



PERAN HUMAS KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMASI (KOMINFO) DALAM MENSOSIALISASIKAN INFORMASI KEPADA MASYARAKAT

¹Choirul Umam, ²Lisa Cristin

choirul_umam@staff.gunadarma.ac.id, Lisacristin9@gmail.com

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma
Jl. Margonda Raya No. 100, Depok 16424, Jawa Barat

ABSTRACT

This research was conducted to determine the role of public relations of the ministry of communication and information (communication and information) in disseminating information to the people of Jakarta. This study uses a qualitative approach with descriptive case study methods, data collection techniques through observation and in-depth interviews with the selection of informants based on certain criteria. The results of the research show that the role of public relations and communications and information technology in disseminating information to the people of Central Jakarta is still not optimal. This is due to the lack of unavailability of information that can be accessed by the public causing the non-optimal role of the public relations and information department in disseminating information to the public about the government and other fields. Government information that should be accessible on websites and social media, as well as the Main Information and Documentation Management Officer (PPID) whose role is held by the Public Relations Bureau, information that should be accessible via the website. This is in contrast to several Regional Work Units (SKPD) whose function is only PPID Assistants, but they are ready to provide information to the public through a managed website. Therefore, there needs to be an increase in the work unit in communication and information technology.

Keywords: Socialization, Information, Role of Government Public Relations

PENDAHULUAN

Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik berdasarkan pada UUD 1945 Pasal 28F menyatakan 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 (Perubahan Kedua Undang-

undang Dasar Republik Indonesia 1945 Yang Sudah Diamandemen serta penjelasannya dan butir-butir pancasila).

Informasi publik merupakan informasi yang diterima, dihasilkan, disimpan dan dikelola oleh salah satu badan publik pemerintahan Negara yang tentunya sesuai engna UUD 1945 tentang informasi dan kepentingan publik. Dengan lahirnya Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik, menuntut adanya peran humas Kominfo dalam mensosialisasikan informasi



kepada masyarakat sebagai Fasilitator Komunikasi kepada masyarakat di Jakarta untuk memberikan pelayanan informasi.

Masyarakat saat ini menjadikan informasi sebagai kebutuhan yang sangat penting. Salah satu bidang yang dapat diakses dan memberikan informasi kepada masyarakat adalah hubungan masyarakat dari pemerintahan yang menjadi pelayanan publik di Indonesia adalah Kementerian Komunikasi dan Informasi (kominfo). Newsom dan Scott menyatakan bahwa *Public Relations* adalah lembaga yang memiliki tanggung jawab dalam kebijakan dan informasi kepada masyarakat. Berikut dijelaskan dalam grafik tabel 1 peran humas terhadap kepuasan masyarakat dari kebutuhan informasi yang diberikan.

Tabel 1 Indeks Kepuasan masyarakat terhadap informasi yang diberikan Kominfo

NO.	Pelayanan Publik	Data 2016			Data 2017			Data 2018		
		IKM	Kategori	% Naik / Turun	IKM	Kategori	% Naik / Turun	IKM	Kategori	% Naik / Turun
1.	DITJEN SDPPI	81,45	BAIK	3,04	81	BAIK	-0,55	83,42	BAIK	2,42
2.	ISR	82,29	BAIK	3,76	82,45	BAIK	0,19	81,28	BAIK	-1,17
3.	Sertifikasi Operator Radio	81,89	BAIK	3,49	83,4	BAIK	1,84	85,91	BAIK	2,51
4.	Sertifikasi Perangkat	81,52	BAIK	2,50	78,96	BAIK	3,14	83,42	BAIK	4,46
5.	Pengujian Perangkat	79,46	BAIK	1,78	79,2	BAIK	0,33	82,26	BAIK	3,06

Sumber: (kominfo.go.id)

Ditjen SDPPI telah melakukan dan mengevaluasi penilaian secara

mandiri dalam memaksimalkan memberikan informasi kepada masyarakat. Hubungan Masyarakat memiliki peranan utama dalam pelayanan publik, memberikan informasi, membangun citra organisasi kepada masyarakat. Kominfo Indonesia terletak di Jalan Merdeka Barat, Jakarta Pusat memiliki tugas pokok sebagai salah satu badan publik yang memberikan segala bentuk informasi kepada masyarakat.

Bagian Humas Kominfo adalah unsur yang ada pada badan pemerintah guna menangani perihal bidang informasi kepada masyarakat. Bagian Humas Kominfo memiliki peran penting dan strategis di era keterbukaan informasi publik, khususnya di pemerintahan Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Dimana Bagian Humas Kominfo, dalam kegiatan komunikasi pada organisasi berlangsung dua arah dan timbal balik.

Kominfo memiliki berbagai peranan dalam mengembangkan citra pemerintah. Peran lainnya adalah berperan dalam menjaga hubungan komunikasi antara pemerintah dengan publiknya. Tugas seorang hubungan masyarakat (*Public Realtion*) sangat memiliki peran yang penting dalam menjaga arus informasi dan komunikasi internal atau eksternal yang meliputi



para anggotanya baik atasan dan bawahan didalam pemerintahan dengan publik atau eksternal.

Komunikasi antara Kominfo dan masyarakat terkadang memiliki hambatan. Sehingga menimbulkan efek yang berbeda dari pesan yang disampaikan. Kebijakan pemerintah yang disampaikan kepada masyarakat tidak selamanya diterima. Hal ini dapat memberikan pesan kepada masyarakat bahwa pemerintah tidak terlalu peduli atau tidak peka terhadap masyarakat.

Masalah penyebaran Informasi harus ditindaklanjuti karena kurangnya koordinasi Humas Kominfo dalam memberikan Informasi sehingga komunikasi Pemerintah Kominfo dan publik tidak berjalan sendiri-sendiri. Bagian Humas Kominfo dituntut untuk segera membuat sebuah strategi guna mengatasi permasalahan tersebut. Strategi yang paling penting yaitu strategi dalam mengelola informasi agar tersampaikan ke masyarakat sesuai dengan kebijakan yang ada. Sehingga terciptanya hubungan yang baik antara pemerintah dan masyarakat.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Peran

Wirutomo (1981) mengemukakan pendapat David Berry bahwa dalam peranan yang

berhubungan dengan pekerjaan, seseorang diharapkan menjalankan kewajiban-kewajibannya yang berhubungan dengan peranan yang dipegangnya. Peranan juga diartikan sebagai suatu sistem yang memiliki tujuan kepada individu atau publik.

Definisi Humas

Beberapa pengertian humas dicetuskan oleh beberapa ahli, diantaranya adalah seperti yang dijelaskan dibawah ini.

Menurut Oemi Abdurrachman (2001), Humas adalah proses penetapan kebijakan yang berlanjut pada penentuan pelayanan danikap yang disesuaikan dengan kepentingan publik agar pemerintah mendapatkan kepercayaan mereka. Sedangkan Bonar (1993) menyatakan bahwa Humas adalah suatu filsafat manajemen yang memberikan prioritas utama kepada kepentingan publik didalam setiap keputusan dan tindakan.

Menurut Ruslan (2007), Hubungan masyarakat adalah manajemen yang memiliki ciri khas dalam mendukung pembinaan dan pembangun upaya saling menguntungkan melalui pengertian, komunikasi, penerimaan, dan kerja sama yang baik antara organisasi dengan publiknya. Sedangkan menurut



Danandjaja (2011), Humas adalah suatu fungsi manajemen yang menilai sikap publik menunjukkan kebijaksanaan dan prosedur dari seorang individu atau sebuah lembaga atas dasar kepentingan publik, merencanakan, dan menjalankan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan dapat diterima dengan baik oleh publik.

Frank Jeffkins (2004) mendefinisikan humas menurut Frank Jeffkins adalah sesuatu yang terdiri dari semua bentuk komunikasi berencana baik ke dalam maupun ke luar antara organisasi dengan publiknya untuk mencapai tujuan khusus, yakni pengertian bersama.

Peran Humas

Menurut Ruslan (2016) menjelaskan bahwa peran humas adalah sebagai berikut :

- a. *Communicator*, artinya humas bertindak sebagai perwakilan organisasi dalam melakukan komunikasi dua arah timbal balik (*two ways reciprocal communication*) dengan publik internal dan eksternal.
- b. *Relationship*, artinya humas berupaya untuk melakukan hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan publik.
- c. *Back up management*, artinya humas memiliki peran sebagai pendukung

dalam fungsi manajemen organisasi sehingga humas selalu sigap dalam menjalankan tugas dari atasan.

d. *Good image maker*, artinya humas berperan menjaga dan menciptakan citra yang positif terhadap organisasi di mata publik.

Peran humas tersebut diharapkan dapat menjadi “mata” dan “telinga” serta “tangan kanan” top manajemen dalam organisasi. Disamping itu, dalam melaksanakan perannya, seorang praktisi humas harus memiliki keahlian sebagai berikut (Ruliana, 2014):

a. Sebagai *Creator*

Harus memiliki kreativitas dalam penciptaan suatu gagasan, ide – ide, atau buah pemikiran yang cemerlang.

b. Sebagai *Conseptor*

Mempunyai keahlian sebagai konseptor dalam penyusunan program humas dan rencana lainnya.

c. Sebagai *Mediator*

Kemampuan menguasai teknik komunikasi baik melalui media secara lisan maupun tertulis dalam penyampaian pesan atau menyalurkan informasi dari



lembaga atau perusahaan yang diwakilinya kepada publik yang dijadikan sasaran.

d. Sebagai *Problem Solver*

Memiliki kemampuan mengatasi setiap permasalahan yang dihadapi, baik secara proaktif, antisipatif, inovatif, dinamis, dan solutif.

Tujuan Humas

Secara garis besar menurut Kusumastuti (2004) Tujuan humas ada tiga dalam organisasi atau lembaga yang berhubungan erat dengan tujuan dan fungsi humas, yaitu:

1. Menginterpretasikan, menganalisis dan mengevaluasi kecenderungan perilaku publik, kemudian direkomendasikan kepada manajemen untuk merumuskan kebijakan organisasi/ lembaga. Kecenderungan perilaku publik diklarifikasikan dengan baik oleh Frank Jeffkins menjadi empat situasi atau kondisi kecenderungan publik yang di hadapi oleh humas, yakni tidak tahu, apatis, prasangka dan memusuhi.
2. Mempertemukan kepentingan lembaga atau organisasi dengan kepentingan masyarakat (publik). Kepentingan ini dapat berbeda ataupun

sama. Dalam kondisi apapun, tugas humas adalah mempertemukan kepentingan tersebut menjadi saling mengerti, dihormati, dipahami, dan dilaksanakan. Bila kepentingannya berbeda, maka humas bertugas untuk menghubungkan kepentingan tersebut.

3. Mengevaluasi seluruh program lembaga atau organisasi khususnya yang berkaitan dengan publik. Tugas mengevaluasi ini memiliki persyaratan seseorang yang berkedudukan dan wewenang humas tinggi dan luas. Hsl ini sevara tidak langsung mengartikan bahwa humas dapat mewakili wewenang terkait keberlangsungan suatu program.

Media Humas

Suatu organisasi dalam membangun citra membutuhkan media dalam aktivitasnya agar terciptanya hubungan yang baik kepada masyarakat. Pemakaian media dalam kegiatan humas tergantung dari visi misi organisasi. Adapun menurut Nova (2011) media humas dibagi menjadi dua bidang yaitu media internal dan media eksternal, penjelasan sebagai berikut:

a. Media Internal

Media internal dalam suatu organisasi atau perusahaan dapat berbentuk tabloid, bulletin, majalah, koran, website, intranet instansi, company profile, financial report.



b. Media Eksternal

Media eksternal yang dibuat oleh public relations adalah media massa baik yang berbentuk media cetak maupun elektronik seperti kalender, brosur.

Penggunaan media humas memiliki manfaat yang cukup beragam bagi keberhasilan program humas. Media humas sebagai alat atau saluran komunikasi akan mudah diterima oleh masyarakat yang tersebar di berbagai tempat serta luas jangkauannya. Penggunaan media yang cukup efektif untuk mempengaruhi masyarakat serta mampu menghasilkan publisitas tinggi dalam waktu relatif singkat dan bersamaan.

Sasaran Humas

Publik adalah kelompok atau orang-orang yang berkomunikasi dengan suatu organisasi, baik secara internal maupun eksternal. Sasaran humas pada suatu perusahaan, organisasi atau lembaga harus disesuaikan dengan bidang dalam perusahaan, organisasi atau lembaga tersebut. Adapun menurut Linggar (2005) menyatakan bahwa sasaran humas yaitu sebagai berikut:

1. Publik intern (internal public).

Publik intern adalah orang-orang yang berada atau tercakup dalam organisasi, seluruh pegawai mulai dari staff sampai karyawan bawahan.

2. Publik ekstern (external public).

Publik ekstern adalah orang-orang yang berada diluar organisasi yang ada hubungannya dan yang diharapkan ada hubungannya.

Definisi Informasi

Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya. Sumber informasi adalah data. Data kenyataannya yang menggambarkan suatu kejadian – kejadian dan kesatuan nyata.

Kejadian

kejadian (*event*) adalah kejadian yang terjadi pada saat tertentu (Asmara, 2017).

Pengertian Informasi menurut Kusrini (dalam Asmara, 2017) adalah “Informasi adalah data yang sudah diolah menjadi sebuah bentuk yang berguna bagi pengguna yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan saat ini atau mendukung sumber informasi”. Pengertian



Informasi menurut Jogiyanto yang dikutip oleh Machmud (2013) adalah “Informasi diartikan sebagai data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya”. Jadi Informasi adalah data yang diproses kedalam bentuk yang lebih berarti bagi penerima dan berguna dalam pengambilan keputusan, sekarang atau untuk masa yang akan datang.

Pengertian Sosialisasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, sosialisasi merupakan usaha untuk mengubah milik perseorangan menjadi milik umum (milik negara); proses belajar seorang anggota masyarakat untuk mengenal dan menghayati kebudayaan masyarakat dalam lingkungannya; upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dihayati oleh masyarakat; pemasyarakatan. Sedangkan, mensosialisasikan artinya menjadikan milik umum (milik negara); memperlakukan secara sosialisme; membelajarkan seseorang

menjadi anggota masyarakat.

Teori Perencanaan Komunikasi

Teori perencanaan dikemukakan oleh Charles Berger untuk menjelaskan proses yang dilalui dalam merencanakan perilaku komunikasi guna untuk mencapai tujuan. Berger menulis bahwa rencana-rencana dari perilaku komunikasi adalah “representasi kognitif hierarki dari rangkaian tindakan mencapai tujuan”. Rencana-rencana tersebut merupakan gambaran dari langkah-langkah yang akan diambil seseorang untuk memenuhi sebuah tujuan. Dan disebut hierarki karena tindakan-tindakan tertentu diperlukan untuk menyusun segala sesuatunya, sehingga tindakan-tindakan lain akan dapat diambil. Oleh karena itu, perencanaan adalah proses rencana-rencana tindakan. Perencanaan pesan merupakan perhatian utama karena komunikasi sangat penting dalam meraih tujuan.

Teori Berger memperkirakan bahwa semakin banyak yang seseorang tahu (khusus dan umum), akan semakin kompleks rencana orang tersebut atau dapat dikatakan juga apabila seseorang memiliki banyak motivasi dan pengetahuan, maka orang tersebut akan menciptakan rencana lebih kompleks serta jika motivasi dan pengetahuan



seseorang rendah, maka rencana orang tersebut mungkin tidak akan berkembang.

O'keefe menggaris bawahi tiga logika penyusunan pesan yang mungkin mencakup dari orang yang kurang memusatkan diri hingga orang yang paling memusatkan diri, diantaranya yaitu:

1. Logika ekspresif, pesan dalam cara ini bersifat terbuka dan reaktif, dengan adanya sedikit perhatian pada kebutuhan atau keinginan orang lain.
2. Logika konvensional, bertujuan untuk menyusun pesan-pesan yang sopan, tepat, dan didasarkan pada aturan-aturan yang diketahui setiap orang.
3. Logika retorik, pesan-pesan yang disusun dengan logika ini cenderung luwes, berwawasan, dan terpusat pada seseorang. Mereka cenderung mengerangkan kembali situasi, sehingga tujuan yang beragam tersebut termasuk persuasi dan kesopanan tergabung dalam sebuah kesatuan yang kuat (Littlejohn, 2014)

Di dalam peran Humas Kominfo dalam mensosialisasikan informasi kepada di Jakarta, mempunyai prinsip dan kerja sama juga antara pemerintah dan bagian Humas. Dalam kerja sama tersebut perlu adanya keterikatan antara satu lembaga dengan lainnya supaya tercapainya penyampaian informasi

yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

METODE PENELITIAN

Permasalahan yang dikaji adalah masalah yang bersifat sosial dan dinamis. Oleh karena itu penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2007).

Objek dalam penelitian ini adalah Kementerian Komunikasi dan Informasi. Data primer penelitian didapat dari hasil wawancara informan dengan peneliti, sedangkan data sekunder berasal dari portal berita daring, bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, dan lain sebagainya. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara observasi, dokumentasi, dan wawancara. Setelah peneliti mendapatkan semua data yang diperlukan, peneliti melakukan analisis data dengan menggunakan triangulasi sumber.

**ANALISIS DAN PEMBAHASAN****Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kominfo)**

Kementerian Komunikasi dan Informatika (sebelumnya bernama "Departemen Penerangan" (1945-1999), "Kementerian Negara Komunikasi dan Informasi" (2001-2005), dan Departemen Komunikasi dan Informatika (2005-2009), disingkat Depkominfo) adalah Departemen/kementerian dalam Pemerintah Indonesia yang membidangi urusan komunikasi dan informatika. Kementerian Kominfo dipimpin oleh seorang Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo) yang sejak tanggal 27 Oktober 2014 dijabat oleh Rudiantara.

Fungsi Humas Kominfo

Dalam menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud pada Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 35 Tahun 2014 ayat (1), Bagian Kominfo dan Humas mempunyai fungsi :

a. Pengoordinasian penyusunan rencana kerja tahunan dan rencana anggaran bagian kominfo dan humas.

b. Pengkajian bahan perumusan kebijakan bidang kominfo dan humas.

c. Pengkoordinasian, pengarahan dan pelaksanaan kegiatan di bidang kominfo dan humas.

d. Pemantauan dan pengevaluasian pelaksanaan kegiatan bidang kominfo dan humas.

e. Pengoordinasian pelaksanaan pelayanan administrasi sesuai dengan bidang tugasnya .

f. Pelaksanaan pengawasan, pengendalian dan pembinaan terhadap pelaksanaan kegiatan bagian kominfo dan humas. Pelaksanaan monitoring dan evaluasi pelaksanaan kebijakan di bidang kominfo dan humas.

g. Pemberian petunjuk, pengawasan dan evaluasi dalam rangka pelaksanaan tugas bawahan.

h. Melaksanakan fungsi lainnya yang diberikan oleh atasan sesuai dengan fungsi dan tugasnya.

Perencanaan strategi Komunikasi dalam menyampaikan Informasi kepada Masyarakat

Menurut Robin Mehall Perencanaan komunikasi adalah sebuah dokumen yang tertulis yang menggambarkan tentang apa yang harus dilakukan yang berhubungan



dengan komunikasi dalam pencapaian tujuan, dengan cara apa yang dapat dilakukan sehingga tujuan tersebut dapat dicapai, dan kepada siapa program komunikasi itu ditujukan, dengan peralatan dan dalam dan dalam jangka waktu beberapa lama hal itu bias dicapai, bagaimana cara mengukur (evaluasi) hasil-hasil yang diperoleh dari program tersebut (Cangara, 2010).

Peneliti menanyakan tentang Bagaimana Perencanaan strategi komunikasi dalam menyampaikan informasi, Kepala Humas Kominfo dan Bagian internal dan eksternal masing-masing informan memberikan jawaban yang berbeda.

Mengenai Perencanaan strategi menyampaikan informasi, berdasarkan hasil wawancara menurut Kepala Biro Humas Kominfo yaitu “Biro Humas mempunyai program Tahunan, Program tahun 2019 sudah dipersiapkan dari tahun 2018. Kominfo melakukan mempersiapkan beberapa program, seperti majalah, tok-tok kominfo, dan miss lambe hoax yang sudah disiapkan. Ketika terdapat isu-isu aktual yang muncul dari luar, Kominfo mengadakan rapat terlebih dahulu, lalu menentukan topik apa yang mau dibahas dan kemudian berita dan informasi dapat

disajikan dalam bentuk siaran pers, infografis, videografis, dan lain-lain.

Menurut salah satu staff humas kominfo bidang eksternal dan internal menjelaskan bahwa “Bagian internal dan eksternal Kominfo mempunyai strategi menyampaikan informasi kepada masyarakat, pertama melalui konferensi pers, yaitu mengumpulkan media untuk mengadakan siaran pers dalam menyampaikan suatu informasi, informasi itu bisa tentang regulasi, tentang kebijakan, bisa tentang kegiatan yang akan dilakukan Kominfo, mereka dapat mengadakan konferensi pers perbulan, perminggu, tetapi setiap bulan mereka pasti akan mengadakan konferensi pers. Bahkan siaran pers itu bisa di sampaikan ke khalayak publik atau di upload di web Kominfo setiap harinya, mereka dapat membuat one day one rilis artinya satu hari ada satu rilis yang akan naik.

Jenis-Jenis Informasi dalam Peran Humas Kominfo sebagai fasilitator Komunikasi kepada Masyarakat Jakarta Pusat

Informasi adalah data yang telah didapatkan, diolah atau diproses, atau sebaliknya yang digunakan untuk tujuan penjelasan atau penerangan, uraian, atau sebagai sebuah dasar untuk pembuatan ramalan atau pembuatan keputusan



berdasarkan fungsi dan kegunaan, adalah informasi berdasarkan materi dan kegunaan informasi. Informasi jenis ini antara lain adalah :

1. Informasi yang menambah pengetahuan, misalnya: peristiwa-peristiwa, pendidikan, kegiatan selebritis. Peneliti mendeskripsikan bahwa Kominfo bukan hanya memiliki peran sebagai pemberi informasi yang biasa-biasa saja, tetapi memberikan informasi yang dapat memberikan pengetahuan, pembejaran, pendidikan dan sebagainya, seperti pada program “Miss lambe hoax”, Kominfo selalu memberikan fakta dan klarifikasi pada peristiwa tersebut yang dapat dilihat semua masyarakat baik melalui sosial media konferensi pers, siaran pers dan program lain yang ada di kominfo.

2. Informasi yang mengajari pembaca (informasi edukatif), misalnya makalah yang berisi tentang cara berternak itik, artikel tentang cara membina persahabatan, dan lain-lain. Peneliti mendeskripsikan bahwa Kominfo memberikan penjelasan kepada masyarakat untuk tidak langsung menyaring informasi yang belum sesuai fakta, tetapi informasi yang dimaksud dari penjelasan ini adalah, informasi yang telah di buat langsung oleh kominfo melalui website kominfo

sendiri lalu diberikan kepada masyarakat untuk dapat dilihat dan dapat diketahui.

3. Informasi berdasarkan format penyajian, yaitu informasi yang dibedakan berdasarkan bentuk penyajian informasinya. Misalnya: informasi dalam bentuk tulisan (berita, artikel, esai, resensi, kolom, tajuk rencana, dll), Peneliti mendeskripsikan bahwa Kominfo memberikan informasi melalui program-program kominfo (miss lambe hoax, tok-tok kominfo, anugerah jurnalistik), kominfo juga memberikan informasi melalui konferensi pers, siaran pers, dan rapat-rapat antara Kepala Humas dan staff humas kominfo lainnya sehingga dapat menjelaskan dan memberikan informasi yang telah dibuat oleh kominfo.

Teori Perencanaan Komunikasi dalam Peran Humas Kominfo dalam Mensosialisasikan Informasi kepada Masyarakat di Jakarta Pusat

Teori Perencanaan komunikasi yang dikemukakan oleh Charles Berger menjelaskan bahwa rencana-rencana maupun langkah-langkah yang akan diambil oleh seseorang untuk memenuhi tujuan. Teori ini diterapkan oleh Kepala PLT Biro Humas Kominfo sendiri yang melakukan perencanaan strategi komunikasi, dan bagaimana membangun citra organisasi kominfo semakin lebih baik dan bagus, sehingga masyarakat



puas akan informasi yang telah di dapatkan dari kominfo.

Kominfo sendiri mempunyai tujuan untuk menyampaikan informasi dan sebagai fasilitas komunikasi kepada masyarakat Jakarta pusat. Perencanaan dan pencapaian tujuan sangat berhubungan, ketika tujuan terhalangi, maka kita cenderung negatif, dan sebaliknya jika rencana kita berhasil, maka kita sering kali merasa terangkat, Jika kominfo gagal dalam menyampaikan informasi, maka kominfo akan tercemar citra perusahaannya dan banyak masyarakat yang semakin tidak mengupdate berita, siaran pers, serta konferensi pers yang di buat oleh kominfo sendiri, tetapi sebaliknya, jika kominfo terus membuat perubahan dan inovasi baru dalam setiap tahunnya dan mempunyai program-program baru dalam menyampaikan informasi, nama baik dan citra organisasi kominfo akan selalu naik dan semakin banyak masyarakat seluruh Indonesia mengetahui Humas Kominfo bukan hanya masyarakat Jakarta saja yang mengetahui kominfo, karena Kominfo mempunyai peran penting sebagai fasilitator komunikasi yaitu peran pengkoordinasian, pengarahan dan pelaksanaan kegiatan di bidang kominfo dan humas.

KESIMPULAN

1. Kominfo mempunyai peran penting dalam memberikan fasilitas informasi kepada masyarakat, sehingga masyarakat sudah hampir menerima semua informasi yang diberikan kominfo, walaupun masih ada beberapa masyarakat yang belum menerima juga informasi dari Kominfo. Dengan menggunakan teori perencanaan komunikasi yaitu yang menjelaskan bahwa rencana-rencana yang akan di ambil oleh kepala plt biro humas kominfo mempunyai tanggung jawab sebagai peran Humas Kominfo sebagai fasilitator kepada Masyarakat Jakarta Pusat untuk memenuhi kebutuhan, yaitu untuk memberikan semua informasi secara merata dan menyeluruh untuk masyarakat Indonesia bukan hanya masyarakat Jakarta Pusat tetapi seluruh masyarakat Indonesia, sehingga Kominfo memiliki peran humas fasilitator komunikasi lebih baik dan banyak diketahui seluruh masyarakat luas.
2. Peran humas Kominfo dalam memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat secara keseluruhan berjalan baik, yaitu sebagai fasilitas komunikator internal di Kominfo melalui



konferensi pers, siaran pers, anugerah jurnalistik dan program-program kominfo serta kegiatan lainnya. Dalam hal ini, praktisi humas bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diharapkan dan diinginkan oleh publiknya. Sehingga dengan komunikasi timbal balik tersebut dapat tercipta saling pengertian, mempercayai, menghargai, mendukung, dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak.

3. Faktor penghambat peran humas dalam memberikan pelayanan kepada Masyarakat Jakarta salah satunya kurangnya informasi terutama berita tentang hoax yang masih belum beredar secara merata ke seluruh masyarakat terutama di masyarakat pelosok terdalam dan masyarakat yang belum bisa mengakses internet, hal ini disebabkan karena Kominfo belum mengembangkan kegiatan tentang berita-berita hoax dan berita lainnya.

SARAN

1. Diharapkan Kominfo dapat menambahkan kegiatan-kegiatan yang lebih baru dan update lagi tentang kominfo dan Indonesia.

2. Diharapkan Kominfo dapat mengembangkan peristiwa tentang hoax yang ke seluruh masyarakat di seluruh Indonesia, bukan hanya masyarakat Jakarta agar hoax dapat di ketahui dan dipahami oleh semua masyarakat Indonesia.
3. Diharapkan Kominfo dapat membuat program-program yang lebih baru dan mempunyai inovasi program yang dapat membahas tentang keadaan Indonesia bukan hanya berita yang ada di Kominfo.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmara, R. (2017). Sistem Informasi Pengolahan Data Penanggulangan Bencana Pada Kantor Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal J-Click*, 3(2).
- Bonar. 1993. *Hubungan Masyarakat Modern*, PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Putra Grafika.
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Revisi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Danandjaja. 2011. *Peranan Humas dalam Perusahaan*. Cetakan pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.



- Jefkins, Frank. 2004. *Public Relations*. Jakarta: PT. Erlangga.
- Kusumastuti, F. 2002. *Dasar-dasar Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- M. Linggar Anggoro. 2005. *Teori & Profesi Kehumasan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Littlejohn, Stephen W. dan Foss, Karen A. 2014. *Teori Komunikasi Theories of Human Communication*. Edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.
- Machmud, R. (2013). Peranan Penerapan Sistem Informasi Manajemen Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai Lembaga Pemasarakatan Narkotika (Lapastika) Bollangi Kabupaten Gowa. *Jurnal Capacity STIE AMKOP Makassar*, 9(3), 409–421.
- Moleong, L.J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nova, F. 2011. *Crisis Public Relations*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Oemi, Abdurrachman, 2001. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Ruliana, Poppy. 2014. *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus*. Jakarta: Rajawali.
- Ruslan, Rosady, 2006. *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi*, edisi revisi, PT. Raja Grafindo, Jakarta.
- Ruslan, Rosady. 2016. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers. Cetakan ke – 13.
- Undang-Undang Dasar Negara 1945 pasal 28 F tentang kebebasan memperoleh komunikasi.
- Wirutomo, Paulus. (1981). *Pokok-Pokok Pikiran dalam Sosiologi*. Jakarta: Rajawali Press.