



**MODUL 10**  
**GOVERNMENT PUBLIC RELATION**  
(MKC 115)

**MATERI 10**  
**Sistem Informasi di Indonesia**

DISUSUN OLEH  
Dr. SYAHRIAL SYARBAINI, MA

**UNIVERSITAS ESA UNGGUL**  
**JAKARTA**  
2019

## PENDAHULUAN

Capai pembelajaran:

Mahasiswa memahami & menjelaskan: Sistem komunikasi di Indonesia:

Indikator:

- Sistem komunikasi
- Sistem komunikasi dilingkungan pemerintah
- Pers
- Media Baru
- Media tradisional
- Media massa dan humas

### **A. Sistem komunikasi**

#### **Pengertian Sistem Komunikasi**

Sistem dalam bahasa Yunani, disebut "*sistema*", berarti kesatuan susunan. Sehingga, satu sistem dapat dikatakan sebagai susunan atas berbagai bagian-bagian. Lebih, **Littlejohn** berpendapat bahwa suatu sistem terdiri dari empat hal, yaitu:

1. Objek-objek yaitu berupa bagian-bagian, elemen-elemen, atau variabel-variabel dari sistem. Mereka berbentuk fisik atau abstrak bahkan menjadi keduanya, berdasarkan dari sifat sistem. (Baca juga: Komunikasi yang Efektif)
2. Atribut, artinya suatu sistem terbentuk dari properti, atribut-atribut, sistem itu dan objek-objeknya.
3. Hubungan internal, yaitu hubungan antara anggota sistem. (Baca juga: Filsafat Komunikasi)
4. Lingkungan, artinya bahwa suatu sistem memiliki lingkungan tertentu, dan juga tidak hadir dalam kevakuman, tetapi dipengaruhi oleh keadaan sekitarnya. (Baca juga: Etika Komunikasi)

Sebagaimana pendapat **Littlejohn** diatas maka dapat diartikan komunikasi sebagai satu sistem terdiri dari empat hal, Yaitu:

1. Objek-objek dari sistem komunikasi, yaitu berupa elemen-elemen komunikasi yakni komunikator dan komunikan, pesan, media, dan timbal baliknya. (Baca juga: Teori Komunikasi Antar Budaya)
2. Atribut Sistem komunikasi, yaitu berupa atribut-atribut, properti sistem sistem komunikasi dan objek-objek sistem komunikasi (Baca juga: Komunikasi Antar Budaya)
3. Hubungan internal sistem komunikasi, yakni hubungan antara orang-orang dalam kaitanya sebagai anggota sistem komunikasi, yang dapat dilihat dari interaksi dan pesan-pesan komunikasi diantara mereka.
4. Lingkungan sistem komunikasi, yakni suatu sistem komunikasi mempunyai lingkungan tertentu. Kemudian lingkungan tersebut mencakup lingkungan sosial, politik, maupun budaya. Dan mereka tidak hadir dalam suatu kevakuman, tetapi dipengaruhi oleh keadaan sekitarnya.

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa sistem komunikasi adalah satu kesatuan atau susunan kompleks dari sebuah sistem komunikasi yang meliputi berbagai elemen-elemen yang terkait dengannya. Dimana, elemen-elemen tersebut membentuk sebuah kesatuan yang saling mempengaruhi. Sehingga dapat dikatakan sebagai satu sistem yang meliputi objek, atribut, hubungan internal, serta lingkungan dari sistem komunikasi itu sendiri.

Sistem komunikasi Indonesia dapat diartikan sebagai satu kesatuan atau susunan kompleks elemen-elemen sistem komunikasi dalam lingkup Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI). Elemen – elemen tersebut tidak dapat terpisahkan dengan berbagai faktor yang mengikatnya yakni kondisi politik, sosial dan budaya Indonesia.

### **Ruang Lingkup Sistem Komunikasi Indonesia**

**Nurudin** dalam bukunya berpendapat membagi ruang lingkup sistem komunikasi Indonesia menjadi tiga bahasan yakni, berdasar wilayah geografisnya, media yang digunakan, serta pola komunikasinya.

- **Wilayah Geografis**

Kondisi geografis ini membagi sistem komunikasi Indonesia menjadi sistem komunikasi pedesaan dan perkotaan. Dalam wilayah geografis perkotaan tentu memiliki realitas yang berbeda dengan apa yang menjadi realitas komunikasi di pedesaan. (Baca juga: Teori Media Baru)

Di Pedesaan, seorang tokoh yang berpengaruh yakni tokoh masyarakat, agama, maupun pemimpin lainnya menjadi sosok yang krusial dalam mempengaruhi sistem komunikasi yang berlangsung. Berbeda dengan masyarakat perkotaan, dimana media massa yang memegang peran dominan dalam mempengaruhi suatu sistem komunikasi. Hal tersebut disebabkan oleh kultur yang berbeda antara masyarakat kota dengan masyarakat desa.

- **Media**

Dilihat dari media yang digunakan, sistem komunikasi Indonesia dibagi menjadi sistem media modern dan sistem media tradisional. Media modern ini meliputi :

1. **Media cetak**, meliputi surat kabar, majalah, tabloid. (Baca juga: Teori Public Relations)
2. **Media elektronik**, meliputi televisi dan radio.
3. **Media digital atau *online***, meliputi berita online, media sosial, dan komunikasi online.

Sementara itu sistem media tradisional ini meliputi berbagai kearifan lokal di Indonesia yakni meliputi :

1. Kesenian rakyat, seperti wayang, ketoprak dll.
2. Nyanyian rakyat, seperti lagu-lagu Jawa)

3. Cerita rakyat, seperti dongeng, legenda dll.
4. Ungkapan rakyat, berupa peribahasa dan pepatah.

- **Pola Komunikasi**

Dilihat dari pola komunikasinya, sistem komunikasi Indonesia terbagi atas :

1. Sistem komunikasi dengan diri sendiri (*intrapersonal communication system*).
2. Sistem komunikasi antar persona (*interpersonal communication system*).
3. Sistem komunikasi kelompok (*small group communication system*).
4. Sistem komunikasi massa (*mass communication system*).

### **Sistem Komunikasi Pancasila**

Sebagai sebuah falsafah dan pedoman hidup bangsa serta sumber dari segala sumber hukum, pancasila menjadi sumber tertinggi dalam tatanan kehidupan berbangsa dan bernegara. Tidak terkecuali sistem komunikasi sebagai bagian dari sistem sosial dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Sistem komunikasi haruslah menjadikan pancasila sebagai rujukannya. Sehingga sistem komunikasi ini dapat dikatakan sebagai sistem komunikasi pancasila.

Inilah yang membedakan sistem komunikasi Indonesia dengan sistem komunikasi lainnya. Pancasila memiliki peran dalam memberikan sumber nilai dan moral. Dan juga norma dan etika serta arah dan kerangka bagi penyelenggaraan sistem komunikasi di Indonesia. Sistem komunikasi ini haruslah didasarkan pada nilai ketuhanan, kemanusiaan, persatuan, kerakyataan dan juga keadilan.

Kemudian, secara konstitusional diatur dalam pasal 28 UUD 1945 yang berbunyi

” Kemerdekaan berserikat dan berkumpul, mengeluarkan pikiran dengan lisan dan tulisan dan sebagainya ditetapkan dengan undang-undang”. Lalu dijabarkan

kembali dalam berbagai peraturan perundang-undangan diantaranya UU Hak Asasi Manusia dan UU Pers.”

*Globalisasi* sebagai fenomena *universal* saat ini telah mendorong terjadinya perkembangan teknologi komunikasi yang sangat cepat. Kemajuan di sektor komunikasi seperti : telepon seluler, *compact disc*, dan media yang terintegrasi seperti *tab*, *i-pod* dan *smartphone* adalah beberapa diantaranya. Berkembangnya teknologi ini menciptakan masyarakat informasi, sebagai dampak terjadinya *revolusi* komunikasi.

Hal ini mendorong terjadinya perubahan dalam proses komunikasi, Arifin menyatakan perubahan itu meliputi : 1) pengumpulan informasi, 2) penyimpanan informasi , 3) pengolahan informasi, 4) penyebaran informasi dan 5) balikan informasi. Arti penting dan fundamental dari revolusi ini adalah kemampuan manusia menghemat waktu dan menaklukkan ruang. Kegiatan komunikasi tersebar ke semua waktu, sehingga ada penghematan energi dalam transportasi, karena komunikasi tidak lagi tergantung pada jarak. Dalam hal ini keperluan untuk berkumpul di tempat-tempat seperti kampus, kantor dan ruang rapat menjadi berkurang.( Hamid& Budianto, 2011 : 22 ). Intensitas pertemuan dalam bentuk tatap muka mengalami pengurangan , aktifitas bertemu dan bertatap muka diselingi dengan kegiatan membalas *e-mail* atau melakukan *chating* di media sosial. Kualitas komunikasi lisan secara tatap muka mengalami kemunduran, tatap muka yang dulunya hangat, terbuka dan ekspresif menjadi formal, tidak ekspresif dan apa adanya

## REPORT THIS AD

Era *globalisasi* melahirkan juga perangkat lunak dalam wujud budaya dunia ( *global culture* ): musik pop, film, televisi global, makanan dan minuman , *fashion*, dan gaya hidup lainnya. Kegemaran orang akan makanan atau minuman menjadi sama, di Indonesia orang kenal dan makan *Kentucky Fried Chicken*, begitupula di Amerika. Di sebuah kampung di kota Padang Sidempuan orang minum cocacola atau pepsi cola, demikian pula orang di kota Brazil. Selera dan kegemaran orang cenderung menjadi sama akibat *globalisasi*.

Faktor apa yang membuat semua ini bisa terjadi? Jawabnya adalah *globalisasi* mengakibatkan orang mendapat kelimpahan informasi. Desa, kota, negara bahkan benua, tidak mampu membendung arus informasi yang menerpa diri mereka. Implikasi dari *globalisasi* lainnya adalah hilangnya batas wilayah dan

tabir pembatas budaya antar bangsa dan adanya infiltrasi gelombang informasi dan budaya baru yang bisa mengancam keberadaan satu bangsa.( Sayoga, 2011 : 161 ).

Bentuk budaya baru yang muncul dalam kehidupan masyarakat akibat proses *globalisasi* adalah budaya populer atau yang dikenal dengan budaya *pop*. Masyarakat kita baik di kota maupun desa seringkali melakukan sesuatu tindakan berdasarkan apa yang sedang *populer* di lingkungannya. Misalnya : membeli *gadget* berdasarkan apa yang sedang ramai dibicarakan, karena menganggap *gadget* tersebut lebih bergengsi dibandingkan dengan yang lain. Padahal jika diteliti lebih dalam l banyak fitur yang ada dalam *gadget* tersebut tidak dimanfaatkan secara maksimal. Tindakan membeli *gadget* bukanlah sebagai kebutuhan melainkan sebagai gaya atau *trend* yang ada di lingkungannya.

Secara lebih khusus budaya populer itu harus memenuhi ciri sebagai berikut : 1). *Trend*, sebuah budaya menjadi *trend* dan diikuti atau disukai banyak orang. 2). Keseragaman bentuk, sebuah ciptaan manusia menjadi *trend* akhirnya diikuti oleh banyak *copycat*-penjiplak. 3). *Adaptabilitas*, sebuah budaya populer mudah dinikmati dan diadopsi khalayak. 4). *Durabilitas*, sebuah budaya populer akan dilihat berdasarkan durabilitas menghadapi waktu, budaya populer akan dapat mempertahankan dirinya bila pesaing yang muncul tidak dapat menyainginya. 5). *Profitabilitas*, dari sisi ekonomi budaya populer menghasilkan keuntungan bagi industri yang mendukungnya. ( Fitriyarini, 2012 : 69 – 70 ).

Masyarakat yang mengikuti budaya populer bukan saja dalam hal mengkonsumsi makanan, minuman, berpakaian, tetapi juga dalam hal menganut nilai-nilai tertentu. Misalnya : penilaian tentang kecantikan seseorang amat dipengaruhi apa yang sering muncul di media. Definisi cantik mengikuti nilai yang disebutkan oleh iklan-iklan kecantikan. Bahwa cantik itu harus tinggi dan langsing, cantik itu kulitnya harus putih dan bersih. Apa yang disajikan oleh media massa, secara perlahan namun efektif mampu membentuk pandangan pemirsanya terhadap bagaimana seseorang melihat pribadinya dan bagaimana seseorang berhubungan dengan dunia sehari-hari.

REPORT THIS AD

Seiring dengan perkembangan era globalisasi, media massa mempunyai peran yang sangat strategis dalam suatu negara, termasuk di Indonesia. Teknologi Informasi dan komunikasi telah mengarahkan masyarakat untuk selalu membutuhkan informasi tentang segala hal di dalam kehidupannya. Hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya penggunaan alat-alat komunikasi, seperti *handphone*, *smartphone*, *Iphone*, *notebook*. Mereka membutuhkan *handphone* dan *Iphone*, tidak hanya sekedar untuk berkomunikasi tetapi juga untuk mengakses informasi dengan kecanggihan teknologi, sebuah *handphone* dan *smartphone* mempunyai berbagai fasilitas yang terkoneksi dengan internet.

Hadirnya teknologi ini membuat perubahan dalam masyarakat, informasi hadir dengan kecepatan yang luar biasa, dan memunculkan gaya hidup baru (*life style*). Komunikasi melalui media sosial (*facebook*, *twitter*,) muncul dan tumbuh dengan suburnya. Tentang hal ini itu sangat minim. Habermas mengatakan bahwa globalisasi terjadi karena adanya kepentingan pasar antar industri transnasional, tetapi meskipun keadaan ini mampu membuat infrastruktur baru secara sosial kepada masyarakat, kemampuan negara dalam memberikan kesadaran masyarakat ( dalam Respationo, 2014 : 14 )

Penggunaan *handphone* dan *smartphone* di Indonesia mengalami lonjakan luar biasa dibandingkan dengan media lain. Secara umum berdasarkan data tahun 2013, jumlah penggunaan ponsel di Tanah Air sebanyak 270 juta unit. Angka itu meningkat sekitar 282 juta unit. Diantara pengguna ponsel tersebut, sebanyak 81 juta adalah pemakai *smartphone*, pada tahun 2013 Indonesia merupakan pasar *smartphone* terbesar di Asia Tenggara( Harian Republika, 2014 ).

Penggunaan *handphone* dan *smartphone* semakin meningkat karena banyaknya fasilitas fitur yang tersedia. Fungsi fitur ini bukan saja sebagai alat komunikasi tetapi juga sebagai kamera, penyimpanan data, media sosial bahkan internet. Selain itu secara demografis Indonesia mengalami peningkatan usia produktif, didukung dengan jumlah kelas menengah yang memiliki gaya hidup tinggi dan kemampuan daya beli yang baik. Faktor lain yang menentukan adalah harga *handphone* dan *smartphone* yang semakin murah, membuat setiap orang dengan mudah membeli dan memilikinya. Beberapa produk keluaran Tiongkok mampu bersaing dengan produk dari perusahaan besar, masyarakat bisa membeli dengan harga jauh lebih murah.



Fenomena dalam masyarakat Indonesia baik di perkotaan maupun di pedesaan menunjukkan penggunaan *handphone* sudah menjamur sampai lapisan masyarakat paling bawah. Setiap hari banyak waktu dihabiskan untuk berkomunikasi dengan teman, keluarga bahkan kolega dengan saling bertelepon, atau saling mengirim kabar melalui *SMS*, ataupun jaringan media sosial. Bahkan larangan menggunakan *handphone* sampai dikeluarkan oleh pihak kepolisian, karena institusi ini menangani banyak kecelakaan karena pengemudinya asik berbicara atau mengirim sms atau berbicara melalui *handphone*.

#### B. Sistem komunikasi dilingkungan pemerintah

Berikut adalah beberapa pengertian komunikasi pemerintahan dari beberapa ahli, yaitu :

**Erliana Hasan (2005)** : Komunikasi pemerintahan adalah penyampaian ide, program, dan gagasan pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan negara.

**María José Canel dan Karen Sanders** dalam *Government Communication: An Emerging Field in Political Communication Research* (2011 : 85-86) *Government communication refers to the aims, role and practice of communication implemented by executive politicians and officials of public institutions in the service of a political rationale, and that are themselves constituted on the basis of the people's indirect or direct consent and are charged to enact their will.*

Hal ini memiliki pengertian bahwa komunikasi pemerintahan mengacu pada tujuan, peran dan praktek komunikasi yang dilaksanakan oleh politisi eksekutif dan pejabat dari lembaga-lembaga publik lainnya dalam kerangka pelayanan pemikiran politik, dan yang sendirinya merupakan atas dasar persetujuan langsung atau tidak langsung rakyat dan dibebankan untuk memberlakukan mereka akan.)

**Strömbäck and Kioussis (2011)** dalam Canel dan Sanders melalui *Introduction:*

*Mapping the Fields of Government Communication* (2013 : 4) : Mereka mendefinisikan komunikasi pemerintahan dalam kerangka *political public relations*. *Political public relations is the management process by which an organization or individual actor for political purposes, through purposeful communication and action, seeks to influence and to establish, build, and maintain beneficial relationships and reputations with its key publics to help support its mission and achieve its goals.*

Public relations politik adalah suatu proses manajemen yang dilakukan oleh suatu organisasi atau individu untuk tujuan politik, melalui komunikasi serta tindakan yang memiliki tujuan, untuk mempengaruhi dan untuk melepaskan, membangun, dan mengelola hubungan yang menguntungkan dan reputasi dengan publik untuk mendukung misi dan mencapai tujuan yang dimiliki).

### **Strategi Komunikasi Pemerintahan**

Setiap kegiatan komunikasi harus berdasarkan rencana atau strategi komunikasi yang terdiri dari elemen-elemen dasar yaitu :

- Menentukan tujuan komunikasi.
- Menentukan target komunikasi.
- Menentukan pesan yang akan disampaikan.
- Menentukan waktu yang tepat berdasarkan tahapan pembuatan keputusan dalam rangka mencapai efek yang maksimum.
- Menentukan metode dan media yang akan digunakan.
- Menentukan saluran komunikasi yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan kepada target sasaran.

Dari rencana dasar tersebut, dikembangkan menjadi beberapa tahapan pengembangan perencanaan komunikasi yang terdiri dari beberapa tahapan, yaitu :

- Menganalisis masalah.

- Menyusun peran yang akan dimainkan oleh komunikasi.
- Mengidentifikasi target sasaran.
- Mengidentifikasi tujuan komunikasi.
- Mengidentifikasi strategi atau pesan.
- Mengidentifikasi alat-alat komunikasi.
- Pendanaan kegiatan komunikasi.
- Mengorganisasi kegiatan komunikasi.
- Perencanaan.
- Melakukan evaluasi.

### Prinsip-prinsip Komunikasi Pemerintahan

Komunikasi pemerintahan memiliki beberapa prinsip, yaitu :

- Keterbukaan.
- Komunikasi dengan publik dilakukan secara langsung.
- Keterlibatan dengan masyarakat sebagai bagian dari pembentukan kebijakan dan pengiriman.
- Presentasi positif dari kebijakan pemerintah dan prestasi yang telah dicapai.
- Menggunakan seluruh saluran komunikasi yang dianggap relevan, tidak hanya terbatas pada media massa nasional.
- Melakukan komunikasi lintas departemen yang terkoordinasi mengenai suatu isu, bukan menciptakan konflik atau duplikasi pesan.
- Mendorong kenetralan posisi politik aparatur pemerintah.

Sementara itu, menurut Joel Netshitenzhe dalam *Government Communicators' Handbook* menyatakan bahwa prinsi-prinsip dasar komunikasi pemerintahan adalah sebagai berikut :

- Kerja pemerintah adalah sebuah kegiatan publik.
- Sebuah pusat layanan komunikasi harus memiliki kewenangan untuk melaksanakan kegiatan publik tersebut.

- Para pejabat politik adalah komunikator utama dalam komunikasi pemerintahan.
- Setiap orang dalam pemerintahan adalah seorang komunikator.
- Komunikasi pemerintahan harus didasarkan pada program dan strategi komunikasi yang terpadu.
- Struktur komunikasi tidaklah mencerminkan kebijakan.
- Komunikasi lebih dari sekedar media perantara.
- Bentuk komunikasi yang paling efektif adalah komunikasi langsung dan pertukaran bersama mengenai suatu pandangan dengan publik.
- Dalam mengerjakan kampanye dan program, diperlukan usaha untuk memahami lingkungan komunikasi.
- Kampanye komunikasi dapat berjalan dengan baik ketika bekerja sama dengan pihak lain di luar pemerintah.

### **Hakikat Komunikasi Pemerintahan**

Yang menjadi hakekat komunikasi pemerintahan adalah menjamin berjalannya fungsi pemerintahan melalui keterampilan berkomunikasi, terkait kepentingan masyarakat untuk mencapai tingkat kesejahteraan hidup sebaik-baiknya dengan tidak merugikan pihak manapun (*Hasan*, 2005 : xi).

### **Perspektif Komunikasi Pemerintahan**

Komunikasi pemerintahan merupakan bidang studi yang lintas disiplin ilmu, yaitu komunikasi politik, *public relations*, komunikasi perusahaan, komunikasi organisasi dan strategi komunikasi.

- **Perspektif kajian komunikasi politik.** Kajian komunikasi pemerintahan dilihat berdasarkan beberapa tema yaitu komunikasi kepala eksekutif, pengembangan kampanye yang permanen, periklanan dan publisitas pemerintahan. Dan juga struktur dan organisasi komunikasi pemerintahan serta pengembangan strategi manajemen berita. (Baca : Komunikasi Massa)

- **Perspektif kajian *public relations* dan komunikasi organisasi.** Kajian komunikasi pemerintahan dilihat berdasarkan beberapa tema yaitu hubungan

media, manajemen isu, pengembangan profil profesional dan kompetensi, komunikasi krisis, dan diplomasi publik. Selain itu, hubungan pemerintah dengan publik, bagaimana pemerintah dan publik mengevaluasi penampilan melalui konsep reputasi dan bagaimana komunikasi sebagai inti dari penampilan organisasi mempengaruhi kualitas hubungan dan reputasi.

### Fungsi Komunikasi Pemerintahan

Berbagai fungsi komunikasi pemerintahan adalah sebagai berikut :

- Memberikan informasi kepada publik.
- Menjelaskan dan mendukung suatu keputusan yang telah ditetapkan.
- Mempertahankan nilai-nilai dan mempromosikan perilaku yang bertanggung jawab.
- Memfasilitasi dialog antara institusi dan warga negara.

### Hambatan Komunikasi Pemerintahan

Komunikasi pemerintahan tidak luput dari berbagai hambatan. Simon, Smithburg, dan Thomson dalam *Handbook of Administrative Communication* menyebutkan hambatan-hambatan komunikasi pemerintahan, yaitu hambatan bahasa, kerangka referensi, jarak status, jarak geografis, perlindungan diri dari inisiator, tekanan pekerjaan lainnya, dan pembatasan yang disengaja pada komunikasi.

- **Hambatan bahasa** – Penggunaan bahasa yang tidak sesuai dan tidak dipahami oleh penerima pesan dapat menghambat komunikasi.
- **Kerangka referensi** – Setiap orang memiliki kerangka referensi yang berbeda dan dapat mempengaruhi efektivitas pesan yang disampaikan.
- **Jarak status** – Hal ini berhubungan dengan hambatan dalam pola komunikasi organisasi yang dianut oleh organisasi pemerintahan.
- **Jarak geografis** – Jarak geografis yang sangat lebar antara pemerintah dan warga Negara dapat menghambat komunikasi pemerintahan.

- **Perlindungan diri dari inisiator** – Berkaitan dengan kesediaan penerimaan pesan yang dilakukan oleh penerima pesan.
- **Tekanan pekerjaan lainnya** – Tekanan pekerjaan yang dialami dapat menyebabkan hilang prioritas terhadap pengiriman dan penerimaan pesan.
- **Pembatasan yang disengaja pada komunikasi** – Berkaitan dengan sensor yang dilakukan oleh pemerintah terhadap pengiriman dan penerimaan pesan.

Komunikasi Pemerintahan untuk Kepemerintahan yang Baik (*Good Governance*)

Komunikasi pemerintahan yang baik dapat berkontribusi pada pemerintahan yang baik. Yang dimaksud dengan pemerintahan yang baik menurut UNDP adalah hubungan yang saling membantu dan membangun diantara Negara, swasta, dan masyarakat. Masing-masing memiliki peran dalam konsep pemerintahan yang baik, yaitu :

- Negara/pemerintah memiliki peran menciptakan iklim politik, hukum, dan ekonomi yang sehat sehingga dapat mendorong perkembangan dunia usaha dan masyarakat.
- Swasta memiliki peran menciptakan lapangan pekerjaan.
- Masyarakat memiliki peran memberikan kemudahan hubungan timbal balik melalui kelompok dalam masyarakat untuk berperan serta dalam pembangunan.

Kepemerintahan yang baik memerlukan tiga hal yaitu *state capability*, *accountability*, dan *responsiveness*.

- ***State capability*** – Kemampuan Negara dalam hal ini para pemeimpin dan pemerintah dalam menyelesaikan sesuatu.
- ***Accountability*** – Kemampuan warga, masyarakat sipil maupun sektor swasta.

- **Responsiveness** – Tanggapan yang diberikan oleh pemerintah dalam memenuhi kebutuhan dan hak-hak warga negara.

#### A. Manfaat Mempelajari Komunikasi Pemerintahan

Adapun manfaat mempelajari komunikasi pemerintahan adalah memahami ikon-ikon komunikasi pemerintahan, definisi, konsep, teori, paradigma, etika moral dan aturan, serta fenomena perspektif pemerintahan sehingga mampu menganalisis isu-isu yang berkembang seputar komunikasi pemerintahan.

Demikianlah ulasan singkat mengenai komunikasi pemerintahan. Semoga menambah wawasan kita semua mengenai komunikasi pemerintahan sebagai bagian kajian dari komunikasi politik dalam ranah ilmu komunikasi.

### C. Pers

#### Media Cetak vs Media Elektronik

Perkembangan peradaban manusia dari waktu ke waktu, banyak menghasilkan kemajuan pada banyak bidang, terutama pada bidang informasi dan komunikasi. Dalam bidang informasi dan komunikasi menghasilkan teknik cetak (media cetak), teknik audio (media elektronik) dan masih banyak lagi.

Media cetak merupakan media yang bersifat statis dan mengutamakan pesan-pesan visual. Media ini terdiri dari lembaran kertas dengan sejumlah kata, gambar, sejumlah foto dengan tata warna dan halaman. Media cetak merupakan dokumen atas segala yang dikatakan orang lain, rekaman peristiwa yang ditangkap oleh jurnalis dan diubah dalam bentuk kata-kata, gambar, foto dan sebagainya untuk dijadikan sebuah berita.

Media Elektronik adalah media yang menggunakan elektronik atau elektromekanis. Sumber media elektronik yang familiar bagi pengguna umum antara lain

rekaman video, rekaman audio, presentasi multimedia, dan konten daring. Media elektronik dapat berbentuk analog maupun digital.

### **1. Media cetak(koran)**

Koran atau surat kabar adalah bentuk media masa cetak yang terbit setiap hari secara teratur. Di dalamnya, terdapat banyak informasi mengenai peristiwa-peristiwa hangat yang terjadi saat ini. Koran banyak dijumpai di pedagang asongan atau warung-warung di pinggir jalan. Informasi yang disajikan, lengkap menjawab rumusan 5W+1H (what, who, when, where, why, how). Kelebihan media masa ini adalah beritanya selalu lengkap dan aktual, mudah dan cepat menjangkau khlayak umum, mudah disimpan dan dibawa, harganya pun murah. Namun kekurangannya adalah isi pesan terlalu singkat, penyajian gambar kurang menarik, yang membuat pembaca mudah bosan. Pesan hanya bisa disampaikan kepada publik yang memiliki kemampuan membaca.

### **2. Media elektronik**

#### **A. Televisi**

Televisi adalah salah satu bentuk media elektronik. Dalam televisi biasanya menyampaikan informasi berupa audiovisual (penglihatan dan pendengaran). Informasi biasanya disampaikan oleh presenter atau pembawa berita. Informasi yang disampaikan biasanya adalah berita yang aktual yang saat ini sedang terjadi di masyarakat dalam maupun masyarakat luar. Informasi yang disiarkan dalam televisi biasanya lebih bisa dimengerti oleh khlayak banyak. Tapi berita yang di siarkan melalui televisi biasanya cepat menghilang atau tidak dapat diulang kembali.

#### **B. Radio**

Radio adalah salah satu media elektronik. Dalam radio, informasi biasanya disampaikan dalam bentuk audio (pendengaran). Informasi yang disampaikan melalui radio biasanya berita-berita yang terjadi pada suatu daerah (hanya suatu wilayah). Dalam radio juga bisa



menemukan banyak hiburan lain seperti lagu-lagu yang diputar. Melalui radio pendengar bisa berkomunikasi langsung dengan penyiar radio.

#### **Karakteristik media cetak(koran):**

1. Tergolong praktis,cepat,dan harga terjangkau.
2. Daya jangkau dan edar media cetak dapat sampai pelosok.
3. Dapat bertahan,tidak satu kali habis.
4. Kedalaman liputan,liputan bersifat informatif dengan narasi yang cukup panjang.
5. Bersifat masal.
6. Fleksibel,dapat dibaca kapan saja dan dimana saja.

#### **Media elektronik (televisi)**

1. Bersifat langsung dan nyata, serta dapat menyajikan kejadian yang sebenarnya.
2. Memperluas tinjauan kelas, melintasi berbagai daerah atau berbagai Negara.
3. Dapat menciptakan kembali peristiwa masa lampau.
4. Dapat mempertunjukkan banyak hal dan banyak segi yang beraneka ragam.
5. Banyak mempergunakan sumber masyarakat.
6. Menarik minat anak.
7. Tidak dapat diselingi dengan keterangan-keterangan yang diucapkan sewaktu televisi diputar.
8. Apa yang telah lewat sulit untuk diulang .

#### **Tugas:**

Jawablah pertanyaan berikut:

1. Sistem komunikasi
2. Sistem komunikasi dilingkungan pemerintah
3. Pers
4. Media Baru
5. Media tradisional
6. Media massa dan humas

#### **Daftar Pustaka**

Suprawoto. 2018. *Government Public Relations*. Jakarta. Prenadamedia Group.  
Suryadi. 2007. *Strategi mengelola public relations Organisasi*. Jakarta. Edsa Makota.  
Rotman, Morris B., 2001. *Opportunities in public relations Careers*. Luisa Gerasimo. USA.  
Ilcox, Dennis L. atc. 2009. *public relations: Strategies and Tactics*. New York. USA.  
Wasesa, Silih Agung. 2005. *Strategi Public Relations*. Jakarta. PT. Gramedia.  
Muslim Basya dan Irma Sati (Ed). 2006. *Tantangan Indonesia Baru. Strategi dan Aktivitas Public Relations*. Jakarta. BPP Perhumas.  
Heryanto, gun gun, Zatkasy, Irwa. 2012. *Public Relations Politik*. Jakarta. Ghalia Indonesia.  
Jebarus, Felix, Muslim Basya. 2013. *Standar Kompetensi Menuju Humas Profesional*. Jakarta. Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP).  
Gassing, Syarifuddin., Suryanto. 2016. *Public Relations*. Yogyakarta. CV. Andi.  
Cutlip, Scott M.dkk. 2005. *Effectives Public Relation ed. 8*. Jakarta: Indeks.  
Herimanto, Bambang. dkk. 2007. *Public Relation dalam Organisasi*. Jogja: Santusta.  
Soemirat, Soleh. Elvinaro Ardianto. 2005. *Dasar – Dasar Public Relation*. Bandung: Rosda.  
Willcox, Dennis L. dkk. 2006. *Public Relation Strategy & Taktik*. Batam: Inter Aksara.  
Ruslan, Rosady. 2001. *Etika Kehumasan Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada  
Ardianto, Elvinaro. 2013. *Handbook of Public Relations*. Bandung: Simbiosia  
Ruslan, Rosady. 2014. *Manajemen Humas dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers  
Dwiyanto, Agus. *Mewujudkan Good Governance Melalui Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gajahmada Universiti Press.

Effendi, Sofian. 2005. *Membangun Budaya Birokrasi Untuk Good Governance*. Makalah Seminar Lokakarya Nasional Reformasi Birokrasi Diselenggarakan Kantor Menteri Negara PAN 22 September 2005.

Cutlip, Center, Broom. 2009. *Effektive Public Relations*. Jakarta: Kencana.

<http://rofiana.wordpress.com/2011/06/09/makalah-peran-humas-dalam-lembaga-pendidikan/>

<http://haris-tambera.blogspot.com/2011/01/pelaksanaan-fungsi-humas-pemerintah.html>

<http://andyretno.wordpress.com/2009/01/06/memaksimalkan-fungsi-humas-dalam-dunia-pendidikan/>

<http://humas.sragenkab.go.id/?p=1262>

<http://operadewa.wordpress.com/2011/12/11/tantangan-dan-kompetensi-profesi-public-relations/>

Riant Nugroho D, *Reinventing Pembangunan*, (Jakarta: Gramedia Elex Media Komputendo). CFG. Sunaryati Hartono, SH, et all, *Panduan Investigasi untuk Ombudsmen Indonesia*, (Jakarta: Komisi Ombudsmen Nasional, 2003).

Dokumen Kebijakan UNDP, *Tata Pemerintahan menunjang Pembangunan Manusia Berkelanjutan*, ad. *Tata Pemerintahan yang Baik dari Kita untuk Kita*, (Jakarta: Partnership for Governance Reform In Indonesia, tt).

[http://azhariee.multiply.com/journal/item/1/Public\\_Relations\\_Indonesia\\_Antara\\_Era\\_Sertifikasi\\_dan\\_Cyber\\_Public\\_Relations?&show\\_interstitial=1&u=%2Fjournal%2Fitem](http://azhariee.multiply.com/journal/item/1/Public_Relations_Indonesia_Antara_Era_Sertifikasi_dan_Cyber_Public_Relations?&show_interstitial=1&u=%2Fjournal%2Fitem)

<http://research.mercubuana.ac.id/?p=50>

<https://pakarkomunikasi.com/fungsi-humas-dalam-lembaga-pemerintahan>

<https://setkab.go.id/peran-humas-dalam-mensukseskan-program-pemerintah/>