

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS
KEMENTERIAN SEKRETARIAT NEGARA REPUBLIK INDONESIA
DALAM IMPLEMENTASI KETERBUKAAN INFORMASI PUBLIK

OLEH
NUR ANNISA PUTRI NAZARUDDIN



DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR

2024

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS
KEMENTERIAN SEKRETARIAT NEGARA REPUBLIK INDONESIA
DALAM IMPLEMENTASI KETERBUKAAN INFORMASI PUBLIK

NUR ANNISA PUTRI NAZARUDDIN

E021201088

*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Departemen Ilmu Komunikasi*

DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2024

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Humas Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia dalam Implementasi Keterbukaan Informasi Publik
Nama Mahasiswa : Nur Annisa Putri Nazaruddin
Nomor Pokok : E021201088
Departemen : Ilmu Komunikasi

Makassar, 21 Februari 2024


Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Dr. Sudirman Karnay, M.Si

NIP. 196410021990021001


Sartika Sari Wardanhi DHP, S.Sos., M.Ikom.

NIP. 198711232019032010

Mengetahui,

Ketua Departemen Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Hasanuddin



Dr. Sudirman Karnay, M.Si

NIP. 196410021990021001

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Telah Diterima oleh Tim Evaluasi Skripsi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Kesarjanaan dalam Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi *Public Relations* Pada Hari

Makassar, 21 Februari 2024

TIM EVALUASI

Ketua : Dr. Sudirman Karnay, M.Si

(.....)

Sekretaris : Sartika Sari Wardanhi DHP, S.Sos., M.I.Kom.

(.....)

Anggota : 1. Dr. Moeh. Iqbal Sultan, M.Si.

(.....)

2. Dr. H. Muh. Akbar, M.Si.

(.....)

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nur Annisa Putri Nazaruddin

NIM : E021201088

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Saya menyatakan bahwa skripsi komunikasi yang berjudul "**Strategi Komunikasi Humas Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia dalam Implementasi Keterbukaan Informasi Publik**" ini sepenuhnya adalah karya sendiri. Tidak ada bagian didalamnya yang merupakan duplikasi dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan dalam skripsi ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Makassar, 21 Februari 2024

Yang membuat pernyataan,



Nur Annisa Putri Nazaruddin

ABSTRAK

NUR ANNISA PUTRI N. E021201088. *Strategi Komunikasi Humas Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia dalam Implementasi Keterbukaan Informasi Publik. (Dibimbing oleh Sudirman Karnay dan Sartika Sari Wardanhi DHP).*

Tujuan penelitian ini: (1) Untuk mendeskripsikan strategi komunikasi Humas Kementerian Sekretariat Negara RI dalam implementasi keterbukaan informasi publik (2) Untuk mendeskripsikan faktor penghambat yang dihadapi oleh Humas Kementerian Sekretariat Negara RI dalam implementasi keterbukaan informasi publik.

Tipe penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang dilakukan pada bulan Agustus hingga Desember 2023 dengan cara melakukan wawancara mendalam kepada *Staff* Biro Humas Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mengambil sumber data berupa data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi serta data sekunder yang diperoleh dari buku, internet, dll.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Humas Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia dalam mengimplementasikan keterbukaan informasi publik melakukan 4 (empat) tahapan strategi komunikasi yang terdiri dari: 1) Penemuan Fakta (*fact finding*): Pada tahap ini Humas Kemensetneg mengacu pada dasar hukum yang telah mengikat dan melakukan peninjauan kembali dari hasil upaya-upaya yang telah dikerjakan sebelumnya. 2) Perencanaan (*planning*): Humas Kemensetneg melakukan perencanaan dengan memperhatikan unsur-unsur komunikasi seperti komunikator, pesan, media, sasaran, dan efek. 3) Aksi dan Komunikasi (*action and communication*): Tahap ini Humas Kemensetneg melakukan upaya-upaya yang dapat menunjang keterbukaan informasi publik, seperti transformasi pelayanan informasi publik, diseminasi informasi melalui berbagai media, dan membangun relasi dan berkolaborasi dengan *stakeholders*. 4) Evaluasi (*evaluation*): Pada tahap ini dilakukannya evaluasi dari pelaksanaan yang telah dikerjakan. Evaluasi dilakukan secara internal melalui rapat koordinasi dan secara eksternal yang dilakukan oleh Komisi Informasi melalui Monitoring dan Evaluasi Keterbukaan Informasi Publik yang dilakukan setiap tahunnya.

Kata kunci : Strategi komunikasi, keterbukaan informasi publik, Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia.

ABSTRACT

NUR ANNISA PUTRI N. E021201088. *Public Relations Communication Strategy of the Ministry of State Secretariat of the Republic of Indonesia in Implementing Public Information Disclosure. (Supervised by Sudirman Karnay and Sartika Sari Wardanhi DHP).*

The objectives of this research are: (1) To describe the Public Relations communication strategy of the Ministry of State Secretariat of the Republic of Indonesia in implementing public information disclosure. (2) To describe the inhibiting factors faced by Public Relations of the Ministry of State Secretariat of the Republic of Indonesia in implementing public information disclosure.

This type of research uses a descriptive qualitative method which was carried out from August to December 2023 by conducting in-depth interviews with the Public Relations Bureau Staff of the Ministry of State Secretariat of the Republic of Indonesia. Data collection techniques are carried out by taking data sources in the form of primary data obtained from interviews and observations as well as secondary data obtained from books, the internet, etc.

The results of the research show that the Public Relations communication strategy of the Ministry of State Secretariat of the Republic of Indonesia in implementing public information disclosure carries out 4 (four) stages of communication strategy consisting of: 1) Fact finding: At this stage the Public Relations of the Ministry of State Secretariat of the Republic of Indonesia refers to the binding legal basis and reviewing the results of previous efforts. 2) Planning: Public Relations of the Ministry of State Secretariat of the Republic of Indonesia carries out planning by paying attention to communication elements such as communicators, messages, media, targets and effects. 3) Action and Communication: This stage, the Public Relations of the Ministry of State Secretariat of the Republic of Indonesia makes efforts that can support the of public information disclosure, such as transforming public information services, disseminating information through various media, and building relationships and collaborating with stakeholders. 4) Evaluation: At this stage, an evaluation of the implementation that has been carried out is carried out. Evaluation is carried out internally through coordination meetings and externally by the Central Information Commission of the Republic of Indonesia through Monitoring and Evaluation of Public Information Disclosure which is carried out every year.

Keywords: Communication strategy, public information disclosure, Ministry of State Secretariat of the Republic of Indonesia.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh...

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Humas Kementerian Sekretariat Negara RI dalam Implementasi Keterbukaan Informasi Publik” sebagai salah satu syarat penyelesaian studi pada jenjang Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Hasanuddin. Salam dan shalawat tak lupa pula kita kirimkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, suri tauladan bagi umat manusia yang menjadi penuntun setiap manusia dalam meraih kebahagiaan dunia dan akhirat.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini begitu banyak hambatan yang dihadapi, akan tetapi semuanya dapat teratasi dengan bantuan dari berbagai pihak. Ucapan terima kasih penulis persembahkan untuk kedua orang tua tercinta Bapak Nazaruddin Anwar, S.Sos dan Ibunda Feriyani yang senantiasa memberi dukungan serta mencurahkan kasih sayang, nasihat, dan doa tak terhingga sehingga penulis dapat berada di titik ini hingga menyelesaikan pendidikan jenjang S1. Terima kasih juga kepada adik-adik kesayangan penulis, Pipit, Abang, Asyifa, dan Alm. Aisyah yang telah menjadi penyemangat dan alasan kuat untuk penulis bertahan sejauh ini.

Melalui kesempatan berbahagia ini, dengan segala kerendahan hati penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang telah terlibat membantu penulis, baik dari segi moril maupun materi, dukungan, serta

doa kepada penulis sehingga penulis mampu melalui lika-liku studi S1, terima kasih kepada :

1. Ketua Departemen Ilmu Komunikasi sekaligus selaku pembimbing 1, bapak Dr. Sudirman Karnay, M.Si. yang senantiasa membimbing dan memberikan saran, kritik dan doa kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Dosen Pembimbing II sekaligus Penasehat Akademik (PA), Ibu Sartika Sari Wardanhi, S.Sos., M.Si. yang senantiasa mengarahkan penulis, memberikan saran maupun kritik dari semester 1 hingga sampai pada tahap penyelesaian tugas akhir.
3. Sekretaris Departemen Ilmu Komunikasi, bapak Nosakros Arya, S.Sos, M.Si yang telah membantu secara administratif proses perkuliahan dan penyelesaian studi penulis, serta telah memberi dukungan dan nasehat kepada penulis.
4. Seluruh pengajar/dosen maupun staf akademik Departemen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan harta paling berharga selama masa perkuliahan berupa ilmu pengetahuan dan nasihat kepada penulis.
5. Seluruh keluarga besar penulis yang tiada henti memberikan dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
6. Sahabat till Jannah, one and only Taya yang setia menemani setiap proses yang penulis hadapi. Terima kasih telah memberi dukungan dan kasih sayang yang tulus, serta tanpa lelah mendengarkan keluh kesah penulis. Mari terus melangkah bersama-sama untuk mewujudkan semua impian.

7. Teman-teman toxic nan baik hati, Mayo, Deloy, Susoy yang telah bersama-sama melalui suka duka perkuliahan dan perkosmikan. Terima kasih atas support dan bantuan yang telah diberikan sejak awal drama per *booklet*-an hingga pada masa selesainya studi ini.
8. Mas-Mas Sudiang yang sangat memotivasi penulis untuk terus berproses. Terima kasih telah membantu dan menemani penulis di masa-masa sulit dalam proses penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih untuk semua hal random yang penuh kesan dan *insightful*.
9. Teman seperjuangan PR, wanita-wanita kuat yang sangat luar biasa dan menginspirasi. Rahmi, Amel, dan Fera terima kasih telah berbagi suka dan duka kehidupan yang sangat berlika-liku. Terima kasih juga telah membantu penulis selama masa perkuliahan. Sehat selalu dan terus bertahan demi mimpi yang terwujud.
10. Kakak-kakak pakbal nan baik hati, Kak Mila, Kak Imo, dan Kak Dion yang telah memberi dukungan, bantuan, dan nasihat kepada adik kecilnya.
11. Teman-teman Nalendra yang telah saling membantu satu sama lain, berbagi pengalaman dan cerita selama masa perkuliahan. Terutuk kalian semua, 106 orang semoga makin sukses dan solid.
12. Serta seluruh rekan-rekan penulis yang tidak tertulis secara spesifik terima kasih telah memberikan bantuan dan dukungan dari awal kepada penulis.

13. Terakhir, teruntuk diri sendiri apresiasi sebesar-besarnya karena telah berhasil menyelesaikan apa yang telah dimulai sejak awal. Terima kasih telah berusaha dengan keras dan tidak menyerah dalam menjalani lika-liku kehidupan. Tetap berjuang dan bersyukur atas apa yang telah diraih.

Akhir kata, penulis persembahkan skripsi ini kepada semua pembaca, semoga bermanfaat dan berguna untuk semuanya. Tak lupa permohonan maaf penulis hanturkan atas segala kekurangan dalam penyusunan. *Wassalamu alaikum Wr. Wb.*

Makassar, 21 Februari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN EVALUASI.....	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
D. Kerangka Konseptual	12
E. Definisi Konseptual	22
F. Metode Penelitian	23
G. Teknik Analisis Data	25
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Strategi Komunikasi	26
B. Hubungan Masyarakat	34
C. Keterbukaan Informasi Publik.....	40
D. Komisi Informasi.....	43

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Profil Kementerian Sekretariat Negara.....	47
B. Visi dan Misi	48
C. Tugas dan Fungsi Kementerian Sekretariat Negara	50
D. Struktur Organisasi Biro Humas Kemensetneg.....	52

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Informan	54
B. Hasil Wawancara.....	55
C. Pembahasan	89

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	107
B. Saran	108

DAFTAR PUSTAKA	110
-----------------------------	------------

LAMPIRAN.....	113
----------------------	------------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Berita kasus sengketa informasi Kemensetneg	5
Gambar 1.2 Grafik Nilai Hasil MONEV Keterbukaan Informasi Publik	7
Gambar 1.3 Kerangka Pikir.....	21
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Kementerian Sekretariat Negara	47
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Biro Humas Kemensetneg	52
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PPID Kemensetneg	60
Gambar 4.2 Alur Penanganan Informasi Publik	63
Gambar 4.3 Menu PPID dan Informasi Publik Pada Website	64
Gambar 4.4 Jadwal Pelayanan Informasi Publik Kemensetneg.....	65
Gambar 4.5 Tautan QR Code Pelayanan Informasi Publik	68
Gambar 4.6 Laporan Akses Informasi Kemensetneg Tahun 2022	69
Gambar 4.7 Kegiatan Setneg Mantul <i>Goes To Campus</i>	73
Gambar 4.8 Kegiatan Setneg Mantul <i>Road To G20</i> edisi Bali	73
Gambar 4.9 Konten Setneg Sepekan.....	74
Gambar 4.10 Konten Rilis Presiden.....	75
Gambar 4.11 Konten Setneg Proaktif	76
Gambar 4.12 SetnegPedia	77
Gambar 4.13 Konten SetnegReal	78
Gambar 4.14 Kegiatan Lokakarya PPID Kemensetneg	82
Gambar 4.15 Penerimaan Kunjungan Mahasiswa UGM.....	83

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dengan perkembangan teknologi yang hadir mengakibatkan adanya perubahan kebutuhan setiap individu. Salah satu aspek yang paling dibutuhkan dan terus mengalami perkembangan seiring perubahan zaman adalah komunikasi. Komunikasi tentu tidak dapat terlepas dari kehidupan manusia, dimanapun manusia berada pasti membutuhkan komunikasi. Dengan komunikasi, kita dapat memahami dan memperoleh pengetahuan. Adapun perubahan kebutuhan dalam aspek komunikasi yakni terlihat dari semakin canggihnya teknologi, maka meningkat pula keinginan individu untuk mendapatkan informasi yang cepat dan mudah.

Kebutuhan informasi sangat menunjang pengetahuan setiap individu dalam proses kehidupan sehari-hari ataupun dalam konteks bernegara. Sebagai warga negara, masyarakat memiliki hak untuk memperoleh informasi. Hal ini telah tercantum pada Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 28F yang memberikan hak kepada masyarakat untuk memperoleh dan menyampaikan informasi serta berkomunikasi dengan menggunakan berbagai jenis saluran yang tersedia.

Indonesia sebagai negara demokrasi mengharuskan setiap elemen di dalamnya mampu melakukan penyelenggaraan negara yang terbuka dan transparan, seperti halnya penyediaan informasi. Hal ini dilakukan demi meningkatkan ketahanan nasional serta terciptanya siklus yang harmonis antara hak masyarakat dengan kewajiban lembaga pemerintah. Keterbukaan informasi

publik adalah pondasi awal dalam menciptakan tata pemerintahan yang baik, transparan, terbuka, dan partisipasi dalam seluruh proses penyelenggaraan negara (Nurdiansyah E. , 2016).

Keterbukaan informasi telah diatur pada Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik untuk mendorong akses masyarakat terhadap informasi yang dipegang oleh badan publik. Setiap badan publik wajib memberikan informasi publik yang dimilikinya kepada setiap pemohon informasi serta menyediakan dan mengumumkan informasi publik secara berkala.

Melihat realitas saat ini, hak dasar setiap warga negara untuk mendapatkan informasi publik masih belum terpenuhi dengan baik. Dapat dilihat dari banyaknya keluhan, kritik, ataupun saran dari masyarakat yang tidak ditanggapi dengan baik. Masyarakat memiliki hak dalam menyampaikan kritik ataupun saran terkait penyelenggaraan negara yang kiranya dianggap tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku, yakni peraturan perundang-undangan. Maka dari itu, perlu diukur sejauh mana optimalisasi yang dilakukan badan publik dalam mengupayakan keterbukaan informasi publik.

Dengan adanya undang-undang yang telah mengikat, maka masyarakat dapat mengakses informasi sesuai dengan kategori informasi yang diperbolehkan oleh undang-undang tersebut dari badan publik terkait melalui bagian kehumasan. Serta badan publik juga memiliki kewajiban dalam memberikan informasi tersebut kepada pemohon informasi. Apabila masyarakat tidak mendapatkan informasi yang diminta, maka masyarakat dapat mensengketakan hal tersebut.

Badan publik merupakan lembaga eksekutif, legislatif, yudikatif dan badan lain yang dalam menjalankan tupoksinya sebagai penyelenggara negara, segala bentuk dana yang digunakan baik sebagian ataupun keseluruhan bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) dan/atau Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD), atau organisasi non pemerintah yang juga sebagian ataupun seluruh dananya bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan/atau Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah, sumbangan masyarakat, dan/atau luar negeri (Novita, 2019).

Kementerian Sekretariat Negara RI atau biasa disingkat Kemensetneg dipilih sebagai objek penelitian dikarenakan Kementerian Sekretariat Negara RI merupakan salah satu badan publik yang memiliki kewajiban melakukan implementasi UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Selain itu, Kemensetneg juga memiliki tuntutan untuk menciptakan tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*) yang bersifat transparansi, akuntabilitas, dan mendorong partisipasi masyarakat.

Seperti yang diketahui, Kementerian Sekretariat Negara merupakan kementerian yang posisinya paling dekat dengan Presiden sehingga menjadi lembaga pemerintah yang mencakup segala aspek terkait dengan proses penyelenggaraan negara. Kemensetneg memiliki tugas untuk memberikan dukungan teknis, administrasi, dan analisis kepada Presiden dan Wakil Presiden dalam menyelenggarakan kekuasaannya.

Guna mengimplementasikan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik secara optimal, Kementerian Sekretariat

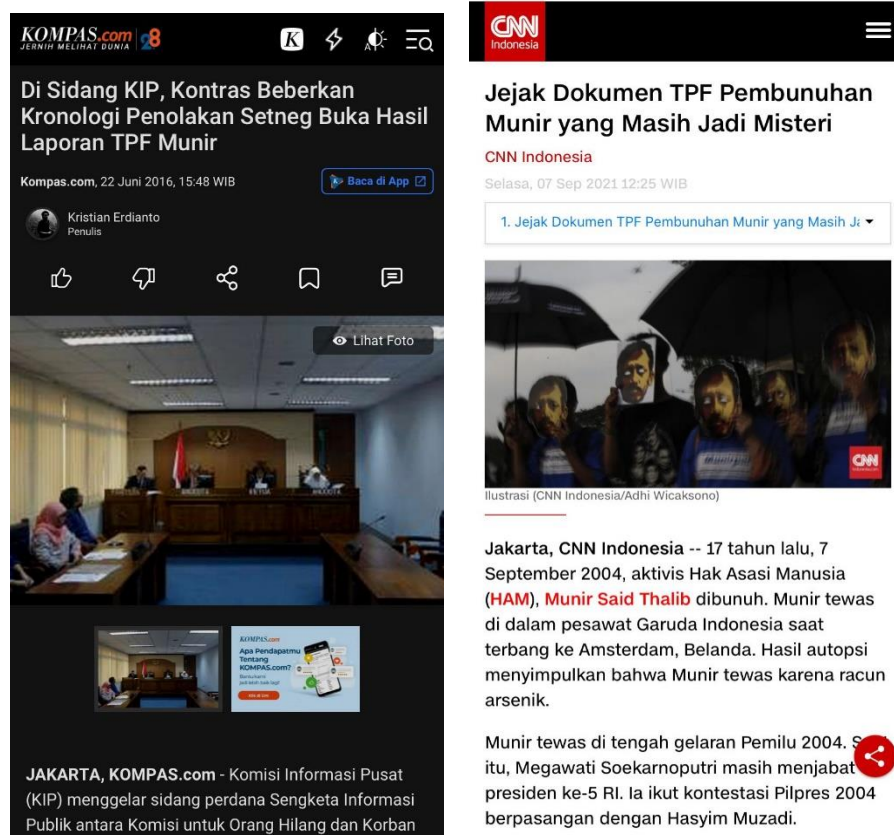
Negara memiliki kewajiban yang harus dilakukan seperti memberikan pelayanan informasi publik kepada pemohon informasi, menyediakan informasi publik yang akurat dan mudah dijangkau, serta patuh terhadap undang-undang tersebut.

Pelayanan informasi yang dilakukan Kementerian Sekretariat Negara RI juga tak hanya sebatas lingkup Kemensetneg saja, tetapi meliputi Sekretariat Presiden, Sekretariat Wakil Presiden, Sekretariat Kementerian dan Kedepatian, Sekretariat Dewan Pertimbangan Presiden, Kantor Staf Presiden, Pusat Pengelolaan Komplek Gelora Bung Karno, dan Pusat Pengelolaan Komplek Kemayoran. Dapat dilihat bahwa Kemensetneg memiliki beragam informasi yang sangat strategis terkait penyelenggaraan negara. Maka dari itu, tidak heran jika banyak masyarakat yang mengajukan permohonan kebutuhan informasi dari Kementerian Sekretariat Negara RI.

Untuk menunjang implementasi keterbukaan informasi publik, dalam Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 telah mengamanatkan lembaga independen Komisi Informasi yang bertugas menyelesaikan sengketa informasi, menetapkan standar teknis layanan informasi publik di lingkungan badan publik, serta melakukan pengawasan kepada setiap badan publik dalam menyelenggarakan pemerintahan yang terbuka.

Keterbukaan informasi publik bukanlah hal yang dapat disepelekan karena merupakan inti dari sistem demokrasi yang menjadi unsur penting untuk mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik. Salah satu contoh kasus yang pernah dihadapi oleh Kemensetneg terkait keterbukaan informasi publik yang berujung adanya sengketa informasi, yakni permohonan informasi hasil

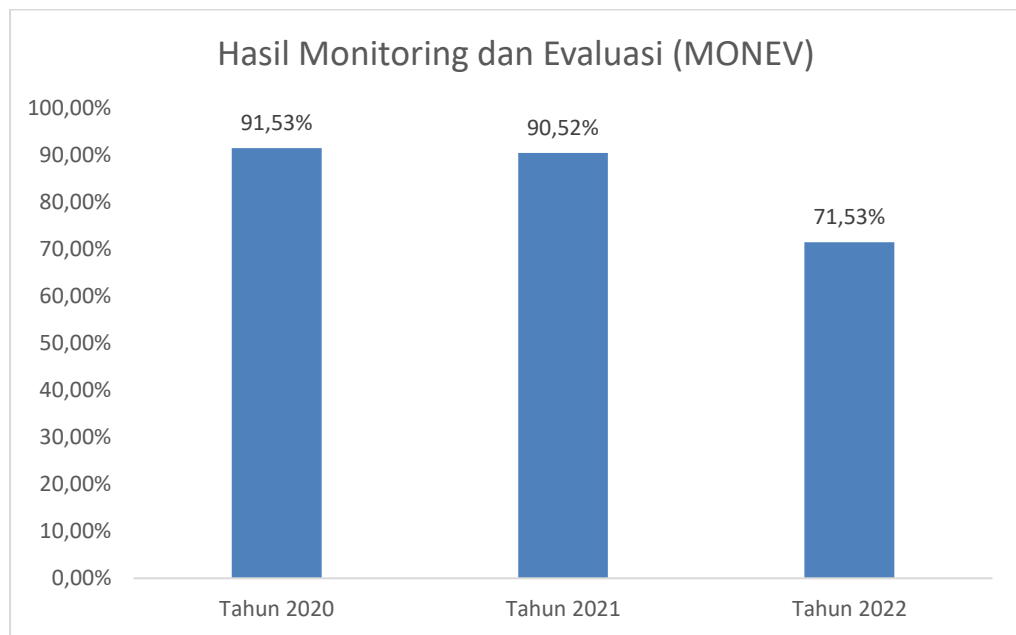
penyelidikan Tim Pencari Fakta Kasus Meninggalnya Munir yang diajukan oleh Komisi untuk Orang Hilang dan Korban Tindak Kekerasan (KontraS). KontraS menyampaikan permohonan ke PPID Kemensetneg untuk meminta diumumkannya secara resmi hasil laporan Tim Pencari Fakta kasus Meninggalnya Munir, tetapi informasi tersebut tidak dapat dipenuhi oleh PPID Kemensetneg dikarenakan dokumen mengenai hal tersebut tidak dimiliki, dikuasai, dan diketahui oleh Kemensetneg. Mengetahui tanggapan dari PPID Kemensetneg, Pihak KontraS merasa tidak puas dan langsung mengajukan penyelesaian sengketa informasi publik kepada Komisi Informasi Pusat pada tahun 2016. Hal tersebut telah tercantum pada berita di Kompas.com dan cnnindonesia.com.



Gambar 1.1 Berita kasus sengketa informasi Kemensetneg mengenai laporan TPF Munir

Adanya pemberitaan miring yang menyangkut pemerintah tentunya dapat berpotensi mempengaruhi citra lembaga pemerintahan itu di mata masyarakat. Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik hadir untuk menjamin hak seluruh masyarakat dalam memperoleh informasi terkait penyelenggaraan negara agar masyarakat dapat ikut serta dalam mengawasi prosesnya. Namun, perlu ditekankan bahwa dalam undang-undang tersebut tidak semua informasi bersifat terbuka. Terdapat informasi yang juga dikategorikan sebagai informasi yang dikecualikan. Maka dari itu, sangat penting untuk setiap badan publik memahami urgensi keterbukaan informasi publik.

Sebagai lembaga yang diamanahkan untuk melakukan pengawasan kepada setiap badan publik, maka Komisi Informasi Pusat melakukan inovasi berupa kegiatan monitoring dan evaluasi keterbukaan informasi publik setiap tahunnya sebagai bentuk penilaian kinerja yang dilakukan oleh setiap badan publik, termasuk Kementerian Sekretariat Negara RI. Dari hasil Monitoring dan Evaluasi (MONEV) Keterbukaan Informasi Publik yang diperoleh dari Surat Keputusan Komisi Informasi Pusat RI, diperoleh data bahwa Kemensetneg mengalami penurunan nilai yang cukup signifikan. Berikut nilai Hasil Monitoring dan Evaluasi Keterbukaan Informasi Publik Kementerian Sekretariat Negara.



Gambar 1.2 Grafik Nilai Hasil MONEV Keterbukaan Informasi Publik Kemensetneg 2020-2023

Pemeringkatan yang dilakukan oleh Komisi Informasi Pusat bertujuan untuk mengukur sejauh mana UU No. 14 Tahun 2008 diimplementasikan oleh tiap badan publik, termasuk Kemensetneg. Tentu dalam mengimplementasikan Keterbukaan Informasi Publik dengan efektif dan efisien, tim Humas Kemensetneg memiliki strategi komunikasi yang membantu proses penyampaian informasi kepada publik agar informasi dapat tersampaikan dengan baik, tepat, dan optimal.

Upaya mendukung keterbukaan informasi publik di lingkungan Kementerian Sekretariat Negara merupakan salah satu tanggung jawab yang diperankan oleh Biro Humas Kemensetneg. Hal ini tercermin dari berbagai kegiatan yang dijalankan seperti pengelolaan informasi publik, diseminasi informasi seputar kegiatan Presiden, Wakil Presiden, Menteri Sekretaris Negara, dan Kementerian Sekretariat Negara, ataupun melakukan berbagai kegiatan

seperti workshop, seminar, atau diskusi publik yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang berbagai aspek kebijakan dan program yang dijalankan oleh pemerintah ataupun dikelola oleh Kementerian Sekretariat Negara itu sendiri.

Berdasarkan uraian latar permasalahan diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian terkait strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia dalam implementasi Keterbukaan Informasi Publik sesuai dengan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008.

Adapun beberapa penelitian sebelumnya yang dijadikan sebagai referensi diantaranya, pertama yaitu penelitian Skripsi “Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat dan Keterbukaan Informasi Publik (Studi Deskriptif Kualitatif Kegiatan Humas PT. PLN Persero dalam Implementasi Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 oleh Intantya Purwoko Putrie dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Penelitian tersebut membahas mengenai strategi komunikasi yang telah dilakukan oleh Humas PT. PLN (Persero) terhadap pelaksanaan Keterbukaan Informasi Publik yang sesuai dengan UU No. 14 Tahun 2008. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif yang menggunakan teori implementasi (George C. Edwards), yang kemudian dipresentasikan kepada teori strategi komunikasi oleh Onong Uchjana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan Humas PT. PLN (Persero) telah dilakukan secara terencana dan sesuai dengan komponen strategi komunikasi. Seluruh komponen strategi komunikasi memberikan dampak dan kontribusi terhadap faktor implementasi.

Penelitian kedua yaitu Skripsi “Peran Humas Kementerian Sekretariat Negara dalam Menunjang Keterbukaan Informasi Publik” oleh Nurdiansyah dari Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta. Penelitian tersebut membahas mengenai bagaimana peran, metode, serta hambatan humas Kementerian Sekretariat Negara untuk menunjang keterbukaan informasi publik. Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif yang menggunakan teori peran humas (Dozier) yang dibedakan menjadi 2 (dua), yaitu peranan managerial dan peranan teknis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia memiliki peran yang sangat penting dalam menunjang keterbukaan informasi publik terlihat dari upaya yang dilakukan seperti mengelola dan menyediakan informasi publik, diseminasi informasi menggunakan berbagai media, dan menjalin hubungan secara internal dan eksternal.

Ketiga, penelitian Skripsi “Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Tangerang Selatan dalam Mensosialisasikan Program *Smart City*” oleh Aprilia Lianjani dari Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Penelitian ini membahas mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Tangerang Selatan serta faktor pendukung, faktor penghambat, dan solusinya dalam mensosialisasikan program *smart city*. Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif yang menggunakan teori Hafied Cangara yang berkaitan dengan tahapan strategi komunikasi, yaitu penelitian, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dan pelaporan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemerintah Kota Tangerang Selatan melalui divisi *Smart City* telah melakukan

sosialisasi dengan menggunakan lima tahapan, yaitu penelitian, perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi dan pelaporan.

Dengan demikian, pada penelitian ini strategi komunikasi menjadi fokus yang akan diteliti dan dikaji dengan menggunakan teori strategi komunikasi dari Scoot M. Cutlip dan Allen H. Center. Adapun judul penelitian yang diangkat **“STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS KEMENTERIAN SEKRETARIAT NEGARA REPUBLIK INDONESIA DALAM IMPLEMENTASI KETERBUKAAN INFORMASI PUBLIK.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah ditemukan, agar lebih terarah dan sistematis maka peneliti membatasi fokus penelitian ini yakni:

1. Bagaimana strategi komunikasi Humas Kementerian Sekretariat Negara RI dalam implementasi keterbukaan informasi publik?
2. Apa saja faktor penghambat yang dihadapi Humas Kemeterian Sekretariat Negara RI dalam implementasi keterbukaan informasi publik?

C. Tujuan & Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah peneliti kemukakan, maka penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Untuk mendeskripsikan strategi komunikasi Humas Kementerian Sekretariat Negara RI dalam implementasi keterbukaan informasi publik.
- b. Untuk mendeskripsikan faktor penghambat yang dihadapi Humas Kementerian Sekretariat Negara RI dalam implementasi keterbukaan informasi publik.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini diantaranya:

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan pembaca sebagai bahan informasi yang diharapkan akan bermanfaat untuk penelitian lanjutan bagi peneliti atau pihak lain, serta sebagai bahan perbandingan antara teori dari mata kuliah yang didapat di bangku perkuliahan dengan fakta yang didapat di lapangan

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang berguna bagi pembaca dalam mengetahui dan memahami strategi komunikasi yang dilakukan suatu badan publik dalam mengimplementasikan keterbukaan informasi publik

D. Kerangka Konseptual

1. Strategi Komunikasi

Hovland, Janis & Kelley mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses dimana komunikator menyampaikan stimulus (berupa kata-kata) kepada khalayak dengan tujuan untuk mengubah dan membentuk perilaku (Putrie, 2015). Sederhananya, komunikasi menjadi proses sosial yang terjadi antara dua orang atau lebih, dimana individu mengirimkan stimulus berupa pesan baik dalam bentuk verbal ataupun non-verbal kepada orang lain. Proses penyampaiannya pun dilakukan melalui saluran komunikasi, yang kemudian terjadi perubahan atau respon terhadap pesan yang disampaikan.

Rogers mendefinisikan bahwa strategi komunikasi adalah rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang besar melalui transfer ide-ide yang baru, sedangkan Middleton menyebutkan strategi komunikasi merupakan kombinasi terbaik dari seluruh elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran, penerima, hingga pada pengaruh (efek) yang dirancang agar dapat mencapai tujuan komunikasi yang optimal (Cangara, Perencanaan dan Strategi Komunikasi, 2013).

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktik (2013)*, strategi komunikasi memiliki komponen-komponen yang menjadi dasar yang perlu juga diperhatikan disertai dengan faktor pendukung dan faktor penghambat dari setiap komponen tersebut. Komponen strategi komunikasi yang dijelaskan oleh Onong Effendy adalah :

1) Mengenali sasaran komunikasi

Komunikator perlu mempelajari siapa saja yang akan menjadi sasaran komunikasinya. Hal ini tentu bergantung pada tujuan komunikasi, apakah komunikasi ditujukan agar komunikan hanya sekedar mengetahui atau agar komunikan melakukan tindakan tertentu. Apabila hanya sekedar mengetahui, maka dilakukan metode informatif. Sedangkan, apabila untuk melakukan tindakan, maka menggunakan metode persuasive/instruktif. Dalam mengenali sasaran komunikasi, terdapat 2 (dua) faktor yang perlu diperhatikan, yaitu faktor referensi dan faktor situasi dan kondisi.

2) Pemilihan media komunikasi

Dengan kemajuan teknologi saat ini, media komunikasi sangatlah bervariasi, baik yang bersidat tradisional ataupun modern. Untuk mencapai sasaran komunikasi, komunikasi dapat memilih media yang akan digunakan, tergantung dari tujuan yang dicapai, pesan yang akan disampaikan, serta teknik yang akan digunakan. Tidak ada media yang paling baik dari semua media, hal ini dikarenakan setiap media mempunyai kelebihan dan kekurangan masing-masing.

3) Pengkajian tujuan pesan komunikasi

Setiap pesan mempunyai tujuan tertentu, maka dengan adanya pengkajian tujuan pesan sangat bermanfaat untuk menentukan teknik seperti apa yang harus diambil. Pesan komunikasi terdiri atas isi pesan dan lambang/symbol.

4) Peranan komunikator dalam komunikasi

Peranan komunikator memiliki peranan dalam keberhasilan suatu proses komunikasi. Menurut Onong, ada 2 (dua) faktor yang mendukung, yaitu daya tarik sumber dan kredibilitas.

Menurut Ronald D. Smith (2002) dalam bukunya *Strategic Planning for Public Relation* dijelaskan bahwa ada 4 (empat) tahap rencana strategi yang dilakukan oleh seorang *public relations* dalam menjalankan perannya. Keempat tahap ini disebut dengan ROPE (*Research, Objectives, Programming, Evaluation*) (Erlistyarini, 2018).

Strategi perencanaan yang dikemukakan oleh Ronald D. Smith sebenarnya hampir sama dengan model perencanaan komunikasi yang digagas oleh Scoot M. Cutlip dan Allen H. Center dalam (Rizki, Musfialdy, & Miftahuddin, 2019) yang dapat menjadi landasan atau acuan untuk melakukan pelaksanaan, diantaranya :

a) Penemuan fakta (*Fact Finding*)

Langkah awal ini melibatkan proses pengkajian atau pengenalan situasi, pemantauan pengetahuan, opini, sikap, dan perilaku yang terkait dengan tindakan dan kebijakan suatu lembaga/organisasi. Langkah untuk menjawab “Apa yang sedang terjadi sekarang?”

b) Perencanaan (*Planning*)

Informasi yang terkumpul pada langkah pertama kemudian digunakan untuk membuat sebuah keputusan mengenai publik, sasaran, tindakan dan strategi komunikasi, taktik, dan tujuan program. Langkah kedua ini berusaha menjawab “Kita telah mempelajari situasi berdasarkan apa saja

yang perlu diubah, dilakukan, ataupun yang dikatakan.” Proses ini menyusun strategi yang dilakukan untuk mencapai tujuan. Perencanaan komunikasi perlu untuk memperhatikan elemen-elemen komunikasi, seperti menentukan komunikator, pesab, media, sasaran dan efek.

c) Aksi dan Komunikasi (*Action and Communication*)

Setelah perencanaan telah dilakukan, beralih ke langkah ketiga yang melibatkan program dari tindakan dan komunikasi yang telah dirancang sebelumnya untuk mencapai tujuan yang spesifik. Pertanyaan pada Langkah ini, “Siapa yang akan melakukan dan memberitahukan program? Kapan dilakukan? Dimana dilakukan? Dan bagaimana caranya?”

d) Evaluasi (*Evaluation*)

Tahap ini menjadi tahapan akhir yang melibatkan kesiapan penilaian, hasil implementasi dari usaha-usaha yang telah dilakukan sebelumnya. Upaya-upaya yang dilakukan dapat dilanjutkan ataupun diberhentikan berdasarkan pertanyaan, “Bagaimana yang telah kita kerjakan”.

2. Hubungan Masyarakat

Hubungan Masyarakat atau disingkat Humas merupakan terjemahan dari *public relations*. Namun dari penggunaan kata, sebutan “Humas” lebih erat kaitannya dengan instansi pemerintah. Menurut Cutlip Centre & Broom (2006) mendefinisikan *public relations* sebagai “*the planned effort to influence opinion through good character and responsible performance, based on mutually satisfactory two-way communication*”, dapat disimpulkan bahwa *public relations*

adalah upaya-upaya terencana yang dilakukan untuk membujuk publik agar mendukung organisasi dengan asas komunikasi dua arah yang saling memuaskan.

Grunig (1989) mendefinisikan bahwa *public relations* adalah penggunaan komunikasi untuk memanupulasi publik demi kepentingan organisasi. Menurut (Effendy, 2006), *public relations* adalah komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerja sama dan pemenuhan kepentingan bersama (Fahri & Unde, 2018).

Bagian humas yang bekerja pada institusi pemerintah atau biasa dikenal dengan humas pemerintah merupakan aktivitas lembaga atau individu yang melakukan fungsi manajemen dalam bidang komunikasi dan informasi kepada publik (Nurdiansyah, 2018). Humas pemerintah sangat berperan penting dalam melakukan kegiatan komunikasi, koordinasi, dan menyebarkan berbagai data dan informasi publik yang dibutuhkan oleh stakeholders (Fayiz, 2022). Lembaga yang ada baik pada tingkat pusat hingga tingkat daerah tentu dilengkapi dengan bagian humas yang berfungsi untuk mengelola informasi dan opini publik.

Millet menyatakan bahwa Humas memiliki beberapa tugas utama, yaitu mempelajari keinginan publik, menciptakan kepuasan masyarakat terhadap pemerintah, memberikan informasi tentang kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah, serta menciptakan citra baik pemerintah di mata publik. Humas sebagai ujung tombak informasi pemerintah diharuskan mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat (Fahri & Unde, 2018).

Menurut Dozier, Humas memiliki peran penting untuk pemahaman fungsi humas dan komunikasi organisasi, sehingga perannya dibedakan menjadi dua, yaitu peranan managerial (*communication manager role*) dan peranan teknis (*communication technical role*). Adapun peranan managerial atau dikenal dengan peranan Tingkat manajemen dibedakan menjadi 3 peranan, yaitu *expert prescriber communication*, *problem solving facilitator*, dan *communication facilitator* (Nurdiansyah, 2018). Berdasarkan 3 peranan tersebut, apabila diuraikan lebih jauh terdapat 4 peranan, diantaranya :

- a. Penasihat Ahli (*Expert prescriber*) : *Public relations* membantu manajemen dengan pengalaman dan keterampilan mereka untuk mencari solusi bagi penyelesaian masalah humas yang dihadapi oleh suatu perusahaan, lembaga atau organisasi.
- b. Fasilitator komunikasi (*Communications fasilitator*) : *Public relations* berperan sebagai mediator informasi antara perusahaan dengan publiknya.
- c. Fasilitator proses pemecahan masalah (*Problem solving process fasilitator*): *Public relations* membantu manajemen melalui kerjasama dengan bagian lain dalam perusahaan untuk menemukan pemecahan masalah yang terbaik untuk masalah *public relations* secara rasional dan profesional.
- d. Teknisi komunikasi (*Technician communications*) : *Public relations* sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi. Praktisi teknisi komunikasi ditujukan untuk menulis dan

menyunting majalah karyawan, menulis siaran pers, dan cerita feature, mengembangkan isi situs web, dan berurusan dengan kontak media.

3. Implementasi

Secara etimologis, implementasi merupakan suatu aktivitas yang bertalian dengan penyelesaian suatu pekerjaan dengan penggunaan sarana (alat) untuk memperoleh hasil. Menurut Nurdin Usman dalam buku Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum, implementasi adalah bermuara pada aktivitas, aksi, tindakan, atau adanya mekanisme suatu sistem. Implementasi bukan hanya sekedar sebuah aktivitas semata, tetapi suatu kegiatan yang terencana untuk mencapai tujuan kegiatan.

Sedangkan menurut Hanifah Harsono (2002), implementasi merupakan suatu proses untuk melaksanakan kebijakan menjadi tindakan kebijakan dari politik ke dalam administrasi. Pengembangan kebijakan dilakukan dalam rangka penyempurnaan suatu program (Pramesti, 2019). Implementasi dapat dimaknai sebagai proses pelaksanaan kegiatan yang mengacu pada pedoman-pedoman yang telah disiapkan sehingga kegiatan yang telah dijalankan itu dapat memberikan akibat/dampak bagi masyarakat.

Tolak ukur keberhasilan dari implementasi kebijakan publik tak hanya ditunjukkan berdasarkan banyaknya unit organisasi yang terlibat dalam kebijakan tersebut saja, tetapi terdapat faktor implementasi yang tentu saling berkaitan satu sama lain. Adapun faktor implementasi menurut George Edward III, terdiri atas faktor komunikasi, sumber daya, disposisi, dan struktur birokrasi (Putrie, 2015).

4. Keterbukaan Informasi Publik

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), keterbukaan adalah hal terbuka yang menjadi landasan utama dalam berkomunikasi, sedangkan informasi dikutip dari UU No. 14 Tahun 2008 Pasal 1 dijelaskan bahwa :

Informasi adalah keterangan, pernyataan, gagasan, dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna, dan pesan baik fakta, data, maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar, dan dibaca, yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik atau non-elektronik.

Sementara itu, apabila merujuk kembali pada Pasal 1 UU No. 14 Tahun 2008, diterangkan pula definisi informasi publik yakni informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan/atau diterima oleh suatu badan publik yang berkaitan dengan penyelenggara dan penyelenggaraan negara dan/atau penyelenggara dan penyelenggaraan badan publik lainnya yang sesuai dengan Undang-Undang Keterbukaan Informasi publik serta informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan publik.

Perlu dipahami bahwa hak memperoleh informasi merupakan elemen penting dalam mewujudkan penyelenggaraan negara yang terbuka untuk diawasi publik agar penyelenggaraan negara semakin dapat dipertanggung jawabkan. Maka dari itu, dengan adanya keterbukaan informasi publik tentu akan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan publik (Arfian, 2017). Dikarenakan tuntutan demokrasi serta transparansi mengantarkan pemerintah untuk menetapkan UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik sebagai payung hukum yang berlaku.

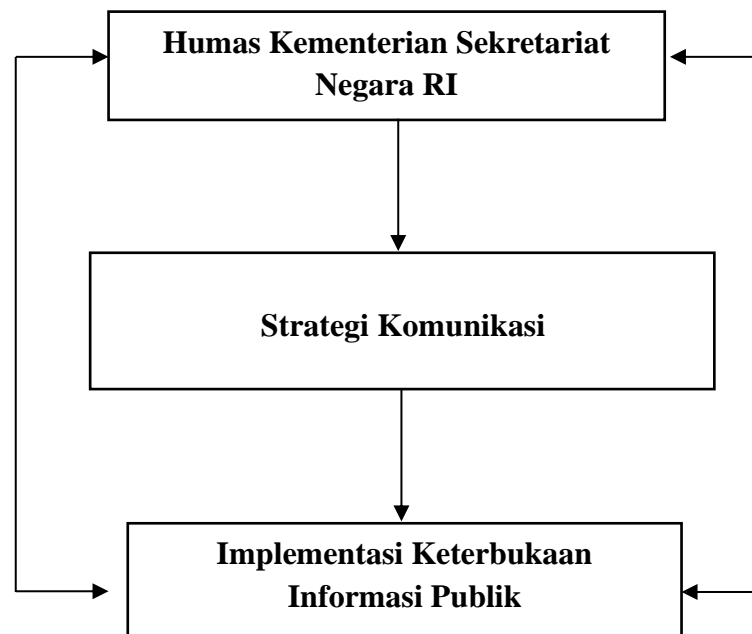
Dalam UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik Pasal 2 dijelaskan bahwa setiap informasi publik bersifat terbuka dan dapat diakses oleh setiap pengguna informasi publik. Namun, terdapat juga informasi publik yang dikecualikan yaitu informasi yang bersifat rahasia sesuai dengan undang-undang, kepatutan, dan kepentingan umum didasarkan pada pengujian tentang konsekuensi yang timbul apabila suatu informasi diberikan kepada masyarakat serta setelah dipertimbangkan dengan saksama bahwa menutup informasi publik dapat melindungi kepentingan yang lebih besar daripada membukanya atau sebaliknya.

Lahirnya Undang-Undang No. 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik bertujuan untuk menjamin hak warga negara untuk mengetahui rencana pembuatan kebijakan publik, program kebijakan publik, dan proses pengambilan keputusan publik, serta alasan pengambilan suatu keputusan publik; mendorong partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan kebijakan publik; meningkatkan peran aktif masyarakat dalam pengambilan kebijakan publik dan pengelolaan badan publik yang baik; mewujudkan penyelenggaraan negara yang baik, yaitu yang transparan, efektif dan efisien, akuntabel serta dapat dipertanggungjawabkan; mengetahui alasan kebijakan publik yang mempengaruhi hajat hidup orang banyak; mengembangkan ilmu pengetahuan dan mencerdaskan kehidupan bangsa; dan/atau meningkatkan pengelolaan dan pelayanan informasi di lingkungan badan publik untuk menghasilkan layanan informasi yang berkualitas (UU No. 14 Tahun 2008 Pasal 3).

Dalam perwujudan keterbukaan informasi, undang-undang yang mengikat juga mengamanatkan kepada setiap badan publik harus menunjuk Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) yang menjadi pejabat penanggung jawab di bidang penyimpanan, pendokumentasian, penyediaan, dan/atau pelayanan informasi di suatu badan publik.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti merangka konsep pemikitan penelitian yang dilakukan sebagai berikut :

+



Gambar 1.3 Kerangka Pikir

E. Definisi Konseptual

Untuk menghindari multitafsir dalam penelitian ini, peneliti memberikan pemahaman dan batasan dalam penelitian, sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi adalah bagian dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi yang menunjukkan gambaran operasional untuk mencapai tujuan yang optimal.
2. Keterbukaan Informasi Publik adalah sebuah kebijakan yang telah ditetapkan oleh negara yang wajib diimplementasikan secara transparan dan terbuka kepada masyarakat oleh seluruh badan-badan publik yang telah terdaftar dengan menyediakan segala bentuk informasi publik yang berkaitan dengan penyelenggaraan negara dan/atau penyelenggaraan badan publik tersebut dan tetap sesuai dengan undang-undang yang terikat, yakni Undang-Undang No. 14 tahun 2008.
3. Hubungan masyarakat (Humas) adalah unsur pelaksana yang menjalankan fungsi manajemen dalam bidang informasi dan komunikasi persuasif, efektif, dan efisien dalam menciptakan hubungan yang harmonis dengan publiknya melalui berbagai sarana kehumasan dalam rangka menciptakan citra dan reputasi positif instansi pemerintah
4. Kementerian Sekretariat Negara adalah kementerian yang dipimpin oleh Menteri Sekretaris Negara, dan berkedudukan di bawah serta bertanggung jawab kepada Presiden. Umumnya, tugas Kementerian Sekretariat Negara adalah memberikan dukungan teknis, administrasi, dan analisis kepada Presiden dan Wakil Presiden dalam menyelenggarakan kekuasaan Negara.

F. Metode Penelitian

1. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan mulai bulan Agustus hingga Desember 2023 yang dilakukan pada Kantor Pusat Kementerian Sekretariat Negara bagian Biro Hubungan Masyarakat, Jl. Veteran No. 17-18, Jakarta Pusat.

2. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian akan dilakukan secara langsung dan mendalam melalui pengamatan objektif. Penelitian ini digolongkan sebagai penelitian deskriptif, yakni penelitian dengan menggambarkan, menganalisa, serta menginterpretasikan data yang ditemukan terkait bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan Humas Kementerian Sekretariat Negara dalam implementasi keterbukaan informasi publik.

3. Teknik Penentuan Informan

Peneliti memilih menggunakan teknik purposive sampling dalam menentukan informan. Teknik ini digunakan dengan memilih orang yang dianggap dapat memberikan informasi atau data yang dibutuhkan dan berguna untuk pemecahan masalah yang diteliti. Fokus informan penelitian ini adalah Staff Biro Humas Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia, yang dianggap memahami permasalahan untuk dipaparkan kepada penulis. Penulis menetapkan beberapa informan yang terdiri atas :

- Faisal Fahmi S.H., M.H. (Sekretaris PPID Utama Kemensetneg sekaligus Kepala Bidang Pengelolaan Informasi Publik, Pranata Hubungan Masyarakat Ahli Madya)
- Oky Tri Handoko S.S. (Staf PPID Utama Bidang Pelayanan Informasi Publik, Analis Hubungan Masyarakat)
- Wulan Kurniasih (Staf PPID Utama Bidang Pendokumentasian dan Arsip)
- Akhmad Firmannamal, S.Sos., M.Commun., Ph.D. (Kepala Bidang Diseminasi Informasi, Pranata Hubungan Masyarakat Ahli Madya)

4. Teknik pengumpulan data

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari sumber yang diamati dan dicatat. Data primer ini diperoleh dari hasil wawancara dan observasi, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, internet, ataupun hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

a. Data Primer :

Wawancara Mendalam (in depth interviewing), yaitu proses pencarian data dengan melakukan tanya jawab secara terbuka dan tidak terstruktur dengan informan, sehingga data yang diperoleh detail, akurat dan tepat. Melalui wawancara ini, peneliti dapat memperoleh gambaran yang cukup jelas mengenai strategi komunikasi Humas Kementerian Sekretariat Negara dalam implementasi keterbukaan informasi publik.

b. Data Sekunder :

Studi Kepustakaan, yaitu data yang ditemukan berdasarkan hasil pencarian literature bacaan, buku, majalah, situs internet, ataupun sumber lainnya yang memiliki relevansi dengan masalah yang diteliti guna melengkapi dan mendukung penelitian yang dilakukan.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis data tipe kualitatif dengan memakai teknik analisis data Miles dan Huberman (Sugiyono, 2010), terdapat 3 (tiga) tahapan yang harus dilakukan dalam menganalisis data penelitian kualitatif, diantaranya :

- a. Reduksi data : Proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, dan mengabstraksikan data yang ditemukan dari berbagai sumber.
- b. Penyajian data : Paparan data yang dilakukan dengan menyajikan data hasil wawancara dalam bentuk narasi (naratif), serta data yang diperoleh dari hasil observasi dan dokumentasi. Menarik kesimpulan dan verifikasi
- c. Menarik kesimpulan dan verifikasi : Proses pengungkapan makna dari hasil data yang telah dikumpulkan. Dari data yang didapatkan akan diperoleh kesimpulan yang tentatif, sehingga kesimpulan tersebut perlu diverifikasi kembali.

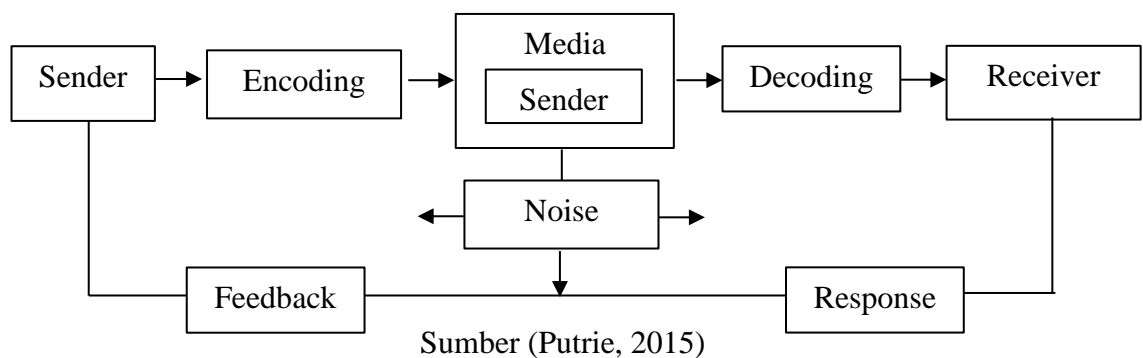
BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Strategi Komunikasi

Komunikasi berasal dari Bahasa lain *communis* yang artinya kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam Bahasa latin *communico* yang artinya membagi. Definisi komunikasi juga disederhanakan oleh Harold D. Lasswell bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan, “Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya.” (Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi, 2019).

Phillip Kotler menggambarkan model dari proses komunikasi dengan menunjukkan unsur-unsur yang ada didalamnya, ditemukan seperti gambar berikut:

Model Komunikasi Phillip Kotler



Adapun penjelasan mengenai unsur-unsur tersebut diantaranya :

- 1) Sender yaitu komunikator atau sumber yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang
- 2) Encoding yaitu suatu proses pengalihan pikiran kedalam bentuk lambing
- 3) Message yaitu pesan yang merupakan seperangkat lambing bermakna yang disampaikan komunikator.
- 4) Media yaitu saluran komunikator yang menjadi wadah pesan tersalurkan dari komunikator kepada komunikan
- 5) Decoding yaitu proses komunikan menetapkan makna lambing yang disampaikan oleh komunikator
- 6) Receiver yaitu komunikan atau orang yang menerima pesan
- 7) Response yaitu tanggapan atau seperangkat reaksi yang diberikan komunikan setelah menerima pesan
- 8) Feedback yaitu umpan balik dan tanggapan komunikan yang disampaikan kepada komunikator.

Untuk menjalankan seluruh unsur komunikasi dengan optimal, diperlukanya sebuah strategi dalam proses komunikasi. Strategi komunikasi memiliki peranan yang penting dalam keberhasilan suatu proses komunikasi (Putrie, 2015, p. 14).

Menurut Onong Uchjana, strategi komunikasi baik secara makro (*planned multi-media strategi*) maupun secara mikro (*single communication medium strategy*) memiliki fungsi ganda, yakni :

- a. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk mencapai hasil yang optimal
- b. Menjembatani kesenjangan budaya yang disebabkan oleh kemudahan akses mengoperasikan media massa yang mempunyai kekuatan yang kuat dalam penyebaran informasi, sehingga apabila tidak dapat diatasi dengan baik maka akan berpotensi merusak nilai-nilai budaya.

Strategi komunikasi juga merupakan salah satu upaya untuk mengatur pelaksanaan sebuah proses komunikasi, mulai dari perencanaan (*planning*), pelaksanaan (*implementation*), hingga pada tahap evaluasi (*evaluation*) untuk mencapai hasil yang optimal. Strategi komunikasi pun menjadi aspek penting yang memungkinkan adanya proses akselerasi dan keberlanjutan suatu program.

Tujuan komunikasi disebutkan oleh R. Wayne Pace, Brent D. Peterson dan M. Dallas Burnet (Effendy, Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek, 2013, p. 32), terdapat tujuan utama dari strategi komunikasi, yaitu :

- 1) *To secure understanding*, yaitu untuk memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya.
- 2) *To establish acceptance*, yaitu untuk membina komunikan sebagai penerima yang telah mengerti pesan yang diterimanya
- 3) *To motivate action*, yaitu untuk memotivasi penerima pesan yang berkaitan dengan pesan yang telah disampaikan.

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktik (2013)*, strategi komunikasi memiliki komponen-komponen yang menjadi dasar yang perlu juga diperhatikan disertai dengan faktor pendukung dan faktor penghambat dari setiap komponen tersebut. Komponen strategi komunikasi yang dijelaskan oleh Onong Effendy adalah :

1) Mengenali sasaran komunikasi

Komunikator perlu mempelajari siapa saja yang akan menjadi sasaran komunikasinya. Hal ini tentu bergantung pada tujuan komunikasi, apakah komunikasi ditujukan agar komunikan hanya sekedar mengetahui atau agar komunikan melakukan tindakan tertentu. Apabila hanya sekedar mengetahui, maka dilakukan metode informatif. Sedangkan, apabila untuk melakukan tindakan, maka menggunakan metode persuasive/instruktif. Dalam mengenali sasaran komunikasi, terdapat 2 (dua) faktor yang perlu diperhatikan, yaitu faktor referensi dan faktor situasi dan kondisi.

2) Pemilihan media komunikasi

Dengan kemajuan teknologi saat ini, media komunikasi sangatlah bervariasi, baik yang bersidat tradisional ataupun modern. Untuk mencapai sasaran komunikasi, komunikasi dapat memilih media yang akan digunakan, tergantung dari tujuan yang dicapai, pesan yang akan disampaikan, serta teknik yang akan digunakan. Tidak ada media yang paling baik dari semua media, hal ini dikarenakan setiap media mempunyai kelebihan dan kekurangan masing-masing.

3) Pengkajian tujuan pesan komunikasi

Setiap pesan mempunyai tujuan tertentu, maka dengan adanya pengkajian tujuan pesan sangat bermanfaat untuk menentukan teknik seperti apa yang harus diambil. Pesan komunikasi terdiri atas isi pesan dan lambang/symbol.

4) Peranan komunikator dalam komunikasi

Peranan komunikator memiliki peranan dalam keberhasilan suatu proses komunikasi. Menurut Onong, ada 2 (dua) faktor yang mendukung, yaitu daya tarik sumber dan kredibilitas.

Pentingnya strategi komunikasi terletak pada kemampuannya untuk menunjukkan bagaimana prinsip-prinsipnya dapat dijalankan dalam situasi praktis yang berubah-ubah, dengan pendekatan yang dapat disesuaikan sesuai dengan kebutuhan, situasi, dan kondisi yang sedang dihadapi. Dalam hal ini, strategi komunikasi haruslah fleksibel, mampu menyesuaikan diri terhadap dinamika lingkungan, dan dapat beradaptasi dalam merespons perubahan yang terjadi secara efektif (Nasution, 2022).

Menurut Ronald D. Smith (2002) dalam bukunya *Strategic Planning for Public Relation* dijelaskan bahwa ada 4 (empat) tahap rencana strategi yang dilakukan oleh seorang *public relations* dalam menjalankan perannya. Keempat tahap ini disebut dengan ROPE (*Research, Objectives, Programming, Evaluation*) (Erlistyarini, 2018) yang dijabarkan sebagai berikut :

- 1) *Formative Research Phase* : Fase pertama pada proses perencanaan strategis ialah riset formatif atau riset strategis yang meliputi kegiatan

pendahuluan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi dan menganalisa situasi yang dihadapi. Fase ini juga terbagi atas 3 (tiga) tahapan analisis situasi, analisis organisasi, dan analisis publik.

- 2) *Strategy Phase* : Fase kedua ini menjadi jantung dari perencanaan *public relations* dikarenakan strategi merupakan keseluruhan rencana organisasi yang meliputi apa yang hendak dicapai dan bagaimana upaya untuk mencapainya. Strategi memiliki dua fokus diantaranya ada aksi yang dilakukan organisasi dan isi pesan. Umumnya, strategi memiliki 3 tahap, yakni menetapkan tujuan dan sasaran, memformulasikan aksi dan strategi respon, yang kemudian menerapkan komunikasi efektif.
- 3) *Tactic Phase* : Fase ketiga mencakup pemilihan taktik komunikasi yang digunakan dan melakukan implementasi rencana strategis yang sudah disusun. Taktik komunikasi dibagi 4 (empat) kategori komunikasi interpersonal, organisasi media, *news media*, *advertising* dan *promotional* media. Setelah taktik komunikasi ini telah direncanakan dengan baik, maka selanjutnya dilakukan implementasi perencanaan strategi yang telah ditentukan.
- 4) *Evaluative Research Phase* : Dalam perencanaan komunikasi dimulai dengan riset dan diakhiri juga dengan tahap riset. Riset dilakukan pada fase akhir bertujuan untuk mengetahui efektivitas berbagai taktik komunikasi yang digunakan untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditentukan.

Strategi perencanaan yang dikemukakan oleh Ronald D. Smith sebenarnya hampir sama dengan model perencanaan komunikasi yang digagas oleh Scoot M. Cutlip dan Allen H. Center dalam (Rizki, Musfialdy, & Miftahuddin, 2019) yang dapat menjadi landasan atau acuan untuk melakukan pelaksanaan, diantaranya :

1) Penemuan fakta (*Fact Finding*)

Langkah awal ini melibatkan proses pengkajian atau pengenalan situasi, pemantauan pengetahuan, opini, sikap, dan perilaku yang terkait dengan tindakan dan kebijakan suatu lembaga/organisasi. Langkah untuk menjawab “Apa yang sedang terjadi sekarang?”

2) Perencanaan (*Planning*)

Informasi yang terkumpul pada Langkah pertama kemudian digunakan untuk membuat sebuah keputusan mengenai publik, sasaran, tindakan dan strategi komunikasi, taktik, dan tujuan program. Langkah kedua ini berusaha menjawab “Kita telah mempelajari situasi berdasarkan apa saja yang perlu diubah, dilakukan, ataupun yang dikatakan.” Proses ini menyusun strategi yang dilakukan untuk mencapai tujuan. Perencanaan komunikasi perlu untuk memperhatikan elemen-elemen komunikasi, seperti menentukan komunikator, pesab, medua, sasaran dan efek.

3) Aksi dan Komunikasi (*Action and Communication*)

Setelah perencanaan telah dilakukan, beralih ke langkah ketiga yang melibatkan program dari tindakan dan komunikasi yang telah dirancang sebelumnya untuk mencapai tujuan yang spesifik. Pertanyaan pada

Langkah ini, “Siapa yang akan melakukan dan memberitahukan program?

Kapan dilakukan? Dimana dilakukan? Dan bagaimana caranya?

4) Evaluasi (Evaluation)

Tahap ini menjadi tahapan akhir yang melibatkan kesiapan penilaian, hasil implementasi dari usaha-usaha yang telah dilakukan sebelumnya. Upaya-upaya yang dilakukan dapat dilanjutkan ataupun dihentikan berdasarkan pertanyaan, “Bagaimana yang telah kita kerjakan”.

Untuk meninjau keberhasilan dari strategi komunikasi, menurut (Cangara, 2017) diperlukannya memperhatikan hal berikut :

- 1) Menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak
- 2) Teknik Menyusun pesan
- 3) Memilih media atau saluran komunikasi
- 4) Produksi media
- 5) Uji awal materi komunikasi
- 6) Penyebarluasan media komunikasi
- 7) Menganalisis efek komunikasi
- 8) Penetapan rencana anggaran
- 9) Penentuan jadwal kegiatan
- 10) Penetapan tim kerja
- 11) Evaluasi dan audit komunikasi

B. Hubungan Masyarakat

Secara teoritis, *public relations* merupakan salah satu bidang dari ilmu komunikasi yang bersifat praktis, dimana berhubungan langsung dengan praktik empiris. Definisi hubungan masyarakat atau *public relations* telah dikemukakan oleh beberapa pakar, diantaranya sebagai berikut :

Menurut Scott M. Cutlip, Allen H. Center, dan Glen M. Broom, hubungan masyarakat adalah suatu fungsi manajemen. Rumusnya, “Hubungan Masyarakat ada fungsi manajemen yang membentuk dan memelihara hubungan saling menyenangkan antara organisasi dan Masyarakat yang menjadi sandaran keberhasilan atau kegagalan.” (Arifin, 2016).

Sementara menurut Frank Jefkins, hubungan Masyarakat adalah komunikasi. Rumusnya, “Hubungan Masyarakat adalah segala bentuk komunikasi terencana, baik ke dalam maupun ke luar, antara organisasi dan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berdasarkan saling pengertian.” Kemudian definisi menurut Edward L. Berneys, hubungan masyarakat sebagai membujuk publik. Rumusnya, “Hubungan Masyarakat adalah upaya membujuk publik untuk memiliki pengertian yang mendukung serta memiliki niat baik.” (Arifin, 2016).

Hubungan masyarakat memiliki fungsi utama dalam mengelola aliran dan penyebaran informasi baik di dalam maupun di luar organisasi dengan memberikan informasi yang jelas dan lengkap kepada masyarakat tentang kebijakan-kebijakan yang ada.

Fungsi lain dijelaskan oleh Scott M. Cutlip, Allen H. Center, dan Glen Broom (2005), yaitu : (a) Membentuk dan memelihara hubungan saling menguntungkan antara organisasi dan masyarakat yang menjadi sandaran keberhasilan atau kegagalannya; (b) Mengidentifikasi pembentukan dan pemeliharaan hubungan saling menyenangkan antara organisasi dan masyarakat sebagai modal dasar dan etika profesi. PRSA (*Public Relations Society of America*) juga merincikan tugas dan fungsi dari hubungan masyarakat sebagai berikut (Arifin, 2016) :

- Melaksanakan program terencana dan berkelanjutan sebagai bagian dari manajemen;
- Menangani hubungan antara organisasi dan publiknya;
- Memantau kesadaran, pendapat, sikap, dan perilaku di dalam dan diluar organisasi;
- Menganalisis dampak kebijaksanaan, prosedur, dan tindakan terhadap publik;
- Menyesuaikan kebijaksanaan, prosedur, dan tindakan yang diketahui bertentangan dengan kepentingan publik dan keberlangsungan hidup organisasi;
- Memberi anjuran kepada manajemen perihal pembentukan kebijaksanaan, prosedur, dan tindakan baru yang saling menyenangkan terhadap organisasi dan publiknya;
- Membentuk dan mengolah komunikasi dua arah antara organisasi dan publiknya;

- Menghasilkan perubahan khusus dalam hal kesadaran, pendapat, sikap, dan perilaku di dalam dan di luar organisasi;
- Menghasilkan hubungan baru dan/atau terpelihara antara organisasi dan publiknya.

Dozier menjelaskan bahwa pemahaman terhadap fungsi humas dan komunikasi sangatlah penting, maka diperlukannya mengetahui peranan humas itu sendiri. Peranan tersebut merupakan peranan manajerial biasa dikenal dengan peranan di tingkat manajemen yang dibedakan menjadi 3 peranan, yaitu *expert prescriber communication*, *problem solving facilitator*, dan *communication facilitator* (Nurdiansyah, 2018). Berdasarkan 3 peranan tersebut, apabila diuraikan lebih jauh terdapat 4 peranan, diantaranya :

- a. Penasihat Ahli (*Expert prescriber*) : *Public relations* membantu manajemen dengan pengalaman dan keterampilan mereka untuk mencari solusi bagi penyelesaian masalah humas yang dihadapi oleh suatu perusahaan, lembaga atau organisasi.
- b. Fasilitator komunikasi (*Communications facilitator*) : *Public relations* berperan sebagai mediator informasi antara perusahaan dengan publiknya.
- c. Fasilitator proses pemecahan masalah (*Problem solving process facilitator*): *Public relations* membantu manajemen melalui kerjasama dengan bagian lain dalam perusahaan untuk menemukan pemecahan masalah yang terbaik untuk masalah *public relations* secara rasional dan profesional.

d. Teknisi komunikasi (*Technician communications*) : *Public relations* sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi. Praktisi teknisi komunikasi ditujukan untuk menulis dan menyunting majalah karyawan, menulis siaran pers, dan cerita feature, mengembangkan isi situs web, dan berurusan dengan kontak media.

Berbeda dengan *public relations* yang secara umum, khusus di lembaga pemerintah terdapat juga praktisi humas yang lebih dikenal dengan sebutan *Government Relations*. Dalam buku *Government Relations: Perkembangan dan Praktik di Indonesia* (Suprawoto, 2018) beberapa ahli telah memberikan batasan tentang humas di lembaga pemerintahan.

Shanon A. Bowen berpendapat bahwa *government relations* adalah fungsi komunikasi yang menghubungkan interaksi antara warga dengan pemerintah serta regulator, dan jembatan dari kebijakan pemerintah. Scott M. Cutlip juga memberi batasan terkait *governement relations*, yakni fungsi manajemen yang sah dan memiliki tugas dalam membantu organisasi di lingkungannya untuk tanggap terhadap seluruh warga secara timbal balik. Ruang lingkup *government relations* lebih luas dibanding *public relations* karena mencakup seluruh masyarakat.

Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi RI No. 30 Tahun 2011 Tentang Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi, humas pemerintah adalah lembaga humas dan/ atau praktisi humas pemerintah yang melakukan fungsi manajemen dalam bidang informasi dan komunikasi yang persuasif, efektif, dan efisien, untuk menciptakan hubungan yang harmonis dengan publiknya melalui berbagai sarana

kehumasan dalam rangka menciptakan citra dan reputasi yang positif instansi pemerintah.

Hadirnya humas pemerintah tentu memiliki fungsi tertentu, I Gusti Ngurah Putra menjelaskan bahwa humas pemerintah berfungsi sebagai juru bicara lembaga, fasilitator, memberi pelayanan publik, menyediakan informasi tentang kebijakan, program, produk dan jasa lembaga, menciptakan iklim hubungan internal dan eksternal yang kondusif dan dinamis, serta menjadi penghubung lembaga dan publik (Suprawoto, 2018, p. 67). Namun secara yuridis formal, sebenarnya fungsi dari humas pemerintah telah diatur dalam Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi RI No. 30 Tahun 2011 tentang Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan. Disebutkan bahwa:

- 1) Membentuk, meningkatkan, serta memelihara citra dan reputasi positif instansi pemerintah dengan menyediakan informasi tentang kebijakan, program, dan kegiatan instansi.
- 2) Menciptakan iklim hubungan internal dan eksternal yang kondusif dan dinamis.
- 3) Menjadi penghubung instansi dengan publiknya.
- 4) Melaksanakan fungsi manajemen komunikasi yang meliputi kegiatan perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, dan pemberian masukan dalam pengelolaan informasi.

Humas pemerintah juga memiliki peran yang juga tertuang dalam Menpan dan RB, disebutkan bahwa peran humas pemerintah meliputi unsur-unsur berikut:

- 1) Komunikator berperan dalam membuka akses dan saluran komunikasi dua arah, anatara instansi pemerintah dan publiknya, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui beragam sarana kehumasan. Jadi, setiap praktisi harus mampu berkomunikasi dengan baik.
- 2) Fasilitator berperan dalam menyerap perkembangan situasi dan aspirasi publik untuk dijadikan masukan bagi pimpinan instansi pemerintah dalam pengambilan keputusan.
- 3) Diseminator berperan dalam pelayanan informasi terhadap internal organisasi dan publiknya, baik secara langsung maupun tidak langsung, mengenai kebijakan dan kegiatan masing-masing instansi pemerintah.
- 4) Katalisator, berperan dalam melakukan berbagai pendekatan dan strategi guna mempengaruhi sikap dan pendapat publik untuk menyelaraskan kepentingan pemerintah dengan publik.
- 5) Konselor, Advisor, dan interpreter, berperan sebagai konsultan, penasihan, dan penerjemah kebijakan pemerintah.
- 6) *Prescriber*, berperan sebagai salah satu instrument strategis pemimpin puncak penentu kebijakan.

Budhirianto & Sunarsi (2017:35) mengungkapkan, keberadaan humas pemerintah terus mengalami peningkatan peran strategis. Humas pemerintah tidak hanya sebatas membangun citra pemerintah, tetapi juga berperan dalam penyelenggaraan tata elola pemerintah yang baik (*good governance*). Fungsi humas pemerintah ke luar, yaitu memberikan informasi/pesan-pesan sesuai dengan tujuan dan kebijaksanaan instansi/lembaga kepada Masyarakat sebagai

khalayak yang disasar. Sementara, humas ke dalam wajib menyerap reaksi, aspirasi, ataupun opini yang diberikan publik untuk mencapai tujuan bersama (Ramadani, 2022).

C. Keterbukaan Informasi Publik

Mewujudkan pemerintahan yang baik dan demokratis serta memungkinkan masyarakat untuk mengawasi kebijakan publik adalah tujuan dari keterbukaan informasi publik. Kebebasan informasi juga merupakan hak asasi yang mendasar dalam penyelenggaraan pemerintahan. Hakikatnya, *good governance* telah menjadi tuntutan masyarakat sejak lama dan humas pemerintah merupakan pendukung bahkan berada di garda terdepan dalam mewujudkan pemerintahan yang baik (*good governance*). Dalam menciptakan *good governance* ada beberapa unsur yang wajib dilaksanakan, yaitu *participation, rule or law, transparency, responsiveness, consensus orientation, equity, effectiveness and efficiency, accountability, strategic vision* (Suprawoto, 2018, p. 228)

Indonesia sebagai negara demokratis yang juga menerapkan tata Kelola pemerintahan yang baik, maka terbentuklah Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik sebagai pedoman. Sebelum disahkannya undang-undang tersebut, ada empat pertimbangan menurut kesepakatan DPR dan pemerintah alasan dibentuknya undang-undang tersebut:

- 1) Bahwa informasi merupakan kebutuhan pokok setiap orang bagi pengembangan pribadi dan lingkungan sosialnya serta merupakan bagian penting bagi ketahanan nasional;

- 2) Bahwa hak memperoleh informasi merupakan hak asasi manusia dan keterbukaan informasi publik merupakan salah satu ciri penting negara demokratis yang menjunjung tinggi kedaulatan rakyat untuk mewujudkan penyelenggaraan negara yang baik;
- 3) Bahwa keterbukaan informasi publik merupakan sarana dalam mengoptimalkan pengawasan publik terhadap penyelenggaraan negara dan Badan Publik lainnya dan segala sesuatu yang berakibat pada kepentingan publik;
- 4) Bahwa pengelolaan informasi publik merupakan salahsatu upaya untuk mengembangkan masyarakat informasi.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), keterbukaaan adalah hal terbuka yang menjadi landasan utama dalam berkomunikasi, sedangkan informasi dikutip dari UU No. 14 Tahun 2008 Pasal 1 dijelaskan bahwa :

Informasi adalah keterangan, pernyataan, gagasan, dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna, dan pesan baik fakta, data, maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar, dan dibaca, yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik atau non-elektronik.

Sementara itu, apabila merujuk kembali pada Pasal 1 UU No. 14 Tahun 2008, diterangkan pula definsi informasi publik yakni informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan/atau diterima oleh suatu badan publik yang berkaitan dengan penyelenggara dan penyelenggaraan negara dan/atau penyelenggara dan penyelenggaraan badan publik lainnya yang sesuai dengan Undang-Undang Keterbukaan Informasi publik serta informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan publik.

Asas Keterbukaan Informasi Publik juga telah tercantum jelas pada Pasal 2 yang terdiri atas :

- a. Setiap informasi publik bersifat terbuka dan dapat diakses oleh setiap pengguna informasi publik. Dengan adanya akses terbuka terhadap informasi, pemerintah dapat dipantau dengan lebih baik, dan semua orang memiliki hak untuk mengakses informasi. Bahkan, keterlibatan masyarakat dalam pemerintahan tidak mungkin terjadi tanpa jaminan transparansi dalam informasi publik
- b. Informasi publik yang dikecualikan bersifat ketat dan terbatas. Meskipun prinsip dasarnya adalah keterbukaan dalam Informasi Publik, namun pengecualian tetap ada dan diterapkan dengan ketat serta terbatas agar tidak mengurangi atau menghilangkan sifat terbuka sebagai prinsip utama.
- c. Setiap informasi publik harus dapat diperoleh setiap pemohon informasi publik dengan cepat dan tepat waktu, biaya ringan, dan cara yang sederhana. Maksudnya, permintaan informasi harus dipenuhi sesuai dengan ketentuan Undang-Undang ini, tanpa adanya keterlambatan. Biaya ringan berarti biaya yang dikenakan harus wajar dan sesuai dengan standar biaya umumnya. Cara sederhana mengacu pada kemudahan akses informasi yang diminta, baik dari segi prosedur maupun pemahaman informasinya.
- d. Informasi publik yang dikecualikan bersifat rahasia sesuai dengan undang-undang, kepatutan, dan kepentingan umum didasarkan pada pengujian tentang konsekuensi yang timbul apabila suatu informasi diberikan kepada

masyarakat serta setelah dipertimbangkan dengan seksama bahwa menutup informasi publik dapat melindungi kepentingan yang lebih besar daripada membukanya atau sebaliknya. "Konsekuensi" yang dimaksud adalah terjadinya dampak yang bisa berpotensi merugikan kepentingan yang dijaga dan dilindungi berdasarkan undang-undang ini ketika suatu informasi dibuka. Pengategorian suatu informasi sebagai terbuka atau tertutup harus berdasarkan pertimbangan kepentingan publik. Jika melindungi kepentingan publik yang lebih besar memerlukan penutupan informasi tertentu, maka informasi tersebut harus dijaga kerahasiannya atau ditutup, atau sebaliknya.

Dengan adanya UU No. 14 Tahun 2008 yang mengatur keterbukaan informasi publik berfungsi sebagai pendorong bagi partisipasi masyarakat dalam proses pembuatan kebijakan publik. Melalui keterbukaan informasi publik, masyarakat dapat lebih aktif terlibat dalam merumuskan kebijakan dan memantau pelaksanaan kebijakan tersebut.

Meningkatnya partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan dalam penyelenggaraan negara, maka semakin berpotensi terciptanya tata kelola pemerintahan yang baik. Upaya untuk menciptakan penyelenggaraan pemerintahan yang baik perlu mencakup aspek transparansi, efektivitas, efisiensi, akuntabilitas dan kewajiban pertanggungjawaban. Undang-undang ini menjadi landasan penting dalam membangun tata kelola pemerintahan yang responsif terhadap kepentingan masyarakat.

D. Komisi Informasi

Komisi Informasi merupakan lembaga independen yang diberi amanah dalam menjalankan Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik dan peraturan pelaksanaannya, menetapkan petunjuk teknis standar layanan informasi publik dan menyelesaikan sengketa informasi publik melalui mediasi dan/atau ajudikasi nonlitigasi. Komisi Informasi meliputi Komisi Informasi Pusat, Komisi Informasi Provinsi, dan jika dibutuhkan Komisi Informasi Kabupaten/Kota.

Tujuan adanya Komisi Informasi adalah untuk masyarakat dalam proses pembuatan kebijakan publik dan memperkuat peran aktif masyarakat dalam pembuatan kebijakan publik oleh Badan Publik. Akibat yang berkelanjutan dari meningkatnya kesadaran masyarakat adalah pelaksanaan pemerintahan yang transparan, efektif, efisien, akuntabel, dan dapat dipertanggungjawabkan.

Sebagai lembaga independent yang mengemban amanah oleh UU No. 14 Tahun 2008 untuk mengawal terciptanya masyarakat informasi di Indonesia, Komisi Informasi Pusat melakukan sejumlah inovasi yang dapat mengukur efektivitas upaya keterbukaan informasi oleh setiap badan publik, salah satunya adalah pelaksanaan Monitoring dan Evaluasi (MONEV) Keterbukaan Informasi Publik. Dalam buku Transformasi Monitoring dan Evaluasi Keterbukaan Informasi Publik di Indonesia (Komisi Informasi Pusat, 2021), MONEV KIP digunakan sebagai alat atau instrumen untuk mengukur sejauh mana Badan Publik telah menerapkan prinsip-prinsip keterbukaan informasi kepada masyarakat.

Pelaksanaan MONEV sekaligus menjadi momentum bagi Komisi Informasi untuk mengawal transformasi Badan Publik dalam melaksanakan

keterbukaan informasi. Komisi Informasi dapat menilai apakah sebuah Badan Publik telah memenuhi kewajiban untuk menyediakan, memberikan, dan menerbitkan Informasi Publik yang berada dalam wewenangnya kepada para pemohon informasi dengan menggunakan instrument kuesioner. Dalam konteks ini, Badan Publik diharapkan untuk menyediakan informasi yang akurat, benar, dan tidak menyesatkan.

Dalam buku Transformasi Monitoring dan Evaluasi Keterbukaan Informasi Publik di Indonesia, juga dijelaskan bahwa Komisi informasi melakukan Monev dengan memerhatikan empat prinsip dasar sebagai pedoman dalam mengevaluasi kinerja keterbukaan informasi setiap Badan Publik.

1. Prinsip Efektivitas: Keterbukaan informasi harus dilaksanakan dengan efektif dan didukung oleh data dan informasi yang akurat. Pelaksanaan keterbukaan harus mencerminkan keadaan sebenarnya dan tidak dipengaruhi oleh pendapat pribadi.
2. Prinsip Akuntabilitas: Semua kegiatan monitoring dan evaluasi keterbukaan informasi pada Badan Publik harus dapat dipertanggungjawabkan. Monev harus didasarkan pada data yang benar dan dapat dipercaya, serta dilakukan secara transparan dan objektif.
3. Prinsip Partisipatif: Proses Monev harus melibatkan berbagai pihak yang kompeten dan berkepentingan secara proaktif. Ini bertujuan untuk menilai apakah Badan Publik telah memenuhi kewajibannya dalam memberikan informasi yang benar, akurat, dan tidak menyesatkan kepada masyarakat.

Penilaian dapat melibatkan pihak eksternal yang kompeten dan independen untuk memberikan penilaian objektif terhadap Badan Publik.

4. Prinsip Berkelanjutan: Monev dilakukan secara berkala dan berkelanjutan. Ini bertujuan untuk memonitor sejauh mana Badan Publik melakukan evaluasi terhadap hasil Monev sebelumnya dan melakukan perbaikan dalam pelaksanaan keterbukaan informasi. Badan Publik diberi kesempatan untuk mengevaluasi dan mengubah pelaksanaan Monev berdasarkan hasil MONEV yang dilakukan oleh Komisi Informasi pada tahun sebelumnya. Prinsip ini menekankan pentingnya transparansi dan pertanggungjawaban dalam pelaksanaan MONEV, sehingga setiap Badan Publik dapat menerima hasil Monev tentang pencapaian keterbukaan informasi di lembaga dan institusi mereka setiap tahunnya.