

Pengelolaan Komunikasi Publik

Thoriq Ramadani
Kementerian ESDM-Pasca Sarjana STIA LAN Jakarta
thoriq.ramadani@esdm.go.id

Abstract

This study attempts to find answers to how the implementation of public communication management at the Secretariat General of the National Energy Council. By looking at the implementation and the factors that influence the implementation of management of public communication, namely communication, resources, disposition and bureaucratic structure. It was revealed that the implementation was running, although it could still be improved. There are several things that concern the informants regarding the limitations of the existing budget and equipment, but the limitations that do not affect work motivation and even become included to further improve the synergy in managing public communication in the future, through collaboration with Ministries / Institutions of DEN Members. Significant increase in social media followers is also one measure of achievement.

Keywords: public communication; policy implementation

Abstrak

Penelitian ini berupaya menemukan jawaban tentang bagaimana implementasi pengelolaan komunikasi publik di Sekretariat Jenderal Dewan Energi Nasional. Dengan melihat implementasi dan faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi pengelolaan komunikasi publik, yaitu komunikasi, sumber daya, disposisi dan struktur birokrasi. Diungkap bahwa implementasi sudah berjalan, walaupun masih bisa ditingkatkan. Ada beberapa hal yang menjadi perhatian informan terkait keterbatasan anggaran dan peralatan yang ada, namun adanya keterbatasan itu tidak mempengaruhi motivasi bekerja dan bahkan menjadi masukan untuk lebih meningkatkan lagi dalam hal sinergi pengelolaan komunikasi publik ke depan, melalui kerja sama dengan Kementerian/Lembaga Anggota DEN. Peningkatan pengikut media sosial yang signifikan juga menjadi salah satu ukuran pencapaian.

Kata Kunci: komunikasi publik; implementasi kebijakan

PENDAHULUAN

Pengelolaan komunikasi publik yang dilakukan Pemerintah diatur dalam Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik. Inpres ini dibuat dalam rangka menunjang keberhasilan Kabinet Kerja, menyerap aspirasi publik, dan mempercepat penyampaian informasi tentang kebijakan dan program pemerintah.

Salah satu instruksi mengamanatkan untuk menyampaikan informasi melalui berbagai saluran komunikasi kepada masyarakat secara tepat, cepat, obyektif, berkualitas baik, berwawasan nasional, dan mudah dimengerti terkait dengan kebijakan dan program pemerintah. Pemerintah melalui humas dituntut untuk bisa beradaptasi dengan cepat seiring dengan kehadiran teknologi dalam berkomunikasi, seperti pemanfaatan *smart phone* untuk menyebarluaskan informasi melalui media online dan media sosial.

Penggunaan media sosial sendiri telah menjadi semacam tren atau gaya hidup di Indonesia. (Aprinta EB & Dwi SW, 2017, p. 65). Fenomena media jejaring sosial sebagai bentuk kemajuan teknologi komunikasi dan informasi sudah sangat populer bukan hanya dikalangan kaum muda. (Munandar & Suherman, 2016, p. 423). Media sosial sebagai ruang ekspresi yang bebas dominasi pasar dan intervensi negara. (Heryanto, 2015, p. 43).

Tidak hanya untuk sebagai media untuk berkomunikasi, kini media sosial sudah menjadi media untuk menuangkan kreatifitas. (Munandar & Suherman, 2016).

Bahkan, media sosial hadir dan merubah paradigma berkomunikasi di masyarakat saat ini. Komunikasi tak terbatas jarak, waktu, ruang. Bisa terjadi dimana saja, kapan saja, tanpa harus tatap muka. (Watie, 2011, p. 69). Konsekuensi yang muncul seperti semakin terbukanya kesempatan tiap individu untuk mengemukakan pendapat pada media sosial, yang terpenting kendali diri tetap dimiliki, agar dapat sesuai dalam koridor.

Dalam penelitian terhadap perilaku komunikasi Kepala Daerah dengan citra publik dan ekspektasi publik dijelaskan bahwa perilaku komunikasi seorang Kepala Daerah di hadapan publik dapat menunjukkan kualitas komunikasinya. (Buluamang, 2018, p. 85). Dari hasil penilitan itu disarankan kualitas perilaku komunikasi seorang kepala daerah di hadapan publik agar memerhatikan aspek kompetensi komunikasi, keterampilan komunikasi dan konsistensi komunikasi (Buluamang, 2018).

Dalam penelitian terhadap Ridwan Kamil, yang menggunakan media sosial dalam aktifitas komunikasi pemerintahannya. Yang pertama, diungkapkan bahwa Ridwan Kamil memiliki mimpi untuk memberi dan berbagi sebanyak mungkin manfaat bagi masyarakat Bandung dari apa yang beliau miliki yaitu media sosial disertai jaringan kreatifnya dan kekuasaan formal sebagai Walikota Bandung. Kedua Ridwan Kamil bersifat pribadi karena merupakan hasil refleksi dari kepercayaan spiritual yang dipercaya. (Munandar & Suherman, 2016).

Dalam penelitian yang mengkaji peran media dan partisipasi publik era Pemerintahan Joko Widodo (Jokowi) diungkapkan bahwa setiap rezim berkuasa termasuk rezim Jokowi, punya potensi “dibajak” oleh sekelompok elite politisi yang berkolaborasi dengan para pengusaha dalam menikmati kekuasaan. (Heryanto, 2015, p. 43). Lebih lanjut diungkapkan penekanan akan pentingnya media massa dan media sosial harus bisa dioptimalkan sebagai katalisator partisipasi publik. (Heryanto, 2015).

Pada penelitian ini lebih kepada pengelolaan komunikasi publik untuk penyampaian informasi kepada masyarakat yang dilakukan Pemerintah, dalam hal ini Sekretariat Jenderal Dewan Energi Nasional (Setjen DEN) Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM).

Melalui latar belakang di atas, penelitian ini ingin mengetahui bagaimana implementasi pengelolaan komunikasi publik pada Sekretariat Jenderal Dewan Energi Nasional (Setjen DEN)? Dengan tujuan untuk mengetahui implementasi kebijakan pengelolaan komunikasi Publik di Setjen DEN.

KAJIAN LITERATUR

Implementasi Kebijakan

Implementasi kebijakan intinya adalah kegiatan untuk mendistribusikan keluaran kebijakan (*to deliver policy output*) yang dilakukan oleh para implementer kepada kelompok sasaran (*target group*) sebagai upaya untuk mewujudkan tujuan kebijakan. Tujuan kebijakan diharapkan akan muncul manakala *policy output* dapat diterima dan dimanfaatkan dengan baik oleh kelompok sasaran sehingga dalam jangka panjang hasil kebijakan akan mampu diwujudkan. (Purwanto & Sulistyastuti, 2015, p. 21)

Studi implementasi kebijakan sangat penting untuk studi administrasi publik dan kebijakan publik. *Four critical factors or variables in implementing public policy: communication, resources, dispositions or attitudes, and bureaucratic structure*. (Edwards III, 1980, pp. 9-10). Dalam pandangan George C. Edwards III, implementasi kebijakan dipengaruhi oleh empat aspek yaitu (1) komunikasi, (2) sumberdaya, (3) disposisi atau sikap, dan (4)

struktur birokrasi. Empat faktor yang berpengaruh dalam implementasi kebijakan bekerja secara simultan dan berinteraksi satu sama lainnya baik itu membantu maupun justru menjadi penghambat implementasi kebijakan. (Ramadani, 2018, p. 144).

Pengelolaan Komunikasi Publik

Ahmed Kurnia Soeriawidjaja dalam paparannya yang disampaikan di Jakarta mengatakan Pengelolaan komunikasi publik adalah tata cara pengendalian informasi publik yang meliputi perencanaan, penyiapan, dan pelaksanaan komunikasi publik terkait dengan kebijakan dan program Pemerintah.

Adapun karakteristik pengelolaan komunikasi publik adalah (1) melayani publik dengan informasi terkait kebijakan pemerintah yang sudah, sedang, dan akan dilakukan, (2) melibatkan publik dalam merumuskan, melaksanakan, dan mengawasi kebijakan pemerintah yang sudah, sedang, dan akan dilakukan, (3) berbasis fakta, data, dan *updating* informasi, (4) menjelaskan duduk perkara secara proporsional (tidak ofensif dan tidak defensif dalam berkomunikasi) dan (5) melaksanakan Edukasi di Ruang Publik.

Berdasarkan Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 371/KEP/M.KOMINFO/8/2007 tentang Kode Etik Hubungan Masyarakat Pemerintahan, yang dimaksud humas Pemerintah adalah aktivitas lembaga dan atau individu yang melaksanakan fungsi manajemen dalam bidang komunikasi dan informasi kepada publik pemangku kepentingan (*stakeholders*) dan sebaliknya. Astrid S. Susanto menyampaikan bahwa humas pemerintah atau *government public relations*, menurut tindakan yang ditujukan kepada menghasilkan pendapat dan iklim pendapat yang mendukung instansi. (Suprawoto, 2018, p. 48).

Humas Pemerintah menjalankan fungsi dalam mengelola komunikasi publik untuk penyampaian informasi tentang kebijakan dan program pemerintah. Kita dapat melihat tentang pejabat publik yang menggunakan media sosial untuk menyampaikan informasi tentang kebijakan dan program pemerintah, seperti yang dilakukan Jokowi dan Ridwan Kamil. Untuk pengelolaan komunikasi publik yang dilakukan oleh instansi Pemerintahan, kita dapat melihat Kementerian Pariwisata dan Institut Pertanian Bogor (IPB).

Jokowi yang aktif dalam memberikan informasi dalam bentuk Video Blog (Vlog), pada Vlog #Baliaman ia merepresentasikan citra dirinya sebagai pemimpin negara yang sanggup memberikan rasa aman pada masyarakat, sekaligus menghadirkan kesetaraan yang tidak berjarak antara presiden dan rakyatnya. (Besman, Adiputra, & Saputra, 2018, p. 54).

Ridwan Kamil menjadi figur pelopor bagaimana memanfaatkan linimasa dunia maya ini untuk membuka ruang komunikasi yang nyata tanpa batas dan sekat birokrasi pelik antara Ridwan Kamil dan jajarannya selaku pemerintah kota dengan warga Kota Bandung yang dipimpinnya. (Munandar & Suherman, 2016, p. 428)

Pengelolaan komunikasi publik yang dilakukan Pemerintah, dapat dilihat pada Kementerian Pariwisata. Sosial media yang digunakan oleh Kementerian Pariwisata yaitu, twitter dengan akun @Kemenpar_RI, Instagram dengan akun @kemenpar, Facebook dengan akun Kementerian Pariwisata, Youtube dengan Kementerian Pariwisata, dan Website yaitu www.kemenpar.go.id. Strategi yang dilakukan oleh Kementerian Pariwisata seperti meng-*upload* destinasi wisata yang ada di Indonesia melalui media sosial. (Sari & Sunarya, 2017).

Selain itu, dengan membuat program untuk para blogger dan menggunakan *endorse* yaitu artis Indonesia sehingga penggemarnya dapat mem-*follow* dan mengetahui kegiatan apa saja yang dilakukan oleh Kementerian Pariwisata. Yang pada tujuan akhirnya untuk

membuat devisa Negara Indonesia semakin bertambah dengan adanya wisatawan asing yang datang ke Indonesia. (Sari & Sunarya, 2017).

Strategi komunikasi publik yang dilakukan oleh IPB dalam membangun pemahaman mahasiswa terhadap penerapan Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum (PTN-BH), bentuk sosialisasi adalah mengarahkan seluruh kemampuan dan media yang ada, mulai dari media cetak, elektronik hingga digital. Dalam penyampaian informasi dilakukan secara intensif hingga masuk ke setiap grup Whatsapp dan Line mahasiswa, tenaga pendidikan dan dosen untuk menjawab setiap permasalahan yang meresahkan akibat perubahan status ke PTN-BH ini. (Zubair, Dewi, & Kadarisman, 2018, p. 83).

Diharapkan melalui komunikasi publik yang intensif dan tidak terbatas kepada pihak internal maupun eksternal maka pihak Humas IPB berusaha mengajak *stakeholder* (mahasiswa) untuk ikut mendukung program-program penerapan PTN-BH di IPB. Pemahaman mahasiswa IPB terhadap penerapan PTN-BH ini terbentuk dari upaya kegiatan komunikasi publik Divisi Humas IPB yang intensif. (Zubair, Dewi, & Kadarisman, 2018, p. 83).

Melalui penjelasan di atas, pengelolaan komunikasi publik dapat dilakukan baik melalui pejabat publik secara langsung maupun instansi Pemerintah. Pengelolaan komunikasi publik yang dilakukan sebagai cara untuk menyampaikan informasi kebijakan dan program kerja Pemerintah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan jenis data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui wawancara informan penelitian yang terdiri dari Pejabat (Kepala Bagian dan Kepala Sub Bagian) dan pelaksana (staf Penyelenggara Humas dan staf Pengelola Dokumentasi dan Publikasi) di lingkungan Biro Fasilitasi Kebijakan Energi dan Persidangan Setjen DEN, serta data sekunder yang didapat melalui tinjauan literatur.

Tahapan penelitian melalui kategorisasi (*coding*) hasil wawancara berdasarkan kesamaan substansi. Kemudian, digabungkan secara deskripsi sehingga menjadi kesatuan pada tiap faktor yang berpengaruh dalam implementasi kebijakan seperti yang diungkapkan George C. Edwards III.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Biro Fasilitasi Kebijakan Energi dan Persidangan Setjen DEN

Sesuai Peraturan Menteri (Permen) ESDM Nomor 9 Tahun 2009 tentang Tugas dan Fungsi Organisasi Setjen DEN, Biro Fasilitasi Kebijakan Energi dan Persidangan Setjen DEN mempunyai tugas membantu Sekretaris Jenderal DEN dalam penyelenggaraan persidangan, penyiapan dan pengelolaan bahan-bahan persidangan Dewan Energi Nasional dalam rangka perancangan dan perumusan Kebijakan Energi Nasional (KEN) dan penetapan Rencana Umum Energi Nasional (RUEN), penyelenggaraan Hubungan Kemasyarakatan (Humas) serta fasilitasi kegiatan Kelompok Kerja.

Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud, Biro Fasilitasi Kebijakan Energi dan Persidangan Setjen DEN menyelenggarakan fungsi:

- a. Koordinasi persidangan DEN
- b. Pengelolaan fasilitasi kegiatan Kelompok Kerja
- c. Pengelolaan kajian kebijakan dan perencanaan energi
- d. Penyusunan bahan persidangan untuk perumusan KEN

- e. Penyusunan bahan persidangan untuk penelaahan atas rumusan RUEN yang disiapkan oleh Pemerintah, serta perencanaan energi daerah
- f. Penyelenggaraan persidangan dan penyusunan notulen persidangan DEN
- g. Penyelenggaraan keprotokolan dan kehumasan DEN dan
- h. Evaluasi dan pelaporan fasilitasi persidangan untuk penyusunan bahan perumusan KEN dan penetapan Rencana Umum Energi.

Biro Fasilitasi Fasilitasi Kebijakan Energi dan Persidangan Setjen DEN terdiri dari tiga bagian, yaitu:

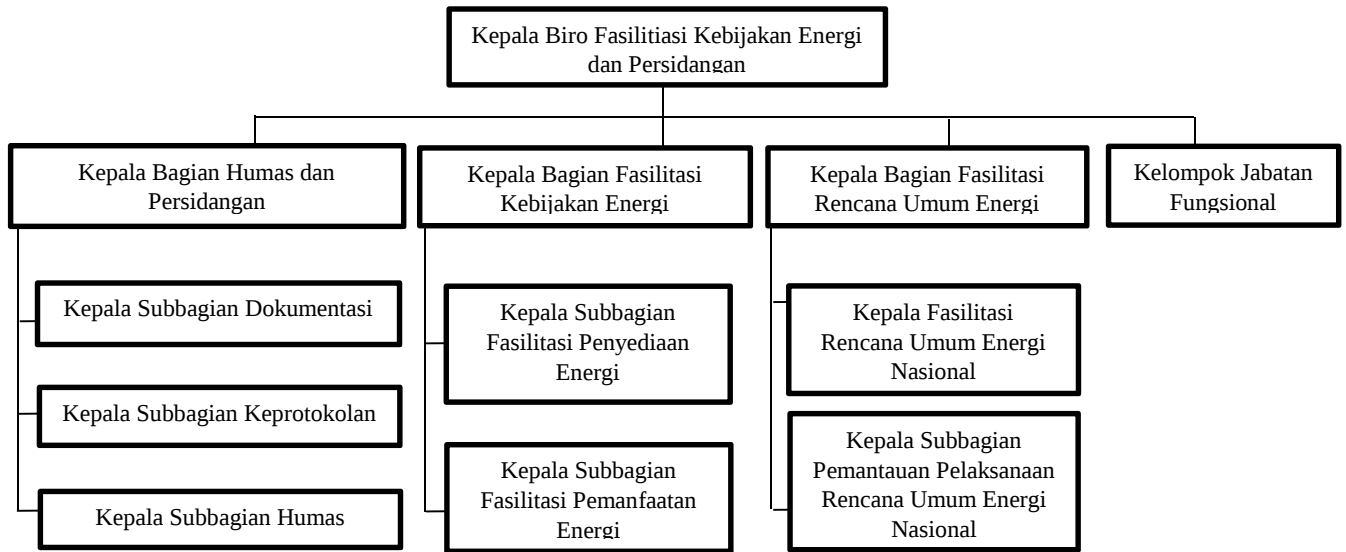
- a. Bagian Humas dan Persidangan
- b. Bagian Fasilitasi Kebijakan Energi dan
- c. Bagian Fasilitasi Rencana Umum Energi
- d. Kelompok Jabatan Fungsional

Bagian Humas dan Persidangan memiliki tugas melaksanakan urusan hubungan masyarakat, keprotokolan, dan persidangan DEN, serta kegiatan Kelompok Kerja. Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud, Bagian Humas dan Persidangan menyelenggarakan fungsi:

- a. Penyiapan koordinasi penyelenggaraan humas dan persidangan;
- b. Pelaksanaan keprotokolan Sidang Paripurna dan Sidang Anggota DEN, serta kegiatan Kelompok Kerja
- c. Pelaksanaan fasilitasi Sidang Paripurna dan Sidang Anggota DEN, serta kegiatan Kelompok Kerja;
- d. Pelaksanaan humas dan hubungan kelembagaan;
- e. Pelaksanaan dokumentasi dan pengumpulan bahan persidangan DEN, serta kegiatan Kelompok Kerja;
- f. Penyusunan notulen persidangan DEN;
- g. Evaluasi dan pelaporan pelaksanaan humas keprotokolan, dan persidangan DEN, serta kegiatan Kelompok Kerja.

Bagian Humas dan Persidangan terdiri dari tiga Subbagian, yang terdiri dari:

- a. Subbagian Dokumentasi mempunyai tugas melakukan penyusunan bahan, data dan penelaahan, serta evaluasi pelaksanaan atas dokumentasi persidangan dan penyusunan notulen persidangan DEN
- b. Subbagian Keprotokolan memiliki tugas melakukan penyusunan bahan, data dan penelaahan, serta evaluasi pelaksanaan atas penyelenggaraan keprotokolan yang meliputi penyiapan jadwal, agenda, undangan dan penyelenggaraan persidangan DEN
- c. Subbagian Humas memiliki tugas melakukan pengumpulan bahan dan data, pelaksanaan, serta evaluasi pelaksanaan atas penyelenggaraan komunikasi kemasyarakatan, siaran dan konferensi pers, publikasi dan hubungan kelembagaan kegiatan DEN.



Gambar 1. Struktur Biro Fasilitasi Kebijakan Energi dan Persidangan

Sumber: Diolah dari Permen ESDM Nomor 14 Tahun 2009 tentang Tugas dan Fungsi Organisasi Setjen DEN

2. Implementasi Pengelolaan Komunikasi Publik

Setjen DEN menggunakan saluran-saluran komunikasi dalam mengimplementasikan pengelolaan komunikasi publik, seperti:

a. *Above the line*

1) Publikasi di media massa /media online (tidak berbayar), yang mencakup:

a. Konferensi pers dan penyebaran siaran pers ke media massa

Pada konferensi pers yang dilakukan setelah Sidang Anggota, siaran pers disampaikan ke media massa, sebagai alat penyebarluasan informasi program dan kebijakan Pemerintah kepada media massa.

b. Website www.den.go.id

Penyampaian informasi melalui www.den.go.id diharapkan dapat memberikan isu-isu positif dalam pemberitaan di media, seperti pemberitaan mengenai pemberitaan hasil Sidang Anggota DEN. Dengan koordinasi kepada Biro Komunikasi Layanan Informasi Publik dan Kerja Sama Setjen ESDM, terkadang publikasi yang dilakukan Biro Fasilitasi Kebijakan Energi dan Persidangan juga disebarluaskan melalui www.esdm.go.id. Dan mendapat sambutan positif oleh beberapa media online yang memuat berita yang sama.



**Gambar 2. Artikel berita di www.den.go.id berjudul
“Sidang Anggota ke-26 DEN: Bahas Hasil Pendampingan Penyusunan RUED Provinsi”
Sumber: www.den.go.id, 2018**

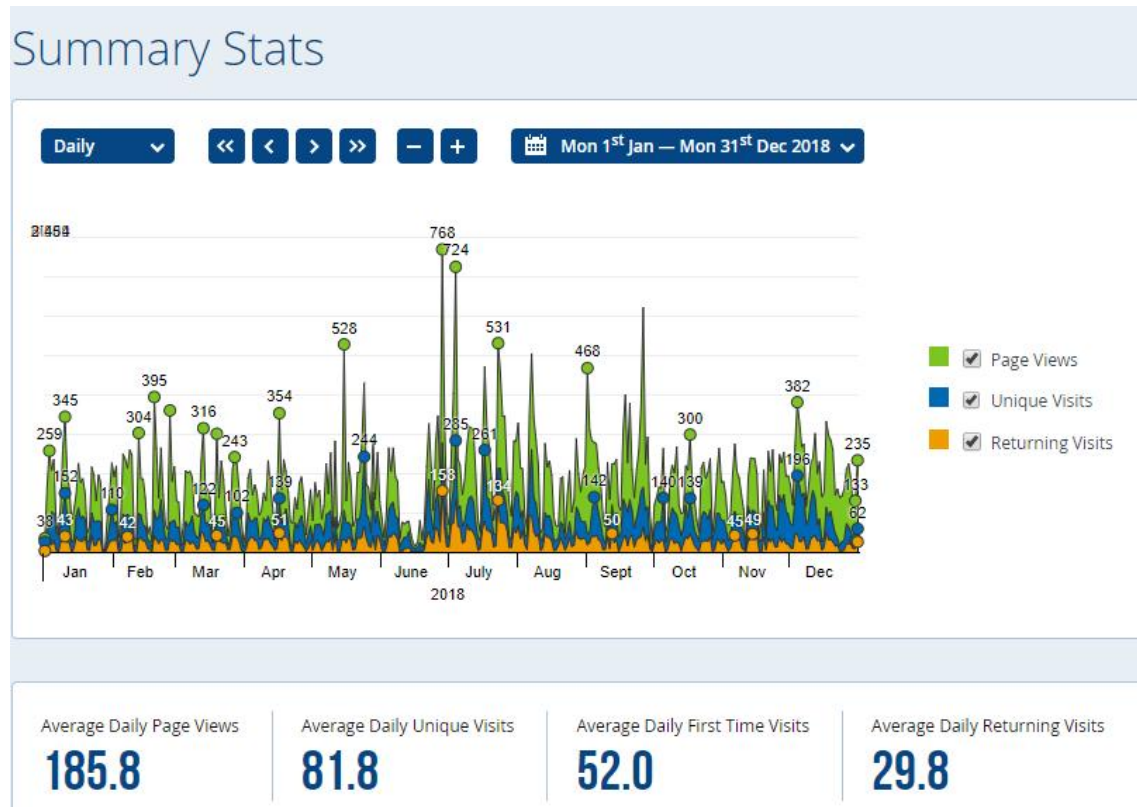


**Gambar 3. Artikel berita di www.esdm.go.id berjudul
“34 Provinsi Selesaikan Rancangan Rencana Energi Daerah, Dorong Percepatan EBT”
Sumber: www.esdm.go.id, 2018**



Gambar 4. Artikel berita berjudul www.detik.com berjudul "34 Pemprov Sepakat Dorong Percepatan Energi Baru Terbarukan"
Sumber: www.detik.com, 2018

Dalam *Summary Stats* (Ringkasan Statistik) yang diperoleh dari <https://statcounter.com> pada website www.den.go.id diungkap bahwa rata-rata kunjungan harian pada www.den.go.id sebanyak 185.8 *page viewers* selama tahun 2018. Kunjungan paling tinggi tercatat pada tanggal 28 Juni 2018 yang mencapai 768 *page viewers*, di mana tanggal tersebut terdapat pengumuman pada kolom berita yang berjudul “Perubahan Jadwal Penyaringan Calon Anggota DEN”.



Gambar 5. Summary Stats (Ringkasan Statistik) di www.den.go.id tahun 2018

Sumber: <https://statcounter.com>, 2019

2) Publikasi di media online (berbayar)

Advertorial di media online berupa kebijakan dan capaian kinerja sektor ESDM, walaupun kebutuhan biaya untuk beriklan di media relatif tinggi.



**Gambar 6. Artikel berita di www.tempo.co berjudul
"Capaian Pengelolaan Sektor Energi dan Sumber Daya Mineral"**

Sumber: www.tempo.co, 2018

b. Below the line

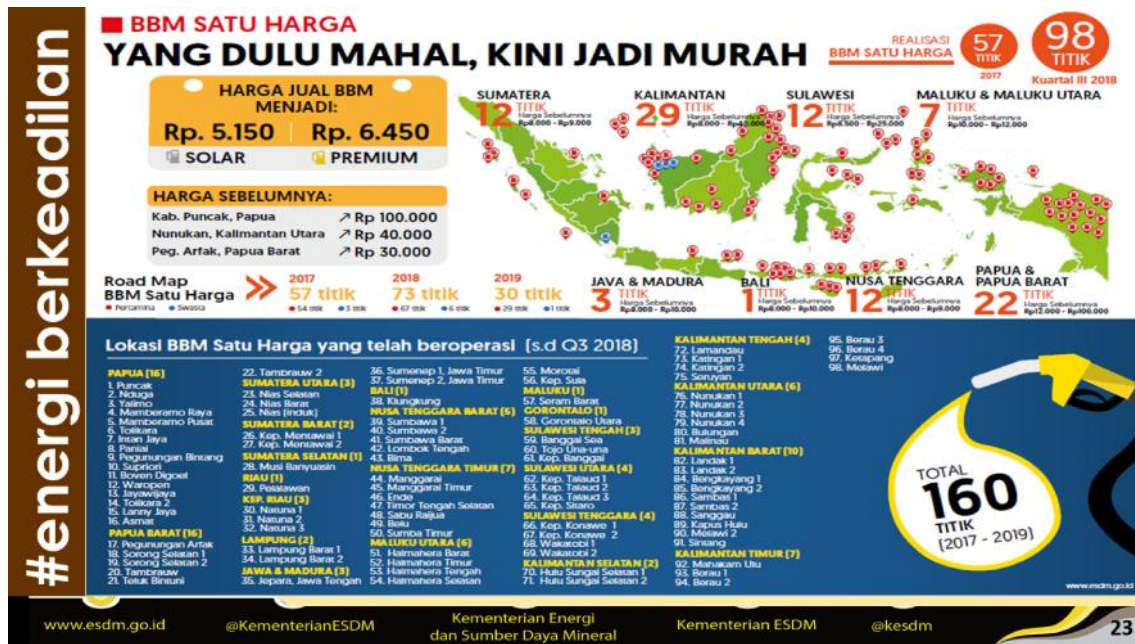
Publikasi melalui tatap muka, yang mencakup:

1) Forum kehumasan

Forum kehumasan merupakan kegiatan hubungan antar kelembagaan Humas Kementerian/Lembaga Anggota DEN, yang bertukar pikiran mengenai pengelolaan komunikasi publik.

2) Sosialisasi Capaian Pengelolaan Sektor ESDM

Kegiatan yang dilakukan untuk menyebarluaskan informasi di daerah, kepada Kementerian/Lembaga Anggota DEN, Pemerintah Daerah, Perguruan Tinggi dan Badan Usaha serta instansi lain terkait.



c. *Through the line*

Publikasi melalui media sosial. Setjen DEN memiliki empat kanal media sosial yaitu Facebook dengan akun Dewan Energi Nasional, Twitter dengan akun @dewanenergi, Instagram dengan akun @dewanenergi dan Youtube dengan akun Dewan Energi Nasional. Peningkatan *followers* terbanyak terjadi pada akun Facebook Dewan Energi Nasional yang pada 18 Januari 2018 sebanyak 329 *followers* dan 8 Januari 2019 menjadi sebanyak 1.528 *followers*. Instagram @dewanenergi, pada 18 Januari 2018 memiliki 179 *followers* dan melonjak signifikan tercatat pada 8 Januari 2019 memiliki jumlah *followers* 1.056.



Gambar 10. Infografis di akun instagram DEN @dewanenergi

Sumber: Instagram @dewanenergi, 2019

Tabel 1. Capaian Pengikut Media Sosial DEN

Kanal Media Sosial	18 Januari 2018	8 Januari 2019
Facebook	329 Followers	1528 Followers
Twitter	290 Followers	744 Followers
Instagram	179 Followers	1.056 Followers
Youtube	0 Subscribers	69 Subscribers
Total	798	2340

Sumber: Media Sosial DEN, 2018 dan 2019

Analisis Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap Pejabat dan Pelaksana di lingkungan Bagian Humas dan Persidangan, Biro Fasilitasi Kebijakan Energi dan Persidangan Setjen DEN dalam penelitian yang dilakukan untuk menjawab permasalahan bagaimana implementasi pengelolaan komunikasi publik di Setjen DEN, penulis akan jelaskan di bawah ini.

Berdasarkan analisa implementasi pengelolaan implementasi pengelolaan komunikasi publik di Setjen DEN terlihat dengan dilakukannya komunikasi dengan berbagai saluran, pertama *above the line* melalui publikasi di media massa /media online (tidak berbayar) melalui konferensi pers dan penyebaran siaran pers ke media massa dan website www.den.go.id, serta publikasi di media online (berbayar). Kedua, *below the line* dengan

kegiatan Forum Kehumasan DEN, Sosialisasi Capaian Pengelolaan Sektor ESDM dan pameran. Ketiga, *through the line* publikasi melalui media sosial DEN.

Pengikut media sosial DEN yang meningkat pada tahun 2018 tidak terlepas dari adanya keaktifan pengelola media sosial di DEN, seperti pengunggahan kegiatan DEN dan Setjen DEN serta infografis mengenai kebijakan DEN. Selain itu, adanya pemberitaan dengan video di saluran Youtube Dewan Energi Nasional dengan isu-isu keenergian di tanah air yang bisa meningkatkan *awareness* untuk melihat akun DEN, seperti video dengan judul “PLTP Kamojang, Pembangkit Listrik Bertenaga Panas Bumi” yang ditonton 715 *viewers* per 8 Januari 2019.



PLTP Kamojang, Pembangkit Listrik Bertenaga Panas Bumi - DEN TV Episode 3

715 views

15 1 SHARE SAVE ...

Gambar 11. Video PLTP Kamojang, Pembangkit Listrik Bertenaga Panas Bumi di akun Youtube Dewan Energi Nasional

Sumber: Youtube Dewan Energi Nasional, 2018

Terdapat empat faktor memiliki pengaruh dalam pengelolaan komunikasi publik di Setjen DEN, faktor (1) komunikasi, wawancara menunjukkan bahwa manfaat pengelolaan komunikasi publik dapat dirasakan oleh masyarakat dengan tersampainya kebijakan dan program Pemerintah, walaupun dapat lebih ditingkatkan mengenai pengikut di media sosial. Kedua informan menjelaskan manfaat yang dirasakan masyarakat terkait pengelolaan komunikasi publik, bahkan pengelolaan komunikasi publik merupakan ujung tombak. Sementara dua informan yang lain mengatakan manfaat belum optimal dan masih bisa perlu ditingkatkan lagi ke depannya.

Faktor (2) sumberdaya yang menjadi sorotan semua informan merupakan alokasi anggaran yang dirasa masih terbatas, namun demikian salah satu pejabat mengatakan dengan keterbatasan anggaran yang ada tetap harus jalan. Semoga kontribusi yang ada menjadi lebih besar dengan penguatan kerja sama dengan Kementreian/Lembaga Anggota DEN. Untuk membangun komunikasi yang lebih besar dalam pengelolaan komunikasi publik.

Adapun Kementerian/Lembaga Anggota DEN adalah Kementerian ESDM, Kementerian Keuangan, Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Bappenas, Kementerian

Perhubungan, Kementerian Perindustrian, Kementerian Pertanian, Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi serta Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. Sumber daya manusia yang dimiliki oleh Bagian Humas dan Persidangan adalah sepuluh orang, yang terdiri dari satu orang Kepala Bagian, tiga orang Kepala Sub Bagian dan enam orang Pelaksana dan Pejabat Fungsional. Peningkatan kapasitas sumber daya manusia pada Bagian Humas dan Persidangan dengan mengikuti pendidikan dan pelatihan terkait kehumasan seperti pembuatan infografis dan videografis menjadi salah satu perhatian informan pelaksana. Selain itu, pengadaan peralatan seperti kamera yang mumpuni dan laptop dengan spesifikasi yang apik untuk melakukan edit video diperlukan untuk mengisi konten media sosial.

Namun demikian, dengan adanya alokasi anggaran yang terbatas pengaruh faktor (3) disposisi atau sikap dijelaskan semua informan bahwa motivasi kerja tetap ada. Bahkan, salah satu Pejabat mengatakan perlu adanya sinergi yang baik. Baik itu internal di Bagian Humas dan Persidangan maupun di Kementerian/Lembaga Anggota DEN lainnya.

Sedangkan untuk faktor (4) struktur birokrasi, salah satu Pejabat mengatakan bahwa Bagian Humas dan Persidangan merupakan Bagian yang memiliki ruang lingkup kerja yang luas. Bagian Humas dan Persidangan memiliki tiga Sub Bagian, yaitu Sub Bagian Dokumentasi, Sub Bagian Keprotokolan dan Sub Bagian Humas. Sementara kedua Bagian lainnya di Biro Fasilitasi Kebijakan Energi dan Persidangan hanya memiliki dua Sub Bagian.

Salah satu pelaksana memandang bahwa semua Sub Bagian di Bagian Humas dan Persidangan saling terkait dalam menjalankan tugas dan fungsinya, seperti dalam membuat berita yang akan diunggah di website www.den.go.id, Sub Bagian Humas membutuhkan materi foto yang dilakukan oleh Sub Bagian Dokumentasi. Begitu juga Sub Bagian Dokumentasi membutuhkan bahan paparan Sidang Paripurna dan Sidang Anggota DEN, yang dilakukan Sub Bagian Keprotokolan dalam penyiapannya.

Keempat faktor tersebut yaitu komunikasi, sumber daya, disposisi dan struktur organisasi mempengaruhi implementasi pengelolaan komunikasi publik di Setjen DEN. Keempat faktor saling terkait satu sama lain terkait kebijakan dan program kerja Pemerintah.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan implementasi pengelolaan komunikasi publikasi di Setjen DEN diungkap bahwa implementasi sudah berjalan, walaupun masih bisa ditingkatkan. Ada beberapa hal yang menjadi perhatian informan terkait keterbatasan anggaran dan peralatan yang ada, namun adanya keterbatasan itu tidak mempengaruhi motivasi bekerja dan bahkan menjadi masukan untuk lebih meningkatkan lagi dalam hal sinergi pengelolaan komunikasi publik ke depan, melalui kerja sama dengan Kementerian/Lembaga Anggota DEN. Peningkatan pengikut media sosial yang signifikan juga menjadi salah satu ukuran pencapaian.

Saran

Saran dari penelitian ini adalah diperlukan adanya alokasi anggaran yang memadai dan peralatan yang memang dibutuhkan dalam mengelola komunikasi publik di Setjen DEN. Untuk penelitian ke depan, penulis menyarankan adanya pendalaman terkait konten kreatif yang dibuat dan memberikan respon dari pada masyarakat di media sosial.

PENGAKUAN

Alhamdulillah hirobbil ‘aalamiin. Allahuma sholli ‘ala Muhammad. Terima kasih kepada keluarga, informan penelitian, mitra bestari dan redaksi Jurnal Good Governance yang telah membantu diterbitkannya naskah jurnal ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprinta EB, G., & Dwi SW, E. (2017). Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Tingkat Kepekaan Sosial di Usia Remaja. *The Messenger Volume 9, Nomor 1*, 65-69.
- Besman, A., Adiputra, A. V., & Saputra, S. J. (2018). Komunikasi Presiden Joko WIdodo dalam Vlog #Baliaman. *Jurnal Penelitian Komunikasi Vol. 21 No. 1*, 43-56.
- Buluamang, Y. M. (2018). Hubungan antara Perilaku Komunikasi Kepala Daerah dengan Citra Publik dan Ekspektasi Publik. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media Vol. 22 No. 1*, 75-87.
- Edwards III, G. C. (1980). *Implementing Public Policy*. Washington DC: CQ Press.
- Heryanto, G. G. (2015). Model hubungan Politik Era Pemerintahan Jokowi: Mengkaji Peran Media dan Partisipasi Publik. *Jurnal Communicate Vol. I No. 1*, 31-45.
- Munandar, H., & Suherman, M. (2016). Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil di Media Sosial. *Prosiding Hubungan Masyarakat Volume 2, No. 1*, (pp. 423-430).
- Purwanto, E. A., & Sulistyastuti, D. R. (2012). *Implementasi Kebijakan Publik, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gavamedia.
- Ramadani, T. (2018). Pengelolaan Energi Nasional: Modal Pembangunan Bangsa. *Jurnal "Administrasi Publik" Volume XIV Nomor 2*, 143-149.
- Sari, D. M., & Sunarya, D. M. (2017). STRATEGY OF HUMAS TOURISM MINISTRY IN DISSEMINATING THE INDONESIAN TOURISM THROUGH ONLINE MEDIA. *Pantarei Vol. 1 No. 01*, 1-20.
- Suprawoto. (2018). *Government Public Relations Perkembangan & Praktik di Indonesia*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Watie, E. D. (2011). Komunikasi dan Media Sosial. *THE MESSENGER, Volume III, Nomor 1*, 69-75.
- Zubair, F., Dewi, R., & Kadarisman, A. (2018). Strategi Komunikasi Publik dalam Membangun Pemahaman Mahasiswa terhadap Penerapan PTNBH. *Profetik Jurnal Komunikasi Vol.11 / No.2*, 74-84.

Lain-lain:

Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 Tentang Pengelolaan Kebijakan Publik.

Peraturan Menteri ESDM Nomor 9 Tahun 2009 Tentang Tugas dan Fungsi Organisasi Setjen DEN.

Peraturan Menteri ESDM Nomor 13 Tahun 2016 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian ESDM.

Usman, E, "Capaian Kinerja Sektor ESDM: Kontribusi Minyak dan Gas dalam Pemenuhan Kebutuhan Energi Nasional", (paparan dipresentasikan pada Sosialisasi Capaian Pengelolaan Sektor ESDM), Sumbawa, Nusa Tenggara Barat, Indonesia 30 November 2018.

Soeriawidjaja, A. K, "*Government Public Relations* Narasi Tunggal", (paparan dipresentasikan pada Forum Kehumasan DEN), Jakarta, Indonesia, 23 Oktober 2018.