adakalanya pula pesan yang diterimanya, ia tolak.

Dalam prosesnya pun, ada pula orang yang menerima pesan secara serius dengan memikirkannya dan melibatkan diri pada persoalan dan pesan yang disampaikan itu. Sementara di sisi lain, ada pula orang yang tidak mengubrisnya sama sekali dan sinis terhadapnya.

Persoalan komunikasi dari sisi publik sebagai penerima pesan merupakan bagian dari cakupan yang memperlihatkan bagaimana perilaku publik dalam berkomunikasi dan bermedia. Oleh karena itu, penyelenggaraan komunikasi publik perlu memastikan segi-segi yang berkaitan dengan perilaku khalayak dalam bermedia dan dalam cara mereka menerima dan memroses pesan yang diterimanya.

Penerbit Gunadarma



• 7 •

MEDIA KOMUNIKASI PUBLIK

Di dalam buku yang pernah saya tulis yakni yang berjudul: *Gagasan dan Pemikiran Komunikasi Publik* (2020), saya menuliskan: “Jika media dipandang sebagai *messages delivery system*, yakni sebagai sistem penyampaian pesan, maka media komunikasi publik itu, tidak terbatas dan sebatas media massa atau media online saja, tetapi bentuk-bentuk saluran komunikasi sosial, mesti juga digunakan bagi penyelenggaraan komunikasi publik”.

Lebih jauh, saya katakan bahwa tidak mungkin untuk mencapai kesuksesan komunikasi publik hanya dengan satu media saja. Sebab, satu media hanya akan memenuhi satu jenis segmentasi publik tertentu dan tidak dapat memenuhi segmen publik yang lain.

Media komunikasi yang ada harus diintegrasikan ke dalam satu fungsi integratif ke dalam sistem yakni *message delivery system* yang mengantarkan pesan-pesan komunikasi publik sampai kepada semua segmen publik yang disasar.

Sekelumit tulisan ini dimaksudkan untuk menyajikan “pemetaan” terhadap media komunikasi publik. Pemetaan ini dapat ditinjau dari level pemerintahan itu sendiri, yakni media komunikasi publik secara

nasional (baca: pusat), media komunikasi publik provinsi hingga media komunikasi publik desa.

Pemetaan semacam ini diharapkan memiliki kegunaan fungsional dalam rangka memaksimalkan fungsi media dalam penyelenggaraan komunikasi publik. Media dalam fungsi dan kedudukannya sebagai *message delivery system*, bentuknya dapat mewujudkan ke dalam bentuk dan saluran yang bermacam-macam, seperti media luar ruang, media transit, media massa, media *online*, dan saluran-saluran komunikasi sosial seperti pertemuan RT, pertunjukan rakyat, dan sebagainya.

Secara berturut-turut, paparan ini perlu meninjau media-media komunikasi publik nasional, seperti TVRI, RRI, Kantor Berita Antara, Infopublik.id, indonesia.go.id, GPR News, jpp.go.id dan lainnya. Pada paparan berikutnya, diarahkan pada media-media komunikasi publik provinsi yang kemudian diteruskan pada media-media komunikasi publik kabupaten/kota.

TVRI dan RRI

TVRI dan RRI diletakkan sebagai Lembaga Penyiaran Publik. Pertanyaannya: apakah sebagai Lembaga Penyiaran Publik dapat digunakan bagi penyelenggaraan komunikasi publik? Pertanyaan semacam ini patut diajukan untuk membedakan antara pemerintah dan negara. Kenapa demikian? Dalam Peraturan Pemerintah No. 11 tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Publik disebutkan bahwa Lembaga Penyiaran Publik didirikan oleh negara, berbadan hukum, bersifat independen, netral, tidak komersial.

Jadi, Lembaga Penyiaran Publik didirikan oleh negara, bukan pemerintah. Keadaan demikian menegaskan bahwa sepanjang waktu ketika pemegang pemerintahan mengalami perubahan, maka eksistensi Lembaga Penyiaran Publik itu tidak pernah berubah atau berganti seiring bergantinya pemegang pemerintahan. Pemegang pemerintahan sudah pasti berganti-ganti yang ditentukan oleh hasil pemilihan umum yang memberi amanat bagi pemegang pemerintahan yang baru. Sedangkan eksistensi negara relatif permanen.

Itulah kenapa, pertanyaan yang diajukan adalah: apakah TVRI dan RRI dapat digunakan pemerintah bagi penyelenggaraan komunikasi publik? Nah, untuk menjawab persoalan ini, maka hal ini dapat dirujuk pada ketentuan-ketentuan yang ada dan persyaratan-persyaratan fungsional yang tercantum dalam peraturan pemerintah tersebut bagi penyelenggaraan komunikasi publik secara umum dan komunikasi publik.

Di dalam peraturan itu dikatakan bahwa penyelenggaraan penyiaran Lembaga Penyiaran Publik bersifat netral, independen, dan tidak bersifat komersial. Posisi pemerintah semestinya menggambarkan keadaan dan kondisi yang demikian itu. Sebab, pemerintah adalah pemegang kekuasaan dan penyelenggara kekuasaan negara. Segala kebijakan dan programnya tidak didasarkan pada kepentingan golongan, partai politik, atau bersifat partisan, berada di atas semua golongan dan warga negara tanpa kecuali. Dengan demikian, kebijakan dan programnya menggambarkan pada pencapaian bagi kepentingan publik itu sendiri.

Artinya, pemerintah dapat menggunakan TVRI dan RRI bagi penyelenggaraan komunikasi publik sepanjang penyelenggaraan itu tidak dimaksudkan untuk melakukan keberpihakan tertentu, tidak mencerminkan tindakan yang partisan, dan tidak diskriminatif. Jika penyelenggaraan komunikasi publik mencerminkan sikap yang partisan dan diskriminatif, maka penggunaan TVRI dan RRI seperti itu telah melanggar peraturan tersebut.

Dari fungsinya, penyelenggaraan Lembaga Penyiaran Publik diarahkan sebagai media informasi, media pendidikan, media hiburan yang sehat, media kontrol, media perekat sosial, dan media pelestari budaya bangsa yang berorientasi pada seluruh kepentingan lapisan masyarakat.

Fungsi-fungsi semacam itu memperlihatkan fungsi yang juga diemban oleh pemerintah dalam penyelenggaraan kekuasaannya. Pemerintah dalam melaksanakan kekuasaan negara mengacu pada tujuan dan cita-cita negara, yakni melindungi segenap tumpah darah dan bangsa Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut serta dalam mengupayakan perdamaian dunia berdasarkan pada prinsip keadilan dan kebenaran.

Dalam menjalankan fungsinya sebagai media informasi, TVRI dan RRI dapat digunakan pemerintah untuk menyampaikan kebijakan dan program pemerintah dan serta pembangunan. Lagi pula, kebijakan dan program pembangunan itu pun merupakan informasi yang ditujukan untuk melayani kepentingan publik sehingga perlu disampaikan dan disosialisasikan seluas-luasnya.

TVRI dan RRI sebagai media pendidikan misalnya, jelas sejalan dengan tujuan dan cita-cita negara, yakni mencerdaskan kehidupan bangsa. Di tengah beragamnya sumber informasi dan media yang ada, pusaran informasi yang begitu deras, dan semakin banyaknya informasi yang diragukan kebenaran dan kredibilitasnya, semestinya TVRI dan RRI mampu berdiri kokoh dan atraktif dalam menyajikan informasi, pemberitaan, dan program-program siarannya yang mendidik serta mampu mengikis informasi dan pemberitaan yang hoaks dan menyesatkan.

Dari peraturan itu, kita juga mengetahui bahwa TVRI dan RRI juga mengemban tugas dan fungsi sebagai media pemersatu bangsa. Di dalam peraturan itu disebutkan bahwa TVRI dan RRI dalam menyelenggarakan penyiaran itu juga merupakan media perekat sosial. Dengan kata lain, penyelenggaraan penyiaran TVRI dan RRI menjadi media pemersatu bangsa.

Untuk dapat menjalankan penyelenggaraan penyiaran yang digunakan sebagai media pemersatu bangsa hanya dapat dilakukan jika di dalam program-program siarannya menyajikan informasi dan pemberitaan yang objektif, jujur, benar, berimbang, terbuka, dan tidak diskriminasi.

Sekalipun pemerintah dapat menggunakan TVRI dan RRI sebagai media atau saluran komunikasi publik, ia harus steril dari persoalan yang berkaitan dengan kampanye politik. Penyelenggaraan komunikasi publik hanya dapat dilakukan untuk penyampaian informasi dan pemberitaan yang berkaitan dengan kebijakan dan program pemerintah yang ditujukan kepada publik.

Bahkan dalam sejumlah fungsi dan tujuan penyelenggaraan penyiaran Lembaga Penyiaran Publik itu pun mencakup kontrol. Artinya, ada sikap kritis media terhadap keadaan, kebijakan, dan situasi bangsa. Jika dirasa terdapat keadaan dan situasi yang membahayakan prinsip-

prinsip berbangsa dan bernegara, maka TVRI dan RRI sebagai saluran komunikasi publik mesti bersikap kritis dengan melakukan kontrol terhadap keadaan dan situasi semacam itu.

Sebagai saluran komunikasi publik, eksistensi TVRI dan RRI ini tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Sebagai stasiun televisi dan radio, eksistensinya merupakan sistem penyiaran berjaringan. Dengan eksistensi demikian, maka keterjangkauan siaran, penetrasi kepada publik, aksesibilitas informasi, dan pemerataan informasi dapat dilakukan oleh keberadaan TVRI dan RRI.

Sebagai sistem penyiaran berjaringan, kita dapat mencermatinya bahwa ada program siaran yang berasal dari TVRI Pusat dan RRI Pusat yang berlokasi di Jakarta dan ada program-program siaran yang dikelola secara lokalitas setempat. TVRI stasiun Yogyakarta, Surabaya, Semarang, dan lainnya dapat mengembangkan program-program siaran yang berbasis pada nilai dan budaya daerah.

Artinya bagi kepentingan penyelenggaraan komunikasi publik, pembagian dan kebijakan jam siar yang diklasifikasikan antara program siaran nasional dan program siaran daerah dapat disinkronkan dengan penyelenggaraan komunikasi publik nasional dan komunikasi publik daerah baik itu provinsi maupun pemerintah kabupaten/kota.

Simultansi eksistensi TVRI dan RRI Pusat dan Daerah pada gilirannya akan dapat memaksimalkan efektifitas penyelenggaraan komunikasi publik, baik yang ada di pusat atau pun di daerah. Kebijakan semacam ini dapat dibicarakan antara eksekutif pemerintah dengan eksekutif TVRI dan RRI. Bentuk kerja sama dalam penyelenggaraan komunikasi publik dimanifestasikan pada jenis program siaran, konten, dan jam siar. Pola-pola penyiarannya pun dapat diputuskan bersama.

Tantangannya kemudian, sebagaimana tantangan yang dihadapi pada umumnya stasiun radio dan televisi, yakni daya tarik program siaran bagi para pendengar dan pemirsa di tengah perubahan perilaku komunikasi dan bermedia masyarakat. Ada kesan, dibandingkan dengan lembaga penyiaran swasta, keberadaan lembaga penyiaran publik seperti TVRI dan RRI ini kalah menarik dan kalah dalam berinovasi.

Ini bukan berarti bahwa TVRI dan RRI tidak pernah mengalami masa kejayaan. Secara historis, TVRI dan RRI pernah mengalami

masa kejayaan. Dengan berbagai faktor yang melingkupinya, TVRI dan RRI pernah menjadi saluran komunikasi yang sangat dipercaya dan dinantikan masyarakat Indonesia. Artinya, TVRI dan RRI memiliki modal untuk kembali dan bangkit dipercaya dan menjadi andalan bagi masyarakat sebagai saluran komunikasi publik favorit.

Pada poin ini, para pimpinan dan seluruh karyawan/pegawai TVRI dan RRI perlu melakukan evaluasi internal, perencanaan strategik, dan terus berinovasi serta terus melakukan promosi terhadap betapa menarik dan telah berubahnya tampilan dan penampilan TVRI dan RRI secara kelembagaan dan program-program siarannya. Persaingan informasi dan konten hiburan itu sangat cepat. Media-media lain telah hadir dengan berbagai format dan kecepatan penyajian tersendiri. Kehadiran teknologi informasi dan digitalisasi pada akhirnya pun tidak dapat dihindari sehingga format program dan siaran pun mesti terintegrasi dan berkonvergensi dengan media digital.

Jadi, tidak mengherankan jika TVRI dan RRI juga berusaha mengintegrasikannya dengan tayangan *streaming*, Youtube, dan media sosial lainnya. Upaya demikian, tidak lain agar pemirsa dan pendengar TVRI dan RRI dapat secara fleksibel dapat mengikuti program-program siaran yang disajikannya.

Aktivitas promosional yang menginformasikan kepada publik di seluruh Indonesia bahwa TVRI dan RRI telah mengalami *repositioning* dan program-program siarannya merupakan program yang dibutuhkan oleh publik semestinya dilakukan. Di tengah persaingan media dan saluran informasi yang ada, serta ditambah, lemah minat publik terhadap program-program siaran TVRI dan RRI, semestinya diikuti dengan aktivitas promosi terhadap program-program TVRI dan RRI itu.

Ikhtiar semacam ini juga diarahkan pada citra yang melekat pada TVRI dan RRI itu sendiri yang sering dipandang terlambat dalam melakukan penyesuaian teknologi penyiaran, persoalan *upgrading* SDM, media yang berorientasi pada pemerintah dan beban anggaran yang dipandang sangat besar jika harus memadai bagi operasionalisasi dari sekian banyak stasiun televisi.

Sekali lagi, dalam skala pancaran dan penetrasi terpaan program siaran, TVRI dan RRI sebagai stasiun berjejaring, sebenarnya, jauh lebih

kuat dan kokoh. Dengan demikian penetrasi program siaran kepada masyarakat memiliki jangkauan yang sangat luas dan merata. Ini modal besar yang dapat digunakan dan dimaksimalkan bagi penyelenggaraan komunikasi publik.

Pertanyaannya adalah apa yang menyebabkan atau yang menjadi sebab keberadaan TVRI dan RRI terkesan tidak mampu berinovasi dan mampu menjadi referensi dan preferensi media komunikasi publik yang kredibel dan diterima secara luas? Maksimalisasi fungsi kedua media ini seharusnya menjadi pilar utama bagi penyelenggaraan komunikasi publik jika kedua media komunikasi itu menjadi referensi dan preferensi publik dalam bermedia.

Tidakkah memungkinkan TVRI dan RRI sebagai badan usaha melakukan reposisi, *rebranding*, dan modernisasi yang memang secara sungguh-sungguh diarahkan pada perubahan-perubahan dalam mengelola dan mengorganisasikan media secara profesional yang dibiayai oleh negara. Pada poin ini, kebijakan pemerintah yang mendorong perubahan dan orientasi baru sesuai dengan kedudukannya sebagai Lembaga Penyiaran Publik tampaknya diperlukan. Tujuannya semata-mata agar TVRI dan RRI menjadi saluran media komunikasi publik yang kredibel dan menjadi rujukan publik dengan penetrasi terpaan paling luas dan berpengaruh di Indonesia.

Kantor Berita Antara

Apa urgensi menempatkan Kantor Berita Antara dalam diskusi dan pembahasan mengenai penyelenggaraan komunikasi publik? Pertanyaan berikutnya adalah apakah Kantor Berita Antara memang beroperasi pada ranah komunikasi publik atau ia merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berorientasi pada keuntungan semata? Dengan perkataan lain, Kantor Berita Antara ini adalah salah satu unit usaha dalam bisnis media dan konten sajakah atau dapat digunakan bagi penyelenggaraan komunikasi publik?

Sementara misalnya, masyarakat publik Indonesia, selama ini tahu namanya saja, tetapi apa yang menjadi aktivitas komunikasi yang langsung menysasar ke publik dan dikenal bahwa itu adalah dari Kantor Berita Antara dapat dikatakan minim.

Jika dilihat dari visi dan misi Kantor Berita Antara ini (Lembaga Kantor Berita Nasional (LKBN) Antara), sepertinya memang jauh dari persoalan dan memiliki kaitan dengan penyelenggaraan komunikasi publik. Dari visi dan misi LKBN Antara, kedudukannya memang sebagai perusahaan yang mencari keuntungan. Untuk jelasnya visi dan misinya sebagai berikut.

Visi LKBN Antara: menjadi kantor berita yang berkelas dunia melalui penyediaan jasa berbagai produk multimedia. Sedangkan yang menjadi misi LKBN Antara adalah: a) memperkuat marwah LKBN Antara sebagai sebuah kantor berita serta perusahaan multimedia modern; b) mengembangkan jurnalisme Indonesia yang mendidik, mencerahkan, dan memberdayakan dalam bingkai Negara Kesatuan Republik Indonesia; c) menyediakan produk dan jasa informasi yang akurat, terpercaya, dan menguntungkan di bidang multimedia; d) mengembangkan perusahaan yang modern dan berkesinambungan sehingga dapat memberikan kesejahteraan bagi para *stakeholder*-nya.

Namun jika dilihat dari cakupan dan bidang garapnya, bukannya tidak mungkin, keberadaan LKBN Antara dapat membantu dan memfungsikan pula dalam melakukan penyelenggaraan komunikasi publik. Bukankah negara-negara yang menjadi mitra bangsa Indonesia adalah bagian dari publik itu sendiri pada kancah internasional.

Dari sisi sejarah, LKBN Antara ini dulunya, langsung berada di bawah presiden, namun sejak munculnya Peraturan Pemerintah No. 40 tahun 2007, LKBN Antara menjadi bagian dari BUMN yang ada sehingga bergabung menjadi keluarga besar Kementerian BUMN. Banyak yang mengira, LKBN Antara berada di bawah Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Kenapa demikian? Sebab, urusannya masih seputar informasi dan data. Tetapi, karena status badan hukumnya sebagai perusahaan, maka ia merupakan BUMN.

Dalam posisinya semacam itu yakni sebagai BUMN, LKBN Antara memiliki jaringan komunikasi dan kemitraan sebagaimana halnya TVRI dan RRI; memiliki biro di setiap provinsi dan perwakilan di beberapa kotamadya dan kabupaten. Di luar negeri perwakilan dan biro itu seperti Kuala Lumpur, Beijing, dan London.

Jaringan kerja sama juga dilakukan baik secara komersial atau pun non komersial dengan kantor berita di dunia seperti AAP di Australia,

Reuters di Inggris, AFP di Perancis, DPA di Jerman, Kyodo di Jepang, Bernama di Malaysia, Xinha di China, CIC di Columbia, NAMPA di Namibia, dan lainnya.

Keterlibatan LKBN Antara sendiri ke dalam organisasi regional dan internasional juga tidak dapat diremehkan. Misalnya keterlibatan LKBN Antara seperti itu antara lain dengan Asean News Exchange, Organization of Asia Pacific News Agencies, dan Non-Aligned News Pool

Dari sisi produktifitas LKBN Antara dapat dilihat dari jumlah konten yang dihasilkan, sebaran pemberitaan yang dilakukan dan teknologi yang digunakan untuk memproduksi dan menyebarkan informasi yang dihasilkan tersebut.

Layanan data yang ditawarkan pun mencakup jenis dan tipe data tentang keuangan, data kecenderungan pasar modal dan saham. Untuk kepentingan ini, LKBN Antara mempunyai jalinan kerjas ama dengan Bloomberg dan Reuters untuk mendapatkan data tentang pergerakan pasar saham, modal dan pasar uang dunia.

Barangkali tidak banyak yang mengetahui jika LKBN Antara juga memiliki Lembaga Pendidikan Jurnalistik, yang di dalamnya diselenggarakan pelatihan, *workshop* atau *short course* tentang jurnalistik.

Dengan demikian, sebenarnya, LKBN Antara melalui Lembaga Pendidikan Jurnalistik tersebut dapat turut serta menyiapkan tenaga profesional dalam bidang jurnalistik secara memadai. Di tengah pusaran informasi yang begitu tidak terkendali, terutama praktik-praktik penyampaian kabar dan kejadian yang mengandung unsur kebohongan, Lembaga Pendidikan Jurnalistik Antara ini dapat mengambil peran semacam itu yang lebih besar.

Sekelumit paparan tentang LKBN Antara ini menjelaskan bahwa “*core business*” utama LKBN Antara adalah produksi dan distribusi konten apakah dalam bentuknya berita, data, atau informasi. Semestinya, karena konsentrasi usahanya di bidang penyediaan jasa dan produk informasi, maka orang-orang profesional yang ada di dalamnya sudah sangat terbiasa dalam memproduksi konten, baik berita, data, dan informasi. Dengan demikian, kemampuan mereka dalam memproduksi konten dapat ditularkan atau dilatihkan kepada para fungsional humas pemerintah.

Sinergisitas antara LKBN Antara dan humas pemerintah, khususnya dalam memproduksi konten, baik pembuatan berita, infografis, data, animasi, dan konten hiburan dapat diperoleh dari “*the best practices*” yang selama ini dijalankan oleh LKBN Antara yang telah berjejaring secara mendunia.

Formulasi semacam ini sangat penting untuk mencari peluang-peluang baru dan upaya terus menerus dalam rangka meningkatkan kompetensi dan penyelenggaraan komunikasi publik melalui kerja sama dengan badan, lembaga, dan balai kerja yang dimiliki pemerintah sendiri dalam menyukseskan penyelenggaraan komunikasi publik. Dengan kata lain, inovasi dilakukan tanpa henti bagi penyelenggaraan komunikasi publik itu.

Posisi indonesia.go.id

Indonesia.go.id merupakan saluran komunikasi bagi penyelenggaraan komunikasi publik yang juga dikelola oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Duduk sebagai penanggung jawab adalah Dirjen IKP Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, sedangkan sebagai pemimpin redaksinya adalah Direktur Pengelolaan Media.

Jika ditilik komposisi secara struktur dalam pengelolaannya, di dalamnya terdapat *job desk* yang ditangani sejumlah personil, yakni: a) wakil pemimpin redaksi; b) redaktur pelaksana; c) sekretaris redaksi, d) redaktur; e) editor bahasa; f) redaktur foto; g) penulis; h) penerjemah; i) tim media sosial; j) tim teknologi informatika.

Merekalah yang menentukan dan mewarnai bagaimana corak dan karakteristik yang diklaim sebagai Portal Informasi Indonesia. Indonesia.go.id adalah saluran komunikasi pemerintah Indonesia dalam bentuk *online* (portal) sehingga corak kerjanya merupakan perpaduan antara fungsi-fungsi komunikasi kehumasan pemerintah dan kerja jurnalistik yang didedikasikan bagi kebijakan, program dan aktivitas-aktivitas pemerintahan.

Sebagai saluran media komunikasi pemerintah yang memiliki platform digital dan *online*, indonesia.go.id ini memuat menu yang beragam, dari masalah sosial, ekonomi, politik, bisnis, dan agenda-agenda utama pemerintah. Sebagai gambaran sebagai berikut:

Tabel 7.1 Menu dan Tampilan Indonesia.go.id

No.	Menu Data dan Informasi	Tipe Tampilan
1	Beranda	Berisi highlight dari menu-menu informasi dan berita terbaru atau yang dipandang sebagai sesuatu yang penting terhadap apa yang telah menjadi kebijakan dan program pemerintah
2	Profil	Terdiri dari: Profil Indonesia, Profil Presiden dan Wakil Presiden, Profil Parlemen, Profil Agama, Profil Konstitusi, Lembaga Negara, Lagu Kebangsaan dan Bahasa, Profil Peraturan, Profil Kementerian/Lembaga, Profil Suku Bangsa dan Profil Peta Indonesia
3	Nasional	Terdiri dari: Agenda, Kuliner, Indoensia dalam Angka, Editorial, Opini, dan Feature
4	Ragam	Terdiri dari: Budaya, Seni, Keanekaragaman Hayati, Pariwisata, Komoditas dan Kuliner
5	Layanan	Terdiri dari: Pendidikan, Kesehatan, Keuangan, Kependudukan, Perdagangan, Investasi, dan Kepabeanan
6	Berita	Menu Berita yang ada di indonesia.go.id dilink-kan dengan Infopublik.id
7	Galeri	Terdiri dari: Foto, Video, Agenda dan Infografis
8	Lapor!	Memuat tentang laman yang menyediakan Layanan Aspirasi dan Pengaduan <i>Online</i> Rakyat

Sumber: indonesia.go.id

Selain hal itu, ada menu yang jika diperhatikan merupakan menu yang ditambahkan ketika Pemerintah Indonesia memiliki agenda-agenda utama seperti G20 atau Asean 2023 di mana kedudukan dan posisi pemerintah Indonesia sebagai ketua (*presidency*).

Melihat komposisi menu semacam itu, indonesia.go.id bukan saluran komunikasi publik yang dapat diremehkan. Lagi pula, sebagai portal resmi pemerintah Indonesia sudah semestinya dikerjakan dan dilakukan secara profesional, cermat, teliti dan akurat. Kenapa demikian? Apa yang disajikan di dalamnya merupakan cerminan apa yang ada dan dilakukan dalam pemerintahan dan terhadap keadaan serta kondisi bangsa Indonesia itu sendiri.

Jadi sudah semestinya, indonesia.go.id menjadi saluran komunikasi publik yang dirujuk oleh seluruh rakyat dan bangsa Indonesia. Banyak hal yang dapat diperoleh terhadap peristiwa, kejadian, dan pemberitaan,

tidak hanya berurusan dengan pemerintahan, tetapi juga menyangkut dinamika dan denyut kehidupan bangsa Indonesia itu sendiri.

Poin permasalahannya adalah apakah indonesia.go.id ini telah menjadi saluran utama bagi rakyat dan publik bangsa Indonesia? Apakah sebagian besar rakyat dan bangsa Indonesia telah mengikuti penyajian informasi, berita dan hiburan yang ada di saluran indonesia.go.id sebagai portal resmi pemerintah Indonesia?

Untuk mengukur persoalan ini, maka perlu dilakukan komparasi antara anggaran negara yang digunakan untuk penyelenggaraan komunikasi publik melalui saluran indonesia.go.id dengan ketercapaian tujuan bagi penyelenggaraan komunikasi publik itu sendiri.

Penetrasi terpaan saluran indonesia.go.id telah dicapai seberapa dalam dan seberapa besar. Efektifitas dan efisiensinya terletak pada jangkauan, tingkat penerimaan informasi, tingkat memori publik terhadap informasi, dan peningkatan pengetahuan serta sikap publik terhadap keanekaragaman seni budaya, sosial, bahasa, ekonomi, dan politik, termasuk penerimaan dan sikap positif terhadap kebijakan dan program pembangunan.

Tentu saja, rutinitas adalah sesuatu yang diperlukan untuk tujuan pelembagaan bagi praktik-praktik penyelenggaraan ini, tetapi tanpa inovasi dan mengetahui hasil ketercapaian bagi penyelenggaraan komunikasi publik, saluran semacam ini menjadi sia-sia dan hanya menghambur-hamburkan anggaran negara.

Seperti halnya keberadaan RRI dan TVRI, pertanyaan yang patut dilakukan adalah data pengunjung terhadap saluran komunikasi indonesia.go.id. Misalnya sudah berapa persen penduduk dan rakyat Indonesia telah mengakses dan merujuk informasi dan data yang ada di saluran komunikasi indonesia.go.id. Kunjungan pengguna menjadi tolak ukur untuk terus mengupayakan agar saluran indonesia.go.id terus meningkat dan terus diakses.

Mempromosikan saluran komunikasi pemerintah melalui selain media itu sendiri dapat dipandang sebagai upaya untuk terus mendorong publik dan bangsa Indonesia untuk mengenalkan dan menjadikan saluran-saluran komunikasi media publik pemerintah pada akhirnya

menjadi rujukan. Sekali lagi, keberadaan saluran dan media komunikasi publik itu mesti diselaraskan dengan media use dan media habit publik itu sendiri.

Infopublik.id

Sebagai media dan saluran komunikasi publik, infopublik.id diklaim sebagai Portal Berita Info Publik. Seperti halnya indonesia.go.id, saluran dan media komunikasi ini, yakni infopublik.id memiliki sktruktur kepengurusan (baca: pengurus redaksi) dan dikelola oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Sebagai Pengarah adalah Menteri Komunikasi dan Informatika RI, sedangkan sebagai Penanggung Jawab adalah Dirjen IKP. Sementara pemimpin redaksi dipegang oleh Direktur Pengelolaan Media.

Ada posisi-posisi lain dalam susunan kepengurusan dalam pengelolaan infopublik.id ini, yakni seperti wakil pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, sekretaris redaksi, redaktur, redaktur foto, editor bahasa, reporter, penulis sorot, koordinator liputan, penerjemah, fotografer, tim media sosial dan Tim IT.

Praktis, dilihat dari struktur semacam ini, infopublik.id dan indonesia.go.id dikelola dalam tata cara pengelolaan manajemen media baik sebagai media informasi atau pun media pemberitaan sekaligus digunakan untuk menjalankan fungsi-fungsi komunikasi kehumasan sebagai bentuk komunikasi publik.

Dalam kedudukannya sebagai sama-sama media *online*, menu di dalamnya terdapat irisan satu sama lain, yang berarti ada penyajian yang sama antara apa yang ada disajikan pada indonesia.go.id dan apa yang disajikan infopublik.id. Hal ini lumrah terjadi dan justru merupakan perwujudan amplifikasi dari penyajian informasi dan pemberitaan itu sendiri.

Untuk mendapatkan gambaran yang lebih, bagaimana menu-menu yang disajikan dalam infopublik.id ini, dan sekaligus dapat digunakan sebagai pembanding dengan menu yang ada di indonesia.go.id, yakni sebagai berikut tabel yang dapat diperlihatkan:

Tabel 7.2 Menu dan Tampilan infopublik.id

No	Menu Data dan Informasi	Tipe Tampilan
1	Beranda	Berisi highlight dari menu-menu informasi dan berita terbaru atau yang dipandang sebagai sesuatu yang penting terhadap apa yang telah menjadi kebijakan dan program pemerintah hari itu
2	Nasional	Terdiri dari: Berita Politik dan Hukum, Berita Ekonomi dan Bisnis; Berita Sosial dan Budaya; Berita Bencana; Cek Fakta; Lawan Covid dan TV Digital
3	Nusantara	Terdiri dari: Berita-Berita yang terjadi di se-antero nusantara, yang dibedakan ke dalam dua kategori pemberitaan, yakni Indeks Nusantara dan Berita Terpopuler
4	Sorot	Terdiri dari: Berita yang terfokus, yang terdiri dari Berita Politik dan Hukum; Berita Ekonomi dan Bisnis dan Berita Sosial dan Budaya
5	Siaran Pers	Terdiri dari: Lebih ditujukan bagi Siaran Pers Kementerian Kominfo dan pemerintahan secara umum dan daerah. Terdiri dari: Indeks Berita Siaran Pers dan Berita Terpopuler Siaran Pers
6	English	Penyajian Berita dalam versi Bahasa Inggris yang terdiri dari: Public Welfare, Art and Culture; Education; International; Economic and Business; Food and Travel; and Politic and Law
7	Galeri	Terdiri dari: Foto dan Video dipilih dan disajikan yang mengandung nilai dan menarik
8	E.Magazine	Terdiri dari: GPR News dan Komunika yang sebenarnya merupakan link yang disisipkan dalam infopublik.id
9	TV Digital	Terdiri dari Indeks Berita: TV Digital/ASO. ASO merupakan kepanjangan dari Analog Switch off
10	Cek Fakta	Berisi sejumlah berita yang dinyatakan HOAX. Disajikan sejumlah berita yang tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Merupakan bentuk literasi yang ditujukan kepada masyarakat

Sumber: infopublik.id

Seperti halnya pada indonesia.go.id sebagai portal informasi Indonesia, maka infopublik.id dalam formatnya sebagai media *online*, mencantumkan yang merupakan *link*, yakni antara lain, GPR News, Komunika dan *link* ke media sosial. Di dalamnya juga dapat dilihat menu yang sifatnya temporal, yakni Asean 2023 yang menyajikan agenda acara ini karena Indonesia menjadi ketua.

Infopublik.id juga menyajikan pemberitaannya dalam versi bahasa Inggris. Dengan demikian, sebagai saluran komunikasi publik,

masyarakat internasional dapat mengikuti perkembangan kebijakan dan program publik pemerintah Indonesia melalui infopublik.id dalam menu yang berbahasa Inggris.

GPR TV dan GPR News

Keduanya merupakan saluran komunikasi pemerintah khususnya saluran komunikasi tentang program-program pemerintah. GPR TV dalam format televisi satelit Ninmedia dimaksudkan untuk mewujudkan pemerataan informasi tentang program-program pembangunan pemerintah di daerah khususnya daerah-daerah pelosok dan perbatasan yang selama itu belum dapat menjangkau saluran-saluran televisi nasional.

Langkah ini sekaligus sebagai upaya untuk menciptakan bentuk ketahanan nasional, kebangsaan dan kedaulatan negara khususnya untuk di daerah perbatasan dengan negara-negara tetangga. Ini juga dapat dipandang sebagai perwujudan usaha memperkuat ketahanan komunikasi. Penyelenggaraan komunikasi semacam ini dapat merekatkan dan membangun kesadaran tentang berbangsa, bernegara dan bermasyarakat.

Dilihat dari program-programnya, GPR TV ini menyajikan informasi tentang kegiatan presiden dan wakil presiden, dan para menteri. Program ini dikenal sebagai *Program Sudut Istana*. Di dalam program ini, selain menyajikan agenda kegiatan presiden dan wakil presiden, juga antara lain ditampilkan *Program Bincang Menteri* yang ditujukan untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang kebijakan dan program setiap kementerian yang ada.

Selain program tersebut, ada pula *Program Kabar Daerah*. Program ini mengabarkan tentang program pembangunan daerah dan kemajuan-kemajuan daerah yang telah dicapai dan sedang dilakukan. Perhatian terhadap kabar daerah seperti provinsi, kabupaten dan kota diperlukan agar setiap warga di daerah, memiliki komitmen dan kesadaran partisipasi dalam pembangunan daerahnya masing-masing.

Setiap daerah yang ada di Indonesia memiliki keberagaman potensi dan sumber daya yang kaya melimpah dan berbeda sehingga dapat

memajukan berdasarkan pada potensi dan kekayaan alam, budaya, sosial, dan ekonomi masing-masing daerah. Pada saat bersamaan, penyebaran dan penyampaian informasi pembangunan daerah dapat mendorong setiap pemerintahan daerah berlomba-lomba memajukan masyarakat dan wilayahnya masing-masing.

Kabar Kupas Tuntas Lugas merupakan sosialisasi terhadap hal-hal baru terhadap kebijakan dan program pemerintah. Program siaran ini memberi informasi, penjelasan, pemahaman, dan kejelasan terhadap kebijakan dan program pemerintah baru yang belum banyak diketahui maksud dan duduk persoalannya.

GPR TV memang sejak awal dimaksudkan untuk memfasilitasi antara pusat dan daerah dalam hal pengelolaan informasi pembangunan. Bahwa geliat pembangunan itu tidak hanya di kota-kota besar saja, tetapi di daerah pelosok dan perbatasan pun juga terjadi dan dilaksanakan pembangunan.

GPR TV sendiri diinisiasi oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Karena itu, GPR TV juga dikelola oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika RI khususnya di bawah Dirjen IKP. Ia memiliki visi mencerahkan, memberdayakan, memperkokoh NKRI. Keberadaan GPR TV sekaligus dapat dipakai untuk menetralsisir dan menjawab distorsi informasi yang terjadi di masyarakat. Sejak diluncurkannya tahun 2016, pelanggannya telah mencapai 10 juta, yakni angka masih jauh dari harapan jika dibandingkan jumlah seluruh penduduk Indonesia.

Adapun GPR News merupakan bagian dari Infopublik.id yang berisi tentang berita-berita mengenai kegiatan dan program pembangunan pemerintah. GPR News adalah berita-berita yang disajikan di infopublik.id yang secara khusus berisi tentang kegiatan dan program pembangunan pemerintah.

Secara fungsional, baik GPR TV sebagai media televisi satelit, atau pun GPR News merupakan salah menu berita yang ada di Portal Berita yang dikelola Kementerian Komunikasi dan Informatika RI mencerminkan bentuk komunikasi kehumasan pemerintah.

Media Sosial Pemerintah

Pertanyaannya adalah apakah pemerintah memiliki media sosial yang dikelola? Jawabannya adalah ya. Tentu saja. Tidak perlu terburu-buru kemudian mengatakan bahwa pemerintah memelihara *buzzer* atau semisalnya. Untuk diketahui bahwa *buzzer* atau *influencer* adalah sebutan-sebutan yang disematkan kepada seseorang yang mengelola akun media sosial dan saluran media lainnya, yang dipakai untuk kepentingan-kepentingan yang umumnya bemuatan ekonomi politik tertentu.

Media sosial yang dikelola pemerintah tentu bukan dalam pengertian itu, setidaknya apa yang saya sajikan di sini, melainkan bahwa media sosial itu adalah saluran komunikasi yang dapat digunakan untuk memperluas jangkauan, meningkatkan eskalasi pemberitaan dan sosialisasi, dan mengarusutamakan peristiwa, kejadian, kebijakan, dan program-program pemerintah. Tujuannya bukan menciptakan *front* dan arena di mana di dalamnya disajikan pesan yang mengandung pro dan kontra atau kegaduhan komunikasi.

Media sosial itu sendiri yang dikelola pemerintah pun juga merupakan cara dalam mengikuti perubahan perilaku komunikasi dan bermedia masyarakat. Referensi dan preferensi masyarakat telah mengalami perubahan dalam cara mereka berkomunikasi dan bermedia. Dengan kata lain, media sosial adalah ekologi media tersendiri yang mesti diperhatikan dan dikelola tersendiri di antara ekologi media yang lain.

Dengan cara pandang demikian, tidak mungkin penyelenggaraan komunikasi publik tidak menyajikan dan disajikan melalui media sosial yang ada. Media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube, dan Twitter misalnya, kerap dipakai oleh pemerintah baik pusat maupun daerah.

Pada infopublik.id dan indonesia.go.id misalnya, dari pengelolanya terdapat Tim IT. Itu artinya, selain mengelola kedua saluran tersebut secara *online*, ternyata di dalamnya terdapat *link* yang menghubungkan dengan sejumlah media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan Youtube.

Dalam prinsip penyelenggaraan komunikasi strategis, metode ini sebenarnya mengafirmasi dan mengukuhkan bahwa tidak ada satu pun media komunikasi yang mampu memaksimalkan efek dan

dampak pesan kepada masyarakat. *Media mix* merupakan strategi yang memadukan dan mesinergikan semua *platform* media ke dalam fungsi penyelenggaraan komunikasi publik.

Media Mix merupakan kombinasi dari berbagai jenis media yang digunakan dalam berkomunikasi.

Dengan kata lain, *media mix* sebenarnya merupakan bentuk konvergensi dari semua potensi yang dimiliki media dengan format media dan logika media masing-masing. Setiap format media tertentu hanya dapat menjalankan kapasitas dari logika media itu sendiri. Dengan mengkomunikasikannya, melalui potensi yang dimiliki setiap format media, pada akhirnya, celah-celah komunikasi yang tadinya luput dapat teratasi.

Demikian pula level yang lebih rendah, yakni pemerintah daerah baik pada tingkat provinsi, kabupaten dan kota. Umumnya mereka juga mengelola media sosial yang dibagikan dan memiliki keterjalinan dengan portal yang dikelola pemerintah daerah tersebut.

Fakta ini sesungguhnya menunjukkan bahwa sumber daya komunikasi yang dimiliki pemerintah sangat besar dan luar biasa. Dari TVRI, RRI, Kantor Berita Antara, *website* pemerintah, portal informasi dalam skala nasional dan internasional, porta pemberitaan publik, dan saluran media sosial yang dimilikinya. Belum hal ini belum termasuk setiap kementerian, badan, lembaga pun juga mengelola media dan saluran komunikasinya masing-masing.

Dalam banyak tudingan dan pengalamatan kepada penyelenggaraan komunikasi publik yang dianggap lemah dan kurang maksimal, maka refleksi dan peninjauan serta kemampuan sumber daya yang dimiliki patut untuk dilakukan. Tentu saja selain persoalan itu, barangkali yang paling krusial karena setiap lembaga, badan, kementerian menyelenggarakan komunikasi publik sendiri.

Konsolidasi komunikasi publik yang ada bukan persoalan yang mudah. *Plus* masing-masing merasa berhak untuk menyelenggarakan dan merasa mampu berkomunikasi, sementara kemampuan berkomunikasi itu sendiri merupakan kompetensi yang perlu dilatih dan melalui proses pendidikan yang tidak serta merta.

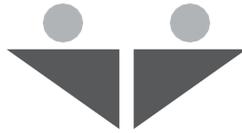
Media Luar Ruang dan Media Transit

Ruang dan lokasinya menjadi hal penting bagi setiap warga negara dan publik. Dalam fungsi-fungsi komunikasi pada bidang kehumasan dan pemasaran misalnya, masalah ruang dan lokasi menjadi bagian yang tidak diabaikan dalam menjalankan fungsi-fungsi komunikasi. Demikian pula halnya, yakni semestinya, setiap pemerintahan baik pemerintah pusat dan pemerintah daerah dapat memaksimalkan ruang dan lokasi sebagai ajang komunikasi dan sosialisasi bagi kebijakan dan program pemerintah.

Pemerintah dapat menggunakan baliho, *banner*, atau papan pajang luar ruang yang digunakan untuk menyampaikan pesan dan informasi yang menyangkut kebijakan dan program pemerintah. Strategi penggunaan ruang dan lokasi dalam penyelenggaraan komunikasi publik itu sendiri didasarkan pada karakteristik kota, tempat, dan bentuk mobilitas warga negara yang melaluinya.

Lokasi di bandara dan pelabuhan sebagai media luar ruang tentu berbeda dengan lokasi jalan protokol sebagai pusat ekonomi dan pemerintahan. Demikian pula tempat-tempat strategis lainnya. Selain hal semacam ini patut dipertimbangkan, termasuk segi etis dan estetisnya, juga apakah penyelenggaraan dan kebijakan komunikasi publik ini juga melakukan perencanaan terhadap pemanfaatan ruang dan lokasi ini untuk misalnya sekedar mengingatkan apa yang menjadi kebijakan dan program pemerintah.

Cara-cara ini bersifat mengingatkan dan mendekatkan kepada kesadaran publik. Sebab ruang dan lokasi itu biasanya menjadi jalan mobilitas warga secara rutin dan berulang sehingga pesan dan terpaan itu pun juga akan berulang. Pengulangan terpaan terhadap publi dapat menumbuhkan memori dan ingatan terhadap pesan tersebut, apakah diterima atau ditolaknya, adalah hal lain lagi. Keefektifan ini juga perlu dipertimbangkan bagi penyelenggaraan komunikasi publik pemerintah.



• 8 •

PENUTUP

Secara keseluruhan, telah ditunjukkan bahwa komunikasi dalam sepanjang sejarah bangsa dan negara ini akan terus ada dan diperlukan. Tidak mungkin dalam pengelolaan suatu organisasi, termasuk di dalamnya adalah organisasi Negara, tidak memerlukan dan membutuhkan fungsi dan peran komunikasi. Bahkan, komunikasi itu sendiri memegang peran strategis.

Masalah-masalah strategis pemerintahan yang kemudian disebut sebagai komunikasi publik mengalami dinamika dan pasang surut, yang menunjukkan besar kecilnya perhatian terhadap komunikasi itu sendiri. Patut disadari bahwa legitimasi pemerintah yang diperoleh dalam pemilihan umum, pada kenyataannya masih akan diuji dalam penyelenggaraan kekuasaan negara. Kebijakan dan program pembangunan yang menjadi visi dan misi pemerintah belum tentu dipahami, dimengerti, dan diterima oleh publik.

Kesuksesan kebijakan dan program pembangunan itu sendiri pun membutuhkan dukungan, partisipasi, dan keterlibatan aktif masyarakat. Lagi-lagi, hal semacam ini membutuhkan kekuatan komunikasi yang

menyatukan dan menyelaraskan apa yang dijalankan pemerintah dan apa yang menjadi ekspektasi publik.

Cukuplah ditunjukkan di dalam tulisan ini sejumlah masalah-masalah strategis komunikasi publik. Siapa pun nantinya, dalam corak visi dan misi pembangunan yang seperti apa pun nantinya, asal semua menyandarkan pada cita-cita Proklamasi 1945, mesti memiliki kesadaran bahwa keberhasilan kebijakan dan program-program pembangunan itu mesti ditopang melalui komunikasi publik yang berhasil dan efektif. Sementara untuk melakukan penyelenggaraan komunikasi publik yang efektif tidak cukup bermodalkan pada kepercayaan diri secara emosional atau karena pengalaman tertentu, melainkan memiliki kompetensi dan kapasitas dalam melihat kompleksitas komunikasi itu sendiri sebagai seni, sebagai kekuatan, sebagai taktik, dan sebagai kebijakan itu sendiri.

Pada akhirnya, semoga sekelumit pemikiran dan kajian sederhana ini dapat memberi sumbangsih bagi penyelenggaraan kekuasaan negara menuju cita-cita Proklamasi 17 Agustus 1945 yakni keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia.

Penerbit Gunadarma



DAFTAR REFERENSI

Cawidu, Ismail dan Suparno, Basuki Agus., (editor), 2020. *Grand Design Sistem Komunikasi Publik Nasional Tahun 2020-2045*, Jakarta: Dirjen IKP Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.

Lattimore, Dan., Baskin, Otis., Heiman, Suzette T., and Toth, Elizabeth L, 2007. *Public Relations the Profession and the Practice*, Boston: McGrawHill.

Muktiyo, Widodo. 2020. *Gagasan dan Pemikiran Komunikasi Publik*, Jakarta: Dirjen IKP Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.

Habermas, Jurgen. 1991. *The Structural Transformation of the Public Sphere*, Cambridge: the MIT Press.

Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran

Undang-Undang No. 22 Tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah

Undang-Undang No. 39 Tahun 2008 tentang Kementerian Negara

Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik

Peraturan Pemerintah No. 11 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan
Penyiaran Lembaga Penyiaran Publik

Peraturan Presiden No. 9 Tahun 2005 tentang Kedudukan, Tugas,
Fungsi dan Susunan Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Negara
Republik Indonesia

Peraturan Presiden No. 4 Tahun 1964 tentang Penerangan dan
Propaganda kepada Masyarakat

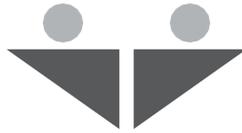
Keputusan Presiden No. 153 Tahun 1999 tentang Badan Informasi dan
Komunikasi Nasional

Instruksi Presiden No. 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Informasi
Publik

Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika RI No. 12 tahun 2021
tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Komunikasi dan
Informatika RI

Keputusan Menteri Penerangan No. 12/Kep/Menpen/1970 tentang
Dirjen Penerangan Umum

Keputusan Menteri Penerangan No. 31/Kep/Menpen/1971 tentang
Struktur dan Tugas Bakohumas Pemerintah



GLOSARIUM

- **Audiens/khalayak**
Sekelompok orang yang mendengarkan, membaca, atau menerima suatu informasi dari komunikator/pembicara.
- ***Digital native***
Mengacu pada generasi yang tumbuh berkembang di tengah-tengah teknologi digital atau di era teknologi informasi.
- ***Good governance***
Suatu konsep tata kelola pemerintahan yang membangun serta menerapkan prinsip profesionalitas, demokrasi, transparansi, efisiensi, akuntabilitas, efektivitas, pelayanan prima, serta bisa diterima oleh seluruh masyarakat.
- **Kepemimpinan**
Kemampuan bagaimana mempengaruhi orang lain, bawahan atau pengikut agar mau mencapai tujuan yang diinginkan sang pemimpin.

- **Kompetensi**
Penguasaan yang dimiliki komunikator pada masalah yang dibahasnya.
- **Komunikasikan**
Penerima pesan dalam komunikasi.
- **Komunikasi**
Pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami; komunikasi adalah siapa mengatakan apa melalui saluran apa kepada siapa dengan efek apa.
- **Komunikasi efektif**
Komunikasi yang mampu menghasilkan perubahan sikap (attitude change) pada orang lain yang bisa terlihat dalam proses komunikasi. Komunikasi yang lebih efektif terjadi apabila komunikator dan komunikan terdapat persamaan dalam pengertian, sikap, dan bahasa.
- **Komunikasi Langsung**
Komunikasi tatap muka atau berhadap-hadapan (face to face).
- **Komunikasi nonverbal**
Proses penyampaian pesan dalam bentuk selain kata-kata. Contohnya gerak tubuh, ekspresi, dan lainnya.
- **Komunikasi Organisasi**
Komunikasi yang terjadi didalam konteks organisasi yang besar, bersifat formal, mengenal hirarki.
- **Komunikasi tidak langsung**
Komunikasi menggunakan media atau perantara, seperti telepon, surat, email, atau media massa.

- **Komunikator**
Orang atau kelompok orang yang menyampaikan pesan kepada komunikan.
- **Konteks Komunikasi**
Situasi atau semua faktor di luar orang-orang yang berkomunikasi. Aspek fisik, aspek psikologis, aspek sosial dan aspek waktu.
- **Koordinasi**
Proses pengintegrasian tujuan-tujuan dan kegiatan-kegiatan pada satuan-satuan yang terpisah dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan bersama secara efisien.
- **Kredibilitas**
Seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki sumber sehingga diterima atau diikuti oleh khalayak (penerima).
- **Lingkungan/situasi komunikasi**
Faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu.
- **Manajemen**
Proses pengorganisasian, pengaturan, pengelolaan SDM, sampai dengan pengendalian agar bisa mencapai tujuan dari suatu kegiatan. Manajemen sangat diperlukan untuk kebutuhan pribadi maupun bisnis. Manajemen bisa membuat bisnis menjadi lebih berkembang karena dijalankan secara struktural dan prosedural.
- **Media/Saluran**
Alat untuk menyampaikan pesan dalam komunikasi; jalan/alur yang dilalui pesan dari si pengirim dengan si penerima.

- **Media sosial**

Sering juga disebut sebagai sosial media adalah pelantar digital yang memfasilitasi penggunaanya untuk saling berinteraksi atau membagikan konten berupa tulisan, foto, video, dan merupakan pelantar digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunaanya

- **Organisasi**

Suatu kesatuan atau susunan yang terdiri atas orang-orang dalam perkumpulan untuk mencapai tujuan bersama. Contohnya seperti sekelompok orang yang bekerja sama, layaknya asosiasi lingkungan, amal, serikat pekerja, atau perusahaan.

- **Pemerintah**

Organisasi yang memiliki kekuasaan untuk membuat dan menerapkan hukum bersama Undang-Undang serta kewenangan untuk mengatur komunitas di wilayah tertentu.

- **Pesan**

Konten verbal dan nonverbal yang di sampaikan dalam proses komunikasi.

- **Retorika**

Kemampuan komunikasi seseorang di depan umum. Komunikasi yang terjadi ketika seorang pembicara menyampaikan pembicaraanya kepada khalayak dalam upaya mengubah sikap mereka (persuasif).

- **Saluran (*Channel*)**

Medium untuk mengirimkan sinyal (tanda), jalan untuk berkomunikasi.

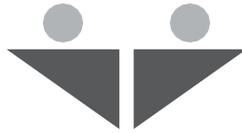
- **Semiotika**

Ilmu yang mempelajari tentang konsep dan lingkup studi teori tanda, makna linguistik dan visual, teks, konteks dan intertekstual.

- **Umpan Balik (*Feedback*)**

Apa saja yang diberikan oleh komunikan kepada komunikator sebagai bentuk balasan terhadap informasi yang diterima. Komunikasi yang diberikan pada sumber pesan oleh penerima pesan untuk menunjukkan pemahaman makna.

Penerbit Gunadarma



INDEKS

A

Abdurrahman Wahid, 8, 9, 12
advertising, 85
afektif, 86
agama, 115
agenda, 132, 133, 136, 137
agraria, 37
aktivis, 68
aktor, 3, 21
akuntabel, 67
akuntabilitas, 91, 92
akurasi, 21
android, 3
animasi, 87
anomali, 64
antarsistem, 46
APTIKA, 33
argumentasi, 115

asas, 74

Asean News Exchange, 131

ASN, ix, xvii, 30

audience, 107, 109

audio, 38

audiovisual, 65

avoider, 32

B

Badan Informasi dan Komunikasi
Nasional, 13

Badan Intelijen Negara, 50

Badan Komunikasi Publik, 53, 54,
55

Badan Koordinasi Kehumasan
Pemerintah, 11

badan publik, 17, 18

bahan bakar minyak, 84

bahasa, 132, 134, 135, 136

Bakohumas, 146
baliho, 119
BATAN, xvii
BBM, xvii
behavioral, 86
berita, 5, 67, 107-109, 112, 113,
124, 129-136, 138-140, 157
Bhineka Tunggal Ika, 3
big data, 110
BIKN, xvii
BIN, xvii
Biro Hukum, 34
Biro Kepegawaian dan Organisasi,
34
Biro Keuangan, 34
Birokrasi, 25
Biro Perencanaan, 34
Biro Umum, 34
B.J. Habibie, 12
Bloomberg, 131
BNPB, xvii
BNPT, xvii
Boediharjo, 96
BPJS, 84
BRIN, xvii
budaya, 2, 3
buzzer, 139

C

cerdik pandai, 4
China, 131
cita-cita, 125, 126
citra, 128
civil society, 9
Cliffort Geertz, 88
Columbia, 131

core business, 131
cybernetic, 64

D

data, 51, 54, 57
Demak, 118
demokrasi, 120
Departemen Komunikasi dan
Informatika, 13, 18, 22
Departemen Luar Negeri, 11
desa, 38, 43
desentralisasi, 12
digital, 12, 19
digital native, 120
Dinas, 52, 78, 79
Direktorat Jenderal, xiii, xvii
direktur, 27, 29, 30, 31, 32, 39
dirjen, 26, 28, 29, 32
Dirjen IKP, 33, 36, 37, 38, 39, 40
Diseminasi, 74
DIY, xvii
DKI, xvii
Dokumentasi, xviii
dualisme, 7, 9
dukungan, 7, 10, 19

E

E-Business, 35
editor, 132, 135
edukasi, 16
Efek, 54
ego sektoral, 44
e-goverment, 116
ekonomi, 121
eksekutif, 127
eksklusifitas, 70

elektronik, 73
emosi, 105
empati, 62
Equifinality, 63
equilibrium, 63
era, 61, 63
eselon, 27
eskalasi, 55, 63
ethos, 105
etika, 63
Evaluasi, 89

F

Facebook, 88
fakta, 110
Feedback, 151
FGD, xviii
film, 10
Five Canons Rhetoric, 89
Focus Group Discussion, 102
formalitas, 105
foto, 10, 119, 132, 135, 150
freedom of expression, 9, 20
freedom of speech, 9, 20

G

G20, 133
GAMBAR, xi
GBHN, xviii
good governance, 67, 70, 72
Government Public Relations, 90
GPR, 90, 91, 92, 93, 94, 99
gubernur, 119
guidance, 102

H

Haji Agus Salim, 4
hak, 9, 17
hiburan, 107, 108, 109, 110, 112,
113, 114, 121
hoaks, 115
Hukum, 33, 34, 36, 37, 41
Humas, vi, xviii, 46, 83, 90, 94, 95,
96, 101

I

Ibu Kota, 75
identitas, 2, 3
IKP, 33, 36, 37, 38, 39, 40
imagined community, 1
implikasi, 12
Indonesia, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 10, 13, 15
indonesia.go.id, 124, 132, 133, 134,
135, 136, 139
Industri 4.0, 37
influencer, 139
infopublik.id, 135, 136, 137, 138,
139
informasi, 125, 126, 127, 128, 130,
131, 133, 134, 135, 136, 137,
138, 140, 141
Informasi Publik, 145, 146
Informatika, 145, 146
infrastruktur telekomunikasi, 19
Inggris, 131, 136, 137
inovatif, 63, 64
inspektorat jenderal, 13
Instagram, 88
Instruksi Presiden, 101
integrator, 60
intensitas, 110, 119, 120

interaksi, 120
internet, 112
interpersonal, 3
inventions, 14

J

Jakarta, 98
Jawa, 118
Jawatan, 11, 12
Jepang, 131
Jerman, 131
Joko Widodo, 16, 20
jurnalistik, 131, 132
Juru Bicara Pemerintah, 11

K

Kabinet Kerja, 16
kajian, 16
kampung, 43
Kantor Staf Presiden, xviii
Kasman, 4
Keamanan, 13
kebebasan, 10, 11, 20
kebenaran, 21
kebijakan, 5, 7, 8, 9, 12, 16, 17, 18,
19, 20, 22
kebijakan publik, 17, 18
kebohongan, 115
Kebudayaan, 36, 38, 41
kedudukan, 25, 26, 32, 40
kehumasan, 36
Kejaksanaan Agung, 52
kejujuran, 28
kekuasaan, 32, 39, 42
kekuasaan negara, 66, 80
kelembagaan, 79, 80

kelogisan, 77
kelompok, 66
Kementerian Kesehatan, 16
Kementerian Komunikasi dan
Informatika, 14, 15, 16, 17, 18,
19, 20, 22
kenegaraan, 4, 5, 21
kepemimpinan nasional, 9, 10, 13,
16, 20, 21
kepentingan, 9, 16, 17
kepercayaan, 7, 18
Kepolisian, 50, 56, 61
Keppres, xviii
kerja, 19, 26, 28, 30, 31, 47, 52, 58,
59, 74, 81, 87, 90, 92, 97, 98,
102, 116, 127, 130, 132
kesejahteraan umum, v
Keterbukaan Informasi, 17
ketidakpastian, 7
Keuangan, 34
kewenangan, 26, 28, 29, 30, 32, 40
khalayak, 77
KKN, 68
Klaten, 118
kognitif, 86
Kolusi, xviii
Kominfo, xviii
kompetensi, 8
kompetensi komunikasi, 8
Komunikan, 148
komunikasi, 148, 149, 150
komunikasi kelompok, 3
komunikasi pemerintah, 7, 8, 9, 10,
11, 12, 14, 16, 20
komunikasi politik, 7, 10, 11, 21
komunikasi publik, 7, 8, 9, 10, 11,
16, 17, 20, 21, 22

- komunikasi strategis, 20
 komunikasi strategik, 83
 komunikator, 105
 konflik, 32, 43
 kongres, 74
 Konsolidasi, 140
 konten, 127, 128, 129, 131, 132
 kontroversi, 44
 koordinasi, 28, 31, 34, 44
 koordinator, 28
 korupsi, 33
 kota, 43
 kredibel, 129
 kritik, 9
 KSP, xviii, 16, 48, 101
 kualifikasi, 90, 105
 kyai, 4
- L**
- laporan, 34
leader, 27, 29
 legislatif, 71
 lembaga informasi nasional, 13
 Lembaga Kantor Berita Nasional, 130
 Lembaga Penerangan, 10
 Lembaga Penyiaran Publik, 124, 125, 126, 129
 LKBN, 130, 131, 132
 logos, 105
 LPPM, vi
- M**
- makna, vii
 Malaysia, 131
 manajemen, 135
- Maritim, 36, 37, 41
 masyarakat, 34, 39, 42, 43
 Media, 33, 36, 38, 40, 41
media gathering, 113
Media Habit, 107
 media massa, 112
Media mix, 140
 media sosial, 128, 132, 135, 136, 139, 140
media use, 135
media visit, 113
 mekanisme, 121
 Menteri Komunikasi dan Informatika, 135
 Menteri Penerangan, 146
 merdeka, 4, 5
 militeristik, 6
mindscape, 46
 misi, 5, 22, 23, 102, 103, 104, 130, 143, 144
 monitoring, 16
 Mordecai Lee, 91
 Muhammad Hatta, 4
 Muhammad Yamin, 4
multiplatform, 88, 90
- N**
- Namibia, 131
 narasi, v, vi
 Nasional, xvii, xviii, xix
national building, 5
nation state, 4
 Nepotisme, xviii
 Netflix, 107
 NGO, xviii, 74
 NKRI, xviii

- Non-Aligned News Pool*, 131
non government organization, 65
 non kementerian, 16
- O**
- online*, 123, 124, 132, 135, 136, 139
 opini publik, 10
 Orde Baru, 5, 6, 10, 11, 12
 Orde Lama, 5, 10
 organisasi, 3, 10, 17
 Organization of Asia Pacific News Agencies, 131
 otoritarian, 32
 otoriter, 69
- P**
- pamflet, 4
 pariwisata, 39
 partisipasi sosial, 10
pathos, 105
 pejabat, 91
 Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi, xviii
 pekerjaan, 26, 27, 32, 37, 39, 42
 pekerjaan umum, 37, 39, 42
 pelaporan, 37, 38
 pelayanan, 34, 35
 pemantauan, 37
 Pembangunan, 36, 38, 41
 pemberitaan, 88
 pembredelan, 12
 pembujukan, 115
 Pemerintah, 116
 pemerintah daerah, 118
 pemerintah pusat, 118, 119
 pemimpin, 14
 pemuda, 38, 39, 42
 pendapatan, 120
 pendidikan, 120
 penduduk, 107, 108, 117, 118, 119, 120
 Penerangan Luar Negeri, 11
 pengambilan keputusan, 17
 Pengelolaan Informasi Publik, 16, 20
 pengetahuan, 1, 2, 3, 18
 Pengumuman, 74
 pengusaha, 27
 PenLugri, xviii
 penyajian, 70, 71, 76, 79
 penyampaian, 66
 penyimpanan, 70, 72, 76, 77
 Peran, 80
 Perancis, 131
 percetakan, 10
 perdamaian dunia, 15
 Perekonomian, 36, 37, 41
 perencanaan, 34
 perguruan tinggi, vi
 perindustrian, 37, 39, 42
 persuasi, 39
 pertahanan, 73
 Pertanggungjawaban, 75
 pertanian, 37, 42
 pertukaran, 61
 pesan, 48, 49, 55, 56, 62, 63
 PNS, 27, 28
 politik, 27, 30, 37, 38, 39, 40
 politisi, 27
 Polri, xviii
 Poole, 32
 portal, 88

power, 27, 32
 PPID, 72, 78, 79
 Presiden, 75
press conference, 113
press release, 113
 priyayi, 4
 PRO, 20
 program pemerintah, 7, 8, 9, 12, 16, 17, 19, 20, 22
 propaganda, 8, 11
 provinsi, 11
 PRSA, 86, 89
 psikologi, 105
public affairs, 85
public relations, xi
Public Relations Officer, xviii
Public Relations Society of America, xviii
Public Speaking, 88
 publik, 84, 85, 86, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 98, 100, 101, 102, 103, 105
 publikasi, 87, 88
 Pusat Penerangan Masyarakat, xviii
 Puspenmas, xviii
 Putnam, 32

R

radio, 35
 rakyat, 37, 39
 rapat, 74
 rasional, 69
 redaksi, 132, 135
 redaktur, 132, 135
 Referensi, xii
 Reformasi, 12
 Regulasi, 12
relationship, 66
 Repelita, xviii
 resonansi, 55
 retorika, 63
 Reuters, 131
 Revolusi, 4, 5, 19
 RI, 4, 5, 10, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22
 RRI, 6
 RT, xviii, 117, 119, 124
 rutinitas, 59, 62

S

saluran, 49, 52, 55, 57, 62
 SDM, 116
 SDPPI, xix
 Segmentasi, 116
 sekretaris jenderal, 13, 14
 sekretaris kabinet, 48
 Semarang, 118
 sistem, 111, 112, 115, 116
 SIUPP, xix
 SK, xix
smart city, 116
smartphone, 111
 Soekarno, 4, 5
 Solo, 118
 solutif, 63, 64
 sosial, 62
 stabilitas sosial, 12
stakeholder, 84, 87, 91
 strategis, 96, 101
 stratejik, 83, 90
 suara, 85, 92, 93, 94
 suku, 115

sumber daya, 137, 140
supervisi, 37, 38
suprasistem, 47
Sutan Syahrir, 4
swasta, 127

T

Tan Malaka, 4
tata kelola, 7, 9, 10
tata kelola komunikasi, 7, 9, 10
teknologi informasi, 19
teknologi informatika, 19
teks, 87, 150
Televisi, 6
tenaga ahli, 27
Tentara Nasional Indonesia, 50, 56
Tik Tok, 107, 114
TKKKP, xix
TNI, xix
totalitarianisme, 69
transisi, 6
transparan, 10, 18
transparansi, 33, 39
Tugas, 28, 34, 36
tujuan nasional, 103
TVRI, 124, 125, 126, 127, 128, 129,
130, 134, 140
tweet, 110
Twitter, 107, 114

U

ulama, 4
Undang-Undang, 12, 14, 17
UNS, vi
Uses and Gratification, 121

V

Video, 133, 136
visi, 130, 138
visual, 38, 65, 66, 150
voices, 85

W

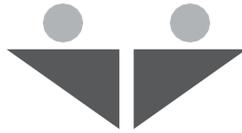
Wacana, 3
Wali kota, 51
warga negara, 67, 69, 72
welfare nation, 4
Whatshapp, 3
workshop, 131

Y

Youtube, 128, 139
yudikatif, 71

Z

zaman, 98
zona, 116



PROFIL PENULIS



WIDODO MUKTIYO, lahir di Klaten 27 Februari. Penulis alumnus S1 di Ilmu Komunikasi FISIP UGM, Fakultas Ekonomi UII dan Alumnus program AOTS di Osaka Jepang. Sejak 1987, penulis menjadi staf pengajar di Ilmu Komunikasi FISIP UNS dan pada 2003 diangkat menjadi Staf Ahli Rektor UNS di Bidang Komunikasi dan Public Relations. Kemudian sejak tahun 2005-2010 sebagai Kepala Kantor Humas & Kerjasama UNS Solo. Tahun 2011 menjadi Pembantu Rektor IV UNS. Doktor lulusan Ilmu Komunikasi UI Jakarta ini menjadi pengajar tetap di Pascasarjana Ilmu Komunikasi UNS dengan mata kuliah Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi Pemasaran dan Promosi. Serta pengajar Program Doktor di PDIE dan Penyuluhan Pembangunan UNS untuk matakuliah Lingkungan Bisnis dan S3 Komunikasi Pembangunan. Sejak 1995 penulis mendirikan CES "Citra Emas" School of Management and Public Relations yang bergerak di bidang pendidikan, pelatihan, jasa konsultasi dan riset PR di Yogyakarta dan Solo. Selain itu, pada 1999 merintis berdirinya Perhimpunan Hubungan Masyarakat (Perhumas)

di Solo, dan pada 2001 mendirikan Media Watch Surakarta (MWS). Selain sebagai akademisi, Widodo Muktiyo aktif di berbagai organisasi bisnis dan organisasi profesi seperti HIPMI Jawa Tengah, Pengurus BPP Perhumas, Ketua BPC Perhumas Solo, Wakil Bendahara API (Asosiasi Pertekstilan Indonesia) Jawa Tengah, Pengasuh Pondok Wirausaha Citra Emas serta konsultan di beberapa rumah sakit, bank nasional, perguruan tinggi dan lain-lain. Beberapa bukunya antara lain: Pengantar Ilmu Komunikasi (1992), Ekonomi Pembangunan (1994), Bagaimana Cara Menjual dan Membangun Citra (2004), Kiat Berkomunikasi Efektif (2004). Menjadi Profesional dan Komunikatif di Kantor (2005), dan Membangun Usaha dengan Kekuatan Image (2006). Tahun 2001 s/d 2007 menjadi pengisi rubrik Konsultasi Marketing dan Public Relations di Harian Jawa Pos Radar Jogja dan rubrik Konsultasi Etika dan Komunikasi Bisnis di Harian Solopos. Pengasuh rubrik Manajemen Citra di Radio Solopos FM tahun 2003-2009. Penulis juga sebagai Presenter dalam program Bedah Citra CES Citra Emas di TATV, Perspektif di TA TV Solo serta UNS Menyapa di Jogja TV & TA TV Solo serta Host acara Academic Corner di Metro TV. Penulis pernah menjabat sebagai Dirjen IKP Kementerian Komunikasi dan Informatika RI (2018-2020) dan tahun 2020 menjabat Staf Ahli Menteri Bidang Komunikasi dan Media Massa pada Kemeterian Komnikasi dan Informatika RI.