



NASKAH AKADEMIK

**RANCANGAN PERATURAN MENTERI KOMINFO
TENTANG PERUBAHAN ORGANISASI DAN TATA KERJA
DIREKTORAT JENDERAL INFORMASI DAN KOMUNIKASI PUBLIK**

**SEKRETARIAT DIREKTORAT JENDERAL INFORMASI DAN KOMUNIKASI PUBLIK
KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
TAHUN 2017**

KATA PENGANTAR

Dinamika pemanfaatan media dan teknologi informasi dan komunikasi mengubah cara warga negara dan pemerintah dalam mengakses, berbagi informasi dan berkomunikasi. Kondisi itu memerlukan penyesuaian dalam pelayanan informasi dan komunikasi pemerintahan agar cita-cita membangun dan mencerdaskan kehidupan bangsa dapat terwujud.

Presiden Joko Widodo menyatakan saat ini dunia telah berubah sedemikian cepatnya seiring dengan perkembangan teknologi informasi. Oleh karena itu, setiap aparatur negara dan lembaga pemerintah harus mengubah cara bekerja dan berpikir dalam pengelolaan persepsi publik serta kepercayaan publik.

Salah satu hal yang menjadi perhatian Presiden adalah bagaimana setiap lembaga pemerintah dapat membangun komunikasi yang positif dan penuh harapan kepada masyarakat sehingga timbul optimisme. Secara teknis hal itu hanya bisa dilakukan ketika kementerian dan lembaga terus aktif memberitakan hal positif dan capaian yang dihasilkan. Berkaitan dengan konten berita tentu tidak perlu dikemas formal dan rumit. Hal yang dipentingkan adalah bagaimana kemasannya menarik dan kekinian.

Presiden juga menekankan keberadaan komunikator pemerintah yang senantiasa hati-hati dalam memberikan pernyataan kepada publik serta mendorong partisipasi aktif seluruh pegawai hubungan masyarakat pada setiap kementerian dan lembaga sebagai pasukan media sosial pemerintah untuk membangun kepercayaan publik.

Sesuai arahan Presiden tersebut tentunya membutuhkan kerangka dan pendekatan baru dalam melakukan layanan informasi dan komunikasi publik. Dan hal itu hanya bisa terlaksana dengan baik jika didukung keberadaan kebijakan, sistem dan mekanisme serta pengelolaan akses agar dapat memfasilitasi aspirasi dan respons warga negara dalam setiap kebijakan pemerintah.

Kajian terhadap kelembagaan layanan informasi dan komunikasi publik relevan dilakukan karena satu prinsip dasar bahwa komunikasi merupakan pemungkin dalam penyelenggaraan pemerintahan sesuai dengan asas-asas umum pemerintahan yang baik (AUPB). Hasil kajian ini diharapkan dapat memberikan acuan teoritik konseptual dan kebutuhan praktis penyelesaian masalah bangsa di bidang layanan informasi dan komunikasi publik.

Melalui kajian ini, bisa memberikan potret perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, dinamika hubungan media dan masyarakat yang kini tengah berlangsung. Sehingga ke depan, peran layanan informasi dan komunikasi publik menjadi faktor penting pemungkin untuk mengembangkan hubungan yang ideal dan seimbang antara pemerintah, warga, swasta, dan media serta kelompok kepentingan. Selaras dengan upaya mewujudkan cita-cita Negara Kesatuan Republik Indonesia yaitu mencerdaskan bangsa Indonesia.

Jakarta, September 2017
**Direktur Jenderal
Informasi dan Komunikasi Publik**

Rosarita Niken Widiastuti

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
RINGKASAN	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Dasar Hukum	
1). Perpres 7/2015 tentang Kementerian Negara	
2). Perpres 54/2015 tentang Kementerian Kominfo	
3). Peraturan Perundang-Undangan terkait dengan Mandat	
C. Maksud dan Tujuan	4
D. Keluaran	
BAB II KAJIAN ASPEK STRATEGIS	7
A. Konteks Sosio Tekno Kultural Indonesia.....	7
B. Perspektif Kebijakan Komunikasi di Indonesia	11
C. Tantangan Layanan Informasi dan Komunikasi Masa Depan.....	15
D. Kelembagaan Layanan Informasi dan Komunikasi Publik.....	13
BAB III RUMUSAN STRATEGI DAN PROGRAM PRIORITAS	18
A. Rencana Strategis Kementerian Komunikasi dan Informatika	18
B. <i>Outcome</i>	
BAB IV KAJIAN PENATAAN ORGANISASI	25
A. Analisis Struktur Organisasi Saat Ini.....	26
Permasalahan/Kelemahan	
B. Rekomendasi Penataan Struktur Organisasi Baru	26
C. Rumusan Proses Bisnis.....	31
D. Usulan Struktur Organisasi	
Struktur Organisasi	
Tugas dan Fungsi	
.....	
E. Sandingan Tugas dan Fungsi Saat ini dan Usulan Perubahan	
BAB V PENUTUP	33
A. Simpulan	33
B. Saran	33
DAFTAR PUSTAKA	35
LAMPIRAN Rancangan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Komunikasi dan Informatika	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Peta Visi dan Misi Presiden dan Wakil Presiden serta Agenda Nawa Cita sebagai Prioritas Pemerintahan	4
Gambar 2. Struktur Organisasi Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Eksisting	23
Gambar 3. Proses <i>Public Relations</i>	29
Gambar 4. Usulan Kelembagaan Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik	32

RINGKASAN

Perubahan kelembagaan informasi dan komunikasi publik agar dapat menjalankan strategi pembangunan di bidang komunikasi publik secara optimal serta memastikan jaminan hak warga negara untuk mendapatkan informasi yang benar dan berkualitas sesuai dengan amanat Pasal 28 F Undang-Undang Dasar 1945 .

Naskah akademik ini merupakan upaya memberikan bingkai kajian konseptual agar penyelenggaraan fungsi pemerintahan dalam bidang informasi dan komunikasi publik dapat berlangsung lebih optimal. Salah dalam melaksanakan pengaturan, pelayanan, pembangunan, pemberdayaan, dan perlindungan bagi warga negara dalam ruang publik.

Revisi yang diusulkan atas Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 1 Tahun 2016 ini mengubah nomenklatur keseluruhan kerangka dasar layanan agar fungsi informasi dan komunikasi publik dapat dijalankan dengan lebih fokus, cepat dan terintegrasi. Tujuan utama perubahan agar layanan informasi dan komunikasi publik memiliki kontribusi langsung dalam penciptaan reputasi pemerintahan dan negara.

Saat ini, dinamika global baik dari aspek sosial, ekonomi dan politik menunjukkan adanya gejala 1) *information disruptive*, ketika informasi menyebar ke berbagai penjuru dalam waktu cepat dan mampu membuat fragmentasi perhatian setiap individu, 2) kewajiban lembaga pemerintah untuk menyediakan akses informasi publik kepada setiap warga negara untuk peningkatan kualitas hidupnya, 3) kebutuhan pelibatan publik melalui kolaborasi dalam memastikan informasi dan komunikasi publik berlangsung dengan cepat, transparan dan kolaboratif.

Dengan pertimbangan faktor tersebut, perubahan yang diusulkan mencakup akomodasi fungsi penyusunan kebijakan komunikasi sebagai bingkai dan arah strategis dalam bentuk kebijakan komunikasi, optimasi sumberdaya dan tata kelola, serta sumberdaya manusia atau profesi di bidang informasi dan komunikasi publik.

Kemudian, agar layanan informasi lebih cepat dibutuhkan manajemen informasi dan komunikasi yang berlangsung secara cepat dan mampu mendukung penyebaran isu sektoral agar sesuai dengan kebutuhan warga negara yang terfragmentasi. Tak hanya itu, pengelolaan informasi pun perlu dilakukan mulai dari perencanaan sampai memastikan sampai kepada warga negara. Di sisi lain, pelibatan publik hanya bisa dilakukan pengelolaan dan optimasi kanal, media atau teknologi informasi dan komunikasi.

Dengan organisasi seperti tersebut diharapkan dapat mengembangkan layanan informasi dan komunikasi publik agar setiap warga negara memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi dalam pembangunan dan pengembangan layanan di bidang informasi dan komunikasi publik. Tentunya dengan struktur baru diharapkan pendekatan layanan informasi dan komunikasi publik berlangsung lebih sinergis, cepat, dan kolabratif baik antara lembaga komunikasi di pemerintah maupun pemerintahan daerah serta di kalangan masyarakat. *

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perubahan strategi pembangunan nasional membawa konsekuensi penyesuaian program dan kelembagaan yang menangani bidang informasi dan komunikasi publik. Sejalan dengan Agenda Nawa Cita dan RPJM Nasional 2015-2019, pendekatan layanan informasi dan komunikasi publik diarahkan untuk menciptakan budaya partisipasi dan konsultasi melalui literasi terhadap hak informasi serta kebijakan penyediaan informasi.

Sementara dalam konteks sosial, ekonomi dan politik, saat ini terjadi perkembangan menarik akibat teknologi. Saat ini warga negara banyak dibanjiri dengan beragam informasi, mulai dari fakta sampai hoaks. Melalui teknologi informasi dan komunikasi terutama media sosial, penyebaran informasi itu berlangsung sangat cepat dan massif, sehingga pemerintah harus pula hadir, tidak hanya menjadi penyeimbang tapi mendorong setiap komunitas dan individu agar lebih aktif dan proaktif mengembangkan diri melalui literasi informasi.

Dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Tahun 2015 – 2019 (RPJM Nasional) yang telah disesuaikan dengan Visi dan Misi Presiden dan Wakil Presiden atau biasa dikenal sebagai Nawa Cita, aspek komunikasi publik mendapatkan tempat dalam tiga pilar pembangunan atau Trisakti yang ditujukan untuk mencapai kedaulatan politik, kemandirian ekonomi dan kepribadian dalam kebudayaan.

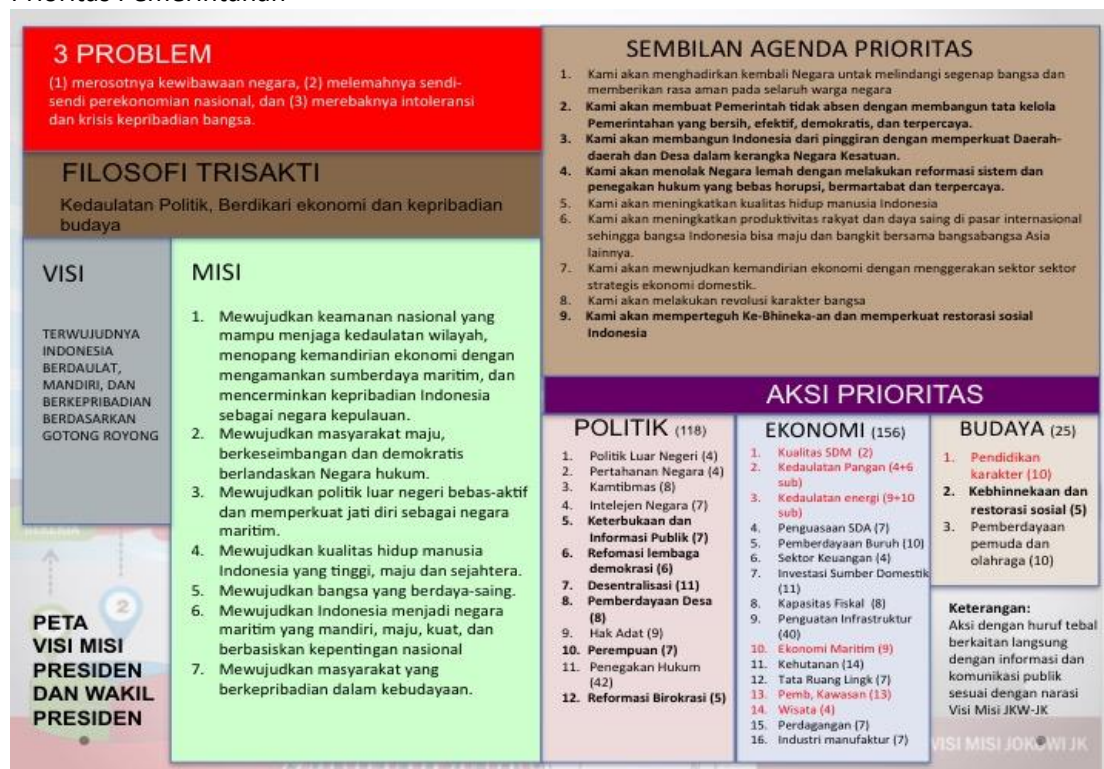
Dari sembilan agenda prioritas pemerintah atau Nawa Cita, terdapat empat agenda prioritas yang membutuhkan kebijakan layanan informasi dan komunikasi publik sebagai dasar utama maupun pendukung. Dalam agenda kedua, yakni membuat Pemerintah tidak absen dengan membangun tata kelola Pemerintahan yang bersih, efektif, demokratis, dan terpercaya, terdapat aspek keterbukaan informasi publik sebagai basis utama pembangunan tata kelola pemerintahan baik di pusat maupun daerah.

Aspek informasi dan komunikasi juga menjadi perhatian dalam RPJM Nasional. Dalam dokumen yang berisi tentang strategi pembangunan nasional, kebijakan umum, serta program Kementerian/Lembaga dan lintas Kementerian/Lembaga, kewilayahan dan lintas kewilayahan, tersebut diagendakan untuk peningkatan akses informasi publik dan partisipasi warga dalam pembangunan yang berlangsung di Indonesia sebagai bagian dari penyelenggaraan tata pemerintahan yang demokratis.

Pendekatan komunikasi publik sebagai pendekatan utama, terdapat dalam tujuh aksi prioritas keterbukaan informasi publik yang tergabung dalam kelompok

aksi politik. Secara lebih lengkap dapat disimak dalam gambar berikut ini:

Gambar 1. Peta Visi dan Misi Presiden dan Wakil Presiden serta Agenda Nawa Cita sebagai Prioritas Pemerintahan



Dengan adanya perubahan strategi pembangunan nasional, maka dibutuhkan penyesuaian program dan kelembagaan yang menangani bidang informasi dan komunikasi publik. Sejalan dengan Agenda Nawa Cita dan RPJM Nasional, maka pendekatan layanan informasi dan komunikasi publik diarahkan untuk menciptakan budaya partisipasi dan konsultasi melalui literasi terhadap hak informasi serta kebijakan penyediaan informasi.

Oleh karena itu, pendekatan informasi dan komunikasi publik tidak hanya berarti memberikan pesan-pesan persuasif kepada publik, namun juga menjelaskan kebijakan yang berjalan, menciptakan kesadaran akan hak warga negara, dan mengembangkan mekanisme yang memunculkan komunikasi dua arah antara masyarakat dengan pemerintahan.

Guna mengembangkan ekosistem dan budaya komunikasi publik yang sehat itu, ada dua hal yang diperlukan yaitu menciptakan budaya keterbukaan dan pemerintah perlu menyediakan informasi serta mengoptimalkan peran layanan informasi agar berlangsung cepat dan terandalan serta mendorong kolaborasi pelibatan peran lembaga pemerintahan baik di pusat dan daerah serta warga negara.

Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik adalah Unit Eselon I yang mempunyai tugas menyelenggarakan perumusan serta pelaksanaan kebijakan dan standarisasi teknis di bidang informasi dan komunikasi publik, kehumasan pemerintah, serta informasi strategis nasional dan internasional berusaha mengembangkan paradigma baru dalam mengembangkan layanan informasi dan komunikasi publik.

Peran dari Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik tidak hanya meningkatkan akses masyarakat terhadap informasi publik. Namun juga memberikan layanan agar memenuhi hak tahu publik, khususnya masyarakat di kawasan terluar, terdepan dan terpencil yang sulit memperoleh informasi publik, serta mengakomodasi aspirasi masyarakat dalam proses pembuatan kebijakan publik.

Sejalan dengan dinamika komunikasi global, perkembangan teknologi, pola komunikasi masyarakat, adopsi pendekatan *Government Public Relations*, maka fungsi penyebarluasan informasi diarahkan untuk menyampaikan informasi kebijakan pemerintah secara utuh sehingga masyarakat memahami hasil pembangunan secara menyeluruh. Untuk melaksanakan hal itu, dibutuhkan kelembagaan informasi dan komunikasi publik yang dapat mendorong pelaksanaan sistem komunikasi strategis guna mendukung program prioritas Pemerintahan Joko Widodo dan Jusuf Kalla. Sehingga Revisi Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 1 Tahun 2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Komunikasi dan Informatika menjadi relevan dilakukan, khususnya pada bagian Kelembagaan Informasi dan Komunikasi Publik.

B. Dasar Hukum

Tugas utama negara adalah memajukan kesejahteraan dan kemakmuran seluruh rakyat sesuai amanat Pembukaan Undang-Undang Dasar (UUD) 1945. Tidak hanya dalam konteks pemenuhan hak informasi terhadap warga Negara namun memainkan peran penting dalam menjaga perdamaian dunia.

Amandemen UUD 1945, Pasal 28 F mengamanatkan, setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia.

Kehadiran UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers menjamin kebebasan atau kemerdekaan pers pada gilirannya telah menciptakan relasi baru Antara posisi realitas, pers, dan masyarakat. Namun, lantaran begitu derasnya arus informasi dan begitu beragamnya versi informasi yang menerpa masyarakat, tak jarang itu bukannya memberi pencerahan namun justru menyesatkan. Dengan kata lain,

terpaan media itu bukannya membuat masyarakat menjadi melek informasi (well informed) tetapi justru sebaliknya.

Dalam proses berbangsa dan bernegara, ketersediaan informasi yang memadai bagi publik serta kebebasan untuk memperoleh informasi merupakan salah satu elemen penting untuk mewujudkan pemerintahan yang terbuka dan meningkatkan partisipasi publik dalam penyelenggaraan negara. Kehadiran UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik juga dirasa penting untuk meningkatkan kualitas keterlibatan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan publik.

Sejalan dengan UU No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, pemerintah memiliki kewajiban untuk menyediakan layanan informasi dan komunikasi publik sebagai pemenuhan terhadap kebutuhan dasar warga negara. Selain itu, melalui Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 40 Tahun 2007 tentang LKBN Antara, pemerintah memberikan penugasan khusus kepada Perum LKBN Antara untuk mendiseminasikan informasi yang dapat mendidik dan mencerdaskan masyarakat guna peningkatan kehidupan berbangsa dan bernegara.

Di Indonesia, penguatan layanan informasi dan komunikasi publik merupakan salah satu agenda dari pemerintahan Presiden RI Joko Widodo dan Wakil Presiden Jusuf Kalla dan tercantum pada pasal 28F UUD 1945, UU No. 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik, dan merupakan bagian dari arah kebijakan pembangunan pada dokumen RPJMN 2015-2019 yaitu membangun keterbukaan informasi dan komunikasi publik melalui penguatan *Government Public Relations*.

Revisi kelembagaan informasi dan komunikasi publik juga dilatari atas penyelenggaraan pemerintahan daerah yang mekanisme pengelolaannya telah disempurnakan dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014, khususnya dalam aspek penyelenggaraan pelayanan publik oleh pemerintah daerah. Selain itu dengan adanya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2014 tentang Aparatur Sipil Negara mengatur mengenai tugas pemerintahan dalam rangka penyelenggaraan fungsi umum pemerintahan yang meliputi pendayagunaan kelembagaan, kepegawaian, dan ketatalaksanaan.

Dengan adanya perspektif pembagian kewenangan dan urusan pemerintahan serta pelaksanaan administrasi oleh Aparatur Sipil Negara maka diperlukan revisi terhadap kelembagaan yang ada agar dapat secara optimal menjalankan amanat dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah dan Undang-Undang 5 Tahun 2014 tentang Aparatur Sipil Negara.

Berikut dasar hukum pelaksanaan kewenangan sebagai dasar pertimbangan pengajuan revisi kelembagaan informasi dan komunikasi publik:

1. Peraturan Presiden Nomor 7 Tahun 2015 tentang Kementerian Negara

Pemerintah berupaya memastikan organisasi kementerian negara agar tepat fungsi dan ukuran, serta mendukung efektivitas penyelenggaraan pemerintahan. Sesuai dengan Peraturan Presiden Nomor 7 Tahun 2015 tentang Organisasi Kementerian Negara terdapat 34 kementerian negara, termasuk empat kementerian koordinator.

Kementerian Komunikasi dan Informatika termasuk dalam Kelompok II yaitu kementerian yang menangani urusan pemerintahan dengan ruang lingkup telah disebutkan dalam UUD 1945. Secara khusus, pembangunan bidang komunikasi dan informatika merupakan pelaksanaan amanat Pasal 28F UUD 1945. Dalam pasal tersebut dijelaskan setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia.

Sebagai bagian dari kelompok II, Kementerian Kominfo mempunyai tugas menyelenggarakan urusan tertentu dalam pemerintahan untuk membantu Presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara. Tugas sebagaimana dimaksud disesuaikan dengan upaya pencapaian tujuan Kementerian sebagai bagian dari tujuan pembangunan nasional.

Dalam kategori Kelompok II, susunan organisasi Kementerian Kominfo dapat terdiri atas: a. Unsur pemimpin; b. Unsur pembantu pemimpin; c. Unsur pelaksana; d. Unsur pengawas; dan e. Unsur pendukung. Direktorat Jendral dalam Kementerian Kelompok II menyelenggarakan fungsi: a. perumusan kebijakan di bidangnya; b. pelaksana kebijakan di bidangnya; c. pelaksanaan evaluasi dan pelaporan di bidangnya; d. pelaksanaan administrasi Direktorat Jendral; dan e. pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Menteri.

Penentuan jumlah Direktorat Jendral didasarkan pada analisis organisasi dan beban kerja. Sesuai Perpres, Direktorat Jendral terdiri atas Sekretariat Direktorat Jendral dan paling banyak 5 (lima) Direktorat. Adapun Sekretariat Direktorat Jendral terdiri atas paling banyak 4 (empat) Bagian dan/atau Kelompok Jabatan Fungsional. Bagian terdiri atas paling banyak 3 (tiga) Subbagian dan/atau Kelompok Jabatan Fungsional.

Sementara Direktorat terdiri atas Kelompok Jabatan Fungsional dan/atau dapat terdiri atas paling banyak 5 (lima) Subdirektorat, serta Subbagian yang menangani fungsi ketatausahaan. Subdirektorat terdiri atas Kelompok Jabatan Fungsional dan/atau dapat terdiri atas 2 (dua) Seksi.

2. Peraturan Presiden Nomor 54 Tahun 2015 tentang Kementerian Komunikasi dan Informatika

telah diterbitkan , perlu menetapkan Peraturan Presiden Nomor 54 Tahun 2015 tentang Kementerian Komunikasi dan Informatika.

3. Peraturan Perundang-Undangan terkait dengan Mandat

Penerbitan Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 9 Tahun 2015 mengamanatkan Kementerian Kominfo melaksanakan tugas dan fungsi koordinasi kehumasan pemerintah (*Government Public Relations* atau “GPR”). Hal itu dimaksudkan agar penyampaian informasi kepada masyarakat dapat dilakukan dengan cepat, tepat, dan berkualitas baik.

Penyusunan narasi tunggal sebagai agenda setting akan memberikan informasi Pemerintah yang konsisten, sehingga terdapat informasi yang berimbang terhadap kinerja pemerintah sebagai perimbangan opini yang dibentuk oleh arus pemberitaan media yang cenderung kritis atau bahkan negatif terhadap pemerintah.

Program GPR pertama kali yang diinisiasi oleh Kementerian Kominfo adalah Tenaga Humas Pemerintah (THP). Sebanyak 45 orang telah direkrut untuk mendukung pengelolaan komunikasi lembaga pemerintah. Kemudian sesuai peraturan, GPR akan dievaluasi kinerjanya per triwulan. Indikator dalam evaluasi mengacu pada Inpres Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik (PKP) yang mencakup: penyampaian data dan informasi, penyusunan narasi tunggal, diseminasi informasi dan persepsi penerima manfaat Program THP.

Selain itu pula ada Peraturan Menteri PAN Nomor 30 Tahun 2011 Tentang Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi Pemerintah sebagai dasar pelaksanaan tugas kehumasan pemerintah yang menjadi satu bagian penting dalam layanan informasi dan komunikasi publik.

Untuk melaksanakan ketentuan Pasal 41 Peraturan Presiden Nomor 54 Tahun 2015 tentang Kementerian Komunikasi dan Informatika, Menteri Komunikasi dan Informatika menerbitkan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 1 Tahun 2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Semua regulasi yang ada seyogyanya dapat memastikan sinergi antarbidang pembangunan dalam mendukung kelancaran pelaksanaan dan tercapainya berbagai sasaran pembangunan layanan informasi dan komunikasi publik di Indonesia.

4. Maksud dan Tujuan

Revisi Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 1 Tahun 2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Komunikasi dan Informatika, khususnya pada bagian Kelembagaan Informasi dan Komunikasi Publik dilakukan dengan tujuan untuk mempertajam tugas dan fungsi lembaga agar sesuai untuk mewujudkan tujuan Agenda Nawacita Presiden dan Wakil Presiden RI serta Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional yang menjadi wilayah kewenangan Kementerian Komunikasi dan Informatika khususnya Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik.

Selain itu, upaya mempertajam tugas dan fungsi Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik agar lebih fokus, cepat, dan kolaboratif dalam memberikan layanan informasi dan komunikasi publik kepada warga negara khususnya pelaksanaan program prioritas pemerintah dan selaras dengan mandat Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik.

Layanan informasi dan komunikasi publik yang efektif akan meningkatkan partisipasi masyarakat dan meningkatkan pengetahuan masyarakat. Tidak hanya sekedar 'berbicara' kepada publik, pemerintah harus membangun kapasitas masyarakat untuk memiliki modal informasi sebagai rujukan untuk berpartisipasi. Oleh karena itu layanan informasi dan komunikasi publik bagi warga negara merupakan sebuah keniscayaan agar terjadi dialog antara pemerintah dan masyarakat sehingga tepat menyelesaikan masalah.

Apalagi saat ini pemerintah tidak dapat lagi mengontrol media, namun pemerintah bertanggungjawab terhadap komunikasi yang berasal dari lembaga dan menjamin bahwa tindakan komunikasi yang dilakukannya mendukung terwujudnya ruang publik yang berkualitas dan kondusif bagi terciptanya pemerintahan yang baik dalam mewujudkan tujuan negara.

Adanya revisi Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 1 Tahun 2016 diharapkan dapat membangun kerangka hukum penyelenggaraan bidang informasi dan komunikasi publik yang menyeluruh, visioner, dan efektif merespons berbagai masalah yang sekarang dan mungkin terjadi di masa mendatang di dalam penyelenggaraan pemerintahan di Indonesia.

5. Keluaran

Kajian atas Revisi Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 1 Tahun 2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Komunikasi dan Informatika ini dirancang sedemikian rupa agar bersifat problem-based, partisipatif, dan berbasis pada pemikiran yang secara akademik dapat diterima. Bersifat problem-based karena inisiatif dan dasar untuk melakukan revisi adalah masalah yang dihadapi baik oleh lembaga informasi dan komunikasi publik di pemerintah, pemerintah daerah, para penyelenggara pemerintahan, dan para pemangku kepentingan lainnya dalam pelayanan di bidang informasi dan komunikasi publik.

Oleh karena itu, revisi dilakukan dengan mengkombinasikan pendekatan keilmuan komunikasi dan administrasi negara. Pendekatan keilmuan dilakukan untuk mencari solusi yang tepat terhadap berbagai masalah yang terjadi dalam penyelenggaraan layanan informasi dan komunikasi publik.

Dalam kajian ini digunakan tiga aspek yaitu (1) struktur kelembagaan yang mencakup regulasi dan wewenang kelembagaan, (2) teknologi yang merupakan sisi teknis dari sarana dan prasarana layanan, serta (3) humanware yaitu sumberdaya manusia pelayanan dan pengguna layanan. Sementara perspektif administrasi negara dibutuhkan untuk memberikan konteks operasional agar tidak keluar dari kerangka penyelenggaraan pemerintahan secara konseptual. Adapun pendekatan dalam konteks manajemen yang digunakan adalah *Balanced Score Card* yang dijadikan kerangka pikir dalam mempertajam tugas dan fungsi setiap elemen kelembagaan komunikasi publik.

Kemudian diupayakan agar setiap hasil yang ada diujikan kepada para pihak yang berkepentingan sehingga pengaturan yang diusulkan bukan hanya tepat secara konseptual dan diterima oleh berbagai pemangku kepentingan.

BAB II

KAJIAN ASPEK STRATEGIS

Komunikasi saat ini menjadi aspek penting dan keharusan dalam penyelenggaraan pemerintahan. Dalam konteks negara, komunikasi dibutuhkan karena setiap kebijakan pemerintah akan senantiasa berkembang, mencakup kepentingan publik, dan mendapatkan beragam respons dari publik maupun warga negara. Melalui komunikasi pula, pemerintah memiliki respons agar mendapatkan dukungan publik melalui partisipasi publik dalam pelaksanaan pembangunan.

Di Indonesia, kebutuhan layanan informasi dan komunikasi publik saat ini menjadi makin penting. Apalagi lembaga pemerintahan senantiasa diminta dapat mengkomunikasikan kebijakan publik dan menyerap umpan balik dari publik. Namun demikian, hal krusial yang dihadapi adalah kesenjangan antara tuntutan dan harapan masyarakat yang sangat tinggi di tengah kemampuan pemerintah yang terbatas dalam menyediakan informasi atau mengembangkan opini publik yang berimbang. Sementara di sisi internal kelembagaan pemerintah terdapat beberapa proses kebijakan yang tidak bisa diabaikan dan menjadi pertimbangan dalam penyusunan kelembagaan komunikasi publik.

A. Konteks Sosio Tekno Kultural Indonesia

Tiga permasalahan mendasar bangsa Indonesia untuk mencapai tujuan nasional yakni kesejahteraan warga negara, sebagaimana diagendakan dalam Nawacita Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia antara lain (1) merosotnya kewibawaan negara; (2) melemahnya sendi-sendi perekonomian nasional; dan (3) merebaknya intoleransi dan krisis kepribadian bangsa.

Perhatian Presiden Joko Widodo dan Jusuf Kalla pada isu komunikasi dapat dilihat dalam Visi dan Misi Capres dan Cawapres 2014. Namun demikian terdapat tiga tantangan yakni (1) sentralisasi kepemilikan media sebagai ruang publik, (2) implementasi undang-undang yang berkaitan dengan komunikasi dan informasi antara lain Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Undang-Undang No. 12 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik serta Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, dan (3) komunikasi untuk mewujudkan tata pemerintahan demokratis (Subijanto, dkk, 2014).

Kebutuhan pemerintahan saat ini adalah pelibatan publik lebih aktif dalam perumusan kebijakan pemerintah. Untuk itu, diperlukan reposisi kelembagaan yang kuat. Apalagi basis kehidupan warga dalam ruang publik adalah ketersediaan dan keteraksesan informasi menyangkut fakta publik yang bersifat benar, faktual dan obyektif sehingga dapat terbentuk pendapat publik yang rasional. Pada gilirannya dapat mendorong warga negara berpartisipasi dalam perumusan dan pelaksanaan kebijakan pemerintah.

Dalam aspek teknologi, salah satu peristiwa paling dramatis di akhir abad 21 adalah percepatan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Kondisi yang berlangsung global itu membuat ideologi, nilai, dan norma masyarakat mudah dipertukarkan dan didiskusikan tidak hanya dalam tataran wacana, melainkan pada tindak praksis yang bisa memengaruhi penyusunan dan implementasi kebijakan setiap negara di dunia.

Di Indonesia saat ini juga tengah berlangsung dinamika konsolidasi demokrasi. Di seluruh penjuru negeri, arus demokratisasi tersebut seolah saling berkait dengan kecepatan teknologi informasi dan salah satu motor demokrasi: kebebasan pers. Oleh karena itu, warga memiliki peran penting dan perlu diperkuat sbegayi bagian dari civil society yang dapat mendorong akuntabilitas pemerintah dalam penyelenggaraan negara.

Lansekap digital di Indonesia tengah berkembang pesat. Kemudahan akses warga terhadap komputer, telepon seluler dan jaringan teknologi informasi dan komunikasi memungkinkan konsumsi informasi berlangsung dengan cepat-aktual, global-serentak, dan interaktif. Kehadiran teknologi informasi dan komunikasi yang konvergen juga memungkinkan setiap warga menciptakan dan saling bertukar informasi setiap saat dari mana pun.

Sekalipun tingkat penetrasi internet sangat bervariasi, namun penyebaran perangkat teknologi bergerak membuat hampir seluruh warga Indonesia terhubung dengan internet. Konsekuensinya hampir semua warga Indonesia memiliki akses terhadap informasi real time. Kondisi itu menjadi pemungkin, ketika terjadi peristiwa besar, akan dapat dipastikan serentak beredar dan membangkitkan interaksi antarwarga.

Perkembangan teknologi informasi yang memengaruhi kegiatan komunikasi di segala bidang, dapat dilihat pada dua tingkat. Pertama, secara struktural faktor teknologi yang mengubah struktur masyarakat Indonesia. Perubahan dari masyarakat yang mengandalkan tatap muka dan konsumsi media massa konvensional menjadi masyarakat yang lebih dominan menggunakan perangkat elektronik dan jejaring dunia maya. Kedua, terjadi perubahan moda komunikasi secara kultural membawa implikasi pula pada perubahan cara-cara pemanfaatan informasi dalam masyarakat (Siregar, 2010).

Bagaimanapun, konvergensi media membuat khalayak memiliki lebih banyak pilihan media dengan konten yang makin beragam. Melalui konvergensi dimungkinkan berkembang kolaborasi yang memberikan kemudahan akses karena setiap fitur teknologi dapat diakses dalam bentuk platform berbeda dan memudahkan penggunaannya (Grant dan Wilkinson, 2009).

Konvergensi merupakan proses yang sedang terjadi secara berkelanjutan. Bagi produsen informasi, setiap ragam fitur teknologi informasi memungkinkan memiliki efek pengganda dalam penyebarluasan informasi. Sementara dari sisi pengguna

banyak ragam gadget dan portable electric device yang mendorong kemudahan akses terhadap informasi yang sesuai dengan kebutuhan (Jenkins, 2009).

Menurut data riset Nielsen (2014), sekitar sepertiga pengguna internet Indonesia mengakses situs berita dan peristiwa terkini. Bagi pemerintah, hal tersebut merupakan peluang besar untuk menyebarkan konten yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah serta konten-konten yang mendidik, mencerahkan, memberdayakan serta bisa meningkatkan rasa nasionalisme.

Sejalan dengan tren konvergensi media terdapat empat empat tantangan, yaitu masalah manajemen, kredibilitas lembaga, kualitas produk atau konten serta penggunaan media jejaring sosial. Berikut penjelasan masing-masing tantangan yang harus dihadapi.

1. Aspek manajemen menjadi krusial karena sekalipun pemerintah memiliki dana dan dukungan finansial yang dapat dikatakan hampir tidak terbatas, namun pengelolaan yang lemah hanya akan membuat dampak penyebaran informasi dan komunikasi tidak optimal dan tepat sasaran.
2. Kredibilitas merupakan prasyarat diterimanya sebuah sumber informasi di tengah masyarakat. Hasil survei terhadap 1000 masyarakat umum di Indonesia yang diselenggarakan setiap akhir tahun oleh Edelman Trust Barometer menunjukkan bahwa dibandingkan dengan tahun 2011, tingkat kepercayaan khalayak yang melek informasi terhadap institusi pemerintah di Indonesia mengalami penurunan sampai 22 persen. Penurunan cukup drastis pada tahun 2012 mencapai level 40 persen. Angka tersebut sangat rendah dibandingkan dengan tiga institusi lain, yaitu media, bisnis dan lembaga swadaya masyarakat yang ada di Indonesia (Nielsen Trust Barometer, 2010-2012).
3. Seiring kredibilitas yang melemah, kualitas pengemasan informasi dan komunikasi melalui media di kalangan lembaga pemerintah menghadapi dilema Antara kebutuhan menyampaikan informasi versi pemerintah dengan kondisi pasar informasi yang mengedepankan sensasionalisme tanpa memedulikan kualitas isi media dan audiens/khalayak (Anshori, 2010).
4. Di lingkup internal dan aspek khalayak, media pemerintah memiliki beberapa tantangan tersendiri. Dari sudut pandang Pemerintah, maka secara internal kondisi yang terjadi saat ini adalah tidak seluruh lembaga pemerintah yang ada dapat menyampaikan informasi yang sama dan senada, bahkan di Antaranya terkadang bertentangan Antara satu dengan yang lainnya.

Sekalipun publik dapat memanfaatkan media pemerintah untuk memperoleh informasi yang dapat memperjelas persoalan kebijakan dan mengontrol pemerintah. Namun kanal dan media yang dikembangkan pemerintah belum begitu efektif memainkan peran tersebut. Tentu hal itu merupakan peluang agar pengelolaan media pemerintah dapat berkembang dengan lebih baik.

Melalui interaktivitas media yang dikelola melalui jaringan internet sejatinya dapat dikembangkan sebagai kanalisasi dialog Antara pemerintah dengan rakyat. Namun demikian, variasi penggunaan internet sangat besar di Indonesia karena hambatan geografis dan infrastruktur membutuhkan penyikapan yang berbeda.

Apalagi tantangan perkembangan media baru (new media) seolah menjadi pisau bermata dua. Di satu sisi mampu mendukung diseminasi informasi. Sementara di sisi lain, dengan makin banyaknya pertukaran konten melalui media sosial, membuat sumber utama informasi cenderung miskin pengakses.

Secara demografis, Indonesia terdiri dari lebih 230 juta penduduk yang tersebar sangat tidak merata. Sebagian besar penduduk, lebih kurang 60 persen bermukim di pulau Jawa sedangkan sisanya tersebar di ribuan pulau lainnya. Mayoritas penduduk Indonesia bermukim di kawasan pedesaan dengan mata pencarian sebagai petani dan nelayan. Sebagian lainnya bermukim di daerah perkotaan dengan mata pencarian beragam terutama di bidang jasa. Bahkan ada sebagian kecil penduduk Indonesia yang masih hidup berpindah-pindah di daerah-daerah terpencil.

Oleh karena itu, kebutuhan komunikasi pemerintahan mulai meningkat. Di tengah derasnya dinamika demokrasi yang memungkinkan penyebaran opini publik dan debat publik, pemerintah memerlukan mekanisme komunikasi untuk tetap menjaga citra lembaga dan meningkatkan partisipasi publik dalam pelaksanaan kebijakan pemerintah.

Pemerintah mempunyai kewajiban melaksanakan layanan publik kepada warga negara tanpa membedakan latar belakang dan tempat tinggalnya. Dalam situasi arus informasi yang sangat bebas dewasa ini, termasuk semakin kuat dan besarnya peranan swasta dalam bidang informasi, pemerintah sangat perlu untuk memberitahu publik tentang berbagai hal apa yang menjadi kebijakan, rencana, program, dan pendapat pemerintah.

B. Perspektif Kebijakan Komunikasi di Indonesia

Sistem pemerintahan yang demokratis mensyaratkan perhatian terhadap opini dan kepentingan warga negara dalam merumuskan atau menjalankan kebijakan. Suara rakyat yang berbentuk opini publik merupakan fenomena sosial politik dalam negara demokrasi (Arifin, 2008: 3). Tanpa adanya hak untuk berbicara (berkomunikasi) dan hak untuk menyampaikan pendapat, opini publik dapat dipastikan tidak bisa muncul dan berkembang. Dalam pemerintahan, aktor pemerintah, sebagai politikus, memiliki peran dalam pembentukan opini publik melalui kebijakan komunikasi.

Realitas menunjukkan bahwa sistem komunikasi dan informasi di Indonesia masih belum sepenuhnya memenuhi kepentingan publik. Pada sisi lain, harus diakui pula bahwa perkembangan komunikasi dan informasi yang terlalu bebas tanpa

koridor/regulasi yang tertata dapat menciptakan ketidakimbangan dan kegaduhan dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.

Secara teoritik penyelenggaraan manajemen pemerintahan telah mengalami pergeseran pendekatan. Pertama kali berkembang *The Old Public Administration* atau pola administrasi lama cenderung memperhatikan struktur organisasi dan mekanisme kontrol terhadap kebijakan publik (Denhardt and Denhardt, 2003). Kemudian berubah menjadi *New Public Management* akibat tuntutan perubahan dan penyesuaian paradigma dan praktik administrasi dan pelayanan publik.

Perspektif *new public services* mendorong keterlibatan masyarakat terhadap setiap kebijakan dan pelayanan publik. Oleh karena itu, birokrasi pemerintah perlu melakukan perekayasa ulang birokrasi yang selama ini dijalankan, terutama dalam menghadapi perubahan baik karena tekanan eksternal maupun internal, guna menyelenggarakan pelayanan publik secara lebih demokratis, partisipatif, transparan, dan lebih berkualitas (Saleh dan Muluk, 2006).

Kondisi itu sangat relevan jika dihadapkan pada realitas bahwa masyarakat bangsa yang majemuk terajut menjadi satu melalui berbagai pertumbuhan alami dan dikelola dengan pelbagai kebijakan di bidang politik, ekonomi, dan sosial-budaya. Sehingga dalam aspek komunikasi dan informasi masih ada perbedaan dalam hal akses sehingga muncul dikotomi antara elit informasi yang memiliki akses ke media massa dan masyarakat pinggiran yang tidak banyak faham terhadap debat dan kurang mendapatkan akses atas informasi.

Chalaby (2000: 34) secara khusus mencermati tentang bagaimana publik berkomunikasi dan menggunakan ruang publik untuk saling bertukar wacana. Ia menyebut adanya era komunikasi publik ditandari dengan berkembangnya konsepsi jurnalisme yang didorong oleh kepentingan pasar dan dapat memengaruhi opini publik serta proses politik (Chalaby, 2000: 38). Di era terakhir ini, ada kecenderungan terjadi depolitisasi dan dominasi informasi hiburan dalam ruang publik.

Penyediaan informasi dan akses komunikasi oleh pemerintah untuk warga negara dapat dipahami dalam kerangka kebijakan komunikasi. Collins (1994, dalam Lewis & Slade, 2000: 239) menyatakan kebijakan komunikasi mengacu pada kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan media dan industri komunikasi, termasuk media cetak, sektor telekomunikasi dan teknologi informasi. Mengutip definisi yang disusun Unesco, Abrar (2008: 3) menyebut kebijakan komunikasi sebagai kumpulan prinsip-prinsip dan norma-norma yang sengaja diciptakan untuk mengatur perilaku sistem komunikasi.

Pendekatan komunikasi publik diakomodasi sebagai “cara baru” komunikasi pemerintahan di era demokratisasi. Sedikit banyak mengubah dan mendefinisikan relasi pemerintah dengan warga negara. Penelusuran dan kritisi atas konsepsi komunikasi publik pun menjadi menarik karena saat ini istilah tersebut diadopsi

dalam struktur kelembagaan pemerintah yang merancang dan melaksanakan kebijakan komunikasi.

Heinrichs dan Peters (2005: 3) membagi jelas beberapa definisi komunikasi publik berdasarkan kontribusi terhadap tujuan perubahan yang diharapkan, yaitu

- (1) proses komunikasi yang berlangsung di ruang publik untuk mendorong perhatian baru terhadap aktor dan ide dalam upaya menjadikan kerangka agenda politik dan lembaga menjadi bagian tak terpisahkan dalam perubahan sosial atau perubahan lingkungan (*Agenda Building*).
- (2) komunikasi publik membantu menciptakan isu spesifik sesuai konteks budaya dalam berbagai pengetahuan dan cara melihat persoalan kepada semua aktor yang terlibat (*Issue Framing*).
- (3) komunikasi publik menghubungkan proses politik dalam pelaksanaan kebijakan - yang melibatkan aktor sosial dan pengambil keputusan- dengan komunitas atau kelompok tertentu yang akan terlibat atau diajak berpartisipasi.

Dalam kaitan dengan kebijakan publik, Gandy (2007: 75) menyebut adanya konsep subsidi informasi yang ditujukan untuk memproduksi pengaruh kepada khalayak melalui kontrol terhadap akses dan penggunaan informasi yang sesuai kebutuhan khalayak (Gandy, 2007: 75). Subsidi informasi sering diberikan dalam bentuk leaks, off the record atau backgrounder yang menyediakan informasi yang cukup bagi pekerja media untuk membentuk kisah berita tanpa mengidentifikasi sumbernya dengan kemampuan untuk manipulasi dan menggunakan informasi secara efektif untuk kebutuhan lembaga. "In an information economy, organisations compete on the basis of their ability to acquire, manipulate and use information effectively" (McGee and Prusak, 1993).

Dengan demikian, kebijakan komunikasi publik pada dasarnya bukan saja menyangkut hubungan antar berbagai tingkatan kelembagaan pemerintah atau pertimbangan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi saja, namun juga merupakan persoalan mengenai hubungan antara negara dan warga negara. Oleh karena itu, kebijakan komunikasi yang dikembangkan bukanlah sekadar tanggung jawab pemerintah pusat atau daerah semata namun juga merupakan tanggung jawab masyarakat yang memiliki hak utama dalam akses informasi dan komunikasi.

Satu hal yang dipersyaratkan oleh Heinrichs dan Peters (2005: 4) agar kebijakan komunikasi dapat berlangsung dengan baik adalah keberadaan ruang publik yang bisa mencakup media dan pola komunikasi yang ada di tengah kelompok. Secara khusus Habermas (1996) mengemukakan model aliran komunikasi dari forum-forum warga (civil society) menuju ke sistem politik (state). Dalam proses itu ruang publik (public sphere) terbentuk ketika dua orang atau lebih menjalankan proses komunikasi dengan aturan dan prinsip yang terkait dengan rasio dan akal.

C. Kelembagaan Layanan Informasi dan Komunikasi Publik

Sejarah menunjukkan adanya berbagai ragam komunikasi pemerintahan yang telah diterapkan di Indonesia. Pada masa pemerintahan Orde Lama, komunikasi publik pemerintah sangat didominasi oleh presiden. Kemudian semasa Orde Baru, pola-pola relasi asimetris dan dominatif lembaga kepresidenan menyebabkan setiap lembaga pemerintah menjadi subordinat selain itu, kepentingan teknis lembaga publik dan khalayak menjadi tidak penting.

Pola komunikasi terpusat pada poros istana kepresidenan. Sekalipun strategi yang digunakan adalah penerangan, namun fokus aktivitas penerangan lebih ke arah propaganda pembangunan dengan juru bicara Menteri Penerangan (Dhani, 2004: 311 atau Hidayat dan Tanti, 2011: 219-220).

Pascareformasi, proses komunikasi politik yang sebelumnya otokratif dan terpusat pada masa rezim orde baru beralih ke proses komunikasi politik yang demokratis, terbuka dan terdesentralisasi atau otonom (Abdussamad, 2008: 194). Kebebasan berpendapat dan pers memungkinkan pertukaran informasi dan melalui media massa semua itu bisa membentuk opini publik. Implikasinya hampir semua kebijakan dan program pemerintah menjadi lebih terbuka didiskusikan dan memengaruhi penurunan citra pemerintah (Litbang SDM Komifo, 2010: 11).

Di masa ini pula Pemerintah Indonesia telah kehilangan infrastruktur penting dalam penyebaran informasi dan komunikasi dengan pembubaran Departemen Penerangan (Dahlan, 1999). Dekonstruksi terhadap sistem komunikasi nasional sudah dilakukan melalui reformasi (dengan pembubaran Departemen Penerangan), namun rekonstruksi untuk membangun sistem komunikasi dan informasi yang berbeda dengan model lama belum dibangun.

Semasa pemerintahan Susilo Bambang Yudhoyono, lembaga pemerintah yang menjalankan fungsi komunikasi adalah Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kementerian Kominfo, 2010). Selain perumus kebijakan, Kementerian Kominfo juga menjalankan fungsi hubungan masyarakat pemerintah (Pusat Informasi dan Humas, 2010). Namun, dalam praktik fungsi komunikasi publik yang dapat menyatukan kerangka komunikasi pemerintah dalam konteks kelembagaan belum dapat dilakukan dengan optimal. Kondisi tersebut disebabkan oleh adanya kegamangan untuk menjalankan peran lembaga yang menjadi penjelas dan corong atas setiap kebijakan pemerintah sebagaimana tersebut dalam konsep Departemen Penerangan sebagai juru bicara pemerintah dan Juru Bicara Presiden.

Pada dasarnya, komunikasi dalam pemerintahan sangat dipengaruhi pola dan karakter kepemimpinan presiden-wakil presiden. Dalam pemerintahan ke depan, salah satu karakter yang mengemuka dari Presiden Joko Widodo adalah tipe manajerial yang memiliki gaya bicara di tataran pelaksanaan. Gaya tersebut lebih people oriented, dengan mengedepankan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami oleh masyarakat kebanyakan (2014, <http://deteksi.co>).

Bagaimanapun komunikasi publik pemerintah harus bisa membentuk nilai, pemahaman, sikap, sampai perilaku dari publik agar sejalan dengan kebutuhan pemerintah. Dalam konteks kelembagaan, salah satu terobosan yang harus dilakukan adalah kemampuan lembaga pemerintah untuk memahami kebutuhan dan keinginan publik serta mampu berkomunikasi dengan menggunakan cara dan bahasa media yang ringkas, sederhana, mudah dipahami, serta mencari mitra media dan public opinion maker yang peduli dengan masalah kebijakan publik. Pada saat bersamaan perlu dikembangkan sistem komunikasi publik yang merupakan pengembangan manajemen komunikasi pemerintah sekaligus pemenuhan terhadap hak publik akan informasi.

D. Tantangan Layanan Informasi dan Komunikasi Masa Depan

Tahun-tahun mendatang, bidang komunikasi dan informasi memiliki tren perubahan signifikan. Perkembangan perangkat teknologi saling berkait dengan model akses terhadap informasi dan menggeser pola komunikasi dan berbagi informasi dalam masyarakat.

Di era yang banjir informasi saat ini, pembuat konten profesional memperoleh informasi dari masyarakat, dan masyarakat menyebarkan kembali konten profesional. Organisasi media massa menggunakan media sosial dan media sosial menggunakan media massa. Pembuat konten profesional menggunakan media sosial, dan non-profesional atau masyarakat menggunakan media sosial (iSentia, 2014).

Banjirnya konten yang tidak berkualitas itu bisa mengancam karakter bangsa. Demikian juga tidak adanya akses informasi di kawasan tertentu menjadikan penguatan karakter bangsa menjadi lemah. Manakala bangsa sudah kehilangan karakternya maka tunggulah kehancurannya. Negara mempunyai kekuatan untuk memainkan peran agar informasi yang diterima masyarakat merupakan informasi yang mampu menguatkan karakter bangsa sekaligus menjadi pendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Namun, kondisi geografis menyebabkan belum optimalnya pemerataan informasi karena Indonesia, dengan penduduk lebih dari 230 juta tersebar di sekitar 17.500 pulau yang membentang di jalur khatulistiwa tepatnya di kawasan Asia Tenggara. Padahal, informasi menjadi faktor pendorong meningkatnya kualitas hidup masyarakat sehingga ketimpangan akses dan ketersediaan informasi itu menjadi penghambat peningkatan kesejahteraan masyarakat. Pada saat bersamaan ketika terjadi ketidakmerataan sebaran informasi akan memicu ketimpangan persepsi di kalangan warga sehingga menjadi potensi konflik di masyarakat.

Di kawasan perbatasan, pengaruh akses informasi dari luar cenderung lebih dominan daripada konten berbasis negara kesatuan Republik Indonesia (NKRI). Sementara di kawasan perkotaan cenderung jenuh dengan kehadiran media,

sehingga fenomena tadi menunjukkan ada permasalahan yang berkaitan dengan kualitas informasi yang diterima masyarakat.

Jangkauan geografis yang sangat luas dan latar belakang sosial budaya dan ekonomi yang beragam membuat kegiatan komunikasi dan diseminasi informasi yang dijalankan lembaga negara harus dilakukan secara bertahap. Hal ini dilakukan dengan melibatkan publik dan berkelanjutan dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi sehingga kualitas layanan informasi publik di masa yang akan datang terus meningkat.

Peran jembatan penyebaran informasi dan komunikasi kepada warga negara memiliki fungsi strategis untuk memenuhi hak tahu publik, mengakomodasi aspirasi publik, dan meningkatkan reputasi pemerintah di kalangan warga negara maupun pergaulan internasional.

Tantangan utama adalah institusi mana yang dapat menjalankan penyebaran dan pemerataan informasi publik ke seluruh lapisan masyarakat di seluruh pelosok Indonesia. Selain sebagai penyeimbang informasi, institusi tersebut juga harus memiliki peran sebagai jembatan komunikasi antara pemerintah dan warga.

BAB III

RUMUSAN STRATEGI DAN PROGRAM PRIORITAS

A. Rencana Strategis Kementerian Komunikasi dan Informatika

Sebagai *leading sector* di bidang komunikasi dan informatika, Kementerian Komunikasi dan Informatika akan berfokus membangun sektor telekomunikasi, tata kelola internet, digitalisasi penyiaran televisi, dan *Government Public Relations* (GPR)

B. Outcome

BAB IV

KAJIAN PENATAAN ORGANISASI

A. Analisis Struktur Organisasi Saat Ini

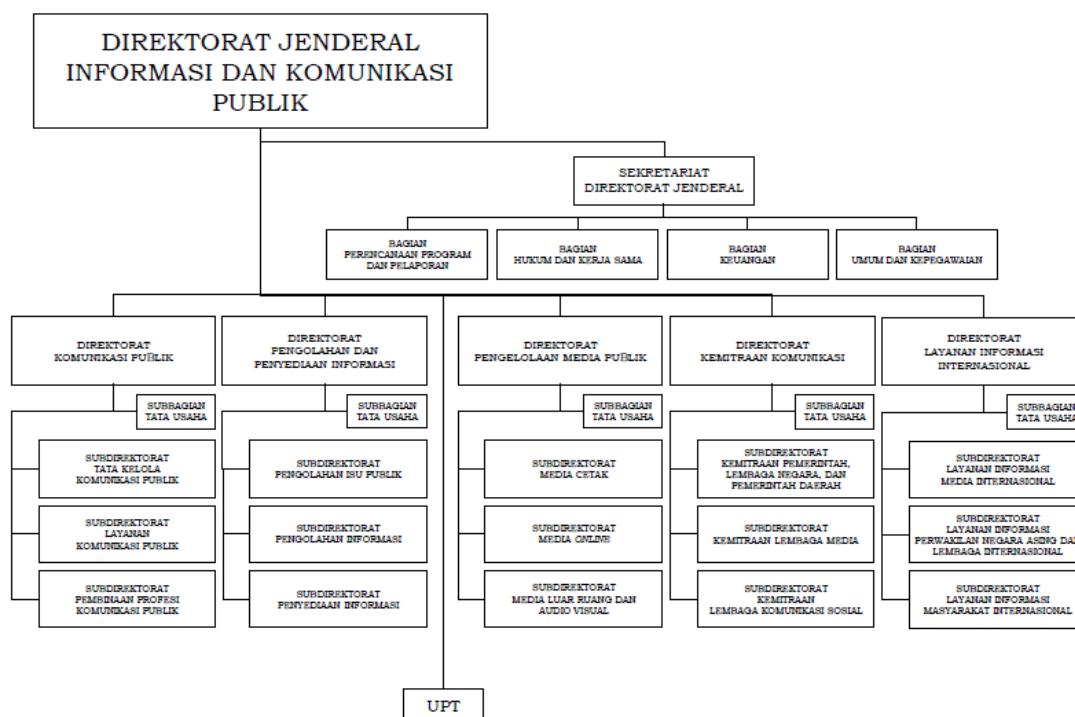
Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik adalah Unit Eselon I mempunyai tugas menyelenggarakan perumusan serta pelaksanaan kebijakan dan standarisasi teknis di bidang informasi dan komunikasi publik, kehumasan pemerintah, serta informasi strategis nasional dan internasional berusaha mengembangkan paradigma baru dalam mengembangkan layanan komunikasi dan informasi.

Dengan posisi tersebut di atas, maka keberadaan organisasi Ditjen IKP memiliki tujuan antara lain :

- a. Pemenuhan hak tahu publik sesuai dengan amanat UUD 1945 Pasal 28 F yang menegaskan bahwa setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia;
- b. Mewadahi atau mengakomodasi aspirasi publik yang berkembang sebagai bentuk dari partisipasi masyarakat dalam proses pembuatan kebijakan publik;
- c. Meningkatkan citra positif lembaga penyelenggara negara melalui penyebaran informasi publik yang cepat, akurat dan dapat dipertanggungjawabkan serta dapat diakses dengan mudah dan murah;
- d. Meningkatkan peran media publik dalam penyediaan konten dan penyebaran informasi publik dalam berbagai sektor, Kehumasan Pemerintah, serta informasi strategis nasional dan internasional.

Ada beberapa penyebab penyelenggaraan layanan informasi dan komunikasi publik yang kurang optimal. Mulai dari permasalahan kelembagaan yang melakukan perumusan kebijakan, pengawasan, pengendalian, serta pelayanan kepada warga negara. Selain itu karena kurang imbangnya akselerasi atau kecepatan penyebaran informasi dan masih belum optimalnya kolaborasi dengan warga negara, terutama yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi. Berbagai masalah yang dihadapi oleh banyak pemangku kepentingan ini menjadi dasar dan mendorong upaya untuk merevisi Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 1 Tahun 2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Komunikasi dan Informatika, khususnya dalam bidang informasi dan komunikasi publik.

Gambar 2. Struktur Eksisting Ditjen Informasi dan Komunikasi Publik



Fungsi penyebarluasan informasi diarahkan untuk menyampaikan informasi kebijakan pemerintah secara utuh sehingga masyarakat memahami hasil pembangunan secara menyeluruh. Ditjen IKP saat ini telah melakukan penyebaran informasi, namun dalam pelaksanaannya masih belum sesuai dengan tugas dan fungsi Ditjen IKP.

DIREKTORAT-DIREKTORAT

Pelaksanaan pembangunan bidang komunikasi publik dengan perspektif program prioritas pembinaan dan pengembangan informasi dan komunikasi publik tentu memerlukan penyesuaian dan penyeselarasan agar dapat menjalankan program di bidang komunikasi publik yang selaras dengan Nawa Cita, RPJM Nasional 2015-2019 dan program prioritas Kementerian Komunikasi dan Informatika serta Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik.

Merujuk Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik Pasal 13 ayat (2) dinyatakan bahwa Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) dibantu oleh pejabat fungsional, yang salah satunya adalah Pranata Humas. Oleh karena itu, Pranata Humas diperlukan tidak hanya di tingkat Pusat, tetapi juga di tingkat Provinsi, Kabupaten/Kota hingga tingkat Kecamatan. Pranata Humas di masa yang akan datang diharapkan tidak hanya melaksanakan diseminasi informasi saja, tetapi juga penyerapan aspirasi masyarakat dan agenda setting.

Selain itu, berdasarkan Undang-Undang No 5 Tahun 2014 tentang Aparatur Sipil Negara (ASN), dalam Bab V Pasal 13 dinyatakan bahwa jabatan ASN terdiri atas

Jabatan Administrasi, Jabatan Fungsional, dan Jabatan Pimpinan Tinggi. Jabatan Fungsional merupakan sekelompok jabatan yang berisi fungsi dan tugas berkaitan dengan pelayanan fungsional yang berdasarkan pada keahlian dan keterampilan tertentu. Dengan demikian, eksistensi jabatan fungsional menjadi sangat penting sebagai salah satu aparatur pelayanan publik yang dilaksanakan pemerintah.

Direktorat PPI

Dalam upaya memenuhi kebutuhan informasi kepada masyarakat, saat ini Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik telah memiliki Direktorat Pengelolaan Media Publik. Direktorat ini berdasar peraturan Menteri Kominfo Nomor 1 tahun 2016 adalah melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria, dan pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta pemantauan, evaluasi, dan pelaporan di bidang media publik (Pasal 560).

Adapun fungsi yang dilaksanakan dari tugas tersebut adalah

- a. penyiapan perumusan kebijakan di bidang media cetak, media online , media luar ruang dan audio visual,serta sarana diseminasi informasi;
- b. penyiapan pelaksanaan kebijakan di bidang media cetak, media online, media luar ruang dan audio visual, serta sarana diseminasi informasi;
- c. penyiapan penyusunan norma, standar, prosedur dan kriteria di bidang media cetak, media online, media luar ruang dan audio visual, serta sarana diseminasi informasi;
- d. penyiapan pemberian bimbingan teknis dan supervisi di bidang media cetak, media online, media luar ruang dan audio visualserta sarana diseminasi informasi;
- e. pemantauan, evaluasi, dan pelaporan di bidang media cetak, media online, media luar ruang dan audio visual, serta sarana diseminasi informasi; dan pelaksanaan urusan tata usaha dan rumah tangga.

Direktorat Pengelolaan Media Publik secara struktur organisasi tidak memiliki keleluasaan gerak sebagaimana layaknya media yang bertugas sebagai sarana penyampai informasi kepada masyarakat. Fungsi penyiapan perumusan kebijakan, penyusunan norma, merupakan beban yang harus dipanggul bersamaan dengan pelaksanaan fungsi pelaksana kebijakan desiminasi informasi. Pengeloaan media seharusnya terbebas dari fungsi-fungsi birokrasi yang demikian sehingga bisa melaksanakan pengelolaan media dan diseminasi informasi secara cepat dan luas.

Ditambah lagi seluruh Direktorat ini tidak memiliki struktur di level eselon IV yang membantu dalam pelaksanaan berbagai fungsi yang dibebankan dalam peraturan menteri Komunikasi dan Informatika RI Nomor 1 tahun 2016. Beban kerja yang demikian ini menjadikan hambatan dalam melaksanakan pengelolaan media secara optimal.

Struktur dibawahnya yang terbagi dalam Sub Direktorat Media Luar Ruang dan Audio Visual, Sub Direktorat Media Online, dan Sub Direktorat Media Cetak yang bekerja berdasarkan basis pengelompokan media sudah bisa digunakan sebagai

sarana diseminasi informasi. Diseminasi informasi disebarakan melalui media cetak, media online dan media audio visual dan luar ruang. Namun perlu diingat bahwa perkembangan teknologi informasi saat ini, pemerintah dituntut juga mengelola informasi, dan melakukan komunikasi dengan masyarakat dengan berbasis media sosial.

Media sosial yang ada saat ini belum dikelola secara terlembaga dalam struktur organisasi. Pengelolaannya masih sebatas pada penggunaan sebagai sarana diseminasi informasi semata, yang dilakukan secara “sporadic” tanpa penanggungjawab yang terstruktur. Pengelolaan media yang dilakukan dalam struktur organisasi Direktorat Pengelolaan Media Publik saat ini perlu dilakukan perubahan untuk menjawab permasalahan terutama terkait dengan beban kerja dan pengelolaan media sosial.

Direktorat KK
Direktorat LI

Adapun kelemahan dalam organisasi dan tata kerja yang saat ini sedang berjalan antara lain :

1. Bisnis proses Ditjen IKP yang tidak berjalan maksimal karena alur kerja saling ketergantungan & tunggu menunggu;
2. Kurang meratanya beban kerja antar direktorat;
3. Kurang cepat dalam merespon isu negative karena panjangnya rentang birokrasi dan tidak ada fokus sektoral sebagai basis pengumpulan dan pengelolaan informasi;
4. Konten belum sepenuhnya berkualitas;
5. Diseminasi belum terintegrasi.

Tujuan Perubahan organisasi antara lain:

1. Revitalisasi GPR disesuaikan dengan perkembangan dan perubahan masyarakat, sospol dan TI
2. Optimalisasi tugas GPR meliputi : produksi konten, sosialisasi, literasi, kampanye program, kontra narasi dan nation branding
3. Sosialisasi semua program prioritas pemerintah yang sudah, sedang dan akan dilakukan pemerintah
4. Penyebaran dilakukan secara cepat, tepat dan massif
5. Menyampaikan informasi lintas sektor dengan lokus lintas daerah
6. Menggunakan berbagai kanal media

Adapun sasaran perubahan diharapkan agar :

1. Percepatan dan diseminasi informasi secara masif (deliverable)
2. Pemerataan dan keadilan informasi untuk seluruh lapisan masyarakat Indonesia dalam dan luar negeri
3. Penyampaian program prioritas sampai ke pelosok (3T sesuai dengan nawacita dan renstra Kominfo)
4. Peningkatan pemahaman masyarakat akan informasi kinerja pemerintah
5. Peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah
6. Peningkatan reputasi pemerintah baik di dalam maupun di luar negeri

B. Rekomendasi Penataan Struktur Organisasi Baru

Penyelenggaraan urusan pemerintahan bidang kebijakan komunikasi publik belum memiliki sistem yang baku yang dapat dijadikan acuan bagi seluruh unit kerja/satuan kerja penyelenggaraan urusan bidang komunikasi publik maupun kehumasan pemerintah dan pemerintah daerah. Padahal keberadaan sistem yang baku dapat mengendalikan bisnis proses penyelenggaraan komunikasi untuk menghasilkan *output* dan *outcome* yang terukur.

Sebagaimana dijelaskan pada bab sebelumnya, proses bisnis *end to end* yang dijalankan secara horizontal tidak berjalan dengan semestinya menggunakan struktur organisasi yang sekarang. Hal ini salah satunya disebabkan karena tidak ada peran sentral yang mengawal atau melakukan kontrol terhadap berjalannya bisnis proses dari awal sampai akhir. Selain itu, mengingat banyaknya isu yang ditangani, pimpinan atau pengambil kebijakan juga akan sulit melakukan kontrol maupun mengidentifikasi *bottleneck* yang terjadi dalam proses penyampaian informasi dan komunikasi publik.

Pada kondisi *existing*, meskipun pembagian peran dan tugas direktorat dilakukan berdasarkan bisnis proses, namun dalam kenyataannya setiap direktorat dituntut untuk menjalankan bisnis proses secara *end to end* dikarenakan sulitnya proses koordinasi. Dalam banyak kasus, direktorat yang memiliki tugas membuat konten merasa pekerjaannya akan sia-sia apabila konten tidak didiseminasikan. Di lain pihak, Direktorat yang bertugas untuk menyebar informasi/diseminasi, merasa tidak dapat mengerjakan kegiatan diseminasinya ketika mereka tidak mendapatkan konten. Hal ini mengakibatkan pelaksanaan tugas organisasi yang tidak konsisten dan terjadi tumpang tindih pekerjaan.

Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik memiliki tanggung jawab kepada seluruh masyarakat Indonesia yang berjumlah sekitar 250 juta jiwa agar mereka mendapatkan akses terhadap informasi publik. Namun, berbagai

kebijakan pemerintah terkadang kurang tersampaikan dengan baik kepada masyarakat, dimana penyampaian informasi terkadang terkesan sebagian-sebagian dan tidak menyeluruh, sehingga menimbulkan kesimpangsiuran di masyarakat. Oleh karena itu, dalam rangka meningkatkan kualitas penyampaian informasi kepada masyarakat diperlukan adanya pendekatan yang lebih strategis dengan penguatan fungsi perencanaan dan strategi komunikasi.

C. Rumusan Proses Bisnis

Sesuai dengan kerangka Program Pembangunan Jangka Menengah 2015 – 2019. Pembangunan di bidang komunikasi publik diarahkan untuk menciptakan birokrasi yang efektif dan efisien, peningkatan keterbukaan informasi publik dan komunikasi publik serta akses masyarakat terhadap informasi publik. Oleh karena itu, dibutuhkan penyempurnaan kelembagaan Komunikasi Publik dengan lebih mengedepankan pelibatan partisipasi warga dan pengembangan sistem komunikasi publik.

Pembangunan komunikasi publik diarahkan untuk menjelaskan kebijakan yang berjalan, menciptakan kesadaran akan hak warga negara serta mengembangkan mekanisme yang memunculkan komunikasi dua arah antara masyarakat dengan pemerintahan.

Selaras dengan semangat kepala pemerintahan saat ini agar pemerintah memiliki kinerja yang terukur, maka instansi/unit kerja/satuan kerja penyelenggara urusan pemerintahan harus bisa menunjukkan hasil-hasil pembangunan sebagai bukti pertanggungjawabannya dalam menggunakan anggaran negara, maka pembangunan bidang informasi dan komunikasi publik semestinya memiliki hasil berupa:

1. Ketersediaan data terkait penyelenggaraan pemerintahan urusan bidang informasi dan komunikasi publik sebagai dasar rujukan dalam penyusunan kebijakan dan regulasi.
2. Adanya sistem penyelenggaraan informasi dan komunikasi publik yang lebih efektif dan efisien dibandingkan periode sebelumnya.
3. Adanya peningkatan kuantitas dan kualitas layanan informasi dan komunikasi publik melalui optimalisasi kemitraan komunikasi.
4. Adanya perluasan jangkauan layanan dan pemerataan informasi dan komunikasi publik.
5. Adanya penciptaan sumber daya manusia yang berkualitas bidang informasi dan komunikasi publik
6. Optimalisasi kemanfaatan TIK dalam penyelenggaraan urusan bidang informasi dan komunikasi publik.

Memperhatikan tujuan pembangunan di bidang informasi dan komunikasi publik sebagaimana disebutkan dalam uraian sebelumnya, maka Direktorat Kebijakan Komunikasi memiliki sasaran kerja:

1. memastikan terciptanya sistem komunikasi publik yang baik.

2. memastikan sistem layanan di bidang komunikasi publik terstandarisasi dan ada kemitraan antarlembaga dalam memberikan layanan komunikasi publik.
3. Sasarannya adalah memastikan sistem penyediaan sumber daya manusia yang profesional di bidang komunikasi publik

Dalam mengimplementasikan sebuah regulasi/kebijakan perlu adanya pembinaan/pendampingan/fasilitasi dari Pemerintah, dalam hal ini Kementerian/Lembaga yang melahirkan regulasi/kebijakan tersebut. Pembinaan/pendampingan/fasilitasi diberikan terutama untuk pihak-pihak yang dinilai belum mempunyai kemampuan atas diimplementasikan kebijakan/regulasi tersebut.

Atas dasar pertimbangan diatas, maka Ditjen Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika, memandang perlu melaksanakan perubahan nomenklatur struktur menjadi Direktorat Kebijakan Komunikasi.

Dengan dilaksanakannya perubahan tersebut diharapkan dapat memberikan manfaat kepada seluruh Satuan Kerja di lingkungan Kementerian Komunikasi dan Informatika, badan-badan publik, pemangku kepentingan/*stakeholders*; dan masyarakat Indonesia.

Mengingat dinamika perkembangan isu yang sangat cepat beredar di masyarakat, Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik memerlukan bisnis proses kegiatan yang lebih efektif dan efisien dalam menjalankan fungsinya sebagai pelaksana kehumasan pemerintah.

Dengan menggunakan model di atas, setiap Direktorat Informasi dan Komunikasi (Direktorat II, III, dan IV) menjalankan bisnis proses yang sama, yakni:

1. Identifikasi masalah dan situasi
 - a. Monitoring Isu Publik. Kegiatan monitoring terhadap isu yang beredar di media dapat dijadikan bahan untuk penetapan isu. Lebih lanjut, monitoring isu kemudian dianalisis sebagai bahan perencanaan atau pembuatan strategi komunikasi terhadap isu tertentu.
 - b. Pengumpulan Data dan Penyediaan Informasi Sektor. Kegiatan pengumpulan data dan informasi dari Kementerian terkait. Data kemudian diolah dan disajikan dalam berbagai bentuk yang informatif kepada masyarakat.
2. Perencanaan dan Pembuatan Program
Pembuatan strategi komunikasi, Apabila suatu isu sudah ditetapkan, maka tahap awal adalah pembuatan strategi komunikasi. Strategi komunikasi menentukan kegiatan apa yang akan dilakukan dan merupakan acuan untuk kegiatan komunikasi yang akan dilaksanakan.
3. Pelaksanaan Program
 - a. Produksi Konten . Pembuatan konten berdasarkan strategi komunikasi yang telah ditentukan sebelumnya. Produksi konten meliputi:
 - i. Press Release dan Media Brief.
 - ii. Konten digital seperti infografis, motiongrafis, video, dsb.
 - iii. Konten tercetak seperti buku, poster, brosur, sticker leaflet dsb.
 - iv. Konten untuk dimuat di media massa, seperti PSA, Feature untuk TV dan Cerita untuk Radio .
 - b. Diseminasi Melalui Media (ATL, TTL, BTL). Diseminasi dilakukan melalui

pemanfaatan kanal-kanal yang telah ditentukan pada strategi komunikasi yang telah ditentukan sebelumnya. Diseminasi meliputi media berbayar maupun media yang dikelola sendiri. Kanal-kanal diseminasi diantaranya adalah:

- i. Media Penyiaran : TV, Radio
- ii. Media Cetak : Koran, Majalah, Tabloid
- iii. Media Baru : Online, Media Sosial
- iv. Media Tatap Muka : Forum Dialog, Petunra
- v. Media Luar Ruang : Spanduk, Baliho, Billboard
- vi. Pengembangan kemitraan *stakeholder* dan media

Kegiatan menggandeng *stakeholder* dan media dalam rangka proses diseminasi.

3. Evaluasi atau Monitoring dan Evaluasi (Audit Komunikasi). Setiap proses komunikasi wajib diukur keberhasilannya. Kegiatan ini sangat penting dilakukan untuk perbaikan dalam kegiatan diseminasi selanjutnya.

Untuk mempercepat alur pengelolaan informasi dan komunikasi publik, maka digunakan pembagian tugas direktorat berdasarkan isu sektoral, yakni:

1. Direktorat II menangani Sektor Polhukam
2. Direktorat III menangani Sektor Perekonomian & Sektor Maritim
3. Direktorat IV menangani Sektor Pemberdayaan Manusia dan Kebudayaan.

Setiap direktorat menangani isu tertentu berdasarkan sektornya dan membagi lagi tugas ke bawah pada level sub-direktorat dengan kategori sub-sektor. Setiap direktorat bertanggung jawab dalam pelaksanaan layanan informasi dan kehumasan sesuai sektornya. Dengan demikian, terbentuk bisnis proses yang vertikal untuk pendelegasian isu dan bisnis proses yang horizontal untuk pelaksanaan diseminasi secara *end to end*.

Dengan menggunakan pendelegasian isu secara sektoral, *benefit* yang diharapkan dari perubahan struktur baru adalah:

1. Kewenangan antar direktorat lebih jelas. Setiap direktorat mempunyai pembagian tugas yang jelas berdasarkan isunya.
2. Lebih cepat dalam menyampaikan informasi. Proses *end to end* dilakukan pada level sub-direktorat, lebih sederhana dengan hanya melibatkan 2 Seksi.
3. Memiliki pendekatan yang lebih strategis. Dengan adanya Seksi program pada setiap subdit, maka setiap subdit dapat lebih fokus kepada perencanaan strategis suatu isu.
4. Lebih mudah melakukan monitoring terhadap suatu isu yang dimonitor lebih spesifik sesuai tanggung jawabnya.
5. Lebih mudah mengevaluasi capaian komunikasi (audit komunikasi). Dengan adanya Seksi monitoring dan evaluasi, dapat dilakukan pengukuran efektivitas dari setiap kegiatan komunikasi yang telah dilakukan.

Pengelolaan informasi dan penyelenggaraan informasi harus bisa menjangkau seluruh masyarakat Indonesia di berbagai wilayah, di semua masyarakat dengan menggunakan berbagai saluran yang ada.

Media yang ada sekarang yang terdiri dari media cetak, media online dan media yang berbasis pada penyiaran yakni TV dan radio harus digunakan secara optimal. Pemerintah harus memiliki media tersebut untuk bisa memberikan layanan informasi kepada masyarakat. Sehingga pemerintah memiliki sumber informasi resmi yang berhubungan langsung dengan masyarakat.

Sub Direktorat Konten Teks menjalankan fungsi sebagai pengelola media yang mencari, mengolah dan menyebarkan informasi dengan menggunakan media online. Pemerintah memiliki media online yang dikelola sendiri sehingga masyarakat yang saat ini sudah lebih banyak menggunakan fasilitas internet untuk mengakses informasi. Disamping itu media online memiliki kelebihan yakni bisa digunakan untuk menyampaikan informasi dengan relatif cepat. Di samping itu, konten-konten informasi baik yang berupa berita maupun yang lain akan lebih leluasa untuk digunakan oleh berbagai pihak untuk disebarkan kembali.

Sub Direktorat Grafis dan Cetak menjalankan fungsi sebagai pengelola media yang mencari, mengolah dan menyebarkan informasi melalui infografis dan cetak. Media cetak tetap dipergunakan sebagai sarana diseminasi informasi karena media ini masih memiliki kelebihan dalam jangkauan dan kemampuan dalam mendokumentasikan informasi. Masyarakat Indonesia belum semuanya terjangkau dengan internet, sehingga media cetak masih merupakan pilihan yang tepat untuk menjangkau masyarakat Indonesia, terutama di wilayah-wilayah tertentu, dan kelompok masyarakat tertentu.

Subdirektorat Audio Visual menjalankan fungsi sebagai pengelola media yang mencari, mengolah dan menyebarkan informasi dengan menggunakan media yang berbasis pada mekanisme penyiaran yakni televisi dan radio. Dengan dibentuknya sub direktorat ini, maka akan lebih jelas lagi bahwa pemerintah memiliki produk media yang berbasis pada penyiaran baik televisi maupun radio yang nantinya akan menjadi sumber resmi yang dapat diakses langsung oleh masyarakat ataupun media lain.

Konten-konten siaran televisi dan radio akan menjadi produk layanan utama dari sub direktorat ini. Mekanisme penyebarluasan atau diseminasi konten bisa dilakukan secara langsung kepada masyarakat dan juga dengan menggunakan jembatan media lain. Penyediaan konten yang berupa konten audio visual atau siaran televisi, dan konten yang berupa siaran radio ini menjadi satu tugas penting di tengah banyaknya televisi dan radio yang bersaing dalam memperebutkan pendengar dan pemirsa. Dengan adanya sub direktorat ini, maka pemerintah akan memiliki alat atau lembaga yang memang menjalankan fungsi tersebut, tanpa harus melalui media lain.

Perkembangan dunia internet turut mempengaruhi perkembangan media komunikasi masyarakat. Pemerintah perlu melakukan pengelolaan komunikasi dan penyebaran informasi media social, karena saat ini sudah lebih dari 95 % pengguna internet di Indonesia memiliki akun media social. Tantangannya adalah belum semua warga yang berkomunikasi menggunakan media social disikapi dengan perilaku santun dan berhati-hati. Informasi yang beredar di media social berbagai macam hampir tanpa kendali. Hoax atau berita yang tidak benar bisa merajalela. Di sisi lain, pemerintah harus bisa melakukan komunikasi interaktif dengan masyarakat dan menyebarkan informasi dan membentuk citra positif melalui media social.

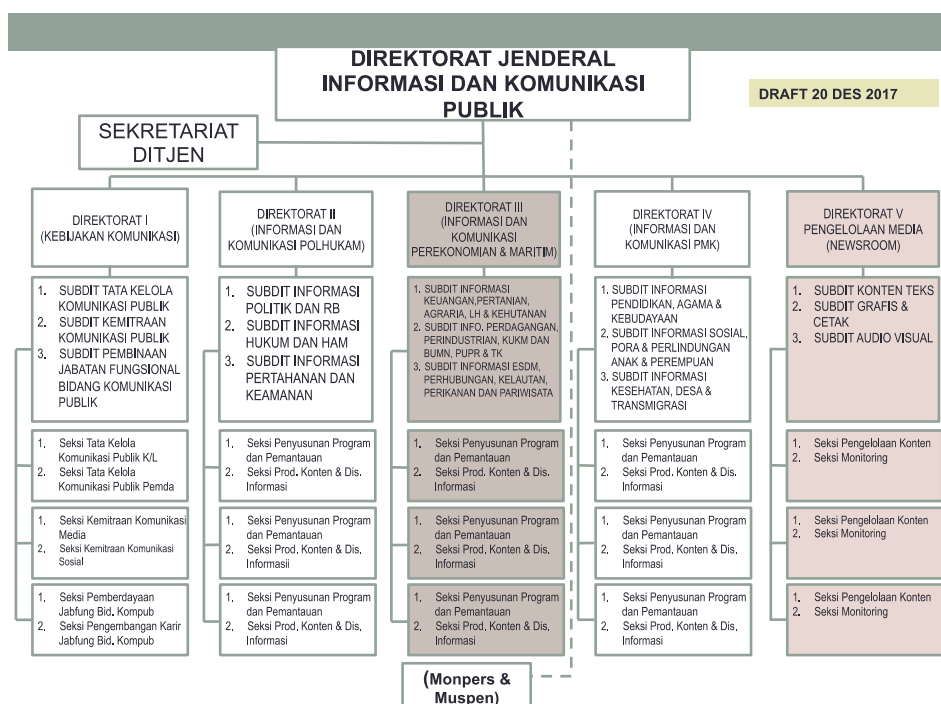
Pengelolaan media sosial inilah perubahan mendasar yang harus ada dalam struktur organisasi baru, yang akan dilaksanakan oleh sub direktorat pengelolaan media sosial.

D. Usulan Struktur Organisasi

1. Struktur Organisasi

Berdasarkan uraian di atas, maka usulan struktur organisasi Ditjen Informasi dan Komunikasi Publik secara sederhana ditampilkan pada gambar di bawah ini:

Gambar 4. Usulan Perubahan Struktur Ditjen Informasi dan Komunikasi Publik



2. Tugas dan Fungsi (terlampir)

E. Sandingan Tugas dan Fungsi Saat ini dan Usulan Perubahan (terlampir)

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Permasalahan mendasar penyelenggaraan fungsi pemerintahan dalam bidang informasi dan komunikasi publik adalah belum optimalnya pengaturan, pelayanan, pembangunan, pemberdayaan, dan perlindungan bagi warga negara dalam ruang publik.

Meskipun telah ada kelembagaan yang menangani urusan informasi dan komunikasi publik, namun belum ada sistem kebijakan, mekanisme layanan, optimalisasi pemanfaatan prasarana, sarana dan sumberdaya informasi dan komunikasi publik. Salah satu dampak lanjutan dari ketiadaan kebijakan yang pada akhirnya mempengaruhi terhadap kecepatan pelayanan informasi dan komunikasi publik. Tak hanya itu, saat ini banyak ditemukan adanya berbagai hambatan berkaitan dengan sinergitas dan kolaborasi pelibatan stakeholders serta warga negara dalam pembangunan bidang informasi dan komunikasi publik.

Belum lagi, kondisi terkini masih dipenuhi hubungan antar aktor dan kelompok kepentingan dalam ruang publik yang tidak sehat. Salah satunya, media yang terkomersialisasi semakin tunduk pada logika pasar dan menjadi semakin tidak berkomitmen terhadap wacana publik dan pemberitaan permasalahan politik yang penting bagi publik (Hidayat, 2004, Hidayat, 2012).

Salah satu implikasinya adalah pemberitaan terhadap kebijakan pemerintah, selayaknya dalam ruang publik yang berkualitas, semakin berkurang. Ketika kualitas informasi dan wacana terhadap kebijakan pemerintahan berkurang, akses informasi untuk masyarakat juga seringkali terhambat dan berdampak terhadap kecepatan dan kualitas informasi. Kondisi itu akan mempengaruhi partisipasi masyarakat dalam pengelolaan negara, sebagai salah satu syarat demokratisasi. Di sisi pemerintah, persoalan informasi juga akan menyebabkan kurangnya sinergitas layanan informasi publik dan pada gilirannya mempengaruhi reputasi pemerintah.

B. Saran

Untuk tindak lanjut dari kajian naskah akademik ini, dapat direkomendasikan hal-hal sebagai berikut :

1. Dengan adanya perkembangan teknologi, kesenjangan informasi di masyarakat dan fungsi kontrol bisnis proses, maka diperlukan penyesuaian terhadap kelembagaan Ditjen Informasi dan Komunikasi Publik yang akan mengawal berjalannya bisnis proses dari hulu ke hilir dalam penyampaian informasi dan komunikasi publik.
2. Problem mendasar berinformasi dan berkomunikasi masih kuat melekat pada birokrasi pemerintahan sehingga tujuan komunikasi publik belum dicapai dengan baik. Jangkauan geografis yang sangat luas dan latar belakang sosial, budaya dan ekonomi yang beragam membuat kegiatan komunikasi publik yang dijalankan lembaga negara harus dilakukan secara bertahap, melibatkan publik, dan berkelanjutan disamping menggunakan teknologi informasi dan komunikasi agar kualitas layanan informasi publik

di masa yang akan datang terus meningkat. Oleh karena itu, dapat segera dilakukan penyesuaian nomenklatur Ditjen Informasi dan Komunikasi Publik.

3. Sebagai eksekutor, pemerintah menyediakan ruang dan saluran yang diperlukan untuk menyampaikan informasi kepada seluruh elemen masyarakat. Sebagai regulator pemerintah juga dapat mengharuskan pihak swasta dalam berperan melaksanakan komunikasi publik yang sesuai dengan tujuan mencerdaskan bangsa. Untuk terpenuhinya hal tersebut diperlukan cara-cara komunikasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi publik yang efektif dan efisien dalam pemanfaatan ruang dan media yang ada.
4. Kebutuhan sinergisitas layanan informasi dan komunikasi publik perlu dilakukan dalam bentuk pelayanan informasi publik dengan mengembangkan jejaring kerjasama penyebarluasan informasi publik bersama instansi pemerintah pusat, pemerintah daerah dan kelembagaan komunitas dan sosial serta media massa.
5. Dalam kerangka kelembagaan, model reposisi kelembagaan humas pemerintah untuk menjalankan peran komunikasi strategis baik dalam relasi antarlembaga pemerintah maupun antara pemerintah dengan masyarakat paling tidak mensyaratkan adanya terobosan dalam pendekatan dan kegiatan yang berpihak kepada publik bukan sekadar kegiatan dan aktivitas yang berkaitan dengan kelembagaan semata. Hal itu dapat diterjemahkan sesuai konteks situasi dimana lembaga pemerintah, konsep dasar layanan dan teknis-operasional layanan komunikasi publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri. (2008). "Tantangan dan Prospek Komunikasi Politik Indonesia dalam Negara Kesejahteraan". Dalam *Jurnal Inovasi* Volume 5 Nomor 3 September 2008. Halaman 192-202.
- Abrar, Ana Nadhya. (2008). *Kebijakan Komunikasi: Konsep, Hakekat, dan Praktek*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media
- ADB. (2004). "Kebijakan Komunikasi Publik. Manila: Asian Development Bank". Diakses dari http://www.adb.org/Documents/Translations/Bahasa/Public_Communications_Policy_Draft_ID.pdf. pada 26 Juni 2011.
- Argenti, Paul A., Howell, Robert A., dan Beck, Karen A. (2005). "The Strategic Communication Imperative", Massachusetts Institute of Technology (MIT) / Alfred P. Sloan School of Management, MIT Sloan Management Review (SMR) Vol. 46, No. 3, Spring 2005, pp.83-89.
- Arifin, Anwar. (2007). *Public Relations*. Jakarta: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Persada Indonesia YAI – Penerbit Pustaka Indonesia.
- Arifin, Anwar. (2008). *Opini Publik*. Jakarta: Pustaka Indonesia.
- Arifin, Anwar. (2011). *Komunikasi Politik: Filsafat Paradigma, Teori, Tujuan, Strategi, dan Komunikasi Politik di Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Asshidiqqie, Jimly. (2005). "Demokrasi dan Hak Asai Manusia". Materi yang disampaikan dalam *studium general* pada acara The 1st National Convergence Corporate Forum for Community Development, Jakarta, 19 Desember 2005.
- Barton, Will dan Andrew Beck. (2010). *Bersiap Mempelajari Kajian Komunikasi*. Terjemahan Oleh Ikramullah Mahyudin dari Will Barton dan Andrew Beck. 2005. *Get Set for Communication Studies*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Benoit, William L. dan R. Lance Holbert. (2010). "Political Communication". Dalam Berger, Roloff, dan Roskos-Ewoldsen. 2010. *The Handbook of Communications Science*. Second Edition. California, Thousand Oaks: Sage Publications. Halaman 437-452.
- Budiharsono, Suyuti S. (2003). *Politik Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.
- Chalaby, Jean K. (2000). "Journalism Studies in An Era of Transition in Pulic Communications". Dalam *Jurnal Journalism* Volume 1: 33-39.
- Cutlip, Scott M., Allen H. Center, dan Glen M. Broom. (2005). *Effective Public Relations Merancang dan Melaksanakan Kegiatan Kehumasan dengan Sukses*. Terjemahan oleh Pohan, CH Renate VH, dari *Effective Public Relations Eight edition*. 2000. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Democracy Barometer. (2014). "Concept". http://www.democracybarometer.org/concept_en.html
- Diamond. L. and J. Mc Donald. (1996). *Multi-Track Diplomacy: A System Approach to Peace*. Melalui: <<http://www.imtd.org/content/view/84>>
- Denhardt, J.V. and R.B. Denhardt. (2003). *The New Public Service: Serving, not Steering*. ME Sharpe. New York.
- GSDRC. (2014). "Communication and Governance". <http://www.gsdr.org/go/topic-guides/communication-and-governance/the-role-of-communication-in-governance-and-development#public>

- Gandy, Oscar. (2007). "Beyond Agenda Setting: Information Subsidies and Public Policy". Dalam Ralph Negrine dan James Stanyer (penyunting). 2007. *The Political Communication Reader*. Park Square: Routledge. Halaman 75-77.
- Habermas, J. (1989). *Ruang Publik, Sebuah Kajian tentang Kategori Masyarakat Borjuis*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Hamad, Ibnu. (2010). *Komunikasi Sebagai Wacana*. Jakarta: La Tofi Enterprise.
- Hardiman, F. Budi. (1993). *Menuju Masyarakat Komunikatif. Ilmu, masyarakat, Politik & Posmodernisme menurut Habermas*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Hart, Roderick P., Friedrich, Gustav W., Brummet, Barry. (1983). *Public Communications*. Boston: University Press of America.
- Howlett, Michael dan Ramesh, M. (1995). *Studying Public Policy : Policy Cycles And Policy Subsystems*. Oxford: Oxford University Press.
- Kasali, Rhenald. (2007). *Manajemen Periklanan, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Cetakan V. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2011). *Indonesia Connected*. Jakarta: Kementerian Kominfo.
- Lippmann, Walter. (1998). *Opini Umum*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Macnamara, Jim. (2011). "Reinventing Public Communication to Reconnect With Publics". Makalah dalam *PR Summit 2011*, Hong Kong Baptist University, Hong Kong, 16 April 2011 and to the National Higher Education Communication Officers' Conference 2011, Sydney, 10 May 2011
- Mendel, Toby. (2004). *Kebebasan Memperoleh Informasi: Sebuah Survei Perbandingan Hukum*. Jakarta: UNESCO.
- Moore, Frazier. (2004). *Humas, Membangun Citra dengan Komunikasi*. Bandung: Rosda.
- Perini, Michael B. (2006). "Public Communications: Vital Link to Maintaining the Public's Trust During Crisis" Disertasi pada Army War College
- Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 1 Tahun 2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Komunikasi dan Informatika
- Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 109 Tahun 2005 tentang Jabatan Fungsional Pranata Humas dan Angka Kreditnya
- Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 6 Tahun 2014 tentang Jabatan Fungsional Pranata Humas dan Angka Kreditnya
- Pusat Informasi dan Humas Kominfo. (2010). *Profil Kementerian Komunikasi dan Informatika*. Jakarta: PIH Kominfo.
- Perini, Michael B. (2006). "Public Communications: Vital Link to Maintaining the Public's Trust During Crisis" Disertasi pada Army War College
- Rapporteurs' Report. (2009). "The Contribution of Government Communication Capacity to Achieving Good Governance Outcomes". (2014). The George Washington University's Elliott School for International Affairs. <http://siteresources.worldbank.org/EXTGOVACC/Resources/GWCommGAProundtableRapporteursreport.pdf>
- Rice, Ronald E. dan Charles K. Atkin. (1990). *Public Communiation Campaign*. Second Edition. London: SAGE Publications
- Rowe, Gene & Lynn J. Frewer. (2005). "A Typology of Public Engagement Mechanisms" Dalam *Jurnal Science, Technology, and Human Values* Vol.

- No 2, Spring 2005 251-290. Akses dari <http://sth.sagepub.com/content/30/2/251> September 13, 2010
- Rusadi, Udi. (2008). "Revitalisasi Media Tradisional dalam Penguatan Komunikasi Sosial di Indonesia". Makalah dalam Simposium Internasional Antropologi, 22 Juli 2008 di Banjarmasin.
- Siregar, Ashadi. (2005). "Dimensi Etis Komunikasi Pemerintah". Makalah dalam Seminar Nasional "Manajemen Komunikasi Pemerintah: Apa yang Salah?" Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta 20 Desember 2005.
- Subijanto, Rianne dkk. (2014). "Tiga Tantangan Pemerintahan Jokowi-JK dalam Bidang Komunikasi Publik". Diakses dari <http://indoprogress.com/2014/09/tiga-tantangan-pemerintahan-jokowi-jk-dalam-bidang-komunikasi-publik/> 22 September 2014
- Sullivan, Marguerite H. (2002). *A Responsible Press Office. An Insider's Guide*. US Departemen State. Office of Information Programs.
- Tulung Freddy. 2012. *Berkomunikasi di Ruang Publik: Implementasi Kehumasan Pemerintah*. Jakarta: Kementerian Kominfo
- Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik
- Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2014 tentang Aparatur Sipil Negara
- Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2014 tentang Administrasi Pemerintahan
- Winarso, Heru Puji. (2006). "Kajian Komunikasi Publik yang Terabaikan serta Upaya untuk Memperkuat Bidang Kajian Komunikasi Publik". Makalah dalam Semiloka dan Temu Pakar Komunikasi Jawa Timur.
2014. "Why Government Has Difficulty Communicating". http://www.siegelgale.com/white_paper/why-government-has-difficulty-communicating/

LAMPIRAN

Rancangan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Komunikasi dan Informatika