

**Budaya Komunikasi Publik Kontemporer  
(Analisis Strukturasi Komunikasi Publik  
Kementerian Komunikasi dan Informatika)**

*Contemporary Public Communication Culture  
(Structuration Analysis of the Ministry of Communication and  
Information Technology)*

---

**M. Taufiq Hidayat**

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta  
Jl. Meruya Selatan No. 1 Kembangan Jakarta Barat 11650  
mthidayat@mercubuana.ac.id

---

*Dikirim: 23 Januari 2020, Direvisi: 29 Mei 2020, Diterima: 16 Juni 2020, Terbit: 18 Juni 2020*  
*Sitasi: Hidayat, M.T. (2020). Budaya Komunikasi Publik Kontemporer (Analisis Strukturasi  
Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika). PRoMEDIA. Volume 6 (1), Juni  
2020, hal 22- hal 58*

---

***Abstract***

*This article highlights government public communication as the prioritize for the public and citizens interests of government activities. Even there are no clear boundaries regarding the approach, tactics, process and benchmarks, yet to be define the successfull public communication activities. With the structuration approach, this study dissects the public communication approach the current framework of government communication institutional. The analysis was carried out in the institutional context of the Ministry of Communication and Information which legally has a formal role in government public relations communication. Readings on the culture of public communication show that the communication scope are an activities of information packaging also selective approaches to provide credible, fast-easily accessible information, developing synergies and information exchanges between institutions and the public. There is a culture gap of public communication forms because government own perspective in understanding the relationship between citizens and the state vis a vis government apparatus. In the future, there is a challenge for public relations*

*practitioners to create an environment of friendly public opinion (favorable).*

**Keywords:** *Public communication, Communication culture, Government public relations*

---

### **Abstraksi**

Komunikasi publik pemerintah menjadi sorotan, pasalnya aktivitas komunikasi kepada publik dan warga negara dinilai beberapa pihak belum mengedepankan kepentingan publik. Namun demikian, belum ada batasan yang jelas tentang pendekatan, taktik, proses dan tolok ukur keberhasilan aktivitas komunikasi publik. Dengan pendekatan strukturasi, studi ini membedah pendekatan komunikasi publik dalam kerangka kelembagaan komunikasi pemerintah saat ini. Analisis dilakukan dalam konteks kelembagaan Kementerian Komunikasi dan Informatika yang secara legal formal memiliki tugas dan peran dalam komunikasi kehumasan pemerintah. Pembacaan atas budaya komunikasi publik menunjukkan bahwa peran komunikasi mencakup pengemasan informasi, pendekatan selektif dalam penyediaan informasi yang kredibel, cepat dan mudah diakses, dan mengembangkan sinergi promosi pertukaran informasi antarlembaga dan masyarakat. Budaya komunikasi publik lebih dipengaruhi oleh cara pandang lembaga pemerintah dalam memahami hubungan antara warga negara dengan negara *vis a vis* aparatus pemerintah. Sementara, ke depan ada tantangan praktisi kehumasan pemerintah untuk bekerja menciptakan lingkungan opini publik yang bersahabat (*favorable*).

**Kata Kunci:** **Komunikasi publik, Budaya komunikasi, Kehumasan pemerintah**

## **I. PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Aktivitas komunikasi tidak dapat dipisahkan dari pemerintahan. Hal yang menarik, terdapat beragam istilah dalam konteks pemerintahan, mulai dari komunikasi pemerintahan, komunikasi politik, komunikasi administrasi, hingga komunikasi publik. Istilah itu lebih berkaitan dengan konteks dan substansi pesan yang ada dalam aktivitas komunikasi. Namun demikian, eksistensi komunikasi dalam pemerintahan merupakan bagian penting dalam proses manajemen kebijakan publik .

Di tengah dinamika teknologi informasi dan komunikasi dan pemanfaatan media sosial yang begitu massif, pemerintah dinilai gagal menyapa publik. Tolok ukur kegagalan komunikasi publik adalah tenggelamnya kerja pemerintah oleh kabar yang lain. Selain itu, tampak juga dari lambatnya komunikasi publik pemerintah untuk mengimbangi derasnya arus informasi negatif (Putranto, 2018).

Faktanya, tidak semua program komunikasi yang dilakukan pemerintah memiliki kekuatan untuk membentuk opini publik dan citra positif lembaga pemerintah di tengah masyarakat atau warga negara. Bahkan, komunikasi politik yang dilakukan beberapa Menteri yang mewakili pemerintah dinilai buruk, lantaran pernyataan yang dikeluarkan hanya menambah panas situasi dan dilakukan oleh menteri yang tidak terkait langsung dengan masalah yang disoalkan (Nathaniel, 2019).

Dalam pandangan Syamsul Muarif, hal itu terjadi akibat adanya dekonstruksi terhadap sistem komunikasi nasional. Pembubaran Departemen Penerangan tidak diiringi dengan rekonstruksi untuk membangun sistem komunikasi dan informasi yang berbeda dengan model lama (Dhani, 2004: 178). Sebagai penggantinya, fungsi komunikasi dan informasi dijalankan oleh seluruh kementerian dan lembaga pemerintah melalui bagian kehumasan dalam setiap lembaga pemerintah.

Tugas dan fungsi utama Kementerian Komunikasi dan Informatika adalah merumuskan kebijakan nasional, kebijakan pelaksanaan, dan kebijakan teknis di bidang komunikasi dan informatika yang meliputi pos, telekomunikasi, penyiaran, teknologi informasi dan komunikasi, layanan multimedia dan desiminasi informasi. Kementerian Komunikasi dan Informatika memiliki unit kerja yang secara khusus bertanggung jawab dalam pengelolaan informasi, yaitu Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik (Ditjen IKP). Ditjen IKP antara lain mendorong pemerataan dan penyebarluasan jangkauan informasi publik kepada masyarakat. Selain itu Ditjen IKP memiliki tugas meningkatkan kualitas pelayanan publik dalam kerangka peningkatan penyebaran dan pemerataan informasi (Ditjen IKP, 2018).

Bahkan, kini Ditjen IKP memiliki tugas menjadi *Government Public Relations* (GPR). Sebagaimana dinyatakan dalam Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi

Publik sekaligus mendukung PP Kominfo No 35 Tahun 2014 yang memberikan ketetapan pengelolaan narasi tunggal komunikasi publik di bawah Kominfo. Hal yang menarik, apakah penyesuaian dalam pelayanan informasi dan komunikasi pemerintahan agar cita-cita membangun dan mencerdaskan kehidupan bangsa dapat terwujud? Peralnya, dinamika pemanfaatan media dan teknologi informasi dan komunikasi mengubah cara warga negara dan pemerintah dalam mengakses, berbagi informasi dan berkomunikasi.

Bahkan dalam visi Nawacita yang kini dilanjutkan dalam Kabinet Indonesia Maju, 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 (Ditjen IKP, 2018).

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. Akan tetapi keberhasilan peran tersebut akan sangat bergantung pada bangunan supra dan infrastruktur komunikasi.

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.

Dalam sistem pemerintahan demokratis, opini dan kepentingan warga negara menjadi perhatian utama dari pemerintah 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.

Bagaimanapun, lebih dari organisasi lain, pemerintah dinilai Barton dan Beck (2010: 95) harus mampu berkomunikasi secara efektif dengan publik. Oleh karena itu, aliran informasi harus selalu terdiri atas dua arah sebagai bagian dari pertanggungjawaban dari pihak yang diberi mandat untuk memerintah kepada mereka yang memberi mandat. Konsep ini juga dapat diartikan secara luas sebagai pertanggungjawaban politik pemerintah (Budiardjo, 1980).

Namun demikian ada satu aspek yang akan menjadi kajian menarik, berkaitan dengan budaya komunikasi publik. Dalam pendekatan *public relations*, komunikasi publik merupakan bagian penyelenggaraan pemerintahan demokrasi yang mengutamakan pelayanan kepada rakyat (Cutlip dkk, 2005: 388-389). Penelitian-penelitian yang dilakukan oleh Macnamara (2011) lebih sering menggunakan konsep komunikasi publik dalam artian komunikasi yang dilakukan terhadap publik dalam pendekatan *public relations* yang digunakan oleh pemerintah dalam bentuk publisitas atau propaganda.

Dalam konteks *public relations*, pemerintah tidak hanya menginformasikan apa yang sedang dan akan dilakukan pemerintah kepada rakyat melainkan sebagai pihak yang dapat mempertemukan kepentingan kedua belah pihak untuk mencapai tujuan bersama. Namun untuk menerapkan dalam lingkup birokrasi pemerintah bukan hal yang mudah. Langkah komunikasi dalam proses PR sering kali membutuhkan upaya untuk mempengaruhi pengetahuan, opini dan tindakan kelompok yang besar dan jauh.

Namun demikian, terdapat paradoks antara kebutuhan untuk memperoleh persetujuan dari rakyat (*consent*) dan adanya pemerintahan yang memiliki kinerja yang efektif (*effectiveness*) (Diamond, 1990: 49). Beragam kebijakan seharusnya mendapat persetujuan rakyat, tetapi, suatu pemerintahan juga membutuhkan efektivitas dalam proses pembuatan dan implementasi berbagai

kebijakan. Bahkan, sebagai sebagai warga negara, individu berhak mendapatkan informasi dan negara dalam hal ini berkewajiban melayani dan melindungi pemenuhan hak-hak tersebut terhadap seluruh warga negara tanpa terkecuali (Susilowati, 2015).

Kajian ini diarahkan untuk memetakan batasan pendekatan, taktik, proses dan tolok ukur keberhasilan aktivitas komunikasi publik. Meski tidak mencakup kerangka kelembagaan komunikasi, namun identifikasi budaya akan menjadi salah satu sumbangsih dalam mengembangkan kelembagaan kontemporer sesuai dengan dinamika masyarakat dan teknologi.

Dengan pendekatan strukturasi, kajian ini akan membedah pendekatan komunikasi publik dalam kerangka kelembagaan komunikasi pemerintah saat ini. Analisis dilakukan dalam konteks kelembagaan Kementerian Komunikasi dan Informatika yang secara legal formal memiliki tugas dan peran dalam komunikasi kehumasan pemerintah dengan tujuan mengidentifikasi pendekatan komunikasi publik kontemporer yang dapat melibatkan warga negara serta lebih mengedepankan kepentingan publik secara lebih seimbang.

## **B. Tinjauan Pustaka**

### **1. Perspektif Komunikasi Publik**

Rice and Atkin's (2001: 4) mendefinisikan komunikasi publik sebagai aktivitas untuk menyampaikan informasi,



membujuk, atau memotivasi perubahan perilaku publik melalui kegiatan komunikasi terorganisasi dengan menggunakan media massa dan pendekatan interpersonal. Sementara, Liliweri (2008) menyamakan komunikasi publik dengan kampanye publik menggunakan media, pesan untuk mempengaruhi persepsi dan sikap khalayak dan masyarakat dalam satuan waktu tertentu.

Perspektif komunikasi politik mengaitkan komunikasi publik dengan politik pencitraan dan dikontraskan dengan komunikasi elit yang dalam konteks kenegaraan dimaksudkan sebagai relasi komunikasi dengan para pemegang kekuasaan (Yuda AR, 2010: 3). Disini ada keterkaitan antara komunikasi publik dengan komunikasi politik. Tetapi dalam perspektif administrasi publik atau pemerintah, komunikasi publik juga dikaitkan dengan komunikasi yang dilakukan pemerintah untuk meningkatkan kepercayaan publik (Dhani, 2004: 234).

Komunikasi publik menurut Heinrichs dan Peters (2005: 3) dapat didefinisikan berdasar 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 setting*).
- (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 batasan ini, satu hal yang dipersyaratkan oleh Heinrichs dan Peters (2005: 4) adalah keberadaan ruang publik yang bisa mencakup media dan pola komunikasi yang ada di tengah kelompok.

Rowe dan Frewer (2005: 254-255) mendefinisikan komunikasi publik sebagai upaya memberikan informasi yang searah dari pemerintah kepada publik atau warganegara. Sementara dalam pandangan Arifin (2011: 191) komunikasi publik merupakan bagian dari persuasi politik yang menggunakan cara-cara dan teknik menjalin relasi dan berhubungan dengan publik khususnya yang menggunakan media massa untuk memengaruhi opini publik.

Dalam pemerintahan, *public relations* pun dapat diadopsi sebagai bagian dari kinerja komunikasi publik pemerintahan (Wasesa dan Macnamara, 2010: 160). *Public relations* dalam pemerintahan tidak jauh dari fungsi informasi publik atau hubungan dengan publik. Praktik tersebut muncul dari sejarah model informasi publik yang digunakan untuk aktivitas *public relations* dalam lembaga pemerintahan (Grunig dan Hunt, 1984:

123). Selain itu, *public relations* dalam pemerintahan dibutuhkan karena (1) pemerintah yang demokratis harus menyampaikan informasi kegiatan kepada warga negara dan (2) administrasi pemerintahan yang efektif memerlukan partisipasi serta dukungan aktif warga negara (Cultlip dkk, 2005: 388-89).

## **2. Birokrasi Komunikasi Publik**

Di tengah birokrasi Indonesia penuh dengan paradoks, menurut Islamy (1998: 7) aparat birokrasi publik menjadi lamban dan sering terjebak ke dalam kegiatan rutin, tidak responsif terhadap aspirasi dan kepentingan publik serta lemah beradaptasi terhadap perubahan yang terjadi di lingkungan. Birokrasi pemerintah merupakan suatu bentuk dan tatanan yang mengandung struktur dan kultur. Struktur mengetengahkan susunan dari suatu tatanan, dan kultur mengandung nilai (*values*), sistem, dan kebiasaan yang dilakukan oleh para pelakunya yang mencerminkan perilaku dari sumberdaya manusia (Thoha, 2002: 2).

Dalam aspek komunikasi, paradoks birokrasi Indonesia muncul akibat pengaruh dominan budaya konteks tinggi yang selalu menyamakan makna pesan komunikasi (Hasan, 2005: 40). Apabila komunikasi dilihat dalam lingkup pemerintah, maka aparatur pemerintah sebagai komunikator kerap menggunakan kata-kata generik, berabstraksi tinggi dan bersayap (Mulyana, 2004: 47-48; Hasan, 2005: 44).

Sementara dalam hubungan dengan masyarakat, birokrasi di Indonesia lebih banyak mengatur daripada memberikan pelayanan, sehingga menyebabkan minimnya akuntabilitas terhadap rakyat. Kondisi ini bisa terjadi akibat pemusatan kekuasaan (*concentration of power*) di tangan sekelompok orang (*rulling class*) serta karakter *bureaucratic polity* yang enggan mendengarkan aspirasi publik (Hunter, 1953; Mill, 1959).

Dalam pandangan Priyatna (2011: 452) sistem komunikasi yang masih berkembang pada organisasi pemerintahan memiliki ciri: (1) *top down*, bersifat instruktif, (2) *stereotype*, (3) rasionalisasi tanpa fakta, (4) harus selalu menahan pendapat pribadi, (5) yang utama konsensus, gagasan yang bertentangan jarang dikemukakan, (6) diam itu mengandung makna setuju, (7) pesan kurang direncanakan dengan baik, (8) penggunaan media tidak direncanakan dengan baik, (9) evaluasi atau audit terhadap program komunikasi yang telah dijalankan hampir tidak ada, (10) atmosfer komunikasi tidak dirancang sistematis tapi apa adanya, (11) komunikasi tidak dipandang sebagai hal yang penting tapi dianggap alami dan berjalan apa adanya, serta (12) posisi lembaga komunikasi hanya sebagai pelengkap saja, terutama untuk melayani pers.

Keberadaan lembaga pemerintah dianggap sebagai tameng melainkan kekuasaan elit kecil orang kaya. Kondisi itu membuat terjadinya oligarki itu terdiri atas tiga kelompok: pejabat negara, keluarga-keluarga yang mengandung unsur-unsur

bisnis dan politik (“*politico-business families*”), dan para konglomerat bisnis (Liddle, 2011: 17-19). Struktur kekuasaan yang tidak demokratis di lingkungan internal negara-negara yang menerapkan sistem otoritarianisme yang hanya menguntungkan segelintir kelas penduduk yang berkuasa ataupun kelas penduduk yang menguasai sumber-sumber ekonomi (Asshidiqqie, 2005: 12).

### **3. Budaya Komunikasi Publik**

Dalam pandangan Ibrahim (2011) budaya komunikasi dan budaya media telah muncul sebagai bagian dari struktur kehidupan sehari-hari. Bahkan lebih dari itu, budaya komunikasi telah mendominasi waktu luang, membentuk pandangan politik dan perilaku sosial, serta menyediakan landasan bagi kita untuk membangun identitas.

Dalam birokrasi, budaya dominan melekat pada peranan, kegiatan, dan keterampilan pimpinan organisasi. Hal itu bisa dilihat dalam upaya dalam menguasai dan mempengaruhi orang atau kelompok agar dapat melakukan dan mengerjakan sesuatu sebagai bagian dari usaha mencapai kebaikan organisasi. Kekuasaan yang dimaksud adalah potensi dan kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk dapat mempengaruhi dan mengemudikan orang lain agar berpikir dan bertindak sesuai dengan yang diinginkannya (Pace dan Faules, 2002: 253).

Komunikasi yang dikembangkan oleh pimpinan organisasi,

terkadang membentuk tatanan dan pengelompokan di kalangan birokrasi pemerintah. Misalnya dalam pemilihan struktur organisasi (jabatan) dan personel yang menempati jabatan itu (pejabat). Kondisi ini dinilai Kristiadi (2010) sebagai politisasi birokrasi yang mengakibatkan reorganisasi dan reformasi di tubuh organisasi birokrasi pemerintah tidak berjalan dengan baik.

Namun di negara berkembang tipe birokrasi ideal sebagaimana dinyatakan oleh Weber belum dapat berkembang dengan baik karena latar belakang sejarah dan politik setiap negara. Jauh sebelumnya, di Indonesia sudah pernah dikenal dan diterapkan birokrasi kerajaan yang bersifat feodal-aristrokratik. Oleh karena itu, ketika konsep birokrasi modern diterapkan, yang terjadi kemudian birokrasi hanya berubah bentuk luarnya saja, bukan tata nilainya (Santoso:1993: 22).

Hal ini sejalan dengan karakteristik birokrasi yang dibentuk untuk mencapai tugas-tugas administratif yang besar dengan cara mengkoordinasi secara sistematis berbagai pekerjaan orang banyak. Pemahaman itu sejalan dengan pandangan Weber tentang tipe ideal birokrasi yang bercirikan pembagian kerja, pelimpahan wewenang, impersonalitas, kualifikasi teknis, dan bertujuan menghasilkan efisiensi dalam pengaturan organisasi negara (Thoha, 2004: 7).

Salah satu aspek dalam komunikasi publik adalah terjadinya relasi kekuasaan dalam perumusan dan pelaksanaan kebijakan komunikasi khususnya yang diarahkan untuk membentuk reputasi

pemerintah dan kepercayaan publik. Dalam perspektif strukturasi, fenomena komunikasi dipandang dari pemahaman realitas yang semakin kompleks (Adiputra, 2011: 259). Dinamika budaya komunikasi publik sangat ditentukan oleh proses yang berlangsung dalam organisasi lembaga pemerintah. Ada tiga faktor yang mempengaruhi yaitu susunan organisasi (*structure*), berbagai aparat penghasil iklim (*climate-producing apparatuses*), dan karakteristik yang berhubungan dengan kemampuan dan pengetahuan anggota dalam menciptakan kendali dalam konteks kekuasaan (Poole dan McPhee, 2005: 187).

Pemanfaatan teori strukturasi ini didasarkan pada pandangan Scott dan McPhee (2010) mengenai kebutuhan kerangka yang lebih deskriptif dan inklusif untuk mengungkap dualitas agen dan struktur dengan memahami kesalinghubungan yang dinamis di antara keduanya. Kesalinghubungan yang bisa menjangkau dan memperkuat secara radikal serta mereformulasikan unsur-unsur sistem dan integrasi dalam organisasi.

Poole dan McPhee cukup menarik dipahami ketika susunan formal dari sebuah organisasi memunculkan dua tipe komunikasi. Pertama adalah cara tidak langsung dalam memberitahu anggota mengenai organisasi (nilai, prosedur, dan metode). Kedua, cara anggota organisasi dapat berbicara tentang komunikasi dalam organisasi mereka (Littlejohn dan Foss, 2009: 375).

Sesuai perspektif strukturasi, budaya komunikasi publik dapat dipahami sebagai proses akibat yang tidak diharapkan dari

tindakan menciptakan norma, aturan, dan susunan sosial lain yang membatasi atau mempengaruhi tindakan di masa depan. Komunikasi tersebut bisa terjadi setiap hari dengan menggunakan berbagai media dan memiliki tujuan. Bahkan menurut Fensi dan Christian (2017) keberhasilan program yang dilaksanakan pemerintah perlu didukung dengan sosialisasi cara dan manfaat yang diperoleh pengguna. Atau singkatnya memiliki kemanfaatan bagi publik.

Dalam konteks organisasi, kondisi tersebut memungkinkan pengorganisasian yang berlangsung melalui tiga tahap utama yakni pemeranan, seleksi, dan retensi (Pace dan Faules, 2001: 81).

## **II. METODOLOGI PENELITIAN**

### **A. Jenis Penelitian**

Pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini karena memandang bahwa tindakan manusia merupakan hasil pemaknaan atas lingkungannya dan sebaliknya pengaruh lingkungan berpengaruh terhadap pemaknaan tersebut (Guba dan Lincoln, 1994: 106). Untuk mengungkap budaya komunikasi publik, penelitian ini menggunakan metode analisis strukturasi.

Metode ini merupakan aplikasi dari teori strukturasi yang memiliki implikasi metodologis, yaitu (1) meletakkan fokus observasi dan kajian pada praktik sosial yang berlangsung sebagai reguleritas sehari-hari, (2) memperhatikan aspek atau



dimensi kultural yang melingkungi para pelaku praktik sosial, (3) menempatkan para pelaku praktik sosial sebagai *hlowledgeable agents*, yang didapat melalui *analysis of strategic conduct*, dan (4) menerapkan prosedur hermeneutika ganda (Giddens, 2010: 233).

## **B. Pengumpulan Data**

Pemilihan Kementerian Komunikasi dan Informatika, khususnya Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik didasari pertimbangan bahwa lembaga itu memiliki fungsi dan wewenang dalam komunikasi pemerintahan (Renstra Kominfo, 2014-2019). Terutama dalam perencanaan kebijakan, program dan komunikasi pemerintahan melalui kehumasan pemerintah (Renstra Ditjen IKP, 2018). Pemilihan juga didasarkan pada adanya persoalan substantif dan teoritis mengenai budaya komunikasi publik kontemporer sebagaimana dinyatakan oleh Lofland dan Lofland (1984:6).

Peneliti mengumpulkan data yang berkaitan dengan kebijakan komunikasi kemudian peneliti melakukan pengamatan (observasi) di lingkungan organisasi dan informan yang terlibat dalam perumusan kebijakan. Pengamatan juga dilakukan dalam bentuk observasi partisan, yakni salah satu bentuk observasi khusus karena peneliti tidak hanya jadi pengamat pasif, tetapi juga akan berperan dalam situasi tertentu dan berpartisipasi dalam peristiwa yang diteliti.

Data primer dikumpulkan dari hasil pengamatan langsung (Creswell, 2010:267) terhadap perilaku dan aktivitas individu-individu di lokasi penelitian antara lain, ujaran dan pidato Direktur Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Widodo Muktiyo dan eksekusi program oleh level sekretaris dan direktur serta staf pelaksana. Data sekunder yang terkumpul berupa: (a) surat keputusan di tingkat pemerintah dalam bentuk instruksi Presiden, keputusan Presiden, ataupun surat keputusan Menteri yang berkaitan dengan kebijakan komunikasi, (b) manuskrip atau transkrip pertemuan dan laporan tertulis lainnya, (c) dokumen administrasi, misalnya proposal, laporan kemajuan dan dokumen intern lainnya, (d) hasil penelitian atau evaluasi resmi terhadap subjek penelitian dan (e) kliping berita, artikel di media massa, dan surat pembaca yang berkaitan dengan budaya komunikasi publik.

Fokus pada struktur dan tindakan dalam penelitian ini hanya dibatasi pada penemuan tipologi dan penjelasan mengenai hubungan antara agen dan struktur dalam budaya komunikasi publik di Kementerian Komunikasi dan Informatika. Oleh karena itu, peneliti menggunakan analisis strukturasi sebagai sebuah point akhir dalam penelitian dengan kerangka pikir induktif. Jadi peneliti berangkat dari temuan dahulu kemudian masuk penjelasan tema-tema dan akhirnya mencoba menemukan penjelasan dari kerangka teoritik yang dijadikan acuan, yakni strukturasi (Creswell, 2010: 95-96). Dengan demikian, hasil

penelitian akan memiliki kerangka acuan yang lebih formal dengan menggunakan kerangka teoritik yang lebih besar.

### **III. PEMBAHASAN**

#### **A. Pendekatan Komunikasi Publik**

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.

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.

Secara alami sebenarnya di dalam lembaga publik sebenarnya telah berjalan sistem komunikasi. Namun dalam keseharian, lembaga publik tersebut secara otomatis menjalankan fungsi-fungsi komunikasi dalam konteks fungsi layanan kepada masyarakat. Disini ada lalu lintas komunikasi yang terjadi. Ada komunikasi yang dilancarkan lembaga publik/pemerintah kepada

masyarakat, dan ada komunikasi yang berasal dari masyarakat yang ditujukan kepada lembaga publik tersebut.

Kementerian Komunikasi dan Informatika, sebagai salah satu entitas organisasi, bisa dipahami terdiri dari sekelompok orang yang bekerja sama untuk suatu kepentingan tertentu. Berbagai kegiatan organisasional juga dilakukan mulai dari penetapan tujuan yang ingin dicapai, menyusun rencana kerja, mengelola dan menjalankan serta mem-perlancar pelaksanaan rencana kerja, termasuk menyusun peraturan, mengambil keputusan dan penataan kembali organisasi.

Sekalipun reformasi kelembagaan pemerintah di Indonesia telah bergulir dan deregulasi media sudah berlangsung lama, namun secara ekspansif media dengan kekuatan hegemoniknya memproduksi dan mereproduksi berbagai nilai yang tidak saja mempengaruhi pola komunikasi dalam masyarakat. Konsekuensinya, dalam konsolidasi demokrasi yang juga masih diwarnai adanya ketidakimbangan informasi tentu pemerintah mesti memberikan akses informasi kepada masyarakat, memfasilitasi penyediaan informasi melalui berbagai kebijakan dan layanan yang secara langsung dan bisa diakses oleh publik.

## **B. Peran Komunikasi Publik**

Praktik komunikasi publik pasti bersentuhan langsung dengan hajat hidup orang banyak: hak-hak publik atas informasi, hak tiap warga negara untuk mengontrol jalannya pemerintahan.

Layanan informasi bukan sekadar kegiatan dan aktivitas yang berkaitan dengan kelembagaan semata, melainkan juga menyangkut konteks situasi dimana lembaga pemerintah ada, konsep dasar layanan dan teknis-operasional layanan.

Hal paling mendasar yang perlu diperhatikan adalah bagaimana membentuk kepercayaan publik terhadap lembaga, yang bisa dimulai dari perumusan kebijakan umum, perubahan paradigma atau *mindset* sumber daya manusia, penataan kelembagaan, perluasan akses publik, pengemasan informasi yang menarik dan dibutuhkan oleh publik, serta pengembangan mekanisme umpan balik untuk publik kepada lembaga pemerintah.

Dalam praktik, pendekatan komunikasi publik yang dilakukan Kementerian Kominfo dalam bentuk Government Public Relations (GPR) (Ditjen IKP Kominfo, 2018). Dirjen IKP Widodo Muktiyo menyatakan tujuan komunikasi pemerintah untuk meningkatkan pemahaman dan mendorong perubahan perilaku publik.

*Untuk berkomunikasi kepada publik sehingga bisa rata dan fokus. Adanya informasi tersebut maka akan diminati publik dan masyarakat percaya kepada kita. Government public relations di era digital yang ada di Kementerian dan Lembaga Pemerintah Provinsi, Kabupaten dan Kota. Untuk itu pencapaiannya harus sama dan bergeraknya harus bersama-sama, agar publik tahu apa yang sudah dikerjakan pemerintah (Diskominfo Babel, 2019).*

Berdasarkan narasi di atas, dapat dipahami ada dua perspektif yang digunakan yakni pengemasan informasi yang menarik dan target untuk meningkatkan kepercayaan publik. Hal yang menarik ada dikotomi mengenai aspek penggunaan media digital, yang tentu saja akan bertolak belakang dengan media konvensional atau media massa lainnya.

Namun, demikian, dalam praktik, ditemukan dari pilihan pesan dan penggunaan media yang cenderung satu arah. Sementara dalam aspek perencanaan hasil pemantauan opini dan kebutuhan publik yang tidak menjadi perhatian utama dan hanya dijalankan sebagai rutinitas belaka.

Padahal, saat ini, lanskap 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.

Komunikasi publik ditujukan untuk melibatkan warga negara, namun dalam desain program tidak mengembangkan ruang untuk membangun hubungan dua arah antara pemerintah dan warganegara. Pada akhirnya terdapat tantangan agar setiap komunikasi pemerintah dilakukan tanpa menimbulkan banyak distorsi, bias, salah pengertian rakyat terhadap setiap kebijakan

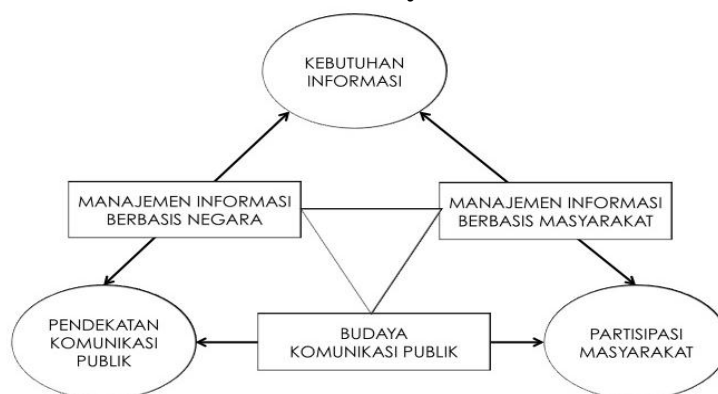
pemerintah. Apapun bentuk dan caranya, komunikasi yang dikembangkan pemerintah ditujukan agar kebijakan mendapatkan dukungan publik atau warga negara.

### C. Pendekatan Selektif

Pada dasarnya, setiap lembaga negara berkewajiban memberikan layanan informasi bagi setiap warga negara agar dapat mengakses, memanfaatkan, dan berbagi informasi, yang memungkinkan tiap individu, komunitas, dan masyarakat, untuk mengembangkan potensi dan kualitas hidup agar lebih baik.

Selain itu komunikasi publik akan efektif jika dikembangkan sistem dan kelembagaan penyebaran informasi, penyerapan dan penyaluran aspirasi masyarakat. Sistem itu sangat penting dalam menyelenggarakan diseminasi informasi nasional. Bangunan itu pada akhirnya digambarkan dalam bagan berikut ini:

**Gambar 1. Struktur Budaya Komunikasi Publik**



*Sumber: Olahan Peneliti*

Manajemen informasi juga membutuhkan komitmen untuk dikelola secara berkesinambungan dan memiliki pesan yang sama. 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 dalam menyampaikan informasi publik.

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. Hal yang menarik, terdapat tiga pendekatan dalam komunikasi publik, yang digunakan oleh Ditjen IKP Kementerian Kominfo, sebagaimana terdapat dalam kutipan berikut ini:

*Pertama memanfaatkan pendekatan kampanye tentang isu prioritas. Melalui edukasi isu dan advokasi serta kampanye digital. Targetnya publik memahami dan menyetujui atau mendukung kebijakan pemerintah. Kedua, diseminasi informasi juga dilakukan sebagai bagian dari amplifikasi kegiatan komunikasi kementerian dan lembaga. Targetnya publik dapat mengakses informasi program prioritas pemerintah dan memahami isu di berbagai bidang*



*kebijakan pemerintah. Dan ketiga berbasis event yang dirancang untuk mendorong partisipasi dan keterlibatan publik. Targetnya publik dapat mengetahui dan memahami isu dan bahkan berpartisipasi dan terlibat untuk menyukseskan kebijakan pemerintah.*

*(Widodo Muktiyo, Presentasi Kumpul Media, 2019)*

Berdasarkan temuan pendekatan itu, secara garis besar dapat dipahami bahwa proses komunikasi publik mencakup dua wilayah kegiatan penting, pertama penyediaan informasi yang kredibel, cepat dan mudah diakses. Dan kedua, mengembangkan kolaborasi dan sinergi promosi dan pertukaran informasi antarlembaga dan masyarakat. Namun karena pengelolaan informasi publik lebih mengedepankan aspek teknis, pada akhirnya komunikasi publik mengabaikan kualitas informasi. Padahal, kualitas informasi itu seharusnya menjadi ruh dari informasi yang disampaikan kepada publik.

#### **D. Retensi Komunikasi dan Opini Publik**

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.

Ciri spesifik komunikasi publik adalah perhatian penting pada konteks *public affairs*. Artinya, setiap rencana dan aktivitas dalam komunikasi publik harus dapat didayagunakan untuk memecahkan masalah sosial- kemasyarakatan, yang sebagian besar kebijakannya dipegang oleh pemerintah, maupun sektor swasta. Secara sederhana, komunikasi publik merupakan ancangan sebuah sistem komunikasi sosial yang bisa didayagunakan untuk memecahkan kompleksitas masalah sosial akibat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

Perilaku aktor, seperti dikatakan Giddens, dipengaruhi oleh tiga elemen tindakan yaitu interpretasi, moralitas, dan kekuasaan. Interpretasi dilakukan melalui bahasa, moralitas didirikan melalui norma kelompok, dan kekuasaan diraih melalui struktur kekuasaan interpersonal yang timbul dalam kelompok.

Pembacaan atas budaya komunikasi publik dapat dilihat dalam kerangka strukturasi yang menghubungkan antara institusi atau lembaga (struktur) dengan staf atau pejabat (agensi) dalam interaksi yang dialektis. Budaya komunikasi publik dimaknai sebagai perilaku agen dan struktur dalam berkomunikasi kepada publik dengan menggunakan media dan memiliki konten isi informasi publik.

Interaksi tersebut diturunkan dari empat jenis struktur yaitu struktur signifikasi atau struktur yang menyangkut wacana, penyebutan, atau simbol; struktur dominasi otoritatif (struktur yang menyangkut penguasaan atas orang dalam relasi atasan-

bawahan); struktur dominasi alokatif (struktur yang menyangkut penguasaan keuangan dan sumber daya pengetahuan); serta struktur legitimasi (struktur yang menyangkut peraturan normatif atau hukum yaitu sanksi dan etika pegawai).

Adapun sarana yang bisa menopang adalah bingkai interpretatif, fasilitas administratif dan fasilitas aturan hukum serta norma dalam relasi dengan atasan-bawahan. Dalam pandangan Giddens (2003) struktur memanfaatkan sarana tersebut agar proses pasifikasi terhadap staf pelaksana bisa terjadi.

Dalam perspektif strukturasi hubungan antarpelaku dalam komunikasi publik berarti mempersoalkan bagaimana masing-masing pelaku, berdasarkan posisinya mengembangkan pemahaman, mengontrol dan berinteraksi dengan pelaku lain dalam merumuskan kebijakan komunikasi publik. Meskipun pemerintah kerap mengomunikasikan kebijakan, namun, kebijakan publik seringkali tidak dikomunikasikan dengan baik kepada masyarakat. Pada akhirnya, hal itu berimplikasi pada kepercayaan publik terhadap kinerja, dan berbagai kebijakan pemerintah.

### **E. Membangun Budaya Komunikasi Publik.**

Pada dasarnya, budaya komunikasi publik jelas tidak bisa dilepaskan dari pengaruh demokratisasi, keterbukaan pers dan proses yang berlangsung dalam lingkup lembaga pemerintah sebagai perumus dan pengelola kebijakan komunikasi, termasuk

kehadiran kekuasaan kepala pemerintahan (Presiden) dan tuntutan publik. Belum lagi dinamika teknologi yang akan mendorong aktivitas komunikasi publik menjadi makin dinamis.

Dalam budaya komunikasi publik perlu memperhatikan politik dan kebijakan pemerintah. Dalam keseharian, struktur atau aturan (*rules*) dan sumberdaya (*resources*) yang terbentuk dari dan perulangan praktik sosial oleh agen. Perspektif strukturasi mencermati tindakan manusia dibentuk dengan cara membatasi atau memfasilitasi dalam struktur tertentu sehingga seluruh tindakan kemudian berperan untuk memperkuat (*reinforce*) atau merekonfigurasi (*reconfigure*) struktur itu sendiri. Agen, dalam pandangan teori strukturasi, dapat dianggap sebagai kemampuan yang dimediasi secara sosiokultural untuk bertindak, sementara praksis (atau praktik) dapat dianggap sebagai tindakan itu sendiri.

Fakta menunjukkan bahwa arus komunikasi dari pemerintah pusat sering tidak sampai pada tingkat akar rumput karena sering prioritas programnya berbeda dengan pemerintah daerah, atau terkait pada perbedaan tafsir kewenangan dan kelembagaan. Di sisi lain, budaya 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.

Menurut Giddens, *human agency* dan struktur sosial berhubungan satu sama lain. Tindakan berulang-ulang (repetisi)

dari agen-agen individual memperkuat dan mereproduksi seperangkat ekspektasi sehingga membentuk “kekuatan sosial” dalam organisasi yang memengaruhi politik komunikasi dengan warga negara.

Fakta menunjukkan dalam komunikasi terhadap warga negara pemerintah lebih mengendepankan pendekatan sosialisasi dengan kerangka pikir bahwa publik atau masyarakat yang menerima adalah mereka yang menerima manfaat. Pola *top down* masih cenderung dominan. Jika dicermati, pelibatan peran serta masyarakat masih pada tingkat tokenisme, yaitu tingkat peran serta dimana masyarakat didengar dan diperkenankan berpendapat, tetapi mereka tidak boleh memiliki kemampuan untuk mendapatkan jaminan bahwa pandangan mereka akan dipertimbangkan oleh pemegang keputusan.

Oleh karena itu, diperlukan komunikasi yang baik dan efektif mencakup rangkaian proses dari kehidupan warga masyarakat. Komunikasi tersebut biasanya dicirikan dengan adanya fakta publik (*public fact*), kemudian menjadi masalah publik (*public issue*) serta dipublikasikan sebagai isu publik. Dengan begitu pejabat menjadi sumber dalam proses pembentukan opini publik, lebih jauh sebagai dasar dari kebijakan publik dalam memberikan pelayanan publik.

Pada konteks ini, maka komunikasi publik harus bisa membentuk nilai-nilai, pemahaman, sikap-sikap, sampai perilaku dari publik agar sejalan dengan kebutuhan organisasi. Melalui

pengemasan pesan-pesan komunikasi publik yang lebih banyak berisikan tentang apa dan siapa serta apa manfaat keberadaan organisasi. Pesan-pesan ini dapat dikomunikasikan melalui media massa atau media lain yang dipilih sesuai dengan target sasaran.

Muara dari seluruh proses ini adalah pelayanan dan akuntabilitas publik sebagai ciri birokrasi publik (pemerintahan) dalam kehidupan negara atas dasar norma demokrasi. Diskusi publik merupakan proses dialektika antara nilai normatif dengan kenyataan empiris kehidupan publik.

Wacana tersebut berkembang sehingga nilai normatif menjadi *shared values* yang bersifat empiris. *Shared values* sebagai suatu kontrak sosial seluruh warga dalam kehidupan publik, secara sederhana mencakup kesepakatan dan penghayatan rasional tentang apa yang boleh (pantas) dan tidak pantas dilakukan dalam interaksi sosial. Nilai semacam ini akan berada dalam tataran etika sosial.

Layanan informasi bukan sekadar kegiatan dan aktivitas yang berkaitan dengan kelembagaan semata, melainkan juga menyangkut konteks situasi dimana lembaga pemerintah ada, konsep dasar layanan dan teknis-operasional layanan. Namun demikian hal paling mendasar yang perlu diperhatikan adalah bagaimana membentuk kepercayaan publik terhadap lembaga, yang bisa dimulai dari perumusan kebijakan umum, perubahan paradigma atau *mindset* sumber daya manusia, penataan kelembagaan, perluasan akses publik, pengemasan informasi

yang menarik dan dibutuhkan oleh publik, serta pengembangan mekanisme umpan balik untuk publik kepada lembaga pemerintah dan pada akhirnya mencapai titik temu dan mufakat dengan menekankan partisipasi dan keterlibatan langsung warganegara.

#### **IV. KESIMPULAN DAN SARAN**

Pembacaan atas budaya komunikasi publik dapat dilihat dalam kerangka strukturasi yang menghubungkan antara institusi atau lembaga (struktur) dengan staf atau pejabat (agensi) dalam interaksi yang dialektis. Studi ini menemukan adanya dinamika dinamika antara aktor, sistem dan struktur dalam budaya komunikasi publik. Relasi tersebut tidak hanya tampak pada lingkup internal organisasi Kementerian Komunikasi dan Informatika, namun juga tampak pada relasi dengan lembaga lain.

Budaya komunikasi publik dimaknai sebagai perilaku agen dan struktur dalam berkomunikasi kepada publik dengan menggunakan media dan memiliki konten isi informasi publik.

Peran Komunikasi Publik terbentuk dalam konteks pengemasan informasi yang menarik dan target untuk meningkatkan kepercayaan publik. Namun dalam praktik masih ada pilihan pesan dan penggunaan media yang cenderung satu arah.

Pendekatan selektif yang dipilih dalam komunikasi publik mencakup dua wilayah kegiatan penting, pertama penyediaan

informasi yang kredibel, cepat dan mudah diakses. Dan kedua, mengembangkan kolaborasi dan sinergi promosi dan pertukaran informasi antarlembaga dan masyarakat.

Dalam perspektif strukturasi hubungan antarpelaku dalam komunikasi publik berarti mempersoalkan bagaimana masing-masing pelaku, berdasarkan posisinya mengembangkan pemahaman, mengontrol dan berinteraksi dengan pelaku lain dalam merumuskan kebijakan komunikasi publik. Meskipun pemerintah kerap mengomunikasikan kebijakan, namun, kebijakan publik seringkali tidak dikomunikasikan dengan baik kepada masyarakat.

Budaya komunikasi publik membentuk cara pandang, penafsiran dan wacana tersendiri dalam memahami hubungan antara warga negara dengan negara *vis a vis* aparatus pemerintah. Oleh karena itu, praktisi kehumasan pemerintah harus 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 pembangunan. Tantangan praktisi kehumasan pemerintah adalah bekerja untuk menciptakan lingkungan opini publik yang bersahabat (*favorable*).



## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 2008. *Opini Publik*. Jakarta: Pustaka Indonesia.
- Arifin, Anwar. 2011. *Sistem Komunikasi Indonesia*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Asshidiqqie, Jimly. 2005. "Demokrasi dan Hak Asai Manusia". Materi yang disampaikan dalam *studium general* pada acara The 1<sup>st</sup> 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.
- Creswell, John W. 2010. *Research Design, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Edisi Ketiga. Cetakan I. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- 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.
- Dhani, Rendro. 2004. *Centang Perenang Manajemen Komunikasi Kepresidenan Dari Soekarno sampai Megawati*. Jakarta: Pustaka LP3ES.
- Diskominfo Babel. 2019. "Pahami Government Public Relation di Era Digital" Diakses dari <https://bangka.tribunnews.com/2019/10/25/pahami-government-public-relation-di-era-digital>. [internet].
- Fensi, Fabianus dan Michael Christian. 2017. "Perilaku Pada Iklan terhadap Penggunaan Kartu E-Toll" dalam *Jurnal Bricolage* Vol. 3 No. 2 Halaman 93-102.
- Giddens, Anthony. 2010. *Teori Strukturasi: Dasar-Dasar Pembentukan Struktur Sosial Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Terjemahan Oleh Maufur dan Daryanto dari. Giddens. 1984. *The Constitution of Society*. Berkeley: University of California Press.

- Giddens, Anthony. 1993. *New Rules of Sociological Method*. Cambridge: Polity Press.
- Goldhaber, Gerald. M. 1993. *Organizational Communication*. Sixth Edition Boston: McGraw Hill.
- Grunig, James E. dan Tood T. Hunt. 1984. *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Guba, Egon G. and Yvonna S. Lincoln. 1994. "Competing Paradigms in Qualitative Research," dalam Norman K. Denzim and Yvonna S. Lincoln, (penyunting). *Handbook of Qualitative Research*. California: Sage Publications, Inc. Halaman 106-107.
- Hasan, Erliana. 2005. *Komunikasi Pemerintahan*. Bandung: Refika Aditama.
- Heinrichs, H.; Peters, H. P. 2005. "Media Communication on Climate Change and Coastal Protection: Reception and Interpretations by the Audience. Dalam *Scientific Knowledge and Cultural Diversity: Proceedings of the Public Communication of Science and Technology Network, 8th International Conference Barcelona 2004*. - Barcelona, Rubes Editorial S.L., Halaman 226 – 230.
- Ibrahim, Idi Subandy. 2011. *Kritik Budaya Komunikasi: Budaya, Media, Dan Gaya Hidup Dalam Proses Demokratisasi di Indonesia* Yogyakarta: Jalasutra.
- Islamy, Muh. Irfan, 1998. *Agenda Kebijakan Reformasi Administrasi Negara*, Malang, Fakultas Ilmu Administrasi- Universitas Brawijaya.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. 2011. *Indonesia Connected*. Jakarta: Kementerian Koinfo.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. 2014. *Rencana Strategis Kementerian Komunikasi dan Informatika Tahun 2014-2019*.
- Liddle, R. William. Marx atau Machiavelli? Menuju Demokrasi Bermutu di Indonesia dan Amerika. Jakarta: Universitas Paramadina. 2011.
- Littlejohn, Stephen W dan Foss, Karen A. 2009. *Encyclopedia of Communications Theory*. California: Sage Publications.

- Lofland, J., and Lofland, L.H. 1984. *Analizing Social Settings: A Guide to Qualitative Observation and Analysis*. Belmont Wadsworth Publishing Company.
- 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.
- Mulyana, Deddy. 2004. *Komunikasi Populer: Kajian Komunikasi dan Budaya Kontemporer*. Bandung: Pustaka Bani Quraisy.
- Nathaniel, Felix. "Betapa Bermasalahnya Komunikasi Publik Menteri-Menteri Jokowi". *Tirto.id*. [internet] 2019. <https://tirto.id/betapa-bermasalahnya-komunikasi-publik-menteri-menteri-jokowi-eiqu>
- Pace, R. Wayne dan Faules, Don F. 2001. *Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: Rosda.
- Poole, Marshall Scott dan McPhee, Robert D. 2005. "Structuration Theory" Dalam May, Steve dan Mumby, Dennis K. (editor). 2005. *Engaging Organizational Communication Theory and Research: Multiple Prespective*. Thousand Oaks: Sage Publication. Halaman 171-195.
- Priyatna, Soeganda. 2011. Membangun Sistem Komunikasi Lembaga Publik. Dalam Bajari, Atwar, Sahat Sahala Tua Saragih, dan Wirabhuana (Ed.) 2007. *Komunikasi Kontekstual Teori dan Praktik Komunikasi Kontemporer*. Bandung: Remaja Rosdakarya. Halaman 449-462.
- Putranto, Algooth. 2018. "Komunikasi Publik Pemerintah, Sisi Lemah Jokowi?". *Harian Kompas*. [internet] Diakses dari <https://nasional.kompas.com/read/2018/08/22/11281321/komunikasi-publik-pemerintah-sisi-lemah-jokowi?page=all>.
- Rice, Ronald E. dan Charles K. Atkin. 1990. *Public Communiation Campaign*. Second Edition. London. Rowe, Gene dan Lynn J. Frewer. 2005. "A Typology of Public Engagement Mechanisms" Dalam *Jurnal Science, Technology, and Human Values* Vol. 30 No 2, Spring 2005

- 251-290. Akses dari <http://sth.sagepub.com/content/30/2/251> September 13, 2010
- Susilowati, Nuning. 2015. "Reduksi Hak Warga Negara dalam RUU Konvergensi Telematika" dalam *Jurnal Promedia* Volume I No 1 2015. Halaman 70-95.
- Thoha, Miftah. 2002. "Reformasi Birokrasi Pemerintah". Makalah dalam Seminar Good Governance di Bappenas, Jakarta 24 Oktober 2002
- Wisesa, Silih Agung dan Jim Macnamara. 2010. *Strategi Public Relations*. Edisi Revisi. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Yuda AR, Hanta. 2010. "Reformulasi dan Reorientasi Koalisi Pasca-Century". Dalam *Indonesia Update* Volume IV No 11 April 2010, Center for Public Policy Research The Indonesia Institute. Halaman 2-5.