

**KOMUNIKASI PUBLIK DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA DALAM  
MENGINFORMASIKAN KEBIJAKAN PEMERINTAH  
(Studi Kasus Pada Bidang Pengelolaan Informasi Dan Komunikasi Publik  
Diskominfo Kabupaten Sidoarjo)**

**Rheiza**

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum  
Universitas Negeri Surabaya  
Email: rheiza.19086@[mhs.unesa.ac.id](mailto:mhs.unesa.ac.id)

**Awang Dharmawan**

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum  
Universitas Negeri Surabaya  
Email: awangdharmawan@[unesa.ac.id](mailto:unesa.ac.id)

**Abstrak**

Komunikasi publik menjadi bagian penting dari menginformasikan kebijakan pemerintah. Sudah menjadi tugas pokok dan fungsi Dinas Komunikasi dan Informatika untuk menginformasikan kebijakan pemerintah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi komunikasi publik Dinas Komunikasi dan Informatika dalam menginformasikan kebijakan pemerintah. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode penelitian analisis deskriptif. Pengumpulan data yang diperoleh melalui wawancara mendalam kepada delapan informan yang empat diantaranya merupakan pihak Dinas Komunikasi dan Informatika serta empat anggota organisasi kepemudaan Sidoarjo. Data hasil wawancara divalidasi menggunakan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan pihak Dinas Komunikasi dan Informatika sebagai pengirim belum maksimal dalam mengimplementasikan informasi kebijakan pemerintah serta pihak anggota kepemudaan Sidoarjo tidak mendapat informasi kebijakan pemerintah sebagai penerima pesan.

**Abstract**

Public communication is an important part of informing government policy. It has become the main task and function of the Office of Communication and Informatics to inform government policies. This study aims to find out how the implementation of public communication in the Office of Communication and Informatics informs government policy. This research is a qualitative research using descriptive analysis research method. Data collection was obtained through in-depth interviews with eight informants, four of whom were from the Office of Communication and Informatics and four members of the Sidoarjo youth organization. Data from the interviews were validated using documentation. The results of this study indicate that the Office of Communication and Informatics as the sender has not been maximal in implementing government policy information and the youth members of Sidoarjo have not received information on government policies as message recipients.

**Kata Kunci: Komunikasi Publik, Dinas Komunikasi dan Informatika, dan Kebijakan Pemerintah**

**PENDAHULUAN**

Sidoarjo ialah satu dari sekian kota di Jawa Timur yang dikenal dengan kebiasaan terlibatnya pemerintah dalam berbagai program pembangunan serta pengembangan di masyarakat. Kota yang terletak sekitar 17 kilometer di sebelah selatan Kota Surabaya ini memiliki berbagai macam resolusi yang

diselenggarakan oleh Pemerintah Daerahnya untuk mensejahterakan masyarakatnya. Pemerintah daerah Sidoarjo selalu mengupayakan dalam memperbaiki citra dirinya dengan cara melakukan berbagai program pembangunan yang dianggap dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat serta menginformasikan kebijakan pemerintah kepada

masyarakat Sidoarjo. Pada kesempatan ini, akan membahas tentang bagaimana komunikasi publik Dinas Komunikasi dan Informatika Sidoarjo dalam menginformasikan kebijakan Pemerintah Kabupaten Sidoarjo.

Komunikasi publik jika ditarik ulur pendefinisianannya adalah jalannya penyajian pesan yang berbentuk menjadi satu kesatuan informasi. Jalannya komunikasi publik membutuhkan alat, sarana atau media. Hal ini bisa dilakukan dengan menggunakan media massa, bisa media cetak yang berbentuk kertas, print, cat, dan lain-lain. Bisa juga menggunakan media elektronik yang menyediakan gambar dan suara atau suara saja. Lalu bisa menggunakan media online yang interaksinya terasa dekat satu sama lain. Media yang disebutkan di atas, penggunaannya tergantung pada target khalayak yang ingin dicapai dari jumlah hingga berbagai kategori khalayak. Dari sudut pandang Dennis Dijkzeul dan Markus Moke (2016), komunikasi publik dilaksanakan menjadi aktivitas serta cara bagaimana komunikasi publik dianggap strategis dikarenakan hal ini diperuntukkan untuk khalayak yang disasar. (Dionty & Lestari, 2022)

Tugas Diskominfo sendiri menurut PERBUP (Peraturan Bupati) No. 89 Tahun 2019 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Diskominfo Kabupaten Sidoarjo pada Bab 3 Pasal 4, Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo membantu agar Bupati melaksanakan urusan pemerintah yang dikirimkan kepada Kabupaten. Pada pasal 5, melakukan tugas yang diperuntukkan pada Pasal 4, Dinas Komunikasi dan Informatika menjalankan fungsi untuk:

- a) Melakukan perumusan kebijakan urusan komunikasi dan informatika, statistik dan persandian,
- b) Melaksanakan kebijakan urusan komunikasi dan informatika, statistik dan persandian,
- c) Melaksanakan evaluasi dan pelaporan urusan komunikasi dan informatika, statistik dan persandian,
- d) Melaksanakan administrasi dinas,
- e) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Bupati sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya.

Pada Dinas Komunikasi dan Informatika terdapat beberapa bidang, seperti Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik, Bidang Tata Kelola Informatika, Bidang Infrastruktur & Keamanan Teknologi Informasi dan Komunikasi, serta Bidang Statistik. Penelitian ini akan berfokus pada Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik.

Sebagian tugas yang diemban dinas informasi dan informatika dijalankan dan dilaksanakan oleh bidang pengelolaan informasi dan komunikasi publik. Berdasarkan pasal 14 terdapat beberapa fungsi yang dapat dijalankan oleh bidang informasi dan komunikasi publik untuk melaksanakan tugas yaitu:

- a) Menyiapkan informasi penyelenggaraan pemerintahan daerah Kabupaten,
- b) Menyebarluaskan informasi tentang penyelenggaraan pemerintahan daerah Kabupaten,
- c) Melayani hubungan komunikasi pemerintah daerah dengan khalayak kabupaten,
- d) Melaporkan pelaksanaan kegiatan pengelolaan informasi dan komunikasi publik,
- e) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan tugasnya.

Dalam melakukan tugas pokok dan fungsinya, Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo dituntut untuk terbuka. Keterbukaan informasi ini penting untuk dilakukan sebagai ambisi untuk keterusterangan serta kejelasan pemerintah berikan kepada masyarakat. Oleh karena itu, penggunaan media sosial sendiri dianggap sebagai sarana alternatif serta efektif dalam menyampaikan pesan karena tidak perlu melalui tahap tatap muka dengan penerima pesan, selain itu sosial media dapat memanfaatkan waktu yang ada dan menghemat biaya dengan capaian yang banyak. Pada Instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo dengan akun @diskomfosidoarjo sejak tanggal 17 Agustus 2022 lebih menonjolkan isu seremonial Kepala Daerah daripada substansi program pada masyarakat. Contoh isu seremonial sendiri seperti Bupati Sidoarjo memberikan bantuan kepada masyarakat yang kurang mampu, sedangkan isu substansial lebih mengarah kepada bagaimana bantuan yang diberikan oleh Bupati Sidoarjo berdampak baik bagi masyarakat dan apa yang masyarakat rasakan setelah mendapat bantuan tersebut sehingga fungsi komunikasi publik yang dilakukan oleh Diskominfo Kabupaten Sidoarjo dapat optimal dalam mengunggah tentang masyarakat Sidoarjo. Maka akan terbit fungsi komunikasi publik yang dilakukan di Instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Sidoarjo untuk menginformasikan bahwa program tersebut untuk masyarakat Sidoarjo.

Dapat dilihat dari postingan pada tanggal 7 September 2022 terdapat enam postingan yang diunggah masih merujuk kepada isu seremonial Bupati dan Wakil Bupati. Contoh substansi program

kepada masyarakat dapat dilihat pada postingan Instagram @diskominfosidoarjo tanggal 29 September 2022, Pemkab Sidoarjo berkolaborasi dengan Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai (KPPBC) Tipe Madya Pabean B Juanda Sidoarjo mengundang 40 pedagang rokok yang diadakan di Kafe Wojo, Desa Pagerwojo, Kecamatan Buduran untuk mengikuti sosialisasi pemberantasan rokok ilegal agar para pedagang rokok memiliki wawasan tentang rokok ilegal dan hukum saat menjual-beli rokok ilegal dengan sengaja. Pedagang rokok seperti Ibu Yuyuk mengatakan dan merasa beruntung sekali dapat menghadiri acara sosialisasi pemberantasan rokok ilegal. Isu inilah yang akan diangkat dalam penelitian ini.

## METODE

Penelitian ini menggunakan studi kasus mengenai implementasi komunikasi publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo dalam menginformasikan kebijakan pemerintah. Studi kasus merupakan kegiatan ilmiah yang intensif, mendalam dan merinci guna memperoleh pengetahuan mendalam mengenai suatu program, peristiwa, dan aktivitas, baik itu perorangan, sekelompok orang, lembaga, ataupun organisasi (Mudjia dalam Hidayat, 2019). Penelitian ini menggunakan studi kasus untuk menjelaskan implementasi komunikasi publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo dalam menginformasikan kebijakan pemerintah.

Dengan menggunakan studi kasus, maka penelitian ini adalah kualitatif deskriptif karena memerlukan analisis seperti pengumpulan data, penyusunan dan interpretasi data serta menganalisa objek yang diteliti (Setiabudi, 2014). Penelitian ini fokus meneliti bagaimana implementasi komunikasi publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo dalam menginformasikan kebijakan pemerintah, melalui wawancara, observasi dan hasil lapangan.

Untuk memperoleh data, peneliti menentukan narasumber yang kompeten dan mampu menjawab pertanyaan sesuai dengan fokus penelitian. Narasumber dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1. Identitas Informan

No	Informan	Jabatan
1.	DTW	Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo
2.	MW	Kepala Bagian Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik
3.	AYJ	Pranata Hubungan Masyarakat Ahli Pertama Bidang

		Pegelolaan Informasi dan Komunikasi Publik
4.	SR	Pranata Hubungan Masyarakat Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik
5.	AY	Wakil Sekretaris 4 bidang DHPK/Dakwah IPNU
6.	SH	Grand Finalis Guk Yuk Sidoarjo
7.	MM	Ketua BEM FBHIS Umsida periode 2020-2021
8.	MA	Ketua BEM FBHIS Umsida periode 2019-2020

Wawancara mendalam dilakukan dengan informan yang dipilih, dengan berupa wawancara terstruktur dengan sejumlah pertanyaan yang telah disusun secara sistematis dan bersifat luwes pada saat sesi wawancara berlangsung. Informasi tambahan pendukung lainnya diperoleh melalui wawancara dengan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo sebagai aktor komunikasi publik serta beberapa anggota organisasi kepemudaan Sidoarjo sebagai masyarakat Sidoarjo sekaligus penerima pesan.

Untuk mendapatkan data dan informasi pendukung lainnya, peneliti menggunakan bahan bacaan seperti buku dan jurnal yang berkaitan dengan implementasi komunikasi publik Dinas Komunikasi dan Informatika. Selanjutnya, langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini melalui reduksi data, penyajian data, kemudian penarikan kesimpulan lalu verifikasi. Proses verifikasi data ini dilakukan secara terus-menerus selama penelitian masih berlangsung untuk memastikan validitas data penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo Sebagai Aktor Komunikasi Publik

Untuk mendapatkan data dan informasi pendukung lainnya, peneliti menggunakan bahan bacaan seperti buku dan jurnal yang berkaitan dengan implementasi komunikasi publik Dinas Komunikasi dan Informatika. Selanjutnya, langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini melalui reduksi data, penyajian data, kemudian penarikan kesimpulan lalu verifikasi. Proses verifikasi data ini dilakukan secara terus-menerus selama penelitian masih berlangsung untuk memastikan validitas data penelitian. Pada teori Laswell tentang komunikasi publik sendiri terdapat *Who* yang artinya siapa pengirim pesan serta pembuat pesan tersebut. Pada tugas pokok dan fungsi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo yang tertulis di PERBUP (Peraturan Bupati) No. 89 Tahun 2019 tentang

Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo pasal 4 yang pertama yaitu merumuskan kebijakan urusan komunikasi dan informatika, statistik, dan persandian dimana komunikasi yang ideal harus dirumuskan atau direncanakan oleh aktor komunikasi publik. Yang dimaksud dalam merumuskan dan merencanakan ini adalah bagaimana Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo mengemas informasi kebijakan pemerintah yang akan diinformasikan kepada masyarakat Sidoarjo. Namun pada saat peneliti melakukan analisa mendalam pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo khususnya pada bagian pengelolaan informasi dan komunikasi publik ini tidak merumuskan atau merencanakan apa saja yang akan dilakukan dalam menginformasikan kebijakan pemerintah. Hal ini dikarenakan tidak ada perencanaan khusus seperti menyiapkan kalender konten untuk menginformasikan kebijakan pemerintah di setiap media yang akan digunakan pada saat peneliti melakukan observasi selama 7 bulan. Yang dimana hal ini sangat bertentangan dengan tugas pokok dan fungsi yang tertulis di Peraturan Bupati No. 89 Tahun 2019.

Dari pengamatan yang dilakukan peneliti serta jawaban informan dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo, Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo sebagai aktor komunikasi publik tidak melaksanakan tugas pokok dan fungsi ideal yang tertulis pada PERBUP (Peraturan Bupati) seperti yang dikatakan oleh keempat informan. Hal ini dikarenakan jika Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo tidak merumuskan bagaimana akan mengemas informasi kebijakan pemerintah maka Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo tidak dapat melaksanakan penginformasian kebijakan pemerintah serta tugas pokok dan fungsi lainnya. Tidak adanya perumusan ini membuat peneliti menelisik bagaimana Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo dapat optimal dalam menginformasikan kebijakan pemerintah pada masing-masing media yang digunakan.

Untuk membuat informasi kebijakan pemerintah itu harus dengan pengesahan dari Kepala Dinas terlebih dahulu. Jika ada usul dari bidang-bidang yang ada di Diskominfo, bisa didasari dengan kajian para staff terlebih dahulu. Untuk pengiriman pesan sendiri, DTW sebagai Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika mengatakan bahwa Tupoksi mengirim informasi tentang kebijakan pemerintah ini memang melekat pada Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik. Menurut DTW, tujuan untuk

menginformasikan kebijakan pemerintah ini agar masyarakat dapat mengetahui kinerja Pemerintah atas APBN dan APBD yang telah dikeluarkan negara. Sehingga peran masyarakat sebagai kontrol sosial dapat berjalan maksimal dan menciptakan komunikasi publik yang efektif, transparan. Namun selama melakukan pengamatan tidak ada perumusan menginformasikan kebijakan pemerintahan serta tentang APBN dan APBD.

Tujuan menginformasikan kebijakan pemerintah yaitu karena itu sudah menjadi tugas bagian pengelolaan informasi dan komunikasi publik untuk mengirim atau menginformasikan kebijakan pemerintah. Namun pernyataan dari Kepala Bagian Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik Kabupaten Sidoarjo ini tidak sesuai dengan apa yang dilakukan. Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo cenderung hanya mendokumentasikan kegiatan Bupati dan Wakil Bupati daripada menginformasikan kebijakan pemerintah. Pada wawancara yang dilakukan peneliti dengan Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika yaitu DTW. tanggal 14 April 2023 ini menyatakan bahwa untuk membuat informasi kebijakan pemerintah itu harus dengan pengesahan dari Kepala Dinas terlebih dahulu. Jika ada usul dari bidang-bidang yang ada di Diskominfo, bisa didasari dengan kajian para staff terlebih dahulu. Untuk pengiriman pesan sendiri, DTW sebagai Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika mengatakan bahwa Tupoksi mengirim informasi tentang kebijakan pemerintah ini memang melekat pada Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik. Menurut DTW, tujuan untuk menginformasikan kebijakan pemerintah ini agar masyarakat dapat mengetahui kinerja Pemerintah atas APBN dan APBD yang telah dikeluarkan negara. Sehingga peran masyarakat sebagai kontrol sosial dapat berjalan maksimal dan menciptakan komunikasi publik yang efektif, transparan. Namun selama melakukan pengamatan tidak ada perumusan menginformasikan kebijakan pemerintahan serta tentang APBN dan APBD.

Informan selanjutnya yaitu MW yang menjadi Kepala Bagian Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik yang diwawancarai pada tanggal 17 April 2022 juga mengatakan bahwa membantu pembuatan dan menginformasikan kebijakan pemerintah merupakan tupoksi (Tugas pokok dan fungsi) Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo yang tertulis di PERBUP (Peraturan Bupati) lalu pengiriman informasi kebijakan pemerintah dilakukan oleh bidang pengelolaan informasi dan komunikasi publik (P.Ikom). MW mengatakan tujuan menginformasikan kebijakan pemerintah yaitu

karena itu sudah menjadi tugas bagian pengelolaan informasi dan komunikasi publik untuk mengirim atau menginformasikan kebijakan pemerintah. Namun pernyataan dari Kepala Bagian Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik Kabupaten Sidoarjo ini tidak sesuai dengan apa yang dilakukan. Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo cenderung hanya mendokumentasikan kegiatan Bupati dan Wakil Bupati daripada menginformasikan kebijakan pemerintah.

AYJ sebagai pranata hubungan masyarakat ahli pertama di bidang pengelolaan informasi dan komunikasi publik juga memberikan jawaban dari pertanyaan wawancara peneliti terkait siapa yang membuat informasi kebijakan pemerintah yaitu Kepala Dinas yang membuat lalu jika ada usulan dari bidang-bidang bisa dikaji terlebih dahulu sebelum diajukan ke Kepala Dinas. Namun jika pembuatan kebijakan pemerintah itu sendiri dilakukan oleh Bupati sebagai pimpinan Pemerintah Kabupaten Sidoarjo. Sehingga pada saat Bupati ingin menginformasikan kebijakan pemerintah, maka akan memberitahukan Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo untuk membuat informasi kebijakan pemerintah. Pengiriman pesan berupa informasi kebijakan pemerintah, AYJ mengatakan bahwa untuk mengirimkan informasi kebijakan pemerintah memang corongnya ada di bagian pengelolaan informasi dan komunikasi publik. Bagi AYJ, mengirim informasi kebijakan pemerintah bertujuan untuk masyarakat dan paham serta seperti yang sudah diamanatkan undang-undang keterbukaan informasi publik yang mana itu memang melekat pada bagian pengelolaan informasi dan komunikasi publik serta melekat di SOTK (SUSUNAN ORGANISASI TATA KERJA) nya Dinas Komunikasi dan Informatika, bagian pengelolaan informasi dan komunikasi publik mempunyai kewajiban untuk menginformasikan kepada publik dan melaksanakan komunikasi publik.

Pranata hubungan masyarakat bidang pengelolaan informasi dan komunikasi publik yaitu SR mengatakan benar untuk Dinas Komunikasi dan Informasi yang bertugas untuk membuat kebijakan pemerintah serta bagian pengelolaan informasi dan komunikasi publik sebagai pengirim informasi kebijakan pemerintah tersebut. SR mengatakan bahwa tujuan menginformasikan kebijakan pemerintah yang memang itu sudah jadi tugas pokok dan fungsinya Dinas Komunikasi dan Informatika bahwa bagian pengelolaan informasi dan komunikasi publik ini tempat diseminasi informasi, penyebarluasan informasi kepada masyarakat sehingga masyarakat tahu, untuk mengedukasi masyarakat, masyarakat juga harus dipahami

bahwa pemerintah punya berbagai kebijakan yang harus sampai ke masyarakat.

## **B. Pesan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi**

Salah satu komponen untuk mengimplementasikan komunikasi publik menurut Laswell adalah *say what*. *Say what* merupakan pesan apa yang dikirimkan oleh komunikator atau pengirim pesan yang dimana Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo khususnya bagian pengelolaan informasi dan komunikasi publik sebagai aktor komunikasi publik mengirim pesan berupa informasi kebijakan pemerintah khususnya.

Pesan yang biasa diinformasikan di media yang digunakan Dinas Komunikasi dan Informatika kebanyakan tentang kinerja pemerintah Kabupaten Sidoarjo. Acara-acara yang dihadiri dan dibuka oleh Bupati maupun Wakil Bupati juga dipublikasikan di media yang kebanyakan menggunakan media Instagram di akun @diskominfosidoarjo. Tidak hanya bagaimana kinerja Bupati dan Wakil Bupati, ucapan selamat pada hari-hari besar juga dipublikasikan agar masyarakat Sidoarjo tetap *ter-update*. Seperti ucapan pada saat bulan Ramadhan serta Hari Nelayan Nasional. Namun karena seringkali hanya mengunggah ucapan-ucapan selamat, Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo tidak sering mengunggah informasi kebijakan pemerintah sehingga tidak seimbang dalam menginformasikan mana yang lebih utama dari ucapan selamat tersebut dari informasi kebijakan pemerintah. Namun pada hari Kenaikan Isa Almasih yang diperingati tanggal 18 Mei 2023, peneliti mengobservasi Instagram @diskominfo. Tampaknya Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo tidak mengunggah ucapan selamat pada hari kenaikan Isa Almasih di Instagramnya. Hal ini bisa jadi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo tidak terlalu memperhatikan apa yang terjadi pada hari itu dikarenakan tanggal merah. Menurut peneliti, jika hal ini diteruskan maka akan dipertanyakan oleh masyarakat Sidoarjo yang merayakan Hari Kenaikan Isa Almasih ini. Masyarakat Sidoarjo yang merayakan akan merasa diabaikan oleh Pemerintah Kabupaten Sidoarjo. Peneliti menganalisa dengan masyarakat Sidoarjo yang merayakan merasa diabaikan ini dapat mempengaruhi nilai kinerja Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo dalam mengimplementasikan komunikasi publik.

Kebijakan pemerintah yang sering diunggah di media berfokus pada Kebijakan pemerintah terdapat 17 program prioritas yang dijelaskan Gus Mudhlor. Namun pada Instagram @diskominfosidoarjo, peneliti jarang melihat unggahan yang bersangkutan tentang kebijakan pemerintah. Hanya beberapa saja

dan frekuensi dalam pengunggahan akun @diskominfosidoarjo sangat-sangat minim serta postingan tersebut lumayan sudah lama sehingga tidak ada pembaruan informasi tentang kebijakan pemerintah. Contoh salah satu kebijakan pemerintah di bidang kesehatan yaitu “Sidoarjo Sehat” dapat dilihat pada postingan tanggal 10 Maret 2023. Sehingga menurut peneliti, apa yang dikatakan MW memang terdapat 17 program prioritas namun dari ke 17 program kebijakan pemerintah yang bersifat prioritas ini tidak semuanya diunggah pada Instagram @diskominfosidoarjo. Peneliti merasa jika hal ini diteruskan maka bagaimana Pemerintah Sidoarjo menganggap program tersebut prioritas sedangkan pada media Instagram @diskominfosidoarjo tidak mengunggah berbagai program prioritas tersebut sebagai bentuk implementasi komunikasi publik yang ideal dalam menginformasikan kebijakan pemerintah menurut tugas pokok dan fungsinya.

### C. Media yang Digunakan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo

Laswell juga menyatakan bahwa *channel* atau media juga menjadi komponen yang penting dalam melakukan komunikasi publik. *Channel* atau media menurut Laswell adalah jalannya komunikasi yang dipakai untuk menyampaikan pesan dari satu pihak ke pihak lain. Pada komunikasi publik yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika, DTW sebagai Kepala Dinas mengatakan bahwa media yang digunakan yaitu *Owned Media*, *Shared Media*, *Paid Media*, dan *Earned Media*.

Pengiriman pesan berupa informasi kebijakan pemerintah menggunakan media sosial yaitu Instagram, selain itu juga menggunakan website [diskominfo.sidoarjokab.go.id](http://diskominfo.sidoarjokab.go.id), lalu menggunakan media televisi atau radio seperti JTV dan radio suara surabaya yang frekuensinya tidak sering. Pada media cetak, menggunakan majalah Gema Delta.

Majalah Gema Delta merupakan majalah lokal berbahasa Indonesia yang pertama kali diterbitkan di Sidoarjo pada tahun 1975. Majalah ini didirikan oleh sekelompok pemuda yang peduli terhadap perkembangan budaya, seni, dan literasi di daerah tersebut. Gema Delta Sidoarjo hadir sebagai media yang mengangkat berbagai aspek kehidupan masyarakat setempat, termasuk sejarah, pariwisata, seni dan budaya. Melalui artikel-artikel dan laporan khusus, majalah ini berperan dalam mempromosikan potensi dan kekayaan budaya Sidoarjo kepada masyarakat luas. Hal ini tidak terkecuali tentang informasi kebijakan pemerintah. Gema Delta Sidoarjo juga turut berkontribusi dalam mengangkat isu-isu sosial dan politik yang relevan. Majalah ini juga menjadi wadah bagi penulis,

jurnalis, dan seniman lokal untuk berbagi gagasan dan karya mereka. Gema Delta Sidoarjo telah menjadi ikon media lokal yang diandalkan. Majalah ini menjadi cermin kehidupan dan potensi luar biasa yang dimiliki Sidoarjo. Namun saat melakukan penelitian, peneliti kesulitan dalam menemukan media cetak tersebut. Hal ini tidak dikonfirmasi oleh Dinas Komunikasi dan Informatika, apakah masih mencetak majalah Gema Delta atau sudah tidak ada.

Selain menggunakan media cetak, Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo menggunakan media Instagram. Media Instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo yaitu @diskominfosidoarjo yang hingga saat ini memiliki 693 *followers* atau pengikut. Tujuan dibuatnya akun Instagram resmi Dinas Komunikasi dan Informatika Sidoarjo adalah menyediakan informasi terkini tentang berbagai hal di Sidoarjo. Peneliti melakukan analisis mendalam pada akun Instagram tersebut sejak tanggal 17 Agustus 2022 hingga tanggal 13 Mei 2023. Namun tidak banyak unggahan tentang informasi kebijakan pemerintah, sedangkan dari 4 narasumber dari pihak Dinas Komunikasi dan Informatika mengatakan bahwa media yang paling sering digunakan untuk menginformasikan kebijakan pemerintah adalah media Instagram. Jarak dalam pengunggahan konten pun bisa memakan waktu satu bulan untuk memperbarui unggahannya. Pada Instagram @diskominfosidoarjo lebih sering memposting tentang isu seremonial serta ucapan-ucapan selamat, yang dimana dari keempat narasumber DTW, MW, AYJ serta SR mengatakan bahwa media yang sering digunakan dalam mengirim informasi kebijakan pemerintah adalah Instagram. Namun dalam observasi peneliti, bisa dihitung beberapa kali Instagram @diskominfosidoarjo memposting untuk kebijakan pemerintah bahkan selain kebijakan pemerintah, Instagram @diskominfosidoarjo ini juga jarang *update* untuk liputan yang seringkali dilakukan rekan-rekan bagian pengelolaan informasi dan komunikasi publik.

Dinas Komunikasi dan Informatika juga menggunakan media Twitter. Peneliti kesulitan dalam mencari akun Twitter Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo. Setelah peneliti telusuri, ternyata akun Dinas Komunikasi dan Informatika sekarang sudah menjadi akun resmi dari Pemerintah Kabupaten Sidoarjo. Akun tersebut adalah @pembkabsidoarjo2 dengan 3.971 pengikut. Akun ini dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika. @pembkabsidoarjo2 terakhir memperbarui unggahan pada tanggal 7 Oktober 2022. Pada akun ini, sangat-sangat informatif dalam menginformasikan kebijakan pemerintah. Namun seperti pada akun Instagramnya, @pembkabsidoarjo2

memiliki jarak pengunggahan dari satu unggahan ke unggahan yang lain hingga 2 sampai 8 bulan lamanya.

Pada akun Twitter tersebut terdapat komentar pedas saat tahun 2021 silam, pemilik akun @paca\_lima mengatakan bahwa akun tersebut tidak *up-to-date* tentang kebijakan pemerintah sedangkan akun tersebut dikelola Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo. Setelah peneliti meneliti, kemungkinan dengan unggahan yang dilakukan pada tahun 2022, @pembabsidoarjo2 meningkatkan kembali kepercayaan masyarakat serta pengikut akun tersebut dalam menginformasikan kebijakan pemerintah.

Facebook juga menjadi salah satu sarana dalam menginformasikan kebijakan pemerintah. Namun pada saat peneliti mengobservasi media tersebut, nampak media tersebut tidak pernah digunakan untuk menginformasikan apa-apa. Sebab belum ada tanda-tanda aktif dari media tersebut dengan total pengikut hanya satu akun.

Media sosial lainnya yang dipakai oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo adalah Tiktok dengan akun kominfosidoarjo yang baru saja dibuat pada tahun 2022 dengan pengikut 25 orang. Hingga saat ini unggahan hanya terdapat 4 unggahan. Terakhir memperbarui unggahan, pada tanggal 14 Desember 2022 silam.

Menggunakan website juga untuk menginformasikan kebijakan pemerintah. Website [diskominfo.sidoarjokab.go.id](http://diskominfo.sidoarjokab.go.id) merupakan sumber informasi atau media yang digunakan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo dalam berita terbaru, pengumuman pemerintah, acara komunitas, serta layanan publik yang tersedia. Pengguna dapat menjelajahi beragam sektor seperti pendidikan, teknologi, pariwisata, dan budaya melalui navigasi yang mudah dipahami. Tampilan yang responsif memastikan pengalaman pengguna yang nyaman di berbagai perangkat. Website ini juga menyediakan dokumen-dokumen penting seperti peraturan daerah, proposal proyek, dan pengumuman lelang. Dengan adanya website [diskominfo.sidoarjokab.go.id](http://diskominfo.sidoarjokab.go.id), masyarakat dapat terus terhubung dengan pemerintah dan memperoleh informasi yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas hidup mereka. Jika pada Instagram @diskominfosidoarjo masyarakat tidak dapat menemukan informasi yang diinginkan, masyarakat bisa menelusuri lebih dalam website [diskominfo.sidoarjokab.go.id](http://diskominfo.sidoarjokab.go.id). Website tersebut tertera pada bio Instagram @diskominfosidoarjo.

Dinas Komunikasi dan Informatika juga menggunakan portal-portal media. Terdapat 50 media yang bekerja sama dengan Dinas Komunikasi

dan Informatika Kabupaten Sidoarjo khususnya bidang pengelolaan informasi dan komunikasi publik. Kerjasama ini dilakukan agar menjembatani hubungan antara Pemerintah Kabupaten dengan teman-teman media agar lebih dekat serta disaat akun-akun Pemerintah Kabupaten Sidoarjo atau Dinas Komunikasi dan Informatika sedang tidak *update*, maka masyarakat dapat melihat informasi kebijakan pemerintah pada media-media lokal yang bekerja sama dengan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo. Hal ini dinyatakan oleh AYJ bahwasannya kebanyakan berita yang diunggah oleh media-media tersebut, juga berasal dari bidang pengelolaan informasi dan komunikasi publik. Sehingga pihak bidang pengelolaan informasi dan komunikasi publik mempunyai grup bersama dengan teman-teman wartawan untuk mengirimkan materi yang akan diunggah oleh media-media tersebut serta setiap harinya terdapat wartawan yang datang ke Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo untuk melaporkan informasi apa saja yang sudah disebar.

Media yang diaplikasikan Dinas Komunikasi dan Informatika untuk menginformasikan kebijakan pemerintah terdapat tiga jenis yaitu media cetak, media sosial dan media digital. Di media cetak, baik DTW, AYJ dan SR mengatakan terdapat majalah Gema Delta untuk menginformasikan kebijakan pemerintah. MW mengatakan dari media cetak sendiri, biasanya bagian pengelolaan informasi dan komunikasi publik mengirimkan *press release* yang dibagikan untuk rekan-rekan media yang sudah bekerjasama dengan Dinas Komunikasi dan Informatika. Total media yang bekerjasama terdapat 13 media. *Press release* ini salah satunya untuk menginformasikan kebijakan pemerintah.

Namun, AYJ menjelaskan bahwa selain majalah tersebut, yang biasanya dilakukan bagian pengelolaan informasi dan komunikasi publik setiap pagi terdapat kegiatan kliping yang bertujuan untuk merekap segala informasi yang terjadi di Kabupaten Sidoarjo sekaligus untuk memonitor apakah informasi kebijakan pemerintah yang dikirim oleh Dinas Komunikasi dan Informatika sudah disebar atau belum oleh media yang bekerjasama. 13 media yang bekerjasama dengan Dinas Komunikasi dan Informatika adalah Kompas, Jawa Pos, Surya, Radar Sidoarjo, Bhirawa, Harian Bangsa, Surabaya Pagi, Berita Metro, Tempo, Duta Masyarakat, Memorandum, Memo X, Memo Timur serta Pajok Kiri.

Kliping ini diklasifikasikan berdasarkan tanggal penerbitan serta tema. Jenis tema terdapat berbagai jenis seperti sosial, politik, pembangunan, umum, pemerintahan, kesehatan, ekonomi, pendidikan,

hukum, seni budaya, olah raga. DTW mengatakan total penyebaran sejauh ini untuk kebijakan-kebijakan yang sifatnya publik, mungkin hampir 80% selalu juga didistribusikan kepada rekan-rekan media cetak.

Di media massa seperti televisi dan radio terdapat 21 media yang bekerjasama dengan Dinas Komunikasi dan Informatika yaitu TVRI, Metro TV, Trans TV, RCTI, ANTV, SCTV, MNCTV, TV One, Indosiar, NET TV, Kompas TV, R-TV, JTV/Jawa Pos Media TV, Bios TV, TV-9, SBO TV, Arek TV, SBC TV, Radio El Shinta, Radio Suara Sidoarjo, Radio Suara Surabaya. Selain itu menggunakan portal berita online yang berjumlah 17, yaitu antarjatim.com, beritajatim.com, metrotvnews.com, detik.com, time Indonesia.com, sidoarjoterkini.com, koranmemo.com, adakita.com, realita.co, Surabaya online.co, kabarsidoarjo.com, medianusantara.net, analisispublik.com, beritalima.com, jurnaljatim.com, jurnal99.com, serta petisi.co. Media sosial yang dipakai biasanya Facebook, Twitter, Youtube, Tiktok, dan Instagram.

#### **D. Target Audiens Media Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo**

*To Whom* adalah untuk siapa pesan dikirimkan. Pada hasil penelitian ini akan membahas siapa saja yang menerima dan dikirimkan pesan yang berupa informasi kebijakan pemerintah oleh Dinas Komunikasi dan Informatika khususnya bidang pengelolaan informasi dan komunikasi publik.

Pesan yang dikirimkan Dinas Komunikasi dan Informatika adalah publik internal dan publik eksternal, lalu target audiens Dinas Komunikasi dan Informatika adalah masyarakat Sidoarjo, masyarakat Jawa Timur, serta masyarakat Nasional dengan rentang usia 17 tahun ke atas. Target audiens Dinas Komunikasi dan Informatika menggunakan media cetak serta media televisi atau radio merupakan Gen *Baby Boomers* dan Gen X sedangkan target audiens dari media sosial adalah Gen Y, Gen Z dan generasi *sandwich*.

Gen *baby boomers* adalah generasi yang lahir pada tahun 1946 sampai tahun 1964 berusia antara 57 hingga 75 tahun yang dikenal membangun era setelah perang dunia ke 2, mempunyai komitmen, bersifat kompetitif, cenderung menjadi ketua yang bagus, terorganisir, setia, berusaha keras dalam bekerja, namun kritikan untuknya tidak akan ditanggapinya. Gen X adalah generasi yang lahir pada tahun 1965 hingga 1980 berusia antara 41 hingga 56 tahun. Gen Y lahir pada sekitar tahun 1980 hingga tahun 1995 saat teknologi telah berkembang. Mereka biasanya disebut dengan gen milenial. Gen Y lahir pada masa yang telah terampil

dalam menggunakan media sosial dan telepon pintar sehingga secara natural mereka sangat menguasai dalam bidang teknologi. Gen Y ini dianggap sebagai generasi malas karena dalam kurun waktu yang sangat lama akan menggunakan ponsel secara berlebihan serta diwaktu yang tidak tepat. Generasi Z adalah generasi yang lahir sekitar tahun 1997 hingga tahun 2000-an. Generasi Z dinilai sebagai generasi yang menginginkan hal lebih, menguasai tentang hal digital, memiliki percaya diri yang tinggi, sering mempertanyakan hal-hal yang penting sehingga gen z ini merupakan generasi yang sangat kritis, banyak menggunakan *slang words* atau bahasa baru yang digunakan untuk berkomunikasi dengan teman-temannya, mempunyai kebiasaan melakukan aktivitas sendiri daripada bertemu orang banyak yang dianggap menghabiskan energi. Generasi Z rawan dalam hal yang bisa membuat depresi juga rasa cemas yang berlebihan.

MW mengatakan bahwa tidak ada yang spesifik untuk penerima informasi kebijakan pemerintah kecuali masyarakat Sidoarjo sehingga kalangan umum serta tidak ada batasan usia yang dapat mendapat informasi kebijakan pemerintah yang dibagikan oleh Dinas Komunikasi dan Informasi.

AYJ juga mengatakan bahwa tidak ada target khusus untuk usia penerima informasi kebijakan pemerintah, karena saat Dinas Komunikasi dan Informatika sudah mengirim informasi kebijakan pemerintah, hal itu menjadi konsumsi bagi khalayak sehingga Dinas Komunikasi dan Informatika khususnya bagian pengelolaan informasi dan komunikasi publik tidak dapat mengontrol siapa saja yang menerima informasi kebijakan pemerintah tersebut. Jika dari jumlah, Dinas Komunikasi dan Informatika kebijakan pemerintah juga tidak ada target, hanya saja terdapat segmentasi target. Segmentasi target yang paling utama yaitu masyarakat Sidoarjo lalu publik internal seperti ASN (Aparatur Sipil Negara).

SR mengatakan bahwa target yang paling utama saat mengirim informasi kebijakan pemerintah adalah masyarakat Sidoarjo. Sama seperti yang dikatakan AYJ, beliau mengatakan siapa saja yang menerima kebijakan pemerintah sudah diluar kendali Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo dan tidak ada target audiens disetiap media yang dipakai karena memang semua untuk umum.

Dengan jawaban yang bervariasi tidak atau adanya target audiens Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo, peneliti menganalisa bahwa target audiens Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo adalah masyarakat Sidoarjo yang usianya mulai dari

17 tahun sampai usia 60 ke atas. Jika dilihat dari media komunikasi publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo khusus media digital, media tersebut lebih cocok untuk usia 17 tahun sampai 40 tahun ke atas. Dilihat dari konten media digital khususnya Instagram, tidak menutup kemungkinan lebih banyak target audiens yang berusia 40 tahun ke atas dikarenakan konten-konten akun @diskominfosidoarjo untuk usia 17 tahun sampai 25 tahun dikarenakan kurang menarik dan menghibur seperti tujuan komunikasi publik menurut Onong Uchajan Effendy pada buku dimensi-dimensi komunikasi

#### E. Respon dan Tanggapan Masyarakat Sidoarjo

Dalam setiap pengiriman pesan terdapat efek. Konsep ini mengacu pada pertanyaan mendasar dalam analisis komunikasi, yaitu apa yang terjadi sebagai hasil dari pesan yang disampaikan oleh seorang komunikator ke penerima. Dalam teori komunikasi, konsep *With What Effect* sering digunakan untuk menganalisis bagaimana sebuah pesan dapat mempengaruhi pola pikir, perilaku, dan sikap penerima. Contohnya, dalam kampanye iklan politik, pesan yang disampaikan oleh calon kandidat dapat mempengaruhi keputusan pemilih dalam memilih siapa yang akan mereka dukung dalam pemilu.

Komponen Laswell yang ke-lima ini yaitu *with what effect* bertujuan untuk mengetahui efek apa yang diharapkan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo saat masyarakat Sidoarjo menerima pesan yang berupa informasi kebijakan pemerintah serta untuk mengetahui bagaimana efek yang dirasakan oleh masyarakat Sidoarjo itu sendiri dalam menerima informasi kebijakan pemerintah tersebut. DTW mengharapkan masyarakat dapat memahami dan mengetahui segala bentuk kinerja Pemkab yang sudah dilakukan dan segala program atau rencana program yang akan dilakukan sehingga diharapkan efek secara kognitif.

MW juga mengatakan “Efek yang diharapkan pertama, masyarakat Sidoarjo dapat menerima informasi kebijakan pemerintah dengan cara yang mudah dan dengan baik, yang kedua harapannya masyarakat Sidoarjo mendukung kebijakan pemerintah”

AYJ mengatakan harapannya masyarakat terutama masyarakat Sidoarjo dapat menerima dengan baik kebijakan pemerintah yang sudah semaksimal mungkin Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo khususnya bagian pengelolaan informasi dan komunikasi publik informasikan.

SR mengatakan harapannya semoga masyarakat Sidoarjo dapat menerima informasi

kebijakan pemerintah dengan baik, lalu dapat memilah-milah mana kebijakan yang hoax atau tidak dikarenakan banyak kasus yang mengatasnamakan pemerintah namun ternyata kebijakan tersebut salah.

Dengan harapan yang dijabarkan oleh bapak ibu narasumber sebagai perwakilan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo agar masyarakat Sidoarjo mendapatkan efek yang baik atas informasi kebijakan pemerintah, narasumber dari organisasi pemuda Sidoarjo sebagai perwakilan masyarakat Sidoarjo merasa tidak mendapat efek apa-apa dari informasi yang di unggah melalui media Instagram. Hal ini dikarenakan dari masing-masing narasumber menganggap media Instagram @diskominfosidoarjo tidak mengunggah secara berkala sehingga kurangnya efek yang diterima bagi masyarakat. Informasi kebijakan pemerintah juga tidak setiap saat diunggah di media Instagram.

Dari jawaban para narasumber dari pihak organisasi pemuda Sidoarjo, peneliti menganalisis lebih dalam lagi tentang unggahan-unggahan pada Instagram @diskominfosidoarjo dan mendapat kesimpulan para narasumber tidak mempengaruhi secara sikap, pengetahuan, perilaku, dan pandangan terhadap Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo yang dimana pandangan para narasumber dari organisasi kepemudaan Sidoarjo ini tidak lain dan tidak bukan adalah jelek terhadap kinerja Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo. Hal ini disampaikan oleh MM secara terbuka bahwa secara keseluruhan dilihat dari akun Instagram saja tidak seperti akun-akun kedinasan lainnya yang sangat-sangat *up-to-date* dalam menginformasikan kebijakan pemerintah. Tidak hanya dilihat dari akun-akun kedinasan lainnya, MM juga membandingkan dengan akun-akun swasta Sidoarjo yang memiliki akun lebih banyak dari akun Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo.

Jawaban dari para informan sebagai pihak keanggotaan organisasi pemuda Sidoarjo ini tidak sesuai dengan efek yang diharapkan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo. Peneliti menganalisa konten yang diunggah di media @diskominfosidoarjo ini tidak sesuai dengan tujuan komunikasi menurut Onong Uchajan Effendy yang menyatakan bahwa komunikasi publik bertujuan untuk memberikan informasi (*Public information*) kepada masyarakat. Hal ini dibuktikan jawaban dari keempat informan yang mengatakan bahwa konten di media Instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo tidak informatif. Lalu Onong menyatakan bahwa komunikasi publik bertujuan untuk mendidik

masyarakat (*Public education*), dengan jawaban yang dijabarkan oleh keempat informan yang mengatakan konten Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo tidak mengedukatif ini membuktikan bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika perlu meningkatkan konten yang dapat mengedukasi masyarakat Sidoarjo dalam menginformasikan kebijakan pemerintah. Onong juga menyatakan bahwa komunikasi publik bertujuan untuk menghibur masyarakat (*Public entertainment*), dari respon keempat informan membuktikan bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika harus menginformasikan kebijakan pemerintah dalam konten yang dikemas dengan cara menggunakan unsur komedi, drama, dan sebagainya agar masyarakat Sidoarjo tertarik dalam melihat konten Dinas Komunikasi dan Informatika pada saat menyajikan informasi kebijakan pemerintah. Namun hal ini Dinas Komunikasi dan Informatika harus benar-benar menakar unsur komedi yang akan dimasukkan pada konten di media Instagram @diskominfosidoarjo.

Hal ini juga disayangkan narasumber yang merupakan ketua Bem FBHIS UMSIDA periode 2019-2020 yaitu MA yang mengatakan sebagai masyarakat Sidoarjo serta anggota kepemudaan merasa kurangnya informasi, informasi tidak update seperti akun-akun media swasta seperti @banggasidoarjo dan @sidoarjoterkini serta pengelolaan informasi yang terlalu rancu bagi masyarakat.

Opini ini juga dilontarkan oleh wakil sekretaris 4 bidang DHPSK/Dakwah IPNU, AY lebih sering mencari informasi tentang kebijakan pemerintah melalui akun @Pembabsidoarjo, @Infosidoarjo, @Dolordarjo serta akun-akun ormas. AY menganggap Instagram @diskominfosidoarjo kurang komunikatif kepada masyarakat Sidoarjo dan berharap lebih meningkatkan kinerja Dinas Komunikasi dan Informatika seperti meningkatkan followers akun itu sendiri agar masyarakat lebih percaya akun tersebut merupakan akun resmi bukan akun "bodong". AY juga sempat memuji postingan reels akun @diskominfosidoarjo pada tanggal 18 Desember 2023, "Ini bagus bisa sampai 3.873 views, dipertahankan ya" ucap AY. Ia juga menyayangkan mengapa pada saat *event* 1 abad NU, @diskominfosidoarjo tidak memposting acara meriah tersebut. Menurut AY, *event* tersebut dapat meningkatkan *engagement* Instagram @diskominfosidoarjo karena 1 abad NU ini merupakan *event* terbesar di seluruh Jawa Timur maupun nasional. Sampai-sampai Kabupaten Sidoarjo mengalami kemacetan pada saat *event* 1 abad NU ini dilaksanakan. AY juga mengatakan bahwa hal seperti ini layak untuk diinformasikan

oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo jika memang kekurangan materi untuk dibagikan.

SH yang merupakan grand finalis Guk Yuk Sidoarjo serta informan yang ketiga, tidak mengetahui adanya Instagram @diskominfosidoarjo. SH lebih sering melihat akun @disporakab.sidoarjo untuk mengetahui informasi kebijakan pemerintah. Menurut SH, Dinas Komunikasi dan Informatika harus lebih banyak bekerjasama dengan dinas-dinas lainnya, serta bekerjasama dengan anggota-anggota kepemudaan untuk *mem-follow* akun Instagram @diskominfosidoarjo. SH merasa Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo hanya menampilkan postingan sosialisasi dan jarang menampilkan kebijakan pemerintah.

MM yang merupakan ketua Bem FBHIS UMSIDA periode 2020-2021 juga baru mengetahui jika Dinas Komunikasi dan Informatika mempunyai akun Instagram setelah dilakukannya wawancara. Keempatnya menganggap jika konten yang dibuat oleh Instagram @diskominfosidoarjo terkesan monoton, membosankan, tidak menarik, kurang informatif dan edukatif.

Lalu para narasumber dari pihak pemuda Sidoarjo merasa frekuensi dalam menginformasikan apa yang terjadi pada Sidoarjo itu kurang berkala. Bisa dilihat dari postingan pada @diskominfosidoarjo tanggal 19 Januari 2022, lalu postingan berikutnya di post pada tanggal 1 April 2022. Rentang waktu untuk memposting bukan dari hari ke hari, namun sampai 4 bulan lamanya. Sehingga hal ini dinilai kurang dalam kinerja Dinas Komunikasi dan Informatika yang seharusnya dapat *meng-handle*, kompeten dan tugasnya untuk menginformasikan kebijakan pemerintah maupun informasi sehari-hari tentang Kabupaten Sidoarjo.

Efek dari komunikasi publik sendiri menurut penelitian terdahulu dengan judul Strategi Komunikasi Publik Kepala Wilayah Kecamatan Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat yang ditulis oleh Dewi Sartika (Sartika, 2020) terdapat 3 efek yang ditimbulkan oleh komunikasi publik yaitu efek kognitif, efek afektif, dan efek behavioral. Efek kognitif merupakan efek yang muncul pada seorang penerima pesan yang sifatnya penuh dengan informasi pada dirinya sendiri sebagai penerima pesan. Pada hal yang seperti ini, suatu media dapat membantu khalayak dalam mendalami suatu informasi yang bermanfaat. Yang kedua, efek afektif merupakan efek yang berbeda dengan efek kognitif. Efek afektif ini muncul pada saat penerima pesan telah mengetahui informasi yang diterimanya maka khalayak atau publik diharapkan dapat

merasakannya. Kemudian efek behavioral, efek ini merupakan efek yang muncul dan biasanya berhubungan dengan perilaku atau *behavior*. Efek ini biasanya memberikan bagaimana gambaran khalayak dalam mengikuti apa yang mereka lihat.

Dilihat dari respon pidak anggota kepemudaan Sidoarjo lebih banyak membandingkan akun @diskominfosidoarjo dengan @pemkabsidoarjo serta akun-akun swasta yang lebih sering berita terbaru yang terjadi di Sidoarjo dan membandingkan jumlah followersnya, seperti @banggasidoarjo, @sidoarjoterkini, dan @dolordarjo. Dari masing-masing narasumber juga mengatakan akun @diskominfosidoarjo seperti tidak ada admin yang mengurus Instagramnya. "Daripada ngga digubris sama @diskominfosidoarjo pas nge-tag, lebih baik nge-tag ke akun-akun swasta yang sudah pasti digubris dan direspon" MA memaparkan. Bahkan dari keempat narasumber tidak melihat adanya informasi kebijakan pemerintah yang diinformasikan melalui Instagram. Namun sesekali menge-*share* kebijakan pemerintah, @diskominfosidoarjo hanya mementingkan informasi kebijakan pemerintah yang diposting secara besar-besaran, serta ucapan-ucapan selamat, lalu pembukaan acara oleh Bupati dan Wakil Bupati. Sehingga masyarakat Sidoarjo ini tidak merasakan kedekatan pemerintah dengan masyarakat dan tidak merasakan efek apa-apa dengan adanya informasi kebijakan pemerintah.

Dari berbagai media yang digunakan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika, peneliti menganalisis lebih dalam lagi tentang Instagram @diskominfosidoarjo. Pada Instagram tersebut, sudah bisa terlihat jelas bahwa Instagram @diskominfosidoarjo masih tertinggal dalam penyebaran informasi. Hal ini tidak terkecuali dengan menginformasikan kebijakan pemerintah. Jika dilihat perbandingan yang dilontarkan oleh para narasumber dengan media Instagram swasta lainnya seperti @banggasidoarjo yang memiliki followers 145.000 dengan postingan 4.831, @dolordarjo yang memiliki followers 56.300 followers dengan postingan 4.901, @infodarjo yang memiliki 170.000 followers dengan postingan 4.687, dari ketiga akun swasta tersebut mereka dapat memposting dua sampai tiga postingan dalam sehari dan dalam setiap harinya akun-akun tersebut selalu memposting sehingga tidak ketinggalan untuk menginformasikan apa yang terjadi di Sidoarjo.

Sedangkan Instagram Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo hanya memiliki 692 followers dengan postingan 116 yang hingga pada tanggal 11 Mei 2023 belum ada postingan lagi dari tanggal 1 Mei 2023. Jika peneliti bandingkan dengan Instagram Dinas Komunikasi dan Informatika

lainnya seperti @dinaskominfo\_kedirikab, dari followers sudah terlihat perbandingan yang jauh. Followers @dinaskominfo\_kedirikab terpantau mencapai 47.200 dengan postingan 6.806 yang juga memposting dua sampai tiga post dalam sehari. Para narasumber menyatakan bahwa mereka ingin akun @diskominfosidoarjo lebih sering menginformasikan tentang kebijakan pemerintah diiringi dengan berita-berita tentang apa yang sedang terjadi di Sidoarjo. Seperti lalu lintas, acara-acara besar yang dilakukan Bupati dan Wakil Bupati, dan hal penting lainnya yang terjadi di Sidoarjo sehingga masyarakat punya percaya tinggi pada Dinas Komunikasi dan Informatika itu tidak hanya berdiam diri dan hanya membesarkan nama Pemerintahan. Para narasumber ingin Dinas Komunikasi dan Informatika ini seperti akun-akun swasta besar lainnya. Sehingga para narasumber ini menginginkan @diskominfosidoarjo meningkatkan frekuensi dalam mengunggah kebijakan pemerintah tidak hanya ucapan-ucapan selamat

## PENUTUP

### Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian, diketahui bahwa implementasi komunikasi publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo terhambat dikarenakan oleh beberapa faktor yaitu:

1. Sumber Daya Manusia
2. Anggaran
3. Waktu

Sumber daya manusia pada bagian pengelolaan informasi dan komunikasi publik belum memadai sehingga hingga saat ini masih belum ada tenaga ahli media yang bisa meningkatkan *grade* atau *engagement* dengan konten kreatifnya, memonitor kalender konten seperti Instagram @diskominfosidoarjo harus memposting apa agar masyarakat tertarik untuk mengikuti akun tersebut setiap harinya, selain itu hanya terdapat 4 orang yang mengikuti jadwal Bupati dan Wakil Bupati sehingga satu orangnya merangkap jadi admin, pengedit lalu yang memposting konten pada Instagram @diskominfosidoarjo sehingga tidak maksimal.

Seperti yang dijabarkan AYJ, kurangnya anggaran juga menjadi faktor implementasi komunikasi publik Dinas Komunikasi dan Informatika dalam menginformasikan komunikasi publik juga kurang maksimal. Hal ini terjadi karena pada metode PESO, *Paid media* yang digunakan seperti *online ads* tidak bisa berjalan dengan sebagaimana mestinya

Waktu juga dapat menjadi faktor dikarenakan kekurangan SDM. Dikarenakan satu orang harus merangkap menjadi berbagai peran, rekan-rekan bagian pengelolaan informasi dan komunikasi

publik kewalahan untuk meng-handle media yang digunakan untuk menginformasikan kebijakan pemerintah. Sehingga pada hakikatnya konten tersebut efektif dalam mengimplementasikan komunikasi publik diunggah dalam satu waktu yang sama, seperti bagian pengelolaan informasi dan komunikasi publik mendapatkan tugas untuk menginformasikan hal tersebut namun karena faktor SDM serta waktu, unggahan tersebut harus *pending* selama beberapa hari atau bahkan sudah kadaluarsa atau tidak *trending* lagi untuk diunggah.

#### Saran

Melalui hasil paparan dan temuan dalam bagaimana implementasi komunikasi publik Dinas Informasi dan Komunikasi dalam menginformasikan kebijakan pemerintah bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika mulai mengemas informasi kebijakan pemerintah menjadi konten yang menarik, menyenangkan serta menghibur masyarakat Sidoarjo atau target audiens yang dituju agar masyarakat tertarik dengan apa yang Dinas Komunikasi dan Informatika lakukan untuk mendapat kepercayaan dalam menginformasikan kebijakan pemerintah agar kesan dari masyarakat ke pemerintahan itu tidak selalu membosankan, monoton, kinerja jelek, serta pemerintah tidak melakukan apa-apa. Sedangkan pada saat penulis melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi, Dinas Komunikasi dan Informatika mempunyai jadwal yang padat dalam membantu Bupati dan Wakil Bupati seperti yang tertulis pada PERBUP (Peraturan Bupati). Selain itu, Dinas Komunikasi dan Informatika juga harus mengatur kalender konten sehingga tertata kapan waktu yang tepat untuk mengunggah informasi kebijakan pemerintah serta konten-konten yang penting untuk diunggah lainnya. Terlepas dari itu informasi kebijakan pemerintah yang dikemas menggunakan unsur menyenangkan harus diimbangi dengan unsur lainnya agar tidak terkesan berlebihan

#### DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, Nyarwi. 2021. Dasar Dasar Komunikasi Publik. Makasar: Nas Media Pustaka.  
 Angelopulo, G. C. (2008). Public relations: South African perspectives. Juta and Company Ltd.  
 Arikunto. 2010. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.  
 Atkin, C. K. (2009). *Teori dan Prinsip Publik Kampanye Komunikasi*.  
 Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2000). Effective public relations (No. 9th). Pearson Education.  
 DeFleur, M.L., & Ball-Rokeach, S.J. (1989). Theories of Mass Communication (5th ed.). White Plains, NY: Longman.

DeFleur, Melvin L., & Dennis, Everette E. (2002). Understanding Mass Communication: A Liberal Arts Perspective. Wadsworth Publishing  
 Denzin, N. K. (1970). The Research Act in Sociology  
 Dionty, M. E., & Lestari, M. T. (2022). *Analisis Proses Komunikasi Publik Pejabat Pengelola Informasi Dan Dokumentasi ( Ppid ) Pt . Kereta Api Indonesia Persero Dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Publik*. 9(2), 945-956.  
 Griffin, Emory (2012). A First Look at Communication Theory. McGraw-Hill.  
 Grunig, J. E. (1992). Excellence in public relations and communication management. Lawrence Erlbaum Associates.  
 Grunig, J. E., Grunig, L. A., & Dozier, D. M. (2002). Excellent public relations and effective organizations: A study of communication management in three countries. Routledge.  
 Heath, R. L., & O'Hair, H. D. (Eds.). (2016). Handbook of public relations. Routledge.  
 Hill, Michael (2013). Understanding Public Policy. New York: Routledge.  
 Knoepfel, Peter, Larrue, Corinne, Varone, Frederic, & Hill, Michael (2011). Public Policy Analysis. Bristol, UK: Policy Press.  
 Laswell, H.D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), The Communication of Ideas (pp. 37-51). New York: Harper & Row.  
 Lasswell, Harold D. (1951). The Policy Orientation. In Daniel Lerner, and Harold D. Lasswell (Eds.), The Policy Sciences: Recent Developments in Scope and Method (pp. 3-15). Stanford, CA: Stanford University Press.  
 Littlejohn, Stephen W., & Foss, Karen A. (2017). Theories of Human Communication. Waveland Press.  
 Peters, B. Guy (2015). The Politics of Bureaucracy. New York: Routledge.  
 Molleda, J.-C., & Quinn, C. (2004). Public Relations Models and Persuasion Ethics: A New Approach. Journal of Public Relations Research, 16(3), 227-254.  
 Moleong, J. Lexy. 2013. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya  
 Mossberger, K., Wu, Y., & Crawford, J. (Eds.). (2013). The Oxford handbook of American public opinion and the media. Oxford University Press.  
 Norris, P., & Jones, D. M. (Eds.). (2018). The Oxford handbook of political communication. Oxford University Press.  
 No Title. (2020).

- Sabatier, Paul A. (2007). *Theories of the Policy Process* (2nd ed.). Boulder, CO: Westview Press.
- Science, P., Good, C., Transnational, L., & Maximillian, N. (2012). *Public Communication as Ideal and Practice Short Abstract*. October.
- Silalahi, Ulber. 2010. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Refika Aditama.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- West, Richard, & Turner, Lynn (2010). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. McGraw-Hill.
- Alpriansyah. 2022. "EFEKTIVITAS E-GOVERNMENT DALAM PELAYANAN PENGADUAN DI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA (DISKOMINFO) KOTA SUKABUMI PROVINSI JAWA BARAT". Skripsi. Diterbitkan. Program Studi Teknologi Rekayasa Informasi Pemerintahan
- Sri Wahyuni, 2021. "PENGELOLAAN KOMUNIKASI PUBLIK DINAS KOMUNIKASI INFORMATIKA DAN PERSANDIAN KABUPATEN KAMPAR DALAM DISEMINASI INFORMASI PEMBANGUNAN DAERAH". Skripsi. Diterbitkan. Fakultas Dakwah Dan Komunikasi. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIM KASIM: Riau.
- Ira Lavenia, 2022. "KOMUNIKASI PUBLIK DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KABUPATEN OGAN KOMERING ULU SELATAN DALAM MENSOSIALISASIKAN KEHIDUPAN NEW NORMAL DI KOTA MUARADUA". Skripsi. Diterbitkan. Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN: Lampung.
- MITA TSALISA, 2020. "PUBLIC SPEAKING IMPTOMPTU (Studi Dakwah Ustadz Edi Warsito di Pondok Pesantren Mahasiswa Khoirul Huda Surabaya)". Skripsi. Diterbitkan. Fakultas Dakwah Dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel: Surabaya.
- Tiara Indah, 2018. "Implementasi Kebijakan Keterbukaan Informasi Publik oleh Dinas Kominfo Pemerintahan Kota Tasikmalaya". Skripsi. Diterbitkan. Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya. Universitas Islam Indonesia: Yogyakarta.
- Alhadi Syukri, 2012. "PERANAN DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA PADANG DALAM MEMBANGUN KOMUNIKASI PUBLIK". Skripsi. Diterbitkan. FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM: RIAU.
- Ramadani, Thoriq. 2019. "Pengelolaan Komunikasi Publik". Dalam *Jurnal Good Governance* Volume 15 No. 1 Maret 2019. Jakarta: Kementerian ESDM-Pasca Sarjana STIA LAN.