

Komunikasi Pemerintah di Era Digital: Hubungan Masyarakat dan Demokrasi

Government Communications in Digital Era: Public Relation and Democracy

Amri Dunan

Puslitbang Aptika dan IKP, Badan Litbang SDM Kementerian Komunikasi dan Informatika,
Jl. Medan Merdeka Barat No. 9 Jakarta 10110, Telp: 3800418

amri007@kominfo.go.id

Diterima : 26 April 2019 || Revisi : 5 November 2019 || Disetujui: 19 Maret 2020

Abstrak –Media sosial mengubah cara humas pemerintah dalam berkomunikasi dan melakukan tugasnya. Setelah ditetapkannya Instruksi Presiden Nomor 9 tahun 2015 tentang pengelolaan komunikasi publik, lembaga pemerintah telah menggunakan media sosial sebagai salah satu saluran komunikasinya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kecenderungan akun media sosial lembaga pemerintah dalam melakukan komunikasi dua arah dengan publik. Hal ini terutama untuk membahas bagaimana media sosial dalam mempengaruhi demokrasi dan peran humas profesional di era digital. Pendekatan kualitatif dengan wawancara dan pengamatan dilakukan untuk pengumpulan data. Analisis data menggunakan model Miles & Huberman (1984) dan triangulasi untuk penarikan kesimpulan. Hasil menunjukkan bahwa media sosial dapat meningkatkan interaktivitas antara pemerintah dan publik.

Kata Kunci: komunikasi pemerintah, media sosial, hubungan masyarakat, demokrasi

Abstrak –*Social media are changing the way government public relations communicate and do their duty. After the enactment of a presidential decree number 9 of 2015, government agencies have been using social media as one of their communication channels. This study aims to analyze whether government agencies' social media accounts to perform two-way communication with the public. It particularly addresses how social media are affecting democracy and the role of public relations professionals in the digital era. A qualitative approach with interviews and observations is carried out for data collection. Analysis of the data using a model of Miles & Huberman (1984) and triangulation to the conclusion. Results indicate that social media can improve the interactivity between a government and the public.*

Keywords: *government communications, social media, public relation democracy*

PENDAHULUAN

Menteri Komunikasi dan Informatika RI Rudiantara pada tahun 2017 mengimbau pemerintah daerah-pemda dapat menggunakan akun media sosial-medsos milik pemerintah dalam berkomunikasi dengan masyarakat. Diungkapkan oleh Rudiantara bahwa dengan menggunakan medsos maka akan terjalin komunikasi dua arah. Disamping itu pentingnya pemda berkomunikasi dengan medsos karena semakin banyaknya pengguna internet dan pengguna medsos di Indonesia (Kementerian Kominfo, 2017a). Survei penggunaan Teknologi Informatika dan Informasi-TIK tahun 2017 menunjukkan bahwa sebanyak 92, 82 persen dari 3934 responden merupakan pengguna medsos yang meliputi *facebook, instagram, twitter, dan path*. Sebanyak 47,06 persen responden yang merupakan pelajar dan mahasiswa di daerah perkotaan menghabiskan waktu antara 1--3 jam untuk

menggunakan medsos, sedangkan sebesar 14,29 persen responden yang merupakan pelajar dan mahasiswa di pedesaan menggunakan medsos selama 5--10 jam (Kementerian Kominfo, 2017a). Oleh itu, merupakan hal urgen bagi pemda melakukan diseminasi informasi melalui akun medsos milik pemda (Kementerian Kominfo, 2018). Selaras dengan imbauan Menteri Komunikasi dan Informatika RI Rudiantara kepada pemda untuk menggunakan akun media sosial-medsos, maka pada 10 Januari 2018 telah dikeluarkan pula Instruksi Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 8 Tahun 2018 tentang Koordinasi Unit Kerja di Kementerian Komunikasi dan Informatika dengan Gubernur sebagai wakil pemerintah pusat di daerah, walikota/bupati, Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi, dan kabupaten/kota. Instruksi Menteri Komunikasi dan Informatika ini untuk mendukung pelaksanaan Pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014

tentang pemerintahan daerah. yang mengungkapkan bahwa urusan pemerintahan konkuren menjadi kewenangan pemerintah pusat diselenggarakan oleh pemerintah pusat atau dengan cara melimpahkan kepada gubernur sebagai wakil pemerintah pusat atau kepada instansi vertikal yang berada di daerah berdasarkan asas dekonsentrasi. Sementara itu, Kementerian Komunikasi dan Informatika-Kominfo melalui Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik–Ditjen IKP pada tahun 2017 telah melakukan koordinasi kepada pemerintah provinsi, dan pemerintahan kabupaten/kota dalam pembentukan satuan tugas-Satgas medsos pemda. Satgas medsos tersebut terdiri atas satu orang petugas admin dan satu orang penanggung jawab konten. Satgas medsos tersebut kemudian memiliki tanggung jawab terhadap akun resmi medsos milik pemda yang terdiri dari *facebook*, *instagram*, dan *twitter* yang terintegrasi satu sama lain. Integrasi kanal medsos milik pemda ini masih menemui sejumlah kendala, seperti masih adanya satgas medsos di daerah yang cenderung lamban atau bahkan tidak melakukan diseminasi informasi kebijakan pemerintah pusat dengan baik kepada masyarakat yang berhak terhadap informasi tersebut. Konstitusi yang menjamin hak warga Negara Indonesia pada pasal 28 f UUD 1945 yang berbunyi:

“Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, ... dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia.” (Kemenristekdikti, 2015)

Selain itu, berdasarkan Instruksi Presiden-Inpres Nomor 9 Tahun 2015 tentang pengelolaan komunikasi publik mengatur tentang proses kerja *Government Public Relations-GPR* yang menyinergikan antara Kementerian, Lembaga, dan Daerah dalam penyediaan data substantif program prioritas, koordinasi perencanaan, penyiapan, dan pelaksanaan komunikasi publik, dan diseminasi informasi publik (Kementerian Kominfo, 2015). Sementara Peraturan Menteri Kominfo Nomor 35 Tahun 2014 tentang Bakohumas juga berisikan tentang forum koordinasi dan kerjasama antar unit kerja bidang kehumasan antara kementerian, lembaga, dan daerah (Kementerian Kominfo, 2014). Dengan demikian keberadaan integrasi kanal pemerintah melalui medsos sebagai upaya diseminasi informasi

kebijakan pemerintah merupakan hal yang penting untuk dilaksanakan dengan optimal baik oleh pemda. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi proses komunikasi antara pemerintah pusat-daerah, khususnya antara satuan tugas-satgas media sosial-medsos dari tingkat pemerintah pusat ke daerah melalui integrasi kanal.

Sebagian besar praktisi kehumasan dan siswa meyakini media sosial memiliki dampak positif terhadap praktik *public relation*. Selain itu, hasil survei menunjukkan kanal berbasis teknologi memberikan peluang bagi praktik *public relation* untuk berinteraksi dengan masyarakat secara *online* melalui situs web pemberitaan, situs jejaring sosial, blog, dan seluruh medsos (Dow Jones & Company and Public Relations Society of America (PRSA), 2007).

Sebagian besar praktisi kehumasan percaya bahwa media sosial bermanfaat bagi organisasinya (Wright & Hinson, 2015). Sementara, Sweetser dan Kelleher menguji motivasi penggunaan media sosial dikalangan praktisi kehumasan ditemukan bahwa mereka yang memiliki pengaruh terhadap orang lain dalam kelompok yang sama cenderung melihat positif manfaat media sosial (Sweetser & Kelleher, 2011). Sementara, penelitian berjudul *Cyber GPR* oleh Puslitbang Aptika dan IKP menemukan bahwa pembangunan sistem *Cyber GPR* yang terintegrasi perlu dilengkapi dengan klausul tentang “transfer teknologi dan transfer pengetahuan”. Hal tersebut dilakukan untuk memperkuat sistem keamanan untuk mengantisipasi dan mengatasi jika terjadinya kebocoran pada *database asset digital* (Kementerian Kominfo, 2017b).

Dalam beberapa dekade yang lalu, pemerintah telah mulai menggunakan internet untuk berkomunikasi dengan warganya melalui sistem otomatis untuk kegiatan operasional rutin pemerintah (Dixon, 2010). Sistem otomatis ini kemudian berkembang dalam bentuk situs web, *RSS feed*, *blog*, dan *wiki*. Hal tersebut secara umum disebut sebagai pelaksanaan *e-government* yang merupakan penggunaan teknologi untuk memungkinkan warga mengakses layanan maupun mengakses informasi sebagai metode komunikasi satu arah. Sementara, penggunaan media sosial dapat mendorong pertukaran informasi dua arah, interaktif dan kreatifitas konten, yang menawarkan potensi besar untuk peningkatan demokratisasi pertukaran informasi di tingkat lokal (Kingsley et al., 2011).

Komunikasi Pemerintah pusat-daerah diantaranya juga meliputi aspek koordinasi, komunikasi, dan pendelegasian wewenang. Dalam fungsi pengorganisasian untuk menentukan apa yang perlu dilakukan, bagaimana cara melakukan dan siapa yang harus melakukannya (Robbins, S. P. dan Coulter, 2007). Ketika terjadi perubahan struktur organisasi, maka para manajer terlibat dalam desain organisasi yang terkait dengan enam unsur penting antara lain: Spesialisasi Kegiatan, Departementalisasi, Rantai Komando, Sentralisasi dan Desentralisasi, serta Formalisasi (Robbins, S. P. dan Coulter, 2007).

Komunikasi yang sederhana dan terarah antara pemerintah dan warganya adalah praktik pragmatis dan kewajiban moral yang berasal dari prinsip demokrasi (Viteritti, 1997). Teori demokrasi menonjolkan pentingnya pemerintahan berkomunikasi secara terbuka, interaktif, dan partisipatif. Kent (2013) menegaskan perlunya kehumasan yang profesional yang fokus dalam membangkitkan cita-cita dan kesadaran demokrasi dengan melibatkan semua pemangku kepentingan (*stake holders*). Hal ini dapat diwujudkan dengan menggunakan teknologi yang mendukung adanya dialog. Menurut Ken (2013) ketika ruang sosial dibangun untuk individu dan publik, percakapan harus fokus pada apa yang ingin dibahas oleh para pemangku kepentingan dan publik. Medsos berbeda dengan prinsip dalam pemasaran secara sosial. Medsos perlu digunakan dengan pendekatan sosial dan secara simetris atau tidak sama sekali. Ruang publik dan pengambilan keputusan kolektif perlu dihidupkan kembali. Selain itu, praktisi kehumasan dapat mendorong lebih banyak inklusivitas, transparansi, dan masukan dari para pengguna medsos atau *netizen*. Praktisi kehumasan diharapkan memiliki pemahaman yang solid tentang gambaran besarnya sehingga mereka bisa bertindak sebagai penasihat untuk organisasi mereka. Penggunaan media sosial dilakukan praktisi kehumasan dengan fokus pada pencapaian untuk jangka panjang bukan pada jangka pendek (Kent, 2013).

Perbedaan penelitian ini dari penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini untuk menganalisis proses komunikasi pemerintah dari level pemerintah pusat hingga pemerintah provinsi melalui aktivitas dan interaksi antara akun *facebook*, *twitter*, dan *instagram* milik Kementerian Kominfo RI dengan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dan juga Pemerintah Provinsi Papua. Diharapkan melalui penelitian ini

dapat mengoptimalkan diseminasi kebijakan pemerintah pusat ke pemerintah daerah melalui medsos.

METODOLOGI PENELITIAN

Pengumpulan data dengan pendekatan kualitatif dilakukan melalui wawancara semiterstruktur terhadap informan yang berada di lingkungan Ditjen IKP Kementerian Kominfo dan informan yang berada di Dinas Kominfo pemerintah provinsi DKI Jaya, serta Dinas Kominfo Pemerintah Provinsi Papua. Disamping itu, pengamatan juga dilakukan dalam akun medsos pemerintahan tersebut. Pengamatan dilakukan untuk mengidentifikasi interaktivitas antara pemerintah dan publik melalui medsos yaitu *facebook*, *twitter*, dan *instagram* yang telah dilaksanakan dalam diseminasi kebijakan publik dari pemerintah pusat ke daerah pada periode bulan November hingga Desember 2018. Analisis data di lapangan menggunakan model Miles & Huberman yang terdiri atas tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data, tahap penarikan kesimpulan awal dan verifikasi data (Miles, M. B. & Huberman, 1984). Pada tahap verifikasi dilakukan triangulasi data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan informan, pengamatan di *website* dan kajian pustaka untuk penarikan kesimpulan akhir.

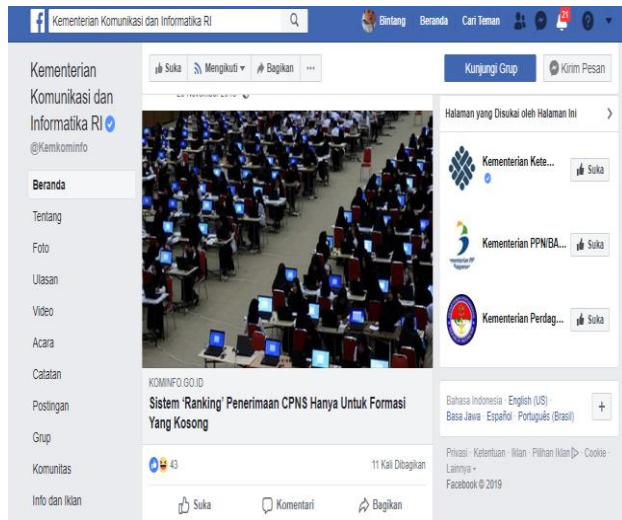
HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa satgas medsos pusat melaksanakan koordinasi dan komunikasi dengan satgas medsos yang berada di kementerian, lembaga, dan daerah-KLD. Saluran komunikasi dari satgas medsos menggunakan grup *whatsapps*, *situs widget*, dan juga tatap muka langsung dengan melaksanakan kunjungan kerja ke lapangan untuk memonitoring dan mengevaluasi sejauhmana narasi tunggal telah disebarluaskan hingga ke masyarakat. Sebagian besar satgas medsos di pemerintah provinsi berasal dari dinas Kominfo provinsi. Demikian pula untuk satgas medsos di tingkat kabupaten/kota juga berasal dari dinas Kominfo kabupaten/kota.

Facebook

Untuk penggunaan *facebook*, Kementerian Kominfo aktif dalam menyebarluaskan informasi tentang kebijakan pemerintah pusat. Meskipun ada sekitar 65 ribu lebih yang menyukai *facebook* milik Kementerian Kominfo, namun dalam interaksi

ataupun dialog dengan publik melalui *facebook* cenderung tidak terlalu banyak. Rata-rata sekitar belasan *like* dalam satu postingan. Kecuali terdapat isu yang menarik seperti *Sistem 'Ranking' Penerimaan CPNS Hanya Untuk Formasi Yang Kosong* yang di *posting* pada tanggal 25 November 2018, itu bisa mencapai 43 *like*. Selengkapnya dapat disimak pada Gambar 1 dibawah ini:



Gambar 1 Postingan berjudul “*Sistem Rangkaing Penerimaan CPNS Hanya Untuk Informasi Yang Kosong*” (Sumber: *Facebook* Kemkominfo RI)

Namun, untuk *postingan* dengan isu tentang kebijakan pemerintah berjudul “*PKE XVI: Relaksasi Kebijakan untuk Ketahanan Ekonomi Nasional*” pada tanggal 19 November 2018 hanya terdapat empat *like* saja. Hal ini menunjukkan bahwa *postingan* yang terkait dengan kepentingan langsung *netizen* seperti tentang penerimaan CPNS menjadi perhatian publik sehingga muncul interaksi dan partisipasi publik dalam bentuk komentar ataupun menyukainya.

Sementara *postingan* terkait kebijakan pemerintah seperti “*PKE XVI: Relaksasi Kebijakan untuk Ketahanan Ekonomi Nasional*” kurang mendapatkan perhatian dari *netizen* terbukti dari sedikitnya partisipasi *netizen* untuk menyukai *postingan* tersebut. Meskipun, berbagai pendekatan dan kemasam yang dilakukan admin *facebook* Kementerian Kominfo.

Pendekatan yang digunakan admin *facebook* Kementerian Kominfo telah dilakukan dengan istilah “*Hai Sobatkom*” dalam menyapa *netizen*. Namun, hal tersebut tidak dilakukan secara konsisten karena acapkali *postingan* yang ada hanya berisikan informasi tentang gambar atau peristiwa yang ada saja, seperti *postingan* suatu berita pendek.

Menurut Kasubdit Kemitraan Lembaga Media Ditjen IKP Helmi Malik BOU, interaksi antara *netizen* dengan admin akun *facebook* cenderung meningkat ketika menyangkut isu yang berkaitan dengan kepentingan *netizen* seperti isu penerimaan CPNS. Namun, terkait dengan sejumlah kebijakan pemerintah yang tidak menyentuh langsung kepentingan *netizen*, yang sebagian besar generasi millennial ini, interaksi cenderung pasif.

“*Tergantung isunya, jika beririsan dengan kepentingan netizen, maka interaksi seperti nge like, comment, dan share akan meningkat...*” (Helmi Malik BOU, Wawancara 2018)

Sementara, penggunaan *facebook* Pemprov DKI Jakarta juga aktif dalam mendiseminasikan kebijakan pemerintah, khususnya Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Akun *facebook* Pemerintah Provinsi DKI Jakarta ini disukai lebih dari 212 ribu *netizen*.



Gambar 2 Postingan berjudul “*Gubernur Jakarta Menghadiri Laga Persija VS Mitra Kukar*”. (Sumber: *Facebook* Provinsi DKI Jakarta)

Dalam interaksi dengan *netizen*, akun ini cukup mendapatkan perhatian *netizen*. Rata-rata terdapat lebih dari seratus *netizen* yang menyukai satu *postingan*. Bahkan pada isu yang menarik seperti peristiwa kemenangan Persija atas Mitra Kukar 2-1 di stadion Gelora Bung Karno, disukai 582 *netizen* pada *postingan* 9 Desember 2018 (Lihat Gambar 2).

Demikian pula, ketika Pemerintah Provinsi DKI mendapatkan penghargaan dari KPK RI dalam acara penutupan Hari Anti Korupsi Sedunia yang di *posting* pada tanggal 5 Desember 2018 mendapatkan *like* sebanyak 428 dari *netizen*. Kecenderungannya, semakin banyak *like*, maka *comment* dan *share* ataupun tayangan video dalam akun *facebook*

Pemprov DKI Jakarta relatif lebih banyak dari biasanya. Sebagai contoh pada *postingan* penghargaan dari KPK tersebut terdapat 78 komentar dan 42 kali dibagikan.

Menurut Kasi Sumber Daya Komunikasi Publik Diskominfo Pemprop DKI Jakarta Ika M Utari, interaksi antara *netizen* dengan admin akun *facebook* terjadi peningkatan ketika *postingan* terkait dengan berita-berita *human interest*.

“Pada berita human interest seperticenderung menarik minat dari netizen untuk berpartisipasi baik sekedar membaca atau mengklik berita tersebut...” (Ika M Utari, Wawancara 2019)

Sementara, penggunaan *facebook* Pemerintah Provinsi Papua cenderung kurang diminati *netizen*. Tercatat hanya terdapat 474 *netizen* yang menyukai halaman akun *facebook* provinsi yang terletak berbatasan dengan Negara *Papua New Guinea*. Rata-rata dalam satu *postingan* berkisar dibawah 10 hingga belasan *postingan* saja. *Postingan* yang berisikan tentang peringatan Hari Otonomi Khusus Papua tanggal 21 November 2018 mendapat perhatian cukup tinggi dari *netizen* yaitu ada 29 *like*. Selengkapnya dapat disimak pada Gambar 3.



Gambar 3 Postingan berjudul “Peringatan Hari Otonomi Khusus Papua”. (Sumber: Facebook Provinsi Papua)

Demikian pula *postingan* tentang kunjungan kerja Presiden Jokowi di Merauke yang diposting pada tanggal 16 November 2018 juga memperoleh *like* cukup tinggi yaitu 29 *like*.

Interaksi antara admin *facebook* Pemerintah Provinsi Papua dengan *netizen* cenderung tidak terlalu banyak. Menurut satgas medsos *facebook* Pemerintah Provinsi Papua sebagian *follower* berasal dari

lingkungan Pemerintah Provinsi Papua sendiri sehingga isu yang menarik seperti kegiatan gubernur atau pemerintahan yang mejadi perhatian *netizen*. Disamping itu, *postingan facebook* memang ditujukan untuk mempublikasikan kegiatan gubernur ataupun pemerintah daerah sebagai media sosialisasi.

Berdasarkan hasil pengamatan pada akun *facebook* Kementerian Kominfo, Pemerintah Provinsi DKI Jaya, dan Pemerintah Provinsi Papua menunjukkan bahwa belum adanya sinergitas yang baik dan optimal dari ketiga akun medsos milik pemerintah tersebut. Ketika akun medsos milik Kementerian Kominfo sedang melakukan *postingan* tentang kebijakan pemerintah pusat, pada waktu yang bersamaan akun medsos milik Pemerintah Provinsi DKI Jaya, dan akun medsos milik Pemerintah Provinsi Papua justru melakukan *postingan* tentang kegiatan gubernur atau kegiatan pemerintah daerah saja. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan satgas medsos di lingkungan Kementerian Kominfo, Pemerintah Provinsi DKI Jaya, dan Papua kurang adanya komunikasi dan koordinasi yang efektif dan efisien sehingga diseminasi informasi kebijakan pemerintah pusat ke daerah melalui *facebook* kurang optimal.

Twitter

Untuk penggunaan *twitter* Kementerian Kominfo interaksi yang terjadi cukup tinggi. Tercatat ada sekitar 795 ribu *follower* pada akun milik Kementerian Kominfo. Interaksi *netizen* pada akun *twitter* biasanya ditunjukkan dengan banyaknya *reply*, *retweet*, *like*, dan *direct message*. Pada akun *twitter* Kemkominfo, interaksi yang tinggi ketika ada *postingan* yang terkait dengan Presiden Jokowi. Sebagai contoh hal tersebut dapat dilihat pada *postingan* pada tanggal 10 Desember 2018 tentang Konvensi Nasional Humas 4.0. Dalam *postingan* ini ada sekitar 6400 *like*, 1300 *retweet*, dan 449 *reply*.

Demikian pula dengan *postingan* terkait presiden lainnya, mendapat perhatian tinggi ditunjukkan dengan jumlah *like* yang mencapai ribuan. Menurut Kasubdit Kemitraan Lembaga Media Ditjen IKP Helmi Malik BOU, tingginya interaksi dan *engagement* dari *netizen* karena adanya dukungan dari *followers* instagram milik Presiden RI.

“Tingginya interaksi pada kegiatan tersebut karena memang Presiden Jokowi punya basis followers yang banyak yah...” (Helmi Malik BOU, Wawancara 2018)

Namun, ketika *postingan* terkait kegiatan Kementerian Kominfo justru cenderung sedikit, seperti peluncuran portal Indonesia.go.id pada tanggal 12 Desember 2018 hanya ada 1 *reply* dan 1 *retweet* saja. Selengkapnya dapat dilihat pada Gambar 4 dibawah ini:



Gambar 4 Postingan berjudul “Peluncuran Portal Indonesia.go.id”. (Sumber: Twitter Kemkokominfo RI)

Hal yang sama terjadi pada penyampaian narasi tunggal terkait “Kebijakan Satu Peta” yang *diposting* pada tanggal 11 Desember 2018. Dalam *postingan* ini hanya ada 1 *reply*, 3 *retweet*, dan 5 *like*. Menurut Kasubdit Kemitraan Lembaga Media Ditjen IKP Helmi Malik BOU dalam melakukan diseminasi informasi kebijakan digunakan juga jasa *influencer*.

“Terkait diseminasi narasi tunggal, memang lebih efektif jika kami menggunakan *influencer* dibandingkan melalui akun *medsos Kominfo*” (Helmi Malik BOU, Wawancara 2018)

Sementara, penggunaan akun *twitter* Pemerintah Provinsi DKI Jakarta terjalin interaksi yang cukup tinggi dengan *netizen*. Tercatat sekitar 1 juta 150 ribu *netizen* yang menjadi *followers* dari akun *twitter* milik Pemerintah Provinsi DKI Jakarta.

Pada *postingan* yang terkait dengan kebijakan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta terlihat cukup tinggi seperti pada *postingan* Tahap II dana KJP Plus tanggal 11 Desember 2018. Pada *postingan* ini ada 47 *reply*, 247 *retweet*, dan 799 *like*. Selengkapnya dapat disimak pada Gambar 5.

Menurut satgas *medsos* pada Diskominfofik Pemprov DKI Jakarta isu terkait *human interest* seperti tentang Jakmania yang *diposting* pada tanggal 15 Desember 2018 ada 143 *retweet*, dan 228 *like*. Hal serupa pada aktivitas Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan ketika memperoleh penghargaan dari KPK dan dari Indeks Demokrasi Indonesia juga memperoleh animo yang tinggi dari masyarakat.

Namun, pada *postingan* yang tidak populer seperti kampanye “*Cities Changing Diabetes*” pada tanggal 13 Desember 2018, interaksi yang terjadi kurang tinggi yaitu hanya ada 9 *retweet*, dan 13 *like*.



Gambar 5 Postingan berjudul “Siswa Putus Sekolah Kembali Belajar”. Sumber: Twitter Pemerintah Provinsi DKI Jakarta

Akun *twitter* pada Pemerintah Provinsi Papua tampak kurang terlihat interaksi yang intensif antara *netizen* dengan admin *twitter*. Tercatat, akun *twitter* milik Pemerintah Papua diikuti 853 *followers*.

Postingan yang ada sebagian besar merupakan kegiatan Gubernur Papua. Interaksi yang terjadi rata-rata di bawah 5 *like*, bahkan pada beberapa *postingan* sama sekali tidak ada respon dari *netizen*. Seperti pada *postingan* tanggal 12 Desember 2018 tentang kunjungan kerja delegasi Negara Fiji ke Provinsi Papua. Pada *postingan* ini tidak ada *netizen* yang melakukan *retweet*, *reply*, dan hanya 1 *like* terhadap *postingan* ini (lihat Gambar 6).



Gambar 6 Postingan berjudul “Kunjungan Kerja Delegasi Negara Fiji ke Provinsi Papua”. (Sumber: Twitter Pemerintah Provinsi Papua)

Hal serupa terjadi pada *postingan* pada tanggal 5 Desember 2018 dengan judul “*Papua kini Darurat Aids*”, yang minim respon *netizen*.

Instagram

Untuk akun *instagram* milik Kementerian Kominfo ada lebih dari 430ribu *followers*.Tercatat pada setiap *postingan* cukup tinggi terjadi interaksi dan *engagement* dari *netizen*. Sebagai contoh pada *postingan* tanggal 11 Desember 2018 berjudul “*Saluran Internet Ramah Anak*”. Pada *postingan* ini ada 4973 yang menyukai infografis yang ditayangkan (lihat Gambar 7).

Hal serupa juga pada *postingan* berjudul “*5 Perilaku Kreatif Berinternet*” pada tanggal 4 Desember 2018. Ada 3349 *netizen* yang menyukai infografis ini. Menurut salah seorang satgas medsos yang ada di Kementerian Kominfo bahwa sebagian besar *netizen* yang mengikuti akun medsos Kementerian Kominfo, lebih aktif untuk berinteraksi pada akun *instagram* dibandingkan *facebook* dan *twitter*.



Gambar 7 Postingan berjudul “*Saluran Internet Ramah Anak*”. Sumber: Instagram Kementerian Kominfo RI.

Sementara, akun *instagram* milik Pemerintah Provinsi DKI Jakarta diikuti lebih dari 120 ribu *followers*.Tercatat pada setiap *postingan* ada interaksi dan *engagement* dari *netizen*. Sebagai contoh pada *postingan* tanggal 12 Desember 2018 “*Siswa Putus Belajar Kembali Sekolah*” ada lebih 3.500 tayangan.

Hal serupa pada pertandingan Persija versus Mitra Kukar yang *diposting* pada tanggal 9 Desember 2018, ada sekitar 8.300 lebih *netizen* yang menyukai *postingan* ini (Lihat Gambar 8).

Akun *instagram* milik Pemerintah Provinsi Papua memiliki sekitar 1.600 *followers*. *Postingan*

yang ada sebagian besar merupakan kegiatan Pemerintah Provinsi Papua, khususnya kegiatan Gubernur Papua.Selengkapnya dapat disimak pada Gambar 9.



Gambar 8 Postingan berjudul “*Pertandingan Persija versus Mitra Kukar*” (Sumber: InstagramPemerintah Provinsi DKI Jakarta)



Gambar 9 Temu Aplikasi Paket Teknologi Pertanian Provinsi Papua 4 Desember 2018. Sumber Instagram Pemerintah Provinsi Papua. (Sumber: Instagram Pemerintah Provinsi Papua)

Pada setiap *postingan* rata-rata sekitar 20 yang menyukai *postingan*. Minimnya interaksi antara *netizen* dengan admin akun *instagram* Pemprov Papua karena sebagian besar merupakan pegawai Pemprov Papua sendiri. Sebagian besar masyarakat Papua cenderung lebih banyak menggunakan akun *facebook* dibandingkan dengan *instagram*.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan pemantauan pada akun medsos milik Kementerian Kominfo, Pemerintah Provinsi DKI Jaya, dan Pemerintah Provinsi Papua menunjukkan

bahwa ada interaksi antara *netizen* dengan admin akun medsos Pemerintah. Persoalannya, masing-masing akun medsos milik pemerintah tersebut tidak ada integrasi yang kuat. Ketika akun *facebook* Kementerian Kominfo mem-*posting* kebijakan pemerintah pusat namun pada *facebook* milik Pemprov DKI Jaya dan Pemprov Papua tidak melakukan hal serupa dalam diseminasi informasi tentang kebijakan Pemerintah Pusat, justru melakukan diseminasi terhadap kebijakan pemerintah daerah, terutama aktivitas kepala daerahnya.

Padahal saat ini telah dibentuk satgas medsos pada tingkat kementerian, lembaga, dan daerah (KLD). Namun, pola komunikasi dan koordinasi dalam diseminasi informasi kebijakan pemerintah pusat belum terlihat dalam akun medsos tersebut. Tampak tidak adanya pola koordinasi yang jelas dari tingkat pusat-daerah dalam mendiseminasikan kebijakan melalui medsos akun pemerintah. Satgas medsos yang ada tampak condong aktif dalam mendiseminasikan informasi tentang kebijakan pemerintah daerah saja.

Menurut satgas medsos di Kementerian Kominfo, memang diakui adanya kelemahan dalam pelaksanaan koordinasi dan komunikasi antara satgas medsos pusat-daerah. Pola komunikasi yang dilakukan adalah dengan membentuk WA grup. Persoalannya, satgas medsos terkadang berubah petugas adminnya. Selain itu, tidak adanya dana operasional khusus dalam mendiseminasikan kebijakan pemerintah pusat. Direncanakan akan dianggarkan dari dana APBN untuk membiayai biaya operasional dari satgas medsos yang ada di KLD sehingga pola kerja satgas medsos yang ideal dapat diwujudkan. Pola kerja yang ideal adalah dengan melakukan pola *shifting* kerja, sehingga dapat diterapkan pola kerja 7/24 atau bekerja selama 24 jam dengan orang yang bergantian. Hal tersebut mengingat dalam medsos, perkembangan isu dapat berlangsung cepat, melebihi media konvensional.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data hasil wawancara dan pengamatan pada akun medsos milik Kementerian Kominfo, Pemerintah Provinsi DKI Jaya, dan Papua, maka dapat diambil kesimpulan bahwa dengan adanya akun medsos milik pemerintah dapat meningkatkan interaksi antara *netizen* dengan pemerintah. Ruang ini dapat meningkatkan partisipasi

masyarakat dalam menyampaikan aspirasinya. Hal tersebut terlihat ketika *netizen* setuju dengan kebijakan pemerintah akan banyak *netizen* yang menyukai *postingan* tersebut. Sementara, jika tidak menyukai maka *netizen* akan melakukan *comment* yang isinya kritikan terhadap kebijakan tersebut. Ini merupakan pertanda adanya ruang publik dan pemerintah berupaya untuk berkomunikasi secara terbuka, interaktif, dan partisipatif.

Permasalahan yang terjadi dalam melakukan diseminasi informasi tentang kebijakan pemerintah pusat ke daerah adalah kurangnya komunikasi dan koordinasi antara humas pemerintah di tingkat pusat dan daerah. Hal tersebut tergambar dalam *postingan* pada akun milik Kementerian Kominfo dibandingkan dengan akun milik Pemerintah Provinsi DKI Jaya dan Papua. Tidak adanya kesinambungan isu yang diposting. Misalkan, pada akun milik Kementerian Kominfo melakukan *posting* tentang kebijakan Pemerintah Pusat, namun akun milik Pemerintah Provinsi DKI Jaya dan Papua justru melakukan *postingan* tentang kegiatan gubernurnya masing-masing. Hal itu menunjukkan belum adanya keselarasan antara satgas medsos pusat dan daerah. Belum adanya komunikasi pemerintah pusat-daerah yang efektif dan efisien dalam menyebarluaskan kebijakan pemerintah pusat ke daerah, apalagi ke daerah pedesaan.

Sementara, peran humas pemerintah di era digital diharapkan tidak saja sebagai satgas medsos tetapi bagaimana juga dapat melibatkan (*engagement*) publik untuk berpartisipasi aktif dalam menentukan dan mengkritisi kebijakan publik melalui medsos. Partisipasi aktif *netizen* menggunakan medsos membuka ruang publik dalam demokrasi. Dengan demikian diharapkan adanya pola komunikasi dua arah yang interaktif dan seimbang yang dapat mendorong terwujudnya demokrasi melalui medsos.

Oleh itu, diharapkan adanya kesamaan misi dan visi antara humas pemerintah yang ada di pusat dan daerah di era digital saat ini sehingga kebijakan pemerintah pusat dapat diterima dengan baik oleh *netizen* dimanapun dia berada. Dengan demikian kesejahteraan digital bagi seluruh *netizen* akan dapat diwujudkan di Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terima kasih terhadap seluruh pihak yang telah mendukung terlaksananya riset ini,

khususnya kepada teman-teman peneliti di Puslitbang Aptika dan IKP atas saran dan kritiknya untuk perbaikan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Dixon, B. E. (2010). Towards E-Government 2.0. *Public Administration & Management*, 15, 418–454. <https://scholarworks.iupui.edu/bitstream/handle/1805/4334/Dixon-2010-towards.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Dow Jones & Company and Public Relations Society of America (PRSA). (2007). *Wired for change: A survey of public relations professionals and students: Attitudes, usage and expectations in the new communication technology environment*. https://apps.prsa.org/SearchResults/view/2D-0010/0/Wired_for_Change_A_Survey_of_Public_Relations_Prof#.Xotz4j7TIU
- Kemenristekdikti. (2015). *Undang-Undang Dasar Republik Indonesia 1945*. Resntra Kemenristekdikti 2015-2019. <http://jdih.ristekdikti.go.id/v0/?q=perundangan/konten/1828>
- Kementerian Kominfo. (2014). *Peraturan Menteri Kominfo Nomor 35 tahun 2014 tentang Badan Koordinasi Hubungan Masyarakat*. https://jdih.kominfo.go.id/produk_hukum/view/id/234/t/peraturan+menteri+komunikasi+dan+informatika+nomor+35+tahun+2014+tanggal+26+september+2014
- Kementerian Kominfo. (2015). *Instruksi Presiden-Inpres nomor 9 tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik*. https://jdih.kominfo.go.id/produk_hukum/view/id/500/t/instruksi+presiden+nomor+9+tahun+2015+tanggal+25+juni+2015
- Kementerian Kominfo. (2017a). *Strategi Cyber GPR*. <https://balitbangsdm.kominfo.go.id/berita-seminar-hasil-studi-pengembangan-cyber-government-public-relation-19-328%0A>
- Kementerian Kominfo. (2017b). *Survey Penggunaan Teknologi Informatika dan Informasi-TIK Serta Implikasinya terhadap Aspek Sosial Budaya Masyarakat*.
- Kementerian Kominfo. (2018). *Pemerintah Daerah Harus Aktif Dalam Menggunakan Media Sosial*. https://kominfo.go.id/content/detail/9712/pemerintah-daerah-harus-aktif-gunakan-media-sosial/0/berita_satker
- Kent, M. L. (2013). Using social media dialogically: Public relations role in reviving democracy. *Public Relations Review*, 39(4), 337–345. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2013.07.024>
- Kingsley, C., Brummel, A., Lamb, C., Higgins, J., Biros, A., & Smith, C. (2011). Making the Most of Social Media. *Penn Fels Institute of Government*, 1–30.
- Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1984). *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods*. California; SAGE publications Inc.
- Robbins, S. P. dan Coulter, M. (2007). *Manajemen* (1st ed.). PT Indeks.
- Sweetser, K. D., & Kelleher, T. (2011). A survey of social media use, motivation and leadership among public relations practitioners. *Public Relations Review*, 37(4), 425–428. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2011.08.010>
- Viteritti, J. P. (n.d.). *The environmental context of communication: Public sector organizations*. In: Garnett J (ed.) *Handbook of Administrative Communication*.
- Wright, D. K., & Hinson, M. D. (2015). Examining Social and Emerging Media Use in Public Relations Practice: A Ten-Year Longitudinal Analysis. *Public Relations Journal*, 9(2), 2–26.

Halaman ini sengaja dikosongkan