

**STRATEGI KOMUNIKASI DISKOMINFO BANYUMAS DALAM  
MEWUJUDKAN INFORMASI PUBLIK**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam  
Universitas Islam Negeri Prof, K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial  
(S.Sos)

**Oleh:**

**Diva Rizky Adhyla Purnomo**

**Nim:214110102145**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
TAHUN 2026**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini, saya :

Nama : Diva Rizky Adhyla Purnomo

Nim : 214110102145

Jenjang : S-1

Fakultas : Dakwah

Jurusan : Manajemen dan Komunikasi Islam

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi berjudul **“Strategi Komunikasi Diskominfo Banyumas Dalam Mewujudkan Keterbukaan Informasi Publik”** ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, bukan dibuatkan orang lain, bukan saduran, juga bukan terjemahan. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini, diberi tanda sitansi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Purwokerto, 05 Januari 2026



Divia Rizky Adhyla Purnomo

NIM: 214110102145

## PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS DAKWAH

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126  
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553  
www.dakwah.uinsaizu.ac.id

### PENGESAHAN

Skripsi berjudul:

### **STRATEGI KOMUNIKASI DISKOMINFO BANYUMAS DALAM MEWUJUDKAN INFORMASI PUBLIK**

Disusun oleh:

Nama : Diva Rizky Adhyla Purnomo  
NIM : 214110102145  
Jenjang : Sarjana Strata Satu  
Fakultas : Dakwah  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

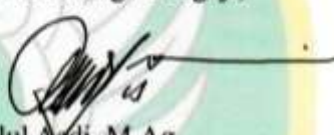
Telah diujikan pada tanggal 8 Januari 2026 pada sidang Dewan Penguji Skripsi dan dinyatakan diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Purwokerto, 13 Januari 2026

Ketua Sidang / Pembimbing,

Sekretaris Sidang / Penguji,

  
Dr. Turhamun, M.S.I.  
NIP. 19870202 201903 1 011

  
Ulul Aedi, M.Ag.  
NIP. 19870507 202012 1 006

Penguji Utama,

  
Dr. Ahmad Muttaqin, M.Si.  
NIP. 19791115 200801 1 018

Mengetahui,  
Dekan

  
Dr. Muskiatul Fuad, M.Ag.  
NIP. 19741226 200003 1 001



## NOTA DINAS PEMBIMBING



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN SAINTEK**

Alamat : Jalan MT. Haryono, Kelurahan Karangsentul, Kecamatan Padamara, Kabupaten  
Purbalingga, Jawa Tengah 53372

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Dakwah

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di - Purwokerto

*Assalamu'alaikum. Wr. Wb*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penelitian skripsi dari :

Nama : DIVA RIZKY ADHYLA PURNOMO  
NIM : 214110102145  
Jenjang : S-1  
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah  
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI DISKOMINFO DALAM MEWUJUDKAN INFORMASI  
PUBLIK; TEORI C.E. CLAMPITT

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos). Demikian atas perhatiannya saya sampaikan terimakasih

*Wassalamu'alaikum. Wr. Wb*

Purwokerto, 05 Januari 2026

Pembimbing

**Dr. Turhamun, M.S.I**

NIP. 198702022019031011

## MOTTO

*“Ketika kamu mencoba berkomunikasi dengan orang lain, pastikan kamu perlu berbicara dalam bahasa mereka”<sup>1</sup>*

**- Stephen R Covey 1989-**



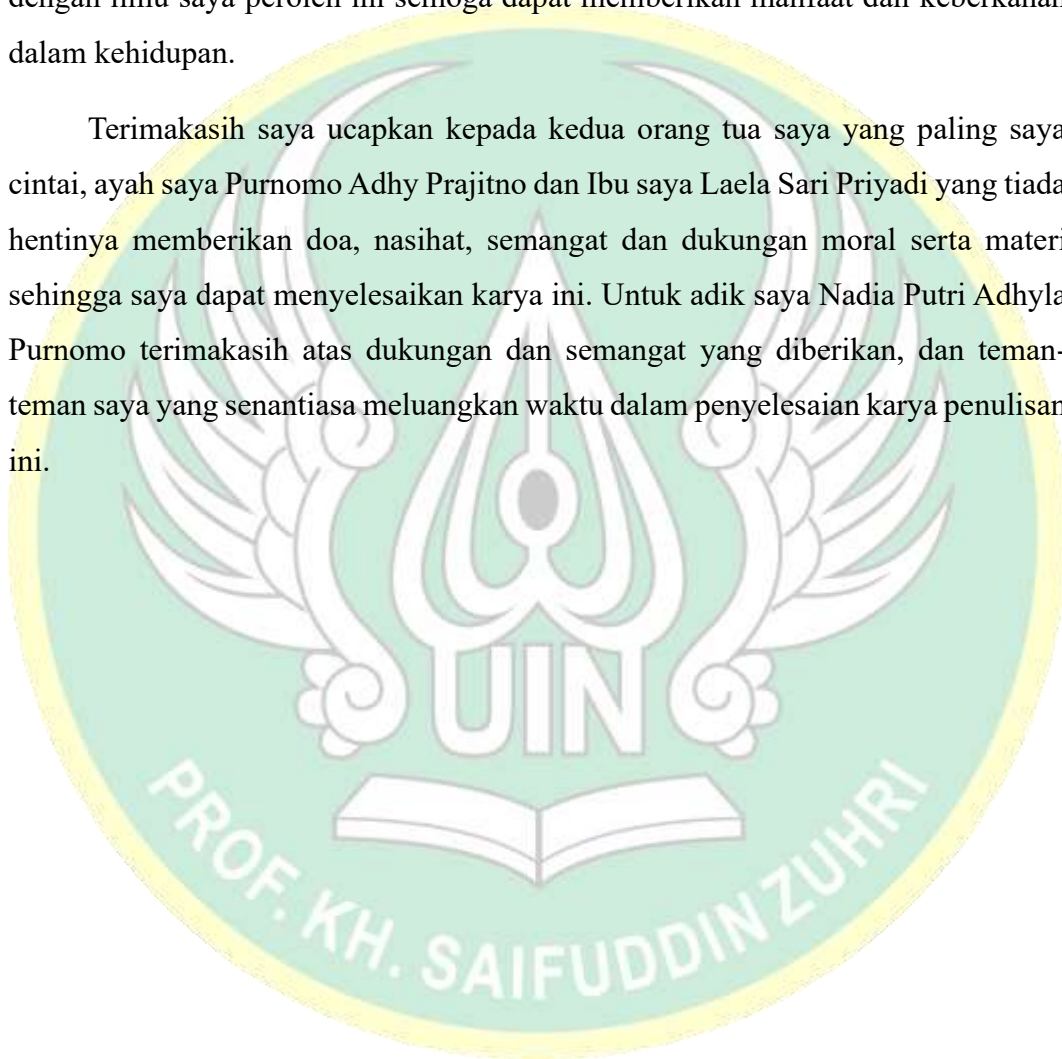
---

<sup>1</sup> Covey, S. R. (1989). *The 7 Habits of Highly Effective People: Powerful Lessons in Personal Change*. New York, NY: Free Press.

## PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah SWT. Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, saya panjatkan puji Syukur kehadiran-Nya yang telah memberikan karunia kemudahan jalan dalam menuntut ilmu sampai jenjang S-1 ini. Semoga menjadi awal baik bagi saya dalam meraih cita-cita dan impian kedepannya. Serta dengan ilmu saya peroleh ini semoga dapat memberikan manfaat dan keberkahan dalam kehidupan.

Terimakasih saya ucapkan kepada kedua orang tua saya yang paling saya cintai, ayah saya Purnomo Adhy Prajitno dan Ibu saya Laela Sari Priyadi yang tiada hentinya memberikan doa, nasihat, semangat dan dukungan moral serta materi sehingga saya dapat menyelesaikan karya ini. Untuk adik saya Nadia Putri Adhyla Purnomo terimakasih atas dukungan dan semangat yang diberikan, dan teman-teman saya yang senantiasa meluangkan waktu dalam penyelesaian karya penulisan ini.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah swt. atas curahan limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis diberikan kemudahan dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada jujungan Nabi agung Muhammad saw, beserta keluarga dan para sahabatnya, semoga kelak mendapatkan syafa'atnya di hari akhir.

Dalam penyusunan skripsi ini yang berjudul “**Strategi Komunikasi Diskominfo Banyumas Dalam Mewujudkan Informasi Publik**” tidak lepas dari berbagai dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara moral ataupun materi. Maka dari itu penulis menyampaikan terima kasih kepada

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag., Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
3. Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom., Koordinator Progam Studi Komunikasi Islam sekaligus Dosen Pembimbing Akademik.
4. Dr. Turhamun, S.Sos.I., M.S.I., sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi
5. Segenap Dosen, Karyawan serta Civitas Akademik Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Terimakasih atas segala ilmu, pengalaman dan keterampilan yang telah Bapak dan Ibu berikan kepada penulis, dan terimakasih telah membantu kelancaran administrasi penulis selama di Fakultas Dakwah.
6. Kepada pihak Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas yang telah mengizinkan penelitian. Ucapan terimakasih juga kepada para staff Diskominfo yang telah membantu penelitian ini, khususnya kepada ibu Ani Pernata yang telah banyak berkenan membantu dalam penelitian.

7. Kepada ayah saya Purnomo Adhy Prajitno dan ibu saya Laela Sari Priyadi, support system terbaik dan menjadi penulis, yang selalu berjuang mengupayakan yang terbaik untuk kehidupan penulis, berkorban keringat, pikiran, tenaga, waktu, tak kenal lelah mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan perkuliahan hingga meraih gelar sarjana. Terimakasih untuk selalu berjuang untuk kehidupan penulis, untuk ayah, ibu dan adik saya, semoga sehat selalu dan panjang umur, agar kelak penulis bisa memberikan hal terbaik di masa mendatang.
8. Kepada teman-teman terbaik yang penulis temui pada tahun 2025 yaitu, Marlya Diah Anggraeni, Fadillah Istofan, Adzkarina Mustajabah, Annisa Zahrotul Jannah, Tiyas Budiarti, Firda Nuryulia, Ismail Santoso Aji, Chaerul Maulana Rizal, serta Diva Zahira Amelia, yang sangat saya cintai dan saya banggakan, serta salah satu moment bahagia pada tahun ini, menjadikan inspirasi bagi penulis dikala senang dan susah dalam proses pengerjaan skripsi, serta dukungan dalam bentuk apapun itu yang membangkitkan rasa semangat dan motivasi bagi penulis.
9. Kepada teman-teman Desa Semali Kebumen yaitu Oktafiana Riri, Affrillia Restuning Dyah Novia, Dana Nurhafifah Pratiwi, Jihar Syha Dwi Novianti, dan Aisyah Khoerul Anis, penulis mengucapkan terimakasih atas hal baik yang menjadikan inspirasi dan menjadi rasa semangat dikala malas mengerjakan skripsi.
10. Kepada playlist spotify, Ciggarates After Sxx, Sheila on 7, Westlife, The Actor, Greenday, Sal Priyadi, Nikki, Boys II Men, Taylor Swift serta beberapa artis dan grup musik lainnya yang karyanya selalu saya dengar saat mengerjakan karya tulis ini baik pagi, siang, sore dan malam.
11. Kepada motor kesayangan saya Miggy, yang selalu menemani setiap perjalanan, petualangan, kisah serta proses kehidupan dewasa. Serta mengatarkan penulis pada tempat-tempat baik dan indah, lalu mengantarkan penulis dalam bimbingan dan menyelesaikan skripsi ini.

Kemudian perangkat Adhyla's Properti yang penulis miliki dan menjadi penunjang serta pendukung setiap proses penulisan karya skripsi ini.

12. Kepada seseorang yang tidak bisa saya sebutkan namanya, dan selalu saya doakan akan kebaikan hadir padanya, yang kelak menjadi jodoh saya, meskipun dalam pembuatan skripsi ini penulis tidak bersamamu, mengetahui keberadaanmu, dan sedang menjaga perasaan untuk siapa. Seperti kata Bapak Bj Habibie, “kalau memang kamu dilahirkan untuk saya, kamu jungkir balik pun tetap saya dapatkan”.
13. Saya juga mengucapkan terima kasih kepada Adib, Tegar , Ibu Angurah serta semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan semua, terima kasih atas dukungannya, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
14. Terakhir, kepada penulis sendiri, Diva Rizky Adhyla Purnomo yang selalu kuat dan tangguh dalam hal apapun, penulis ingin menang dalam mengusahakan impian hingga tercapai dengan mata yang bangga dan terbang atas sayap sendiri. Segala bentuk emosional penulis alami, apapun yang membuat penulis menjadi lebih baik saat ini, dan apapun perayaan selalu penulis rayakan sendiri, yang membangkitkan rasa konsisten, keberanian, kesetiaan, dan kerja keras termasuk dalam pengerjaan skripsi. Penulis sangat bersyukur atas hal baik yang penulis temukan termasuk dalam menyelesaikan karya skripsi ini.

Purwokerto, 08 Januari 2026  
Penulis



Divia Rizky Adhyla Purnomo  
NIM.214110102145

# STRATEGI KOMUNIKASI DISKOMINFO BANYUMAS DALAM MEWUJUDKAN KETERBUKAAN INFORMASI PUBLIK

**DIVA RIZKY ADHYLA PURNOMO**

**214110102145**

**Email: [214110102145@mhs.uinsaizu.ac.id](mailto:214110102145@mhs.uinsaizu.ac.id)**

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah

Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

## ABSTRAK

Keterbukaan informasi publik menjadi tuntutan penting dalam tata kelola pemerintahan di era digital termasuk Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas. Perkembangan teknologi menuntut Diskominfo Banyumas menerapkan strategi komunikasi yang efektif agar informasi dapat disampaikan secara tepat dan mudah diakses. Dalam hal ini peneliti berupaya menganalisis bagaimana implementasi strategi komunikasi Diskominfo Banyumas dalam mewujudkan keterbukaan informasi publik sekaligus melihat hambatan dalam proses pelaksanaannya.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus pada Diskominfo Banyumas. Data penelitian ini diperoleh melalui wawancara sebagai sumber primer dan dokumen sebagai sumber sekunder. Analisis data dilakukan melalui tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Penelitian ini juga menggunakan perspektif teori strategi komunikasi C.E. Clappitt untuk melihat bagaimana konsep strategi komunikasi dilaksanakan dan pandangan terhadap komunikasi organisasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan strategi komunikasi Diskominfo Banyumas dalam mewujudkan keterbukaan informasi publik selaras dengan pedoman dan regulasi yang berlaku. Kemudian dalam penelitian ini peneliti menemukan hambatan terkait miss komunikasi dan kurangnya koordinasi antar anggota maupun bidang. Namun dengan penyesuaian pesan, efektivitas komunikator, koordinasi yang baik serta pemanfaatan media yang tepat menjadi kunci keberhasilan dalam mencapai keterbukaan informasi publik yang transparan serta informatif bagi seluruh elemen masyarakat

**Kata kunci** : Strategi Komunikasi, Informasi Publik, Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas, Clappitt

***BANYUMAS DISKOMINFO COMMUNICATION STRATEGY IN REALIZED  
PUBLIC INFORMATION OPENNESS***

**DIVA RIZKY ADHYLA PURNOMO**

**214110102145**

**Email: [214110102145@mhs.uinsaizu.ac.id](mailto:214110102145@mhs.uinsaizu.ac.id)**

*Islamic Communication and Broadcasting Study Program*

*Faculty of Dakwah*

*Prof. K.H. Saifuddin Zuhri State Islamic University*

**ABSTRACT**

*Public information transparency is a crucial requirement for governance in the digital era, including for the Banyumas Regency Communication and Informatics Office. Technological advancements require the Banyumas Communication and Informatics Office to implement effective communication strategies to ensure accurate and easily accessible information delivery. In this study, the researchers analyzed the Banyumas Communication and Informatics Office's communication strategy implementation in realizing public information transparency and identified obstacles in its implementation.*

*This research employed a descriptive qualitative method with a case study approach at the Banyumas Communication and Information Service. Data were obtained through interviews as primary sources and documents as secondary sources. Data analysis was conducted through the stages of data collection, data reduction, data presentation, and data verification. This study also utilized C.E. Clappitt's communication strategy theory perspective to examine how the concept of communication strategy is implemented and the perspective on organizational communication.*

*The results of this study demonstrate that the Banyumas Communications and Information Service's communication strategy for achieving public information transparency aligns with applicable guidelines and regulations. Furthermore, the study identified obstacles related to miscommunication and a lack of coordination between members and departments. However, message adjustments, effective communication, good coordination, and appropriate media utilization are key to achieving transparent and informative public information transparency for all elements of society.*

**Keywords :** *Communication Strategy, Public Information, Banyumas Regency Communication and Informatics Office, Clappitt*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Penegasan Istilah.....	6
1. Strategi Komunikasi.....	6
2. Diskominfo Banyumas.....	9
3. Informasi Publik.....	12
C. Rumusan Masalah.....	14
D. Tujuan Penelitian .....	14
E. Manfaat Penelitian .....	15
F. Tinjauan Pustaka .....	16
G. Sistematika Pembahasan.....	24
<b>BAB II .....</b>	<b>26</b>
<b>LANDASAN TEORI.....</b>	<b>26</b>
A. Teori Komunikasi.....	26
1. Pengertian Komunikasi.....	26
2. Jeni-Jenis Komunikasi .....	27
3. Fungsi Komunikasi .....	29
4. Komponen-Komponen Komunikasi .....	30
5. Unsur-Unsur Komunikasi .....	31

6.	Tujuan Komunikasi.....	32
B.	Strategi Komunikasi.....	34
1.	Pengertian Strategi Komunikasi.....	34
2.	Tujuan dan Fungsi Strategi Komunikasi.....	36
3.	Unsur-Unsur Strategi Komunikasi.....	37
4.	Strategi Komunikasi Clappitt.....	37
C.	Komunikasi Organisasi.....	42
1.	Pengertian Komunikasi Organisasi.....	42
2.	Fungsi Komunikasi Organisasi.....	43
3.	Hambatan Komunikasi Dalam Organisasi.....	44
4.	Bentuk Komunikasi Organisasi.....	45
D.	Informasi Publik.....	47
1.	Pengertian Informasi Publik.....	47
2.	Fungsi Informasi Publik.....	51
3.	Jenis dan Klasifikasi Informasi Publik.....	52
4.	Isi Undang-Undang No. 14 Tahun 2008.....	53
E.	Media dan Efek.....	54
1.	Pengertian Media.....	54
2.	Pengertian Efek Media.....	55
3.	Jenis-Jenis Efek Media.....	57
4.	Jenis-Jenis Media Dalam Komunikasi.....	58
<b>BAB III.....</b>		<b>59</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>		<b>59</b>
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	59
B.	Subjek dan Objek Penelitian.....	60
C.	Sumber Data Penelitian.....	60
D.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	61
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	62
F.	Teknik Analisis Data.....	63
<b>BAB IV.....</b>		<b>65</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>65</b>
A.	Gambaran Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas.....	65
1.	Sejarah Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas.....	65

2.	Visi dan Misi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas.....	66
3.	Tugas dan Fungsi .....	67
4.	Alamat dan Kontak .....	68
5.	Struktur Organisasi .....	69
B.	Gambaran Pelaksanaan Keterbukaan Informasi Publik Oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas .....	71
1.	Dasar Hukum dan Kebijakan Keterbukaan Informasi Publik.....	71
2.	Jenis dan Klasifikasi Informasi Publik Diskominfo Banyumas.....	73
3.	Mekanisme Alur Permohonan Informasi .....	77
C.	Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas dalam Mewujudkan Keterbukaan Informasi Publik .....	78
1.	Rencana Strategi dan Rencana Kerja Diskominfo Banyumas .....	78
2.	Penerapan Renstra dan Renja Diskominfo Banyumas Dalam Pelaksanaan Informasi Publik.....	84
3.	Strategi Pemanfaatan Media .....	85
4.	Penerapan Teori Clarpitt Dalam Strategi Komunikasi .....	90
5.	Dampak Strategi Komunikasi Keterbukaan Informasi Publik Pada Teori Clarpitt.....	95
6.	Hambatan dalam Penerapan Strategi Komunikasi.....	97
7.	Evaluasi Penerapan Strategi Komunikasi dalam Keterbukaan Informasi Publik .....	98
D.	Komunikasi Organisasi Diskominfo Banyumas Dalam Mewujudkan Informasi Publik .....	99
1.	Alur Komunikasi Struktur Organisasi Diskominfo Banyumas .....	99
2.	Penerapan Konsep Clarpitt Dalam Komunikasi Organisasi.....	102
3.	Kolaborasi Komunikasi Organisasi Dalam Keterbukaan Informasi Publik....	105
4.	Tantangan Dan Hambatan .....	108
4.	Evaluasi Komunikasi Organisasi Terhadap Informasi Publik.....	109
<b>BAB V</b>	.....	<b>111</b>
<b>PENUTUP</b>	.....	<b>111</b>
A.	Kesimpulan .....	111
B.	Saran .....	111
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>113</b>
<b>LAMPIRAN LAMPIRAN</b>	.....	<b>1</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Temuan Isu Hoaks .....	2
Gambar 1. 2 Grafik IKIP 2024 .....	4
Gambar 1. 3 Grafik Tata Kelola IKIP 2024 .....	5
Gambar 1. 4 Sertifikat Penghargaan KIP Diskominfo Banyumas .....	10
Gambar 2. 1 Alur Proses Komunikasi.....	31
Gambar 2. 3 Strategi Komunikasi dalam Proses Perubahan.....	40
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Diskominfo Banyumas.....	70
Gambar 4. 3 Alur Permohonan Informasi .....	78
Gambar 4. 4 Bagan Alur Penyusunan Renstra .....	80
Gambar 4. 5 Profil Instagram @dinkominfo_kab.banyumas .....	86
Gambar 4. 6 Profil Instagram @betterbanyumas.....	87
Gambar 4. 7 Dokumentasi Infografis Terkait Stunting .....	88
Gambar 4. 8 Videotron Pelayanan Publik .....	90
Gambar 4. 9 Meja Layanan Informasi .....	91
Gambar 4. 10 Sosialisasi Gempur Roko Ilegal .....	92
Gambar 4. 11 Pahami Cukai Bersama Cukai Purwokerto dan Pemkab Banyumas .....	106
Gambar 4. 12 Kegiatan Gempur Rokok Ilegal.....	107
Gambar 4. 13 Pelatihan Literasi Digital.....	108

## DAFTAR SINGKATAN



LJKIP	: Laporan Kinerja Instansi Pemerintah
RENSTRA	: Rencana Strategi
RENJA	: Rencana Kerja
OPD	: Organisasi Pemerintah
SPBE	: Sistem Pemerintah Berbasis Elektronik
KIP	: Keterbukaan Informasi Publik
BKC	: Barang Kena Cukai
LAKIP	: Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah
PPID	: Pejabat Pengelola Informasi Daerah
ASN	: Aparatur Sipil Negara
APBD	: Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah
RKPD	: Rencana Kerja Pemerintah Daerah
RKA	: Rencana Kerja Anggaran
KUPA	: Kebijakan Umum Perubahan Anggaran
PPAS	: Prioritas dan Plafon Anggaran Sementara
DPA	: Dokumen Pelaksanaan Anggaran
PerKI	: Peraturan Komisi Informasi
AIS	: <i>Automatic Identification System</i>
DIP	: Daftar Informasi Publik

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Komunikasi pada era digital saat ini arus informasi beredar dengan sangat cepat melalui media sosial dan internet, oleh karena itu masyarakat dapat dengan mudah mengakses pesan yang mengharuskan terpenuhi terhadap Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 terkait keterbukaan informasi publik. Dalam undang-undang tersebut menegaskan bahwa badan publik berkewajiban “menyediakan informasi yang akurat, benar, dan tidak menyesatkan”, hal ini juga membawa dua konsekuensi yaitu akses informasi publik terbuka dan mencegah risiko miskomunikasi, misinformasi, dan hoaks<sup>2</sup>. Hal ini disebabkan oleh akses informasi yang cepat dan mudah diterima oleh masyarakat, termasuk informasi seputar Banyumas dan kinerja pemerintah. Oleh karena itu Diskominfo Banyumas memerlukan strategi komunikasi yang tepat sebagai instansi pemerintah terhadap masyarakat dalam memberikan informasi publik.

Pelaksanaan dalam strategi yang dilakukan sejalan dengan teori dari C.E. Clampitt mengenai strategi dan perencanaan dalam komunikasi. Selain itu Diskominfo Banyumas memiliki peran penting dalam lingkup Banyumas itu sendiri, khususnya dalam mengelola informasi dan pelayanan lainnya terkait pemerintahan Kabupaten Banyumas yang terbuka dengan menekankan pentingnya perencanaan pesan, kejelasan, dan pemilihan saluran komunikasi yang tepat agar pesan organisasi dapat diterima masyarakat secara informatif dan berperan dalam pelayanan publik terhadap Undang-Undang No 14 Tahun 2008 terkait keterbukaan informasi publik<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> <https://peraturan.bpk.go.id/Details/38866/uu-no-4-tahun-2008>. Diakses pada 20 Oktober 2025, pada pukul 20.10 WIB.

<sup>3</sup> Clampitt, C. E. (2013). *Communicating for Managerial Effectiveness*. Routledge.

Lahirnya undang-undang Nomor 14 Tahun 2008 sebagai wujud semangat demokrasi untuk menjamin hak masyarakat atas informasi publik serta memperkuat pengawasan terhadap pemerintah agar tercipta pemerintahan yang transparan serta informatif. Undang-undang tersebut menjadi dasar hukum bagi penyediaan akses informasi yang cepat dan dapat dipertanggungjawabkan yang mampu melindungi informasi dari hoaks. Selain itu hubungan strategi komunikasi dan undang-undang masyarakat dapat memperoleh informasi secara terbuka dan transparan sehingga cara pandangnya menjadi lebih positif, sementara pemerintah dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap program dan kinerja yang dijalankan<sup>4</sup>.

Adanya Undang-Undang ini mendasari terhadap kasus hoaks yang beredar di masyarakat, Kementerian Kominfo mencatat 11.357 hoaks di Indonesia pada periode 2018–2023, menunjukkan bahwa ruang digital rentan dari penyimpangan informasi yang dapat memengaruhi opini publik, hal ini terdapat pada gambar sebagai berikut<sup>5</sup>:



Gambar 1. 1 Temuan Isu Hoaks<sup>6</sup>

<sup>4</sup> Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2011). *Communication Theories: Origins, Methods, Uses in the Mass Media*. Longman.

<sup>5</sup> <https://www.komdigi.go.id/berita/pengumuman/detail/siaran-pers-no-02-hm-kominfo-01-2024-Zentang-hingga-akhir-tahun-2023-kominfo-tangani-12-547-isu-hoaks>

<sup>6</sup> <https://www.komdigi.go.id/berita/pengumuman/detail/siaran-pers-no-02-hm-kominfo-01-2024-tentang-hingga-akhir-tahun-2023-kominfo-tangani-12-547-isu-hoaks>. Diakses pada 20 Oktober 2025 pukul 22.10 WIB

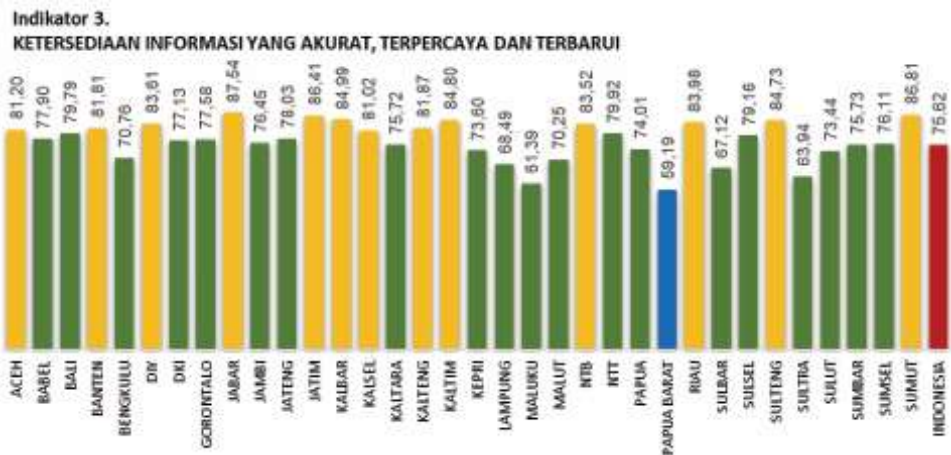
Berdasarkan data tersebut, pada tahun 2023 Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) menangani 1.615 konten hoaks, meningkat dibandingkan tahun 2022 yang berjumlah 1.528 kasus, dengan total kumulatif sejak Agustus 2018 mencapai 12.547 konten hoaks<sup>7</sup>. Hoaks paling banyak muncul pada sektor kesehatan, kebijakan, penipuan, dan politik, yang menunjukkan bahwa tantangan disinformasi digital masih cukup tinggi. Dalam hal ini Kominfo mendeteksi, memverifikasi, dan menghentikan penyebaran hoaks melalui sistem AIS yang beroperasi selama 24 jam, serta perlunya strategi komunikasi yang sejalan dengan prinsip mewujudkan keterbukaan informasi publik sesuai Undang-undang No 14 Tahun 2008<sup>8</sup>. Pelaksanaan keterbukaan informasi publik di Indonesia juga menunjukkan peningkatan secara nasional, didukung oleh badan publik daerah yang semakin transparan meskipun masih terdapat perbedaan antarprovinsi dan antarinstansi<sup>9</sup>. Kemudian hal ini didukung oleh data grafik ketersediaan informasi yang akurat dan terbaharui sebagai berikut:

---

<sup>7</sup> Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2024, Januari 2). Hingga Akhir Tahun 2023, Kominfo Tangani 12.547 Isu Hoaks. InfoPublik

<sup>8</sup> <https://nasional.kontan.co.id/news/kominfo-tangani-12547-isu-hoaks-hingga-akhir-tahun-2023> Diakses pada 20 Oktober 2025 pukul 23.08 WIB

<sup>9</sup> [https://komisiinformasi.go.id/pdf/20241120045313-Buku\\_SATU\\_IKIP\\_2024\\_1.pdf](https://komisiinformasi.go.id/pdf/20241120045313-Buku_SATU_IKIP_2024_1.pdf). Diakses pada 20 Oktober 2025, pada pukul 22.15 WIB



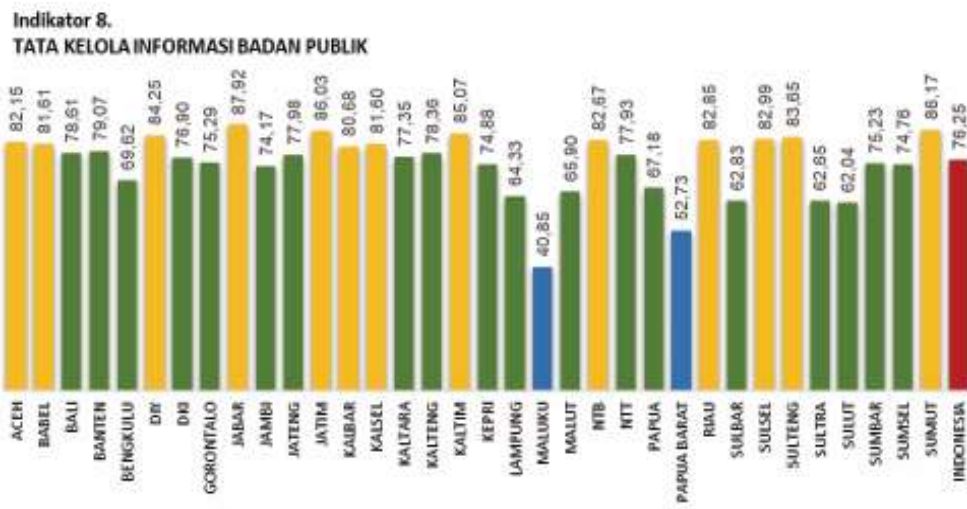
Gambar 1. 2 Grafik IKIP 2024<sup>10</sup>

Grafik tersebut memperlihatkan bahwa ketersediaan informasi yang akurat dan terbaru berada pada kategori sedang dengan skor nasional 75,62. Skor ini dihitung berdasarkan enam subindikator yaitu ketepatan laporan yang diterima masyarakat, penyampaian laporan tahunan oleh badan publik, laporan pelaksanaan keterbukaan informasi oleh Komisi Informasi kepada pimpinan pusat dan daerah, penyusunan daftar informasi yang dikecualikan, serta penyampaian informasi publik secara berkala setiap enam bulan<sup>11</sup>. Selain itu keterbukaan informasi publik juga dipengaruhi oleh tata kelola informasi publik khususnya koordinasi antar lembaga dalam menyediakan informasi yang menjadi bagian penting dari strategi keterbukaan informasi publik<sup>12</sup>.

<sup>10</sup> [https://komisiinformasi.go.id/pdf/20241120045313-Buku\\_SATU\\_IKIP\\_2024\\_1.pdf](https://komisiinformasi.go.id/pdf/20241120045313-Buku_SATU_IKIP_2024_1.pdf). pada pukul 22.17 WIB. Diakses pada 20 Oktober 2025 pukul 22.11 WIB

<sup>11</sup> [https://komisiinformasi.go.id/pdf/20241120045313-Buku\\_SATU\\_IKIP\\_2024\\_1.pdf](https://komisiinformasi.go.id/pdf/20241120045313-Buku_SATU_IKIP_2024_1.pdf). Diakses pada 20 Oktober 2025, pada pukul 22.17 WIB

<sup>12</sup> [https://komisiinformasi.go.id/pdf/20241120045313-Buku\\_SATU\\_IKIP\\_2024\\_1.pdf](https://komisiinformasi.go.id/pdf/20241120045313-Buku_SATU_IKIP_2024_1.pdf). Diakses pada 20 Oktober 2025, pada pukul 22.15 WIB



Gambar 1. 3 Grafik Tata Kelola IKIP 2024

Berdasarkan grafik tersebut indikator tata kelola informasi publik berada pada kategori sedang dengan skor nasional 76,25. Penilaian ini didasarkan pada dua subindikator yaitu keberadaan PPID atau petugas khusus yang menangani pelayanan informasi publik di badan publik serta ketersediaan program pelatihan bagi Pejabat Pengelola Informasi Daerah yang berkaitan dengan keterbukaan informasi publik.<sup>13</sup>

Indikator keterbukaan informasi publik Diskominfo Banyumas menjadi acuan dalam menyediakan dan melayani permintaan informasi publik sesuai kewenangannya. Hal ini sejalan dengan penerapan strategi komunikasi teori C.E. Clappitt yang menekankan perencanaan yang baik dan agar mampu merespons kondisi publik secara cepat melalui model komunikasi seperti *spray and pray*, *tell and sell*, *underscore and explore*, *withhold and uphold*, serta *identify and replay*<sup>14</sup>. Melalui strategi komunikasi yang terarah dan sistematis Diskominfo Banyumas diharapkan dapat meningkatkan kualitas informasi serta membangun hubungan dua arah dengan masyarakat. Strategi ini merupakan upaya jangka panjang

<sup>13</sup> [https://komisiinformasi.go.id/pdf/20241120045313-Buku\\_SATU\\_IKIP\\_2024\\_1.pdf](https://komisiinformasi.go.id/pdf/20241120045313-Buku_SATU_IKIP_2024_1.pdf). Diakses pada 20 Oktober 2025, pada pukul 22.17 WIB

<sup>14</sup> Clappitt, P. G., De Koch, R. J., & Cashman, T. (2000). *A strategy for communicating about uncertainty*. *Academy of Management Executive*, 14(4), 41–57. p. 47.

dalam mengelola sumber daya untuk mencapai tujuan keterbukaan informasi. Dalam penyampaian informasi peran penjaga gerbang informasi (*Gatekeepers*) seperti editor, jurnalis, dan pengelola media tetap diperlukan agar informasi diolah dengan baik sebelum disampaikan kepada publik<sup>15</sup>. Dengan strategi komunikasi yang tepat informasi yang disajikan dapat lebih informatif, relevan dan mendorong partisipasi masyarakat melalui berbagai bentuk konten seperti gambar, video, dan narasi.

Dalam pelaksanaannya Diskominfo Banyumas bekerja sama dengan berbagai media massa agar informasi dapat tersebar secara merata. Selain itu Diskominfo berfungsi sebagai penghubung antara pemerintah dan masyarakat untuk menciptakan komunikasi yang transparan sebagai wujud penerapan pemerintahan yang baik (*good governance*)<sup>16</sup>. Namun dalam upaya mewujudkan informasi publik yang akurat dan terpercaya tidaklah mudah, terutama dalam pelaksanaan program yang berhubungan pada UU KIP nomor 14 tahun 2008. Oleh karena itu Diskominfo Banyumas memegang kendali dalam mendukung kinerja pemerintah daerah, meskipun dalam pelaksanaannya memiliki beberapa hambatan yang tidak terlepas dari beberapa faktor lapangan yang dimana dalam hal ini strategi komunikasi juga diperlukan untuk mewujudkan informasi publik terutama pada Diskominfo Banyumas<sup>17</sup>.

Dari hasil penulisan dan penjelasan di atas maka topik penelitian yang menarik untuk diteliti dan dikemas yaitu dengan mengangkat judul **“Strategi Komunikasi Diskominfo Banyumas Dalam Mewujudkan Informasi Publik”**.

## **B. Penegasan Istilah**

### **1. Strategi Komunikasi**

---

<sup>15</sup> Rohmana, N. L. P., & Pratiwi, R. Z. B. (2020). *Media Relations Dinas Komunikasi Dan Informatika (Diskominfo) Kabupaten Karanganyar Dalam Sosialisasi Program Pemerintah*.

<sup>16</sup> Rohmana, N. L. P., & Pratiwi, R. Z. B. (2020). *Media Relations Dinas Komunikasi Dan Informatika (Diskominfo) Kabupaten Karanganyar Dalam Sosialisasi Program Pemerintah*.

<sup>17</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/Strategi>. Wikipedia. (2021). Strategi. Diakses pada 07 Juli 2025, pada pukul 01.07 WIB.

Strategi komunikasi merupakan perencanaan yang metodis serta terorganisasi untuk tugas-tugas komunikasi yang telah diagendakan dalam mencapai target secara efisien dan tepat. Strategi ini mencakup penggunaan elemen-elemen komunikasi seperti pesan, media, audiens, serta konteks sosial dan budaya untuk menciptakan dampak yang diinginkan terhadap khalayak sasaran. Dalam penggunaan strategi komunikasi bisa menjadi perpaduan antara perencanaan dan perilaku dalam komunikasi yang terarah<sup>18</sup>.

Strategi komunikasi juga berperan sebagai peta jalan yang menggambarkan alur serta langkah-langkah taktis yang perlu diambil oleh komunikator dalam menyampaikan pesan sehingga dapat menjangkau khalayak secara optimal. Sedangkan dalam pandangan Clampitt sendiri menekankan bahwa strategi komunikasi bukan hanya tentang menyajikan informasi, melainkan bagaimana menyusun dan mengelola pesan agar dapat diterima dan dipahami secara tepat, serta dapat mempengaruhi opini publik sesuai dengan tujuan organisasi<sup>19</sup>.

Dalam pelaksanaannya, strategi komunikasi tidak hanya berhenti pada tahap perencanaan, tetapi juga mencakup aspek manajerial seperti pengorganisasian sumber daya komunikasi, penentuan prioritas pesan, pemilihan saluran komunikasi, serta evaluasi terhadap umpan balik yang diterima. Maka dari itu penggunaan strategi komunikasi dapat dikatakan sebagai bagian dari perencanaan serta manajemen yang baik untuk memastikan tercapainya efektivitas komunikasi<sup>20</sup>.

Dengan penggunaan teori strategi komunikasi oleh Clampitt ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Clampitt dalam menawarkan lima pendekatan yaitu *spray and pray*, *tell and sell*, *underscore and*

---

<sup>18</sup> Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

<sup>19</sup> Clampitt, P. G. (2005). *Communicating for Managerial Effectiveness*. SAGE Publications.

<sup>20</sup> Liliweri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

*explore, identify and replay*, serta *withhold and uphold*<sup>21</sup>. Kemudian strategi komunikasi ini sejalan dengan pandangan dari Kementerian Sekretariat Negara terkait bahwa komunikasi dan kebijakan publik harus berbasis data, narasi, dan transparan yang bertujuan dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat<sup>22</sup>. Dengan demikian studi terbaru menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh pemerintah yang bersifat dialogis dan responsif di era digital saat ini mampu memitigasi penyebaran hoaks sekaligus dapat meningkatkan partisipasi publik<sup>23</sup>. Oleh sebab itu dalam penggunaan teori Clampitt dalam strategi komunikasi dapat memberikan rumusan pesan yang jelas dalam membangun konektivitas dengan publik yang dapat membangun dan memperkuat citra Diskominfo Banyumas sebagai lembaga penyedia informasi publik<sup>24</sup>.

Sehingga dalam hal ini strategi komunikasi dapat diterapkan oleh Diskominfo Banyumas dalam upaya terstruktur untuk menyampaikan pesan yang efektif dan efisien kepada publik dengan maksud yang jelas terarah dan berdasarkan perencanaan manajemen yang baik untuk memastikan tercapainya efektivitas dalam komunikasi, Diskominfo juga berperan dalam melibatkan beberapa unsur publik dalam mencapai hasil dan tujuan komunikasi yang melibatkan publik dapat mendorong pemerintah menjadi lebih responsif dan dipercaya masyarakat dalam konsep partisipasi publik *goodgovernance*<sup>25</sup>.

---

<sup>21</sup> Clampitt, P. G. (2013). *Communicating for managerial effectiveness: Problems, strategies, solutions (5th ed.)*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

<sup>22</sup> Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia. (2021). *Komunikasi kebijakan publik di era post-truth*. Retrieved from <https://setneg.go.id>. Diakses pada pukul 16.31 WIB 09 September 2025

<sup>23</sup> Yuliani, E., Lestari, F., & Nisa, A. (2023). *Strategi komunikasi pemerintah dalam membangun kepercayaan publik di era digital*. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Informasi Publik*, 11(2), 115–127.

<sup>24</sup> Clampitt, C. (2013). *Communicating for Managerial Effectiveness: Strategies, Tools, and Skills*. Sage Publications.

<sup>25</sup> Mardiasmo. (2021). *Akuntansi Sektor Publik: Good Governance dalam Pelayanan Publik*. Andi Offset.

Maka dalam strategi komunikasi dapat diterapkan oleh Diskominfo Banyumas dalam upaya terstruktur untuk menyampaikan pesan yang efektif dan efisien kepada publik dengan maksud yang jelas terarah dan berdasarkan perencanaan manajemen yang baik untuk memastikan tercapainya efektivitas dalam komunikasi, Diskominfo juga berperan dalam melibatkan beberapa unsur publik dalam mencapai hasil dan tujuan komunikasi yang melibatkan publik dapat mendorong pemerintah menjadi lebih responsif dan dipercaya masyarakat dalam konsep partisipasi publik *goodgovernance*<sup>26</sup>.

## 2. Diskominfo Banyumas

Diskominfo atau Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas merupakan instansi pemerintah yang bertujuan melaksanakan kegiatan dan inisiatif yang mendukung pelaksanaan tugas pemerintah Kabupaten Banyumas, baik dalam bidang informasi, teknologi, persandian, dan statistika. Lembaga ini beralamat di Desa Sokanegara, Kecamatan Purwokerto Timur, Jalan Masjid No. 8, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Tugas dan kewajiban Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas tertuang dalam Peraturan Bupati Banyumas Nomor 78 Tahun 2020 yang mengatur tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas, Fungsi, dan Tata Kerja Dinas<sup>27</sup>. Dalam peraturan perundang-undangan Diskominfo memiliki peran membantu Bupati dalam menjalankan urusan pemerintahan daerah di bidang komunikasi, informatika, persandian, dan statistik. Tanggung jawab Diskominfo mencakup perumusan kebijakan, pelaksanaan teknis, pengawasan, evaluasi, serta pelaporan program dan kegiatan di lingkungan pemerintah daerah<sup>28</sup>. Selain itu Diskominfo Kabupaten Banyumas berperan dalam mendorong keterbukaan

---

<sup>26</sup> Mardiasmo. (2018). *Akuntansi Sektor Publik: Good Governance dalam Pelayanan Publik*. Andi Offset.

<sup>27</sup> Peraturan Bupati Banyumas No. 78 Tahun 2020 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas, Fungsi, dan Tata Kerja Diskominfo.

<sup>28</sup> Peraturan Bupati Banyumas No. 78 Tahun 2020 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas, Fungsi, dan Tata Kerja Diskominfo.

informasi, akuntabilitas, dan keterlibatan masyarakat dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah<sup>29</sup>.

Kemudian berdasarkan fokus peneliti terhadap Diskominfo Banyumas yaitu terkait lokasi strategis yang dimana sering menjadi fokus isu terkait informasi daerah pada provinsi Jawa Tengah khususnya daerah Banyumas, Purbalingga, Banyumas, dan Kebumen (BARLINGMASCAKEB), yang dimana wilayah ini menjadi daerah metropolitan pada prioritas pembangunan ekonomi di Jawa Tengah. Selain itu Diskominfo Banyumas juga memiliki prestasi yang luar biasa terkait penghargaan badan publik informatif dengan nilai (96,99) oleh Komisi Informasi Provinsi Jawa Tengah<sup>30</sup>.



Gambar 1. 4 Sertifikat Penghargaan KIP Diskominfo Banyumas<sup>31</sup>

Berdirinya lembaga daerah seperti Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas berkaitan dengan perubahan kebijakan pemerintah setelah masa reformasi. Perubahan ini dimulai pada tahun 1999 ketika Presiden Abdurrahman Wahid membubarkan

<sup>29</sup> ( <https://dinkominfo.banyumaskab.go.id/page/21043/tugas-dan-fungsi> ) Diakses Pada 06 Juli 2025 Pukul 22.45 WIB

<sup>30</sup> Pemerintah Kabupaten Banyumas, *Laporan Tahunan Pelayanan Informasi Publik Tahun 2024 Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Kabupaten Banyumas* (Banyumas: Pemerintah Kabupaten Banyumas, 2024).

<sup>31</sup> Dokumentasi Penelitian pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas

Dinas Penerangan dan Dinas Sosial sebagai upaya menyederhanakan dan memperkuat susunan kabinet<sup>32</sup>. Kebijakan tersebut sejalan dengan berlakunya undang-undang nomor 22 tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah yang menandai dimulainya otonomi daerah termasuk di Kabupaten Banyumas<sup>33</sup>. Dampak dari kebijakan ini terlihat pada penataan ulang organisasi pemerintah daerah melalui Peraturan Daerah Kabupaten Banyumas nomor 23 tahun 2000 tentang tugas Dinas Penerangan dialihkan ke lembaga baru bernama Kantor Data, Informasi, dan Komunikasi (KDIK)<sup>34</sup>.

Lahirnya Diskominfo sendiri diawali seiring dengan meningkatnya kebutuhan informasi publik dan komunikasi pemerintahan, KDIK mengubah namanya menjadi Badan Arsip Informasi Hubungan Masyarakat (BAIK). Transformasi ini berlanjut dengan pembentukan Badan Penelitian dan Pengembangan Teknologi Informasi Daerah (Balitnamgtelarda) melalui Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2004, yang kemudian menjadi Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika (Dinhubkominfo). Setelah itu diberlakukannya Peraturan Daerah Kabupaten Banyumas nomor 26 tahun 2009, Diskominfo ditetapkan sebagai badan resmi yang memiliki tanggung jawab pada bidang komunikasi, informatika, persandian, dan statistika, serta menjadi landasan penting dalam mewujudkan keterbukaan informasi dan pelayanan publik berbasis teknologi di daerah<sup>35</sup>.

Terkait kegiatan Diskominfo Kabupaten Banyumas memiliki beberapa tanggung jawab diantaranya sebagai salah satu lembaga dalam pemerintahan daerah khususnya di Banyumas terkait bidang informasi

---

<sup>32</sup>Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah.

<sup>33</sup>Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Keputusan Presiden No. 153 Tahun 1999.

<sup>34</sup>Peraturan Daerah Kabupaten Banyumas Nomor 23 Tahun 2000 tentang Tugas dan Dinas KDIK. Kabupaten Banyumas Jawa Tengah

<sup>35</sup>(<https://dinkominfo.banyumaskab.go.id/page/21179/sejarah-dinkominfo-kabupaten-banyumas>) Diakses Pada 03 Juli 2025 Pukul 23.15 WIB

dan pelayanan publik dalam melaksanakan pelaporan pemerintahan terkait kinerja serta susunan pemerintahan bidang pelayanan publik sesuai tata kerja dinas<sup>36</sup>. Dalam hal ini Diskominfo juga berperan dalam memberikan sosialisasi serta edukasi kepada masyarakat khususnya di Banyumas serta membangun strategi komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat. Sehingga dapat diartikan bahwa informasi yang baik akan berdampak pada masyarakat agar lebih pintar serta dapat menciptakan suatu pelayanan dalam publik yang terpercaya<sup>37</sup>.

### 3. Informasi Publik

Pada informasi publik juga berkaitan dengan data, fakta atau pesan yang dikelola oleh badan publik, baik dalam bentuk tertulis, tercetak, terekam, maupun bentuk lainnya yang memiliki nilai sebagai sumber informasi bagi masyarakat. Informasi ini memiliki peran strategis dalam mendukung pemerintahan yang baik melalui prinsip serta tata kelola, khususnya dalam keterbukaan publik, transparansi serta akuntabilitas yang dapat mewujudkan informasi publik pada masyarakat. Dalam mewujudkan informasi publik bukan hanya sebagai alat penyampaian kebijakan, tetapi juga sebagai jembatan untuk menciptakan kontrol sosial terhadap kinerja badan publik<sup>38</sup>.

Berdasarkan ketentuan hak atas informasi publik yang diatur dalam undang-undang nomor 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik Pasal 7 ayat (1) menyatakan bahwa setiap badan publik wajib menyediakan, memberikan, dan menyebarluaskan informasi publik yang menjadi kewenangannya kepada masyarakat atau pihak yang memerlukan, serta tidak berlaku bagi informasi yang

---

<sup>36</sup> Republik Indonesia. (2008). Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

<sup>37</sup> Widodo, Nurjati. (2016). *Pengembangan E-government di Pemerintahan Daerah dalam Rangka Mewujudkan Smart City* (Studi di Pemerintahan Daerah Kota Malang). Malang: JIAP.

<sup>38</sup> Miftah, T. (2012). *Transparansi Informasi Publik dan Good Governance*. Jakarta: Prenadamedia Group.

dikecualikan<sup>39</sup>. Hal ini juga selaras dengan pendapat Mahfud MD terkait “hak mendapatkan informasi bagian dari hak warga negara dalam sistem demokrasi,” sehingga transparansi informasi publik merupakan pilar yang proses demokrasi, pengawasan publik, dan pemberantasan penyalahgunaan wewenang<sup>40</sup>. Hal ini menegaskan bahwa badan pemerintah harus secara proaktif menyampaikan informasi yang mudah diakses dan relevan dengan kepentingan publik<sup>41</sup>.

Informasi publik juga menjadi tujuan utama dalam mewujudkan efektivitas komunikasi yang dilakukan oleh Diskominfo Banyumas sebagai lembaga masyarakat Banyumas yang terbuka mengenai kegiatan pemerintahan serta instansi di Banyumas, hal ini juga diharapkan sebagai bentuk tujuan transparansi dan elektabilitas lembaga pemerintahan. Kemudian dalam islam sendiri komunikasi menjadi faktor utama terkait hubungan kepada sesama manusia, termasuk dalam mencari ilmu, mengajarkan suatu ilmu, berdakwah serta berkabar terkait suatu informasi yang terjadi<sup>42</sup>.

Maka dari itu dalam informasi sendiri terdapat landasan berupa ayat Al-Quran terkait komunikasi dan informasi dengan baik yaitu sebagai berikut:

QS. An-Nahl 125

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ  
أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya : “Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, serta berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling mengetahui siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk”<sup>43</sup>.

<sup>39</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Keputusan Presiden No. 153 Tahun 1999.

<sup>40</sup> Mahfud MD. (2011). *Politik Hukum di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Press.

<sup>41</sup> <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39047/uu-no-14-tahun-2008>. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Diakses pada 06 Juli 2025 Pukul 20.25 WIB

<sup>42</sup> Khalil, A. I. A. E. F. (2016). *The Islamic Perspective of Interpersonal Communication*.

<sup>43</sup> Al-Qur’an Surat An-Nahl ayat 125.

Dalam QS. An-Nahl menjelaskan bahwa Allah memerintahkan Nabi Muhammad untuk mengajak manusia menuju jalan-Nya dengan cara yang baik yang telah ditetapkan sebagai pedoman bagi umat. Ayat ini menjadi bagian dari syariat islam yang diturunkan kepada Nabi Muhammad dengan meletakkan dasar-dasar dakwah sebagai pegangan umat di masa mendatang. Selain itu ayat ini menyampaikan ajaran melalui ilmu pengetahuan dan pemahaman yang bermanfaat yang dapat menyesuaikan dengan kondisi umat yang dihadapi<sup>44</sup>.

Dalam konteks saat ini pesan dalam ayat ini sangat relevan dengan strategi komunikasi publik pada lembaga pemerintah Diskominfo Banyumas yang dituntut untuk mengedepankan transparansi, profesionalisme, dan pendekatan persuasif agar terciptanya kepercayaan publik. Dengan menyesuaikan nilai pada ayat Quran dan teori komunikasi modern, strategi komunikasi publik dapat dirancang dengan tidak hanya sebagai wadah dalam menyebarkan informasi secara cepat dan akurat, melainkan sebagai pihak yang merespon terhadap kebutuhan masyarakat yang mampu mereduksi dampak negatif informasi<sup>45</sup>.

### **C. Rumusan Masalah**

Pada latar belakang ini diuraikan sesuai dengan penjelasan dan pembahasan sebelumnya, yang mengarahkan peneliti untuk merumuskan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi Diskominfo Banyumas dalam mewujudkan informasi kepada publik.
2. Apa saja hambatan yang dihadapi dalam membangun informasi kepada publik khususnya masyarakat Banyumas.

### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi apa yang diterapkan dalam mewujudkan informasi publik melalui teori C.E Clappitt

<sup>44</sup> Ibn Katsir. Tafsir al-Qur'an al-'Azhim, tafsir QS. An-Nahl:125.

<sup>45</sup> al-Qaradhawi, Yusuf (1998). *al-Madkhal ila 'Ilm ad-Da'wah*.

2. Untuk mengetahui apa saja hambatan dalam mewujudkan informasi kepada publik khususnya masyarakat Banyumas.

#### **E. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai strategi komunikasi yang digunakan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kabupaten Banyumas dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Dalam penelitian ini peneliti berharap studi ini tidak hanya menjadi rujukan bagi kajian sejenis, tetapi dapat membuka ruang bagi penelitian selanjutnya sebagai gagasan untuk dikembangkan lagi terkait strategi komunikasi yang dijalankan oleh Diskominfo Banyumas untuk membangun hubungan yang partisipatif dan kolaboratif dalam kerangka keterbukaan informasi publik<sup>46</sup>.

##### **2. Manfaat Praktis**

- a. Manfaat praktis penelitian ini bagi peneliti yaitu menambah pandangan baru terkait penggunaan teori Clappitt dalam strategi komunikasi guna memberi informasi kepada publik dengan pandangan teori C.E Clappitt. Hal ini juga menjadi acuan bagi penulis apabila kedepannya dalam mengelola organisasi atau instansi untuk menjalankan format informatif seperti ini.
- b. Bagi Diskominfo Banyumas, penelitian ini diharapkan menjadi masukan terkait penyampaian informasi publik kedepannya dalam berkembangnya sistem informasi. Penelitian ini juga diharapkan menjadi bahan inovasi yang selalu memberikan manfaat positif khususnya kepada masyarakat Kabupaten Banyumas.

---

<sup>46</sup> Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2011). *Effective Public Relations*. Pearson.

## F. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka ini memberikan data-data yang berkaitan serta relevan dalam mendukung penelitian saat ini dengan penelitian yang sudah ada atau terdahulu yang masih memiliki kaitan dengan serta kesamaan dengan penelitian yang saat ini dilaksanakan. Diadakannya penelitian ini merupakan bentuk pelengkap bagi penelitian sebelumnya dengan mengambil beberapa referensi dari penelitian yang lain. Adapun beberapa referensi terkait penelitian terdahulu dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

Pertama, penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Komisi Informasi Provinsi Bali Dalam Mendorong Keterbukaan Informasi Publik Pada Pemerintah Di Bali”, penelitian ini ditulis oleh I Gusti Agung Laksmi Swaryoutri, I Wayan Aryawan, I Gusti Agung Ngurah Kihasta Kaca Jenggala dan I Gusti Ngurah Agung Maheswara Natha dari Universitas Dwijendra Tahun 2025. Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis data. Kemudian dalam pembahasan ini berisikan tentang strategi komunikasi yang dimana badan publik baik pemerintah dan non pemerintah, yang dimana KI Bali telah menjalankan berbagai strategi komunikasi yang dapat mendorong keterbukaan publik meliputi sosialisasi, kunjungan ke badan publik, edukasi, dan penyelesaian sengketa informasi. KI Bali juga rutin melaporkan kinerjanya ke DPRD, Gubernur, dan masyarakat. Berkat dukungan para komisioner yang terampil dan kemampuan komunikasi yang efektif, komisi informasi Bali dinilai cukup efektif dan efisien dalam memfasilitasi akses publik terhadap informasi<sup>47</sup>. Dari hasil pembahasan dalam penelitian ini memberikan Kesimpulan terkait strategi komunikasi yang digunakan Komisi Informasi Bali dalam mendukung keterbukaan informasi publik<sup>48</sup>.

Kedua, penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Organisasi Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi Pemerintah Kota Medan

---

<sup>47</sup> Agung, I. G., & Swaryputri, L. (2025). *I Wayan Aryawan*. 27(1), 16–23.

<sup>48</sup> Cangara, H. Hafield. 2014. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Raja Grafindo. Jakarta

Dalam Pelaksanaan Keterbukaan Informasi Publik” yang ditulis oleh Ridha Noviana Harahap, Nurbani, Kurniawati dari Universitas Sumatra Utara pada tahun 2022. Pendekatan ini menggunakan analitis dengan metode kualitatif dan melibatkan wawancara. Pembahasan dalam penelitian ini PPID Kota Medan telah menerapkan berbagai strategi komunikasi seperti pertemuan langsung, surat resmi, layanan digital melalui SIP-PPID, e-mail, dan website untuk membuka akses informasi bagi masyarakat<sup>49</sup>. Namun PPID belum memanfaatkan media sosial yang memiliki potensi besar untuk menjangkau publik lebih luas. Persamaannya penelitian terfokus pada strategi komunikasi dalam penyebaran informasi publik, sedangkan perbedaannya dalam penulisan terdapat pada objek yang diteliti dan jenis permasalahan yang dihadapi.

Ketiga, penelitian dengan judul “Strategi Dalam Pelayanan Informasi Publik Pada Dinas Komunikasi Dan Informatika (Diskominfo) Kota Cilegon” yang ditulis oleh Titi Stiawati dan Mega Okta Noerisma selaku mahasiswi dari Universitas Sultan Ageng Tirtayasa pada tahun 2024. Data diambil menggunakan metode kualitatif dalam menganalisa data. Penelitian ini membahas peningkatan pelayanan informasi publik di Kota Cilegon terutama dalam evaluasi dan koordinasi. Meski masih menghadapi tantangan seperti rendahnya pemahaman OPD dan maraknya hoaks, Diskominfo telah menyusun strategi melalui pelatihan, sosialisasi, dan pengelolaan informasi digital. Evaluasi menunjukkan hasil positif dan Cilegon dinilai semakin informatif, dengan peningkatan pemahaman OPD, kualitas SDM, dan pelibatan masyarakat diperlukan untuk memperkuat kepercayaan publik<sup>50</sup>. Dalam penelitian ini persamaan terletak pada fokus strategi komunikasi dalam penyampaian informasi publik, sementara perbedaannya ada pada objek dan kerangka teori yang digunakan.

---

<sup>49</sup> Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

<sup>50</sup> Ulumiyah, P. R., & Gati, R. A. (2024). *Humas Pemerintahan Dalam Pelayanan*

Keempat, penelitian dengan judul “Strategi Diseminasi Dinas Komunikasi Dan Informatika (DISKOMINFO) Dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Kepada Masyarakat Di Kabupaten Ciamis” yang ditulis oleh Regina Maharani, Yulia Citra Rahayu, Devi Karina Setiani, Muhammad Yudia Noor Akbari dari Universitas Galuh pada tahun 2023. Teknik observasi pada Diskominfo digunakan dalam penelitian ini guna pengumpulan data. Penelitian ini membahas pelaksanaan Diskominfo Kabupaten Ciamis dalam memajukan pelayanan informasi publik melalui strategi diseminasi informasi dengan memanfaatkan website, media sosial, aplikasi mobile, serta media konvensional seperti radio dan surat kabar. Kominfo juga bekerjasama dengan pemerintah daerah dan LSM dan memberikan pelatihan literasi digital serta melakukan evaluasi berkala agar strategi tetap efektif<sup>51</sup>. Persamaannya penelitian ini terletak pada penggunaan strategi komunikasi oleh Diskominfo untuk mempermudah akses informasi, sementara perbedaannya terletak pada subjek dan cakupan komunikasi yang diteliti.

Kelima, penelitian dengan judul “Strategi Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Maluku Tenggara Dalam Pengelolaan Informasi Publik” yang ditulis oleh Febbyola W Kilmanun dan Yustina Supacoa dari Universitas Pattimura pada tahun 2024. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif sebagai bentuk pengumpulan data. Penelitian ini membahas Kominfo Ciamis dalam meningkatkan pelayanan melalui website, media sosial, aplikasi mobile, serta media tradisional. Mereka juga bekerja sama dengan pemerintah dan LSM untuk memberikan pelatihan literasi digital dan melakukan evaluasi rutin agar strategi tetap efektif<sup>52</sup>. Persamaannya dengan penelitian ini ada pada fokus strategi komunikasi

---

<sup>51</sup> Clampitt, P. G. (2016). *Communicating for Managerial Effectiveness: Problems, Strategies, Solutions (6th ed.)*. SAGE Publications.

<sup>52</sup> Susniwati, S., Zamili, M., & Sriwahyuni, N. (2021). *Democracy, transparency, and participation through the openness of public information in Pematang Regency, Indonesia. Public Administration and Regional Development*, 5, 39–47.

untuk mempermudah akses informasi, sedangkan perbedaannya terletak pada subjek dan cakupan penelitian.

Keenam, penelitian dengan judul “Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Dalam Memberikan Pelayanan Informasi Melalui Akun Instagram Di Kota Makasar” yang ditulis oleh Maria Ulfa dari Universitas Muhammadiyah Makasar pada tahun 2024. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dalam pelaksanaannya serta melakukan analisis dan obeservasi serta wawancara baik melalui foto, video, maupun audio, serta menggunakan metode deskriptif kualitatif pada informasi dilapangan. Dalam penelitian ini membahas strategi komunikasi Diskominfo Kota Makassar dalam memberikan layanan informasi publik melalui media sosial Instagram. Upaya tersebut didukung struktur kerja organisasi yang tertata, hubungan aktif dengan masyarakat, serta analisis berkala terhadap penggunaan fitur Instagram, serta kerjasama lokal yang mendorong transparansi dan partisipasi publik yang dimana penulis juga menekankan pentingnya peningkatan kualitas layanan dan kepuasan masyarakat<sup>53</sup>. Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada fokus strategi komunikasi dalam pelayanan publik, sedangkan perbedaannya terdapat pada lokasi dan konteks penelitian.

Ketujuh, penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Pengelolaan Informasi di Diskominfoan Malut (Studi PPID) yang ditulis oleh Rachmat Hidayat Buamona, Sunarto, dan Yunita Sari dari Universitas Prof. Dr. Moestopo pada tahun 2024. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Penelitian ini membahas pengelolaan informasi dan dokumentasi oleh Diskominfoan Provinsi Maluku Utara melalui PPID, mencakup aspek perencanaan, implementasi, dan evaluasi. Namun dalam koordinasi memiliki keterbatasan sumber daya dan anggaran yang menjadi hambatan

---

<sup>53</sup> Susanto, A., & Meinarno, E. A. (2021). *Strategi Pemanfaatan Media Sosial Pemerintah Daerah Untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat*. *Jurnal Komunikasi dan Kebijakan Publik*, 8(3), 89–100.

utama dalam mencapai efektivitas pelayanan informasi publik<sup>54</sup>. Karena itu diperlukan penguatan koordinasi dan strategi agar pemanfaatan anggaran dan SDM lebih optimal. Persamaannya penelitian berfokus pada strategi komunikasi dan pemanfaatan sumber daya, sedangkan perbedaannya terdapat pada lokasi dan objek penelitian.

Kedelapan, penelitian berjudul “Meningkatkan Keterbukaan Publik: Strategi Humas Pemerintahan Dalam Pelayanan Informasi Publik Pada Portal Website PPID Kementerian Pemberdayaan Aparatur Negara dan Informasi Birokrasi” yang ditulis oleh Prita Rara Ulumiyah dan Rindri Andewi Gati dari Universitas STIA LAN Jakarta pada tahun 2024. Jurnal penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan deskriptif serta wawancara pada data yang dicari. Penelitian ini membahas keterbatasan sumber daya PPID KemenPAN-RB dalam mengoptimalkan layanan informasi publik, sehingga diperlukan strategi sosialisasi untuk memperkuat pemahaman keterbukaan informasi bagi masyarakat. Penguatan ini juga ditujukan bagi seluruh pegawai agar mampu memenuhi tuntutan era digital dan amanat UU Nomor 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik<sup>55</sup>. Penelitian ini memiliki persamaan pada fokus peran instansi serta koordinasi internal-eksternal dalam menghasilkan pesan yang efektif, sedangkan perbedaannya terdapat pada objek dan permasalahan yang dikaji.

Kesembilan, penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Organisasi Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Kabupaten Brebes dalam Pelaksanaan Keterbukaan Informasi Publik” ditulis oleh Riza Khoerul Anam dan Ery Fajawaty Priyono dari universitas Peradaban tahun 2025. Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini yaitu metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif berdasarkan perspektif teori Fred R. David yang dalam penerapannya mencakup perumusan,

---

<sup>54</sup> Komariah, N., & Nasrullah, M. (2021). *Strategi Komunikasi Pemerintah Dalam Meningkatkan Partisipasi Publik*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 19(2), 115–128.

<sup>55</sup> Jeffkins, F., & Daniel, Y. (2003). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.

pelaksanaan, dan evaluasi. Pembahasan penelitian ini membahas strategi komunikasi PPID Kabupaten Brebes dalam melaksanakan keterbukaan informasi publik yang dilakukan secara terencana dan berkelanjutan sesuai konsep strategi Fred R. David. Strategi tersebut meliputi tahap perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap perencanaan PPID melakukan pendataan informasi publik serta pemantauan melalui KIP Award sebagai upaya mendorong transparansi. lalu pada tahap evaluasi PPID secara rutin mengadakan rapat koordinasi untuk menilai kekurangan dan menyusun langkah perbaikan ke depan<sup>56</sup>. Persamaannya penelitian berada pada fokus penerapan strategi dalam penyediaan informasi publik, sedangkan perbedaannya terdapat pada tokoh teori yang digunakan serta objek dan lokasi penelitian.

Kesepuluh, penelitian dengan judul “Studi Tentang Strategi Komunikasi Publik Kominfo Kota Bengkulu dalam Mendorong Literasi di Masa Transformasi Digital” yang ditulis oleh Stefani Nurul Husna dan Eceh Trisna Ayuh dari Universitas Muhammadiyah Bengkulu pada tahun 2025. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif serta teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pembahasan dalam penelitian ini mengenai strategi komunikasi memadukan pendekatan informatif, persuasif, dan partisipatif melalui pemanfaatan media digital<sup>57</sup>. Strategi ini dinilai efektif dalam meningkatkan literasi digital masyarakat khususnya terkait pencegahan hoaks, perlindungan data pribadi, dan etika bermedia. Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada peningkatan literasi digital, sedangkan perbedaannya terdapat pada teori yang digunakan, lokasi, serta objek kajian masing-masing penelitian.

Kesebelas, penelitian berjudul “Strategi Komunikasi Humas Dinas Komunikasi Dan Informatika Dalam Mensosialisasikan Program Pelayanan

---

<sup>56</sup> Clappitt, P. G. (2016). *Communicating for Managerial Effectiveness (6th ed.)*. SAGE Publications.

<sup>57</sup> Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations (5th ed.)*. New York: Free Press.

Administrasi Terpadu Kecamatan (Paten) Pemerintah Kabupaten Karawang” yang ditulis oleh Ghina Sabrina, Rastri Kusumaningrum dan Made Panji Teguh Santoso, dari Universitas Singaperbangsa Karawang pada tahun 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif serta menggunakan data primer dan sekunder, serta pemilihan informan dilakukan melalui teknik *purposive sampling* dengan kriteria tertentu<sup>58</sup>. Model ini sesuai dengan model Miles dan Hubberman yang terdiri dari tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan<sup>59</sup>. Penelitian ini membahas strategi Humas Diskominfo Kabupaten Karawang memanfaatkan media daring maupun luring dan hasil evaluasi menunjukkan bahwa strategi tersebut efektif meningkatkan perhatian serta partisipasi masyarakat. Kesamaannya dengan penelitian ini terletak pada fokus strategi komunikasi untuk mendorong keterlibatan publik, sedangkan perbedaannya terdapat pada teori yang digunakan dan tahapan analisis terhadap objek penelitian.

Keduabelas, penelitian yang berjudul “Strategi dan Efektifitas Komunikasi Organisasi Dalam Mengatasi Konflik Kerja di Lingkungan Humas Pemko Medan” yang ditulis oleh Andika Suhartono dan Wardani dari Sekolah Tinggi Manajemen Sukma pada tahun 2022. Metode dalam penelitian ini menggunakan informasi kepustakaan (*libray research*) yang berkenaan dengan pengumpulan data Pustaka terkait objek penelitian berdasarkan informasi kepustakaan. Dalam penelitian ini terdapat penjelasan dimana konflik dalam komunikasi memiliki dampak yang baik atau tidaknya terhadap organisasi atau instansi, akan tetapi hal ini dapat mempengaruhi dan memicu perubahan dalam meningkatkan produktifitas<sup>60</sup>. Oleh karena itu dalam penguasaan strategi komunikasi menjadi kunci dalam menciptakan lingkungan dan manajemen yang baik

---

<sup>58</sup> Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif dan R and D*. Alfabeta.

<sup>59</sup> Miles, M. B., & A. M. H. (2007). *Qualitative Data Analysis*. UI Press.

<sup>60</sup> Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational behavior (17th ed.)*. Pearson Education. Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational behavior (17th ed.)*. Pearson Education.

serta dapat meningkatkan kualitas kerja. Persamaan dari pembahasan ini yaitu sama-sama menganalisis bagaimana hubungan anggota atau staff dalam instansi terkait keberhasilan tujuan kerja, serta dalam perbedaan pembahasan ini yaitu penggunaan objek dan model pencarian data.

Ketigabelas penelitian berjudul “Strategi Komunikasi Customer Relationship Management (CRM) PT. Capella Honda 88 Pekanbaru Dalam Menangani Keluhan Pelanggan” yang ditulis oleh Sona Rahmadefa dari Universitas Islam Negeri Sultan Syahrif Kasim Riau pada tahun 2025. Metode dalam penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini membahas strategi komunikasi Customer Relationship Management (CRM) pada PT Capella Honda 88 Pekanbaru sebagai kerangka kerja dalam menangani keluhan dan meningkatkan kualitas layanan. Penelitian menunjukkan adanya kelemahan berupa ketidakkonsistenan dalam merespons keluhan serta pemanfaatan saluran digital yang belum optimal, sehingga berdampak pada kepuasan pelanggan. Kondisi ini menegaskan perlunya penguatan strategi komunikasi yang lebih efektif untuk membangun loyalitas jangka Panjang sejalan dengan konsep hubungan berkelanjutan yang dikemukakan Payne dan Frow<sup>61</sup>. Persamaannya dalam pembahasan ini terletak pada fokus terhadap peningkatan pelayanan serta komunikasi yang efektif, sedangkan perbedaannya terdapat pada objek dan lokasi penelitian.

Keempatbelas, Penelitian dengan judul Strategi Dinas Komunikasi dan Informasi Dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Kepada Masyarakat di Kabupaten Aceh Tenggara” yang ditulis oleh Alhadi Ahda, Roezaini Soefi dan Muridan Hasan dari Universitas Gunung Leuser Aceh pada tahun 2025. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk memahami data penelitian. Pembahasan dalam penelitian ini pentingnya strategi komunikasi dalam mendukung pemerintahan yang transparan, dengan menunjukkan peran Diskominfo Aceh Tenggara sebagai

---

<sup>61</sup> Payne, A., & Frow, P. (2017). *Strategic Customer Management: Integrating Relationship Marketing and CRM*. Cambridge University Press.

penggerak transformasi digital. Namun tantangan seperti kendala teknis serta perbedaan bahasa dan budaya menuntut peningkatan kapasitas SDM dan optimalisasi komunikasi<sup>62</sup>. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada fokus efektivitas strategi komunikasi, sementara perbedaannya terdapat pada objek, lokasi, dan konteks penelitian.

Kelimabelas, penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemerintah Daerah Dalam Mensosialisasikan Informasi Publik Di Kabupaten Aceh Barat” yang ditulis oleh Diah Lastri Febriani dan Reni Juliani dari Universitas Teuku Umar pada tahun 2022. Penelitian ini dalam mencari data yaitu menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menerapkan sudut pandang dari teori Lasswell. Penelitian ini membahas bagaimana PPID Kabupaten Aceh Barat menjalankan layanan informasi sesuai standar sehingga penyediaan data menjadi lebih efektif. Pemanfaatan teknologi mempercepat akses informasi dan mendorong transparansi meski masih ada kendala teknis<sup>63</sup>. Strategi komunikasi juga diperkuat melalui pembentukan Kelompok Informasi Gampong (KIG) sebagai sarana sosialisasi dan edukasi sejalan dengan prinsip keterbukaan dan partisipasi publik. PPID turut menerapkan uji konsekuensi dan klasifikasi informasi sesuai Pasal 19 UU KIP sebagai bentuk profesionalisme<sup>64</sup>. Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada fokus strategi komunikasi, sedangkan perbedaannya ada pada teori, objek, dan lokasi penelitian.

### **G. Sistematika Pembahasan**

Untuk mempermudah dan lebih mendalami pemahaman terhadap isis yang disajikan oleh peneliti dalam penelitian ini, penulis menyusun pembahasan secara sistematis dan terperinci yang kemudian dibagikan kedalam lima bab sebagai berikut:

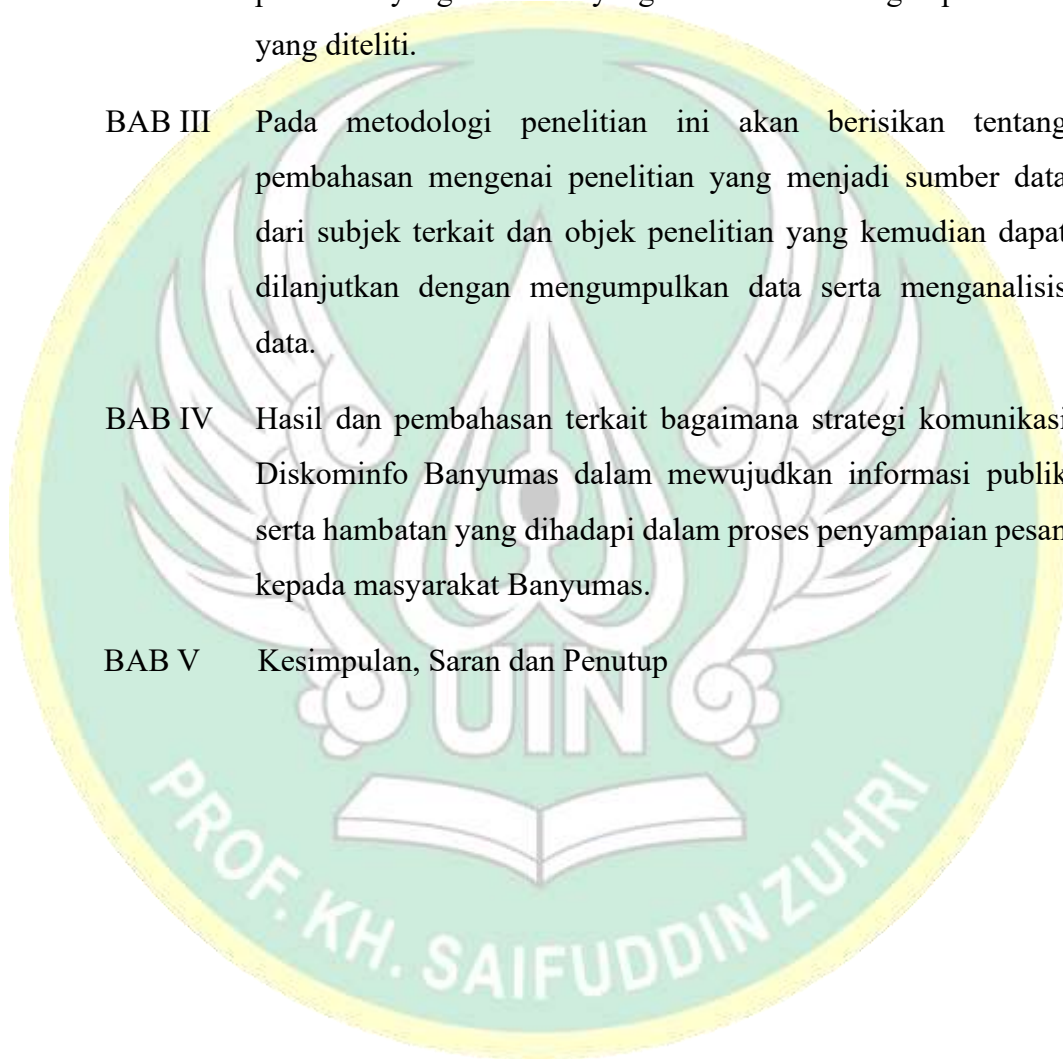
---

<sup>62</sup> Ranti, E. (2024). *Sejarah Departemen Penerangan dan Transformasi Komunikasi Publik di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen Issues*, 2(3), 268–270.

<sup>63</sup> Rahmi, A. (2023). *Peran PPID dalam penyediaan informasi publik berbasis teknologi informasi*. *Jurnal Komunikasi dan Informasi Publik*, 7(2), 78–90.

<sup>64</sup> Marlina, R. (2022). *Implementasi keterbukaan informasi publik di era digital: Tantangan dan peluang*. *Jurnal Kebijakan Publik dan Administrasi Negara*, 9(1), 54–67.

- BAB I Bab pada pertama pada pendahuluan berisi pembahasan mengenai latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika pembahasan mengenai penelitian yang sedang diteliti
- BAB II Kajian Pustaka berisikan mengenai ulasan pendukung terkait penelitian yang terdahulu yang masih terkait dengan penelitian yang diteliti.
- BAB III Pada metodologi penelitian ini akan berisikan tentang pembahasan mengenai penelitian yang menjadi sumber data dari subjek terkait dan objek penelitian yang kemudian dapat dilanjutkan dengan mengumpulkan data serta menganalisis data.
- BAB IV Hasil dan pembahasan terkait bagaimana strategi komunikasi Diskominfo Banyumas dalam mewujudkan informasi publik serta hambatan yang dihadapi dalam proses penyampaian pesan kepada masyarakat Banyumas.
- BAB V Kesimpulan, Saran dan Penutup



## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Teori Komunikasi

#### 1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan elemen utama dalam membangun dan memelihara hubungan antarindividu di berbagai aspek kehidupan. Menurut Turhamun, komunikasi merupakan tindakan sosial yang memanfaatkan simbol-simbol untuk membentuk serta menafsirkan makna dalam lingkungan sosial yang dapat ditinjau dari aspek sosial, proses, dan simbolik<sup>65</sup>. Kemudian secara etimologis komunikasi berawal dari bahasa Inggris dan bahasa Latin seperti *communis*, *communico*, dan *communicare*, yang bermakna “menyamakan” atau “mewujudkan kebersamaan”. Istilah *communis* menjadi dasar kata yang paling umum digunakan dan melandasi berbagai istilah Latin dengan makna serupa dan dapat dipahami secara bersama<sup>66</sup>. Secara umum komunikasi yaitu proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan memengaruhi perubahan sikap, pendapat, atau perilaku baik dilakukan secara langsung melalui lisan maupun melalui berbagai media<sup>67</sup>.

Komunikasi memberikan definisi sebagai proses berbagi makna melalui penyampaian pesan yang bersifat simbolik. Proses komunikasi dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung dengan menggunakan berbagai media. Komunikasi langsung berlangsung tanpa perantara sedangkan komunikasi tidak langsung dilakukan melalui media sebagai sarana penghubung<sup>68</sup>. Kemudian Menurut Anwar Arifin komunikasi merupakan proses penyampaian gagasan dan pesan dari

---

<sup>65</sup> Turhamun. (2020). *Strategi komunikasi fundraising organisasi kemasyarakatan*. Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, 14(2), 199–212. ISSN 1978-1261; 2548-9496.

<sup>66</sup> Deddy, Mulyana. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

<sup>67</sup> Efendy, Onong Uchjana. 2004. *Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya

<sup>68</sup> Wursanto. 2005. *Dasar-Dasar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset

sumber kepada satu atau lebih penerima dengan tujuan menjalin hubungan<sup>69</sup>. Oleh karena itu komunikasi dapat dipahami sebagai proses menyampaikan informasi dan makna kepada orang lain baik melalui bahasa verbal, nonverbal, simbol, atau tanda tertentu selama pesan dapat dipahami oleh kedua pihak.

## 2. Jeni-Jenis Komunikasi

Jenis-jenis komunikasi dapat diklasifikasikan berdasarkan beberapa aspek seperti arah aliran pesan, bentuk interaksi, dan media yang digunakan serta jenis komunikasi memiliki karakteristik yang berbeda dan fungsi yang berbeda sesuai dengan konteks dan kebutuhan komunikasi. Dalam ilmu komunikasi, bentuk atau jenis komunikasi dapat diklasifikasikan berdasarkan jumlah pelaku, konteks, serta tujuannya. Menurut Effendy (2017), komunikasi dapat dibedakan menjadi komunikasi interpersonal, antarpersonal, kelompok, organisasi, dan komunikasi massa<sup>70</sup>. Masing-masing jenis memiliki karakteristik dan fungsi tersendiri dalam kehidupan sosial sebagai berikut:

- a. Komunikasi interpersonal, adalah proses saling menyampaikan pesan secara langsung antara dua orang atau lebih yang memiliki hubungan dekat. Menurut DeVito (2013:7) komunikasi interpersonal terjadi antara dua orang atau kelompok kecil dan dapat menimbulkan berbagai pengaruh dalam komunikasi<sup>71</sup>.
- b. Komunikasi intrapersonal, adalah komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang berupa proses berpikir, merenung, atau berbicara dengan diri sendiri. Menurut Mulyana komunikasi intrapersonal

---

<sup>69</sup> Tisnawati, Ernie & Saefullah, Kurniwan. 2005. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

<sup>70</sup> Effendy, Onong Uchjana. (2017). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

<sup>71</sup> DeVito, J. A. (2013). *The Interpersonal Communication Book*. Boston: Pearson Education.

melibatkan penyampaian pesan di dalam diri melalui pikiran dan perasaan<sup>72</sup>.

- c. Komunikasi kelompok, adalah komunikasi yang terjadi antara beberapa orang dalam suatu kelompok yang memiliki tugas dan tanggung jawab tertentu. Komunikasi ini dilakukan secara tatap muka oleh tiga orang atau lebih dengan tujuan berbagi informasi, mengambil keputusan, dan menyelesaikan masalah<sup>73</sup>.
- d. Komunikasi organisasi, yaitu proses penyampaian pesan dalam struktur organisasi baik formal maupun informal yang terjadi secara vertikal (atasan–bawahan) maupun horizontal (antarbagian). Menurut Pace dan Faules komunikasi organisasi yaitu pesan bertukar di antara unit-unit komunikasi pada bagian suatu organisasi formal dengan tujuan mencapai efektivitas organisasi<sup>74</sup>.
- e. Komunikasi massa, adalah cara menyampaikan pesan kepada banyak orang melalui media massa. Menurut McQuail komunikasi massa dilakukan melalui media seperti surat kabar, radio, televisi, dan internet untuk menjangkau audiens yang luas dan beragam dalam waktu yang relatif singkat<sup>75</sup>.

Jenis komunikasi juga dapat dibedakan berdasarkan media yang digunakan yaitu komunikasi verbal dan nonverbal. Komunikasi verbal dilakukan melalui kata-kata baik secara lisan maupun tulisan untuk menyampaikan pesan. Sementara itu komunikasi nonverbal menggunakan simbol, ekspresi wajah, gerakan tubuh, warna, dan unsur visual lainnya. Dalam komunikasi nonverbal memiliki pengaruh yang lebih kuat karena dapat

---

<sup>72</sup> McQuail, Denis. (2011). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage Publications.

<sup>73</sup> Tubbs, Stewart L. & Moss, Sylvia. (2012). *Human Communication: Principles and Contexts*. New York: McGraw-Hill.

<sup>74</sup> Pace, R. Wayne & Faules, Don F. (2010). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

<sup>75</sup> McQuail, Denis. (2011). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage Publications.

menyentuh dan memengaruhi emosi secara lebih mendalam.dalam<sup>76</sup>.

### 3. Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi adalah kemampuan yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu. William I. Gordon dalam buku Metodologi Penelitian Komunikasi Organisasi menjelaskan bahwa berdasarkan kerangka pemikiran, komunikasi memiliki empat fungsi utama sebagai berikut :<sup>77</sup>

- a. Fungsi Sosial, fungsi komunikasi yang memiliki peran penting dalam pembentukan konsep diri, proses aktualisasi diri, keberlangsungan hidup, mencapai kebahagiaan, mengurangi ketegangan, serta memberikan hiburan<sup>78</sup>.
- b. Fungsi ekspresif, adalah fungsi komunikasi yang tidak secara langsung untuk memengaruhi pihak lain melainkan berperan sebagai sarana untuk menyalurkan pesan, emosi, atau perasaan yang dimiliki seseorang.
- c. Fungsi Ritual, yaitu fungsi yang bersifat penegasan terhadap tradisi dan dilakukan secara kolektif. Dalam komunikasi ini berbentuk partisipasi dan menegaskan kembali pada komitmen dan tradisi keluarga.
- d. Fungsi Intrumental, merupakan fungsi dengan tujuan dalam memberi informasi serta mengajarkan untuk merubah sikap serta mengubah perilaku dan keyakinan<sup>79</sup>.

---

<sup>76</sup> Samovar, L. A., & Porter, R. E. (2014). *Communication Between Cultures*. Cengage Learning.

<sup>77</sup> Gordon, W. I. (dalam Turhamun). *Metodologi Penelitian Komunikasi Organisasi*. Yogyakarta: Pustaka Senja, Cetakan 1, 2022. ISBN 978-602-6730-93-0.

<sup>78</sup> Mulyana, Deddy, 2008, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.

<sup>79</sup> Mulyana, Deddy, 2008, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.

#### 4. Komponen-Komponen Komunikasi

Dalam komunikasi terdapat beberapa komponen komunikasi menurut Lasswell yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:<sup>80</sup>

a. *Source* (Sumber)

Sumber dalam komunikasi merupakan komunitas atau organisasi yang mengambil keputusan dalam berkomunikasi antar pengirim dan penerima.

b. *Communicator* (Pengirim pesan)

Komunikator dalam komunikasi merupakan individu yang sedang berbicara atau menulis kepada orang lain.

c. *Message* (Pesan)

Pesan merupakan apa yang disampaikan dalam tahapan komunikasi yang terdiri dari simbol verbal maupun nonverbal dengan memperhatikan makna, simbol, dan struktur pesan tersebut

d. *Channel* (Saluran Media)

Channel dalam komunikasi merupakan media atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan melalui media elektronik maupun media cetak. Sementara saluran komunikasi merupakan jalur yang dilalui pesan dalam proses penyampaian komunikator kepada komunikan.

e. *Communicant* (Penerima Pesan)

Komunikan merupakan individu atau pihak yang menjadi penerima pesan baik secara langsung maupun tidak langsung yang disampaikan komunikator.

f. *Effect* (Hasil)

Dampak yang muncul pada komunikan setelah menerima pesan dari komunikator merupakan hasil dari proses interaksi antara kedua pihak yang berlangsung sesuai dengan tujuan komunikasi.

---

<sup>80</sup> Lasswell, H. (1948). *The Structure and Function of Communication in Society*.

g. *Feedback* (Umpan balik)

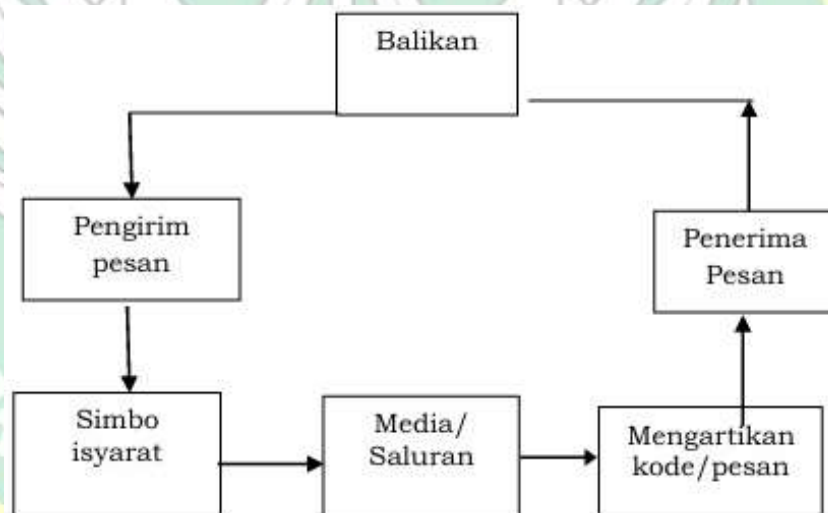
Respon atau dampak yang diberikan oleh komunikan setelah menerima pesan komunikasi dengan respon yang dikembalikan oleh komunikan kepada komunikator.

h. *Noise* (Gangguan)

Hambatan atau gangguan dalam proses komunikasi dapat menyebabkan pesan yang diterima oleh komunikan berbeda dari maksud awal yang disampaikan oleh komunikator.

i. Proses Komunikasi

Proses komunikasi merupakan proses yang melibatkan beberapa komponen dasar dalam komunikasi yang dimana dapat terjadi umpan balik dari penerima pesan kepada sumber pesan :<sup>81</sup>



Gambar 2. 1 Alur Proses Komunikasi<sup>82</sup>

5. Unsur-Unsur Komunikasi

Dalam proses komunikasi terdapat beberapa unsur yang berperan penting dalam menentukan keberhasilan pencapaian tujuan komunikasi. Unsur-unsur tersebut meliputi sumber, pesan, media, penerima, serta pemberi umpan balik<sup>83</sup>. Adapun beberapa unsur komunikasi secara

<sup>81</sup> Suryanto. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV. Pustaka Setia.

<sup>82</sup> Sumartini, S., & Kom, P. S. I. (n.d.). *Pengantar ilmu komunikasi*

<sup>83</sup> Cangara, Hafied. (2008). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers

umum yang terdapat pada buku “Metodologi Penelitian Komunikasi Organisasi”, sebagai berikut unsur-unsur komunikasi yang ada didalamnya:<sup>84</sup>

- a. Sumber, merupakan landasan dalam proses penyampaian pesan yang berfungsi memperkuat isi pesan serta menunjukkan pesan dapat berasal dari organisasi, lembaga, maupun individu<sup>85</sup>.
  - b. Komunikator, adalah pihak yang berperan sebagai pengirim pesan berupa individu yang berbicara atau menulis, kelompok, organisasi, lembaga, media massa seperti surat kabar, dan bentuk lainnya
  - c. Pesan, merupakan proses penyampaian informasi atau makna yang kepada penerima baik secara langsung melalui tatap muka maupun secara tidak langsung dengan memanfaatkan media sosial.
  - d. Komunikan adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang disampaikan oleh sumber yang dapat berupa individu maupun sekelompok orang.
  - e. Efek merupakan hasil akhir dari proses komunikasi yang tercermin dalam perubahan sikap dan perilaku yang menjadi sasaran komunikasi<sup>86</sup>
  - f. Umpan balik merupakan respon yang disampaikan oleh komunikan kepada komunikator sebagai bentuk tanggapan terhadap proses komunikasi yang telah berlangsung.
  - g. Media adalah sarana yang dimanfaatkan untuk menyalurkan pesan dari seseorang kepada khalayak melalui perantara.
6. Tujuan Komunikasi

Menurut Gordon (1971:37), tujuan komunikasi berfokus pada pencapaian kualitas dalam keseluruhan proses komunikasi, termasuk fungsi komunikasi sebagai sarana pemberian motivasi<sup>87</sup>. Tujuan tersebut

---

<sup>84</sup> Turhamun. (2022). *Metodologi Penelitian Komunikasi Organisasi* (Cetakan ke-1). Pustaka Senja. ISBN 978-602-6730-93-0.

<sup>85</sup> Sastropetro, Santoso, , *Propaganda Salah Satu Bentuk Komunikasi Massa*, Bandung: Alumni.

<sup>86</sup> Suryanto (194), , *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Bandung: Pustaka Setia.

<sup>87</sup> Gordon, T. (1971). *Parent Effectiveness Training*. New York: Wyden Books

mencakup seluruh aspek perilaku yang terlibat dalam proses komunikasi dengan manusia sebagai pelaku utama. Kemudian tujuan utama komunikasi meliputi upaya memengaruhi, menumbuhkan empati, menyampaikan informasi, menarik perhatian, serta tujuan-tujuan lain yang berkaitan dengan interaksi<sup>88</sup>.

Secara umum tujuan komunikasi dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori yaitu perubahan sikap (*attitude change*), perubahan pendapat (*opinion change*), dan perubahan perilaku (*behavior change*)<sup>89</sup>. Dari sudut pandang sumber atau komunikator tujuan komunikasi meliputi penyampaian pesan, fungsi edukatif, pemberian hiburan, serta upaya memengaruhi dan mendorong tindakan tertentu melalui pendekatan persuasif. Sementara dari kepentingan sosial komunikasi bertujuan untuk memberikan pengetahuan umum mengenai lingkungan sekitar melalui nilai sosialisasi dan kebiasaan kepada anggota masyarakat dalam hiburan yang dapat dinikmati Bersama guna tercapainya kesepahaman atau konsensus dalam kehidupan bermasyarakat<sup>90</sup>.

Kemudian dari sudut pandang kepentingan individual terdapat beberapa tujuan dalam proses komunikasi, yaitu sebagai berikut:<sup>91</sup>

- a. Menguji, mempelajari dan memperoleh gambaran tentang realitas yang ada disekitar kita serta kesempatan yang akan datang.
- b. Memperoleh pengetahuan dan keterampilan untuk hidup bermasyarakat sehingga dapat beradaptasi dengan lingkungan sosial.

---

<sup>88</sup> Herlina, S.ST., M.Kes., "Pengantar Ilmu Komunikasi." Pasuruan: CV Basya Media Utama, 2023. ISBN 978-623-5406-35-0.

<sup>89</sup> McGuire, W. J. (1981). *Theoretical Foundations of Campaigns. In Public Communication Campaigns.*

<sup>90</sup> Herlina, S.ST., M.Kes., "Pengantar Ilmu Komunikasi." Pasuruan: CV Basya Media Utama, 2023. ISBN 978-623-5406-35-0.

<sup>91</sup> Herlina, S.ST., M.Kes., "Pengantar Ilmu Komunikasi." Pasuruan: CV Basya Media Utama, 2023. ISBN 978-623-5406-35-0.

- c. Menikmati hiburan dan melepaskan dari kesulitas dalam kegiatan sehari-hari melalui media komunikasi tertentu.
- d. Menentukan keputusan atau pilihan dalam bertindak sesuai aturan sosial.

Secara umum akibat atau hasil dari komunikasi terdapat tiga aspek diantaranya:<sup>92</sup>

- a. Aspek kognitif, yang dimana menyangkut kesadaran dan pengetahuan
- b. Aspek afektif, merupakan sikap atau perasaan dalam menunjukkan ekspresi
- c. Aspek psikomotor, yaitu menyangkut perilaku atau perbuatan yang disarankan atau tidak disarankan

## **B. Strategi Komunikasi**

### **1. Pengertian Strategi Komunikasi**

Strategi komunikasi memiliki peran penting dalam menunjang keberhasilan penyampaian pesan agar tujuan komunikasi dapat dicapai secara optimal. Menurut Turhamun dalam buku Metode Penelitian Komunikasi Organisasi, strategi merupakan integrasi antara perencanaan dan manajemen yang berfungsi sebagai turunan dari metode serta diwujudkan melalui penerapan taktik dalam pelaksanaan operasional untuk mencapai tujuan tertentu<sup>93</sup>. Dengan demikian, strategi komunikasi merupakan perpaduan dua unsur utama yaitu *communication planning* (perencanaan komunikasi) dan *communication management* (manajemen komunikasi) yang saling berkaitan dalam mewujudkan komunikasi yang efektif<sup>94</sup>. Dalam penerapannya, strategi komunikasi mencakup berbagai tahapan, seperti

---

<sup>92</sup> Herlina, S.ST., M.Kes., "Pengantar Ilmu Komunikasi." Pasuruan: CV Basya Media Utama, 2023. ISBN 978-623-5406-35-0.

<sup>93</sup> Turhamun. (2022). *Metodologi Penelitian Komunikasi Organisasi* (hlm. 48). Pustaka Senja. ISBN 978-602-6730-93-0.

<sup>94</sup> Cangara, H. (2014). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

penentuan target audiens yang tepat, pemilihan media komunikasi yang relevan, perumusan pesan yang menarik dan mudah dipahami, serta pengaturan waktu dan metode penyampaian pesan agar sesuai dengan konteks dan kebutuhan penerima<sup>95</sup>.

Strategi komunikasi dalam pelaksanaan keterbukaan informasi publik oleh Diskominfo Banyumas dapat dipahami sebagai pedoman yang mengatur proses perencanaan dan pengelolaan komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu secara efektif<sup>96</sup>. Ketentuan tersebut diatur dalam Peraturan Komisi Informasi Republik Indonesia (Perki) Nomor 1 Tahun 2021 tentang Standar Layanan Informasi Publik, Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 mengenai Keterbukaan Informasi Publik, Peraturan Pemerintah Nomor 61 Tahun 2010 sebagai aturan pelaksana Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008, serta Perki Nomor 1 Tahun 2013 yang mengatur Prosedur Penyelesaian Sengketa Informasi Publik<sup>97</sup>. Sementara itu pedoman pelaksanaan di tingkat daerah merujuk pada Peraturan Bupati Banyumas Nomor 45 Tahun 2022 tentang Pedoman Pelayanan Informasi Publik di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Banyumas<sup>98</sup>.

Penggunaan strategi komunikasi yang tepat dan dilandasi regulasi nasional maupun daerah, Diskominfo Banyumas dalam mewujudkan keterbukaan informasi publik dapat meningkatkan pemahaman masyarakat serta pemerintahan yang transparan dan informatif. Tujuannya adalah untuk memastikan komunikasi berjalan efektif, efisien, dan mampu menghasilkan perubahan sikap, pemahaman, maupun tindakan dari khalayak sasaran<sup>99</sup>.

---

<sup>95</sup> Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2009). *Effective Public Relations*. Pearson Education.

<sup>96</sup> Middleton, J. (1980). *Communication Theory: An Introduction*

<sup>97</sup> <https://ppid.banyumaskab.go.id/page/21792/standar-operasional-prosedur>. Diakses pada 19 November 2025 pada pukul 13.15 WIB.

<sup>98</sup> Dokumen Peraturan Bupati Banyumas Nomor 45 Tahun 2022 *Tentang Pedoman Pelayanan Informasi Publik di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Banyumas*.

<sup>99</sup> Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Innovations*. New York: Free Press.

## 2. Tujuan dan Fungsi Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi tidak sekadar berperan sebagai sarana untuk menyampaikan pesan, tetapi juga sebagai upaya yang dirancang secara sistematis untuk memengaruhi pola pikir dan perilaku sasaran secara persuasif dan terarah<sup>100</sup>. Dalam buku *Metodologi Penelitian Komunikasi Organisasi* karya Turhamun, dijelaskan bahwa strategi komunikasi memiliki sejumlah fungsi utama, antara lain sebagai berikut:

Strategi komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian pesan, melainkan juga sebagai pendekatan yang dirancang untuk mempengaruhi cara berfikir dan bertindak secara persuasif dan terarah<sup>101</sup>. Dalam buku “*Metodologi Penelitian Komunikasi Organisasi*” yang disusun oleh Turhamun fungsi dalam strategi komunikasi meliputi berbagai hal sebagai berikut:<sup>102</sup>

- a. Menyampaikan dan mendistribusikan pesan komunikasi yang mengandung unsur informatif, persuasif, serta instruktif secara terencana dan terstruktur kepada sasaran agar memperoleh hasil yang maksimal.
- b. Berperan sebagai sarana untuk menjembatani kesenjangan budaya yang muncul akibat kemudahan akses dan operasional media massa yang berpotensi menggerus nilai budaya<sup>103</sup>.

Kemudian menurut Effendi (1993:35) dalam buku “*Metodologi Penelitian Komunikasi Organisasi*”, menyatakan bahwa tujuan sentral dalam strategi komunikasi sebagai berikut:<sup>104</sup>

<sup>100</sup> Effendi, Onong Uchjana. (2017). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

<sup>101</sup> Effendi, Onong Uchjana. (2017). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

<sup>102</sup> Turhamun. (2022). *Metodologi Penelitian Komunikasi Organisasi* (Cetakan ke-1). Pustaka Senja. ISBN 978-602-6730-93-0.

<sup>103</sup> Effendi, Onong Uchyana, 1986, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Remaja Karya.

<sup>104</sup> Effendi, dalam Turhamun. *Metodologi Penelitian Komunikasi Organisasi*. Yogyakarta: Pustaka Senja, 2022, hlm. 35. ISBN 978-602-6730-93-0.

- a. *To Secure Understanding*, yaitu upaya untuk memastikan bahwa komunikasi benar-benar memahami pesan yang disampaikan
- b. *To Establish Acceptance*, yakni tahap ketika setelah pesan dipahami, penerima perlu diarahkan dan dibina agar dapat menerima pesan tersebut dengan baik.
- c. *To Motivate Action*, yaitu proses yang bertujuan mendorong atau memotivasi komunikasi untuk melakukan suatu tindakan tertentu.

### 3. Unsur-Unsur Strategi Komunikasi

Keberhasilan suatu strategi komunikasi sangat ditentukan oleh kemampuan komunikator dalam menyesuaikan pesan serta media dengan karakteristik komunikasi. Karena itu pemahaman terhadap audiens menjadi landasan utama dalam merancang strategi komunikasi. Dalam pelaksanaannya, strategi komunikasi tersusun atas sejumlah unsur yang saling berkaitan erat meliputi:<sup>105</sup>

- a. Komunikator, sebagai pihak yang menyampaikan pesan.
- b. *Message* (Pesan), informasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan.
- c. *Channel* (Media), alat yang digunakan untuk penyebaran pesan.
- d. *Receiver* (Komunikasi), penerima pesan yang menjadi sasaran komunikasi.
- e. *Effect* (Efek), perubahan sikap, pandangan, atau perilaku yang terjadi setelah pesan diterima.

### 4. Strategi Komunikasi Clampitt

- a. Pendekatan Strategi Komunikasi C.E. Clampitt

Peter G. Clampitt (2013) dalam bukunya *Communicating for Managerial Effectiveness* mengemukakan bahwa strategi komunikasi dalam organisasi harus disesuaikan dengan tingkat partisipasi dan keterlibatan anggota organisasi dalam proses

---

<sup>105</sup> Herlina, S.ST., M.Kes., "Pengantar Ilmu Komunikasi." Pasuruan: CV Basya Media Utama, 2023. ISBN 978-623-5406-35-0.

pengambilan keputusan<sup>106</sup>. Dalam penyampaian informasi strategi komunikasi bukan hanya menyampaikan pesan, melainkan mengelola makna dan partisipasi agar pesan dapat diterima serta menimbulkan respons yang diharapkan. Hal ini juga menjelaskan bahwa komunikasi organisasi yang efektif memerlukan keseimbangan antara arah informasi, gaya kepemimpinan, dan kebutuhan partisipasi audiens.

Kemudian dalam teori Clampitt sendiri terdapat lima pendekatan komunikasi dalam menyesuaikan ketidakjelasan yang terjadi dalam hubungan komunikasi, lima hal tersebut yaitu;<sup>107</sup>

1). *Underscore and Explore*

Strategi ini menunjukkan efektivitas komunikasi tertinggi dengan risiko yang rendah. Pendekatan ini menekankan pentingnya penyampaian pesan secara inti dan jelas sekaligus membuka ruang diskusi dan umpan balik. Dalam keterbukaan informasi publik metode ini sangat relevan karena menciptakan komunikasi dua arah yang proaktif dalam meningkatkan partisipasi, informasi publik dan kepercayaan masyarakat<sup>108</sup>.

2). *Identify and Replay*

Strategi ini memiliki efektivitas sedang dan risiko sedang, fokus pada strategi ini adalah merespon pertanyaan dan isu pada masyarakat secara cepat. Meskipun dalam strategi ini dapat mengatasi isu secara cepat, strategi ini kurang ideal jika digunakan secara tunggal karena tidak cukup untuk meningkatkan literasi pada publik.

---

<sup>106</sup> Clampitt, P. G. (2013). *Communicating for Managerial Effectiveness: Problems, Strategies, Solutions*. Thousand Oaks: Sage Publications.

<sup>107</sup> Clampitt, P. G., DeKoch, R. J., & Cashman, T. (2000). *A Strategy for Communicating About Uncertainty*. *Academy of Management Executive*, 14(4), 41–57.

<sup>108</sup> Hapsari, A., & Suryadi, A. (2021). *Strategi Komunikasi Organisasi Publik Dalam Meningkatkan Transparansi Informasi*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(1), 45–58.

### 3). *Tell and Sell*

Strategi ini digunakan sebagai tahap awal dalam memperkenalkan kebijakan atau program baru dengan cara persuasif. Walaupun efektivitasnya cukup tinggi risikonya juga relatif tinggi, karena komunikasi ini bersifat terlalu satu arah dan dapat menimbulkan kurangnya transparansi. Akan tetapi strategi ini dapat berjalan efektif jika diikuti langkah partisipatif agar masyarakat merasa dilibatkan.

### 4). *Withhold and Uphold*

Strategi ini memiliki efektivitas rendah dan risiko tinggi karena cenderung menahan informasi dan disampaikan secara terbatas. Dalam konteks undang-undang hal ini berlawanan terhadap undang-undang nomor 14 tahun 2008 terkait keterbukaan informasi publik dengan menekankan hak utama terhadap masyarakat dalam mengakses informasi publik.

### 5). *Spray and Pray*

Strategi ini menerapkan efektivitas rendah dan risiko tinggi, hal ini dikarenakan informasi mengandung banyak struktur yang tidak jelas dan dapat mengakibatkan misinformasi dan menurunkan kepercayaan publik. Hal ini tidak sejalan terkait prinsip informasi dan terlalu banyak relevansi yang menghambat keterlibatan publik<sup>109</sup>.

Kemudian terdapat contoh tabel infografik mengenai strategi komunikasi dalam mengatasi ketidakpastian dengan menerapkan lima pendekatan komunikasi sebagai berikut:<sup>110</sup>

<sup>109</sup> Ruvalcaba-Gomez, E. A., & Renteria, C. (2020). *Contrasting Perceptions About Transparency, Citizen Participation, and Open Government*. *Information Polity*, 25(3), 313–331.

<sup>110</sup> Rudy C. Tarumingkeng berjudul “8-Langkah Kotter – *Manajemen Perubahan*”.



Gambar 2. 2 Strategi Komunikasi dalam Proses Perubahan

Dalam model komunikasi tersebut dapat dijelaskan bahwa dalam strategi komunikasi menurut Clampitt yang memvisualisasikan perbandingan antara efektivitas komunikasi dan risiko resistensi perubahan dari lima pendekatan komunikasi. Dalam hal ini Clampitt juga menerangkan bahwa strategi komunikasi harus mempertimbangkan dua hal utama yaitu tingkat informasi (*Level of Information*) dan tingkat partisipasi (*Level of Participation*) sebagai berikut:<sup>111</sup>

1). *Level of Information* (Tingkat Informasi)

Tingkat sejauh mana informasi disampaikan dari pihak komunikator kepada penerima atau komunikan dalam suatu organisasi. Konsep ini menggambarkan seberapa banyak dan seberapa dalam informasi dibagikan kepada pihak lain, baik dalam konteks internal maupun eksternal.

2). *Level of Participation* (Tingkat Partisipasi)

Menggambarkan tingkat keterlibatan individu atau kelompok dalam proses komunikasi dan pengambilan keputusan organisasi. Konsep ini berhubungan langsung dengan bagaimana

<sup>111</sup> Clampitt, P. G. (2016). *Communicating for Managerial Effectiveness: Problems, Strategies, Solutions (6th ed.)*. SAGE Publications.

partisipasi anggota atau publik dibuka dalam menentukan arah kebijakan dan implementasi keputusan.

b. Strategi Komunikasi Berbasis Kebutuhan Organisasi

Secara keseluruhan, strategi komunikasi berbasis kebutuhan organisasi menekankan penyesuaian bentuk dan metode komunikasi dengan tujuan, karakteristik, serta kondisi internal dan eksternal organisasi. Pendekatan ini tidak bersifat universal, melainkan harus disusun sesuai struktur, budaya, dan kebutuhan informasinya. Efektivitas komunikasi manajerial ditentukan oleh sejauh mana strategi komunikasi mampu selaras dengan tingkat kebutuhan informasi dan partisipasi anggota organisasi<sup>112</sup>.

Kemudian dalam strategi komunikasi Clappitt memberikan lima pendekatan yang masih berkaitan dengan kebutuhan organisasi, di antaranya sebagai berikut:<sup>113</sup>

1). *Command* (Perintah)

Dalam model ini komunikasi bersifat satu arah dari atasan kepada bawahan dengan berfokus pada instruksi yang jelas untuk memastikan perintah dilakukan sesuai standar.

2). *Compliance* (Kepatuhan)

Komunikasi ini membangun kepatuhan dengan aturan dan standar yang telah ditetapkan terkait keterbukaan publik.

3). *Cooperation* (Kerjasama)

Dalam model ini komunikasi bersifat dua arah dengan mengedepankan interaksi yang bertujuan sebagai bentuk kerja sama sehingga bawahan merasa dilibatkan.

<sup>112</sup> Clappitt, P. G. (2013). *Communicating for Managerial Effectiveness: Problems, Strategies, Solutions*. Thousand Oaks: Sage Publications.

<sup>113</sup> Clappitt, P. G., DeKoch, R. J., & Cashman, T. (2000). *A Strategy for Communicating About Uncertainty*. *Academy of Management Executive*, 14(4), 41-57

#### 4). *Collaboration* (Kolaborasi)

Model komunikasi ini bersifat lebih tinggi sekedar Kerjasama, hal ini berkaitan dengan kemitraan strategis yang bertujuan membuka peluang pertukaran ide dan keputusan bersama.

#### 5). *Commitment* (Komitmen)

Bentuk komunikasi ini menekankan hubungan jangka Panjang dengan membangun kepercayaan dan rasa memiliki guna mencapai komunikasi yang konsisten dan kredibel.

### C. Komunikasi Organisasi

#### 1. Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi merupakan proses penyampaian, penerimaan dan pemaknaan pesan yang berlangsung dalam sebuah organisasi. organisasi<sup>114</sup>. Untuk menjaga efisiensi dan mendukung kemajuan organisasi, komunikasi yang baik antaranggotanya menjadi faktor penting karena dapat memperkuat hubungan kerja sama serta mendukung perkembangan organisasi<sup>115</sup>. Dalam lingkup organisasi, komunikasi berlangsung melalui saluran formal maupun informal dan menjadi aktivitas utama yang menghubungkan individu-individu di dalamnya<sup>116</sup>. Seiring bertambahnya kapasitas organisasi, permasalahan komunikasi juga meningkatkan antaranggota menjadi fokus utama dalam menjaga fungsi organisasi.

Analisis komunikasi organisasi mencakup kajian terhadap berbagai peristiwa yang terjadi secara bersamaan. Dalam sebuah organisasi yang terdiri dari banyak individu, terdapat hubungan saling ketergantungan yang menuntut adanya koordinasi, dan koordinasi

<sup>114</sup> Turhamun. (2022). *Metodologi Penelitian Komunikasi Organisasi* (Cet. 1, hlm. 26). Pustaka Senja. ISBN 978-602-6730-93-0.

<sup>115</sup> Katz, Daniel & Kahn, Robert L. (1978). *The Social Psychology of Organizations* (2nd Ed.). New York: Wiley.

<sup>116</sup> Pace, R. Wayne & Faules, Don F. (2010). *Organizational Communication: Strategies for Success*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

tersebut hanya dapat terwujud melalui komunikasi<sup>117</sup>. Keterkaitan antara ilmu komunikasi dan organisasi terletak dari cara anggota organisasi memanfaatkan komunikasi dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya. Melalui aktivitas komunikasi anggota organisasi mampu memahami proses pencapaian tujuan serta memilih media yang sesuai untuk penyampaian pesan dengan memastikan bahwa penerapan konsep komunikasi selaras dengan ruang lingkup organisasi.

Fungsi komunikasi dalam organisasi merupakan unsur penting yang mendukung terwujudnya komunikasi yang efektif, yang dalam prosesnya meliputi beberapa aspek sebagai berikut:<sup>118</sup>

a. Isi Pesan yang Disampaikan

Pesan yang disampaikan oleh pengirim harus bersifat objektif, tepat, relevan, dan memiliki makna yang jelas, sehingga dapat meminimalkan hambatan komunikasi dan mencegah terjadinya perbedaan penafsiran atau pemahaman.

b. Pengaruh Emosional Pesan

Dampak emosional pesan merupakan hasil dari penyampaian pesan kepada individu atau kelompok sebagai penerima akhir. Efek emosional ini mencakup seluruh respons penerima terhadap proses komunikasi, termasuk reaksi dan penafsiran<sup>119</sup>.

2. Fungsi Komunikasi Organisasi

Kemudian selanjutnya terdapat beberapa fungsi utama dalam kelompok atau organisasi dalam proses komunikasi yang dapat mendorong tercapainya tujuan komunikasi sebagai berikut:<sup>120</sup>

---

<sup>117</sup> Pace, R. W., & Faules, D. F. (2010). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

<sup>118</sup> Herlina, S.ST., M.Kes., “*Pengantar Ilmu Komunikasi*.” Pasuruan: CV Basya Media Utama, 2023. ISBN 978-623-5406-35-0.

<sup>119</sup> Riinawati. (2021). *Pengantar Teori, Manajemen Komunikasi dan Organisasi*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.

<sup>120</sup> Robbins, SP, dan Judge. (2007). *Perilaku Organisasi*, Alih Bahasa Drs. Benyamin Molan, Jakarta: Salemba Empat.

- a. Fungsi komunikasi berperan dalam mengarahkan perilaku anggota organisasi melalui mekanisme wewenang dan aturan formal. Misalnya, kewajiban karyawan untuk menyampaikan keluhan kepada atasan langsung sesuai prosedur.
  - b. Komunikasi berperan meningkatkan motivasi dengan menyampaikan informasi terkait tugas, evaluasi kinerja, serta langkah perbaikan yang perlu dilakukan anggota.
  - c. Penetapan tujuan yang jelas, pemberian umpan balik, dan dorongan perilaku yang diharapkan dapat meningkatkan motivasi dengan bergantung pada komunikasi yang efektif.
  - d. Komunikasi antar kelompok berperan sebagai media bagi anggota untuk mengekspresikan perasaan dan mencapai kepuasan sosial, sehingga kebutuhan emosional dan interaksi sosial dapat terpenuhi melalui proses komunikasi tersebut.
  - e. Komunikasi memiliki peran penting karena memungkinkan individu maupun kelompok memperoleh, menyampaikan, dan menukar informasi untuk menilai berbagai cara alternatif secara tepat.
3. Hambatan Komunikasi Dalam Organisasi

Hambatan komunikasi dalam organisasi merupakan salah satu faktor yang dapat mengganggu efektivitas kerja dan pencapaian tujuan bersama<sup>121</sup>. Dalam sistem hukum komunikasi yang juga berlaku dalam dakwah, hambatan komunikasi dapat dipahami sebagai hambatan dalam proses dakwah itu sendiri khususnya dalam mengungkapkan pesan yang tersembunyi serta menyampaikan apa yang seharusnya dilakukan<sup>122</sup>. Kemudian kendala dapat muncul akibat penggunaan bahasa yang kurang tepat, pemilihan kata yang menimbulkan kesalahpahaman, atau penggunaan istilah asing yang tidak dipahami oleh semua anggota organisasi. Hal tersebut dapat menyebabkan pesan yang disampaikan

---

<sup>121</sup> Redding, W. C., & Sanborn, G. (1964). *Business and Industrial Communication*. New York: Harper & Row.

<sup>122</sup> Mubarak (2014), dikutip dalam Turhamun (2022), *Metodologi Komunikasi Organisasi*, Pustaka Senja, Yogyakarta, hlm. 17.

tidak diterima secara utuh, bahkan menimbulkan interpretasi yang berbeda-beda di antara anggota. Selain hambatan bahasa, gangguan teknis juga menjadi faktor penghalang komunikasi yang efektif<sup>123</sup>. Misalnya, gangguan pada saluran komunikasi seperti sinyal radio yang tidak stabil, suara yang terputus-putus, atau hilangnya koneksi dapat menghambat penyampaian pesan secara jelas.

Dalam proses komunikasi, gangguan dapat muncul karena isi pesan yang disampaikan. Pesan yang sensitif atau kontroversial lebih berpotensi menimbulkan gangguan makna dan penolakan, sedangkan pesan yang disusun secara sederhana, jelas, dan langsung cenderung lebih mudah dipahami<sup>124</sup>. Oleh karena itu pemilihan bahasa yang tepat terhadap konteks penerima pesan dan penggunaan media yang sesuai menjadi faktor utama dalam mewujudkan komunikasi organisasi yang efektif. Hambatan komunikasi dalam organisasi pada umumnya meliputi kendala yang berasal dari pengirim pesan, simbol atau bahasa yang digunakan serta keterbatasan pada pihak penerima pesan.

#### 4. Bentuk Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi memegang peran strategis dalam mendukung fungsi koordinasi antarindividu dalam suatu lembaga. Pace dan Faules mendefinisikan komunikasi organisasi sebagai proses pembentukan dan pertukaran pesan yang berlangsung dalam jaringan hubungan yang saling bergantung sebagai bentuk ketidakpastian lingkungan<sup>125</sup>. Oleh karena itu komunikasi dalam organisasi tidak sekadar berperan sebagai media penyampaian informasi, melainkan menjadi instrumen penting dalam mengarahkan perilaku anggota agar sejalan dengan tujuan organisasi. Kemudian menurut Goldhaber yang

---

<sup>123</sup> Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana: University of Illinois Press.

<sup>124</sup> Otondo, R. F., Van Scotter, J. R., Allen, D. G., & Palvia, P. (2008). "The complexity of richness: Media, message, and communication outcomes." *Information & Management*, 45(1), 21-30.

<sup>125</sup> Pace, R. W., & Faules, D. F. (2015). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

diperkuat oleh pandangan Pace dan Faules (2015), komunikasi dalam organisasi dapat diklasifikasikan berdasarkan arah aliran informasi dan hubungan antarindividu dalam struktur organisasi<sup>126</sup>.

Secara umum, terdapat lima bentuk utama komunikasi organisasi, yaitu komunikasi vertikal (ke bawah dan ke atas), komunikasi horizontal, komunikasi diagonal, serta komunikasi eksternal yang dijelaskan sebagai berikut:<sup>127</sup>

a. Komunikasi Vertikal ke Atas

Komunikasi ini merupakan proses penyampaian pesan dari atasan yang berfungsi sebagai sarana bagi bawahan untuk memberikan umpan balik, laporan, maupun saran terkait pelaksanaan tugas dan kondisi nyata di lapangan<sup>128</sup>.

b. Komunikasi Vertikal ke Bawah

Komunikasi ini merupakan proses pesan dari atasan kepada bawahan dalam struktur hierarki organisasi yang pada umumnya, pesan yang disampaikan berisi arahan mengenai tugas, kebijakan, tujuan organisasi terhadap kinerja pegawai. Hal tersebut menunjukkan bahwa komunikasi ke bawah berperan sebagai media bagi pimpinan dalam pesan untuk meningkatkan motivasi bawahan agar pelaksanaan tugas tetap sesuai dengan standar dan tujuan organisasi.<sup>129</sup>

c. Komunikasi Horizontal

Komunikasi ini merupakan pertukaran pesan antara individu atau unit kerja yang memiliki kedudukan sejajar dalam struktur

---

<sup>126</sup> Goldhaber, G. M. (1986). *Organizational Communication*. Dubuque, Iowa: Wm. C. Brown Publishers.

<sup>127</sup> Herlina, S.ST., M.Kes., "Pengantar Ilmu Komunikasi." Pasuruan: CV Basya Media Utama, 2023. ISBN 978-623-5406-35-0.

<sup>128</sup> Katz, D., & Kahn, R. L. (1978). *The Social Psychology of Organizations*. New York: Wiley.

<sup>129</sup> Pace, R. W., & Faules, D. F. (2015). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

organisasi serta berfungsi untuk mendukung koordinasi, kerja sama, serta pertukaran informasi antarbagian dalam organisasi.

d. Komunikasi Diagonal

Komunikasi diagonal adalah bentuk penyampaian pesan yang melintas melewati batas fungsi maupun tingkatan terhadap organisasi. Menurut Pace dan Faules komunikasi diagonal berperan penting dalam mempercepat aliran informasi serta memperkuat kerja sama lintas fungsi<sup>130</sup>.

e. Komunikasi Eksternal

Merupakan proses komunikasi dalam menyampaikan informasi kepada pihak luar organisasi seperti masyarakat, pemerintah, dan mitra kerja dalam membangun citra publik dan meningkatkan transparansi serta membangun kepercayaan<sup>131</sup>.

f. Komunikasi Informal

Komunikasi ini mengikuti struktur organisasi yang terjadi secara spontan diantara anggota organisasi. Bentuk komunikasi ini sering disebut dengan “*Grapevine Communication*” atau komunikasi jalur tidak resmi, selain itu komunikasi ini sebagai saluran tambahan dalam membantu percepatan penyebaran berita dalam organisasi<sup>132</sup>.

## D. Informasi Publik

### 1. Pengertian Informasi Publik

Informasi publik secara umum mencakup seluruh data, keterangan, atau pernyataan yang dihasilkan dan dikelola oleh badan publik baik di tingkat pusat maupun daerah yang berkaitan dengan kepentingan masyarakat secara luas. Informasi dalam komunikasi publik memiliki peran strategis sebagai penghubung antara pemerintah

<sup>130</sup> Pace, R. W., & Faules, D. F. (2015). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

<sup>131</sup> McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage Publications.

<sup>132</sup> Pace, R. W., & Faules, D. F. (2015). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

dan masyarakat dalam membangun pemahaman serta dukungan terhadap kebijakan serta pengelolaan informasi publik yang efektif akan berkontribusi pada peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah<sup>133</sup>.

Pada era digital pengelolaan informasi publik berperan penting dalam membangun citra positif pemerintah di ruang digital. Melalui penggunaan media sosial, situs web resmi, dan aplikasi layanan publik pemerintah dapat menjalin komunikasi dua arah dengan masyarakat. Komunikasi publik yang baik perlu menyesuaikan pesan dan media sesuai karakter audiens agar tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga dialogis<sup>134</sup>. Keberhasilan pengelolaan informasi publik tidak hanya dilihat dari banyaknya informasi yang disampaikan, melainkan dari membangun persepsi positif dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah yang menjadi dasar penting dalam mewujudkan pemerintahan yang baik.

Selain itu dalam era digital saat ini pengelolaan informasi publik juga berperan dalam membangun citra positif pemerintah di ruang digital. Melalui strategi komunikasi publik yang tepat, seperti penggunaan media sosial, situs web resmi, dan aplikasi layanan publik, pemerintah dapat memperkuat interaksi dua arah dengan masyarakat. Komunikasi publik yang efektif harus mampu menyesuaikan pesan dan media dengan karakteristik audiens agar tercipta komunikasi yang dialogis bukan sekadar informatif<sup>135</sup>. Oleh karena itu keberhasilan pengelolaan informasi publik tidak hanya diukur dari seberapa banyak informasi yang disebarkan, tetapi juga dari seberapa besar pengaruhnya dalam membentuk persepsi positif yang meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah. Kepercayaan ini menjadi modal sosial

---

<sup>133</sup> Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

<sup>134</sup> <sup>134</sup> Mulyana, Deddy. (2019). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

<sup>135</sup> Mulyana, Deddy. (2019). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

penting dalam mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*) dan memperkuat hubungan antara negara dan warganya.

Terkait informasi publik dalam menyampaikan atau menerima suatu informasi, terdapat juga pada ayat Al-Quran dan Hadist yang menjelaskan bahwa seseorang harus teliti dan memilah kembali pada suatu informasi agar tidak tersesat dan menyesatkan diri sendiri maupun orang lain. Ayat atau kutipan dalam Al-Quran dan hadist yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Qs Al-Hujurat Ayat 6

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصِبْحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu”<sup>136</sup>

Dalam hal ini memberikan keterangan bahwa keterbukaan dalam menyampaikan dan memberikan informasi adalah bagian dari kejujuran yang menekankan bahwa pemimpin yang memberikan informasi palsu atau menyesatkan rakyatnya adalah kesalahan besar yang akan mendapatkan hukuman di akhirat. Dalam sejarah islam juga mencatat banyak contoh terkait informasi publik yang diterapkan oleh khalifah dan pemimpin muslim lainnya. Termasuk salah satu Khalifah Umar bin Khattab yang dikenal dengan transparasinya dalam pemerintahan dan beliau sering turun tangan mendengar keluhan langsung rakyat dan tidak segan mengoreksi kebijakan yang dinilai merugikan umat<sup>137</sup>.

QS. Al-Hujurat ayat 6 ini memberikan prinsip dasar terkait informasi yang relevan pada masa kini, hal ini juga berkaitan dengan tabayyun atau memverifikasi kebenaran yang terdapat pada informasi

<sup>136</sup> Qs. Al-Hujurat Ayat 6

<sup>137</sup> <https://komisiinformasi.sumbarprov.go.id/details/news/55>, diakses pada pukul 16.43, 07 September 2025.

yang diterima<sup>138</sup>. Pada era saat ini dengan kemajuan komunikasi yang pesat dengan fenomena arus informasi digital, media sosial dan fenomena hoax, ayat ini menjadi salah bentuk moral dan sosial agar manusia tidak terjerumus dalam pengaruh informasi palsu atau hoaks yang dapat merusak kepercayaan atau merugikan diri sendiri.

Kemudian dalam tafsir Al-Ahzar sendiri menegaskan bahwa larangan keras untuk mempercayai suatu informasi atau berita tanpa melihat kebenaran yang ada terlebih dahulu yang kemudian dapat memicu keresahan sosial di masyarakat<sup>139</sup>. Kemudian dalam penelitian kontemporer lainnya menempatkan konsep tabayyun sebagai Solusi strategis yang dapat menghadapi disinformasi pada era digital saat ini dengan menekankan perlunya literasi, verifikasi, dan tanggung jawab<sup>140</sup>. Dengan demikian nilai-nilai Al-Quran masih sejalan dengan kebijakan dan ketahahtian yang masih sangat relevan dengan era saat ini yang sesuai dengan tuntutan etika komunikasi modern.

Selain kutipan ayat Al-Quran terdapat salah satu hadist yang berkaitan dengan informasi sebagai berikut;

HR. Muslim, No:04

كَفَى بِالْمَرْءِ كَذِبًا أَنْ يُحَدِّثَ بِكُلِّ مَا سَمِعَ (رواه مسلم)

Artinya: “Cukup seorang itu menjadi pendusta bila ia membicarakan semua informasi yang didengarnya”<sup>141</sup>

Hadist ini menjelaskan bahwa jika orang menceritakan sesuatu yang dia dengar, berarti dia juga berdusta, karena apa yang dia dengar tidak selamanya kebenaran dan sebagian cerita dusta selalu datang dari orang lain. Dalam hal ini merupakan sikap tidak bijaksana dan bodo

<sup>138</sup> Munawarah, M. “Revitalisasi Prinsip Tabayyun dan Qaulā Sadīda dalam ... (Q.S. Al-Hujurât/49:6).” Syams: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam, 2021.

<sup>139</sup> Hamka. (1982). *Tafsir Al-Azhar* (Vol. 7). Jakarta: Pustaka Panjimas.

<sup>140</sup> Mahfud, A. (2022). *Konsep Tabayyun dalam Surat Al-Hujurat Ayat 6*

<sup>141</sup> HR. Muslim, No:04

amat dalam menerima suatu informasi berdasarkan cerita dari orang lain tanpa memperoleh atau mengerti apa yang sebenarnya<sup>142</sup>.

Kemudian dalam hadist ini mengandung unsur teguran tegas terhadap penyebaran informasi yang sering disalahgunakan terhadap otoritas atau nama Rasulullah pada era saat ini. Ketika informasi palsu menjalar melalui media sosial maupun platform publik lainnya, hadist ini menjadi pengingat terhadap tanggung jawab etika dalam menyampaikan informasi publik. Prinsip ini selaras dengan praktik modern berupa verifikasi fakta (*fact checking*) sebelum penyebaran informasi terjadi lebih lanjut guna menghindari dampak sosial yang bersifat negatif<sup>143</sup>. Dalam konteks hadist ini menegaskan bahwa integritas informasi bukan hanya menjadi persoalan legalitas maupun efektivitas, tetapi menjadi bagian dari dimensi spiritual dan moral, dengan demikian hadist ini menjadi pendorong bagi kaum muslim untuk menerapkan prinsip jujur dan bertanggung jawab sebagai adab modern pada era komunikasi informasi publik saat ini.

## 2. Fungsi Informasi Publik

Fungsi utama informasi publik yaitu sebagai sarana menjamin hak masyarakat untuk mendapatkan informasi yang tepat dan berkualitas. Selain itu informasi publik berperan dalam mendukung penyelenggaraan pemerintahan yang terbuka, partisipatif, dan dapat dipertanggungjawabkan<sup>144</sup>. Informasi publik tidak hanya menjadi bentuk pelayanan pemerintah kepada masyarakat tetapi hal ini merupakan pelaksanaan prinsip Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Prinsip tersebut menegaskan bahwa setiap warga negara berhak mengetahui kebijakan publik, proses

<sup>142</sup> (<https://jabar.nu.or.id/taushiyah/menyaring-informasi-1UMS5>), diakses pada pukul 16.53, 07 September 2025

<sup>143</sup> Tuty, M.; Ilham, A.; Fitriyanto. (2023). *Etika Komunikasi dalam Islam: Analisis terhadap Konsep Tabayyun dalam Menyikapi Berita Hoax di Media Sosial*. Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, 4(1), 50-65.

<sup>144</sup> Rahman, I., & Cahyadi, T. (2019). *The nexus between public information disclosure and good governance in Indonesia*. International Journal of Global Studies, 5(4), 75-94.

pengambilan keputusan, serta didasari dengan pertimbangan dalam kegiatan publik<sup>145</sup>. Kemudian menurut Cabgara (2014) dan Pasal 3 Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008, fungsi informasi publik dapat dijelaskan sebagai berikut: <sup>146</sup>

- a. Menjamin hak warga negara untuk mengetahui kebijakan publik, Masyarakat berhak mengetahui kebijakan pemerintah, proses pengambilan keputusan, dan alasan di balik kebijakan tersebut.
  - b. Mendorong partisipasi masyarakat, informasi publik memungkinkan masyarakat memberikan masukan, kritik, atau dukungan terhadap program pemerintah.
  - c. Meningkatkan transparansi dan akuntabilitas badan publik, dengan keterbukaan informasi, masyarakat dapat mengawasi penggunaan anggaran dan pelaksanaan program pemerintah.
  - d. Meningkatkan kepercayaan publik terhadap pemerintah, Pemerintah yang terbuka dalam memberikan informasi akan menciptakan hubungan yang lebih baik dengan masyarakat.
  - e. Sebagai alat edukasi, informasi publik membantu masyarakat memahami hak-hak mereka serta menjalankan bagian dari fungsi dan pengawasan-pengawasan terhadap penyelenggaraan negara.
3. Jenis dan Klasifikasi Informasi Publik

Dalam jenis dan klasifikasinya, pengelompokan informasi seperti ini penting agar organisasi publik dapat mengelola data secara sistematis dan melayani kebutuhan publik tanpa melanggar etika dan hukum keterbukaan. Informasi publik berdasarkan Pasal 9 hingga Pasal 17 UU No. 14 Tahun 2008 mengenai informasi publik dibagi ke dalam empat kategori utama, yaitu:<sup>147</sup>

---

<sup>145</sup> Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik*. Jakarta: Sekretariat Negara.

<sup>146</sup> Cangara, H. (2014). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

<sup>147</sup> Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik*. Jakarta: Sekretariat Negara.

- a. Informasi secara berkala, misalnya laporan keuangan, kegiatan, dan capaian kinerja pemerintah.
  - b. Informasi secara serta-merta yang dapat mengancam keselamatan publik seperti bencana alam atau wabah penyakit.
  - c. Informasi tersedia setiap saat, seperti profil badan publik, peraturan, keputusan, atau dokumen kerja.
  - d. Informasi dikecualikan. informasi yang tidak dapat dibuka karena dapat mengganggu keamanan negara, rahasia pribadi, atau rahasia dagang (Pasal 17).
4. Isi Undang-Undang No. 14 Tahun 2008

Teori informasi publik merupakan konsep yang menjelaskan bagaimana informasi di lingkungan pemerintah atau lembaga publik dikelola dan disebarkan kepada masyarakat secara terbuka sebagai bentuk tanggung jawab serta penerapan prinsip transparansi dalam sistem demokrasi. Badan publik memiliki hak sekaligus kewajiban untuk menyediakan informasi yang berkaitan dengan kepentingan masyarakat. Oleh karena itu pelaksanaannya diatur dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, yang menegaskan bahwa lembaga publik wajib menjamin akses masyarakat terhadap informasi sebagai wujud transparansi<sup>148</sup>.

Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP) menjadi salah satu dasar penting dalam perkembangan tata kelola pemerintahan Indonesia yang demokratis dan transparan. Pelaksanaan undang-undang ini mencerminkan komitmen negara dalam memperkuat prinsip keterbukaan, partisipasi masyarakat, dan akuntabilitas publik dalam penyelenggaraan pemerintahan. Melalui ketentuan tersebut pemerintah menyediakan dasar hukum yang jelas bagi masyarakat untuk mengakses informasi publik sebagai bagian dari hak asasi manusia, sekaligus menegaskan tanggung jawab badan publik

---

<sup>148</sup> Vakarelov, O., & Rogerson, M. (2019). *Government transparency and public accountability*. Duke University Press.

untuk mengelola serta menyampaikan informasi secara terbuka dan dapat dipertanggungjawabkan<sup>149</sup>.

Tujuan utama Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP) yaitu menjamin hak masyarakat untuk memperoleh informasi publik yang berkualitas serta memastikan setiap badan publik menjalankan kewajibannya secara aktif. Hal ini meliputi penyusunan Daftar Informasi Publik (DIP), penyediaan layanan informasi, serta penetapan Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) di setiap instansi pemerintah. Melalui sistem tersebut masyarakat dapat lebih mudah mengakses informasi terkait kebijakan, program, penggunaan anggaran, serta hasil pelaksanaan kegiatan pemerintah secara terbuka dan transparan<sup>150</sup>.

Dalam pasal 3 UU KIP, tujuan keterbukaan informasi publik antara lain adalah:<sup>151</sup>

- a. Menjamin hak warga negara dalam mengetahui rencana perancangan kebijakan publik.
- b. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan kebijakan publik.
- c. Meningkatkan peran aktif masyarakat dalam pengawasan penyelenggaraan negara.
- d. Mewujudkan penyelenggaraan negara yang baik yaitu transparan, efektif, efisien, akuntabel, dan dapat dipertanggungjawabkan.

## **E. Media dan Efek**

### **1. Pengertian Media**

Secara etimologis media berasal dari bahasa latin *Medium* yang bermakna “perantara” atau “penghubung”. Dalam konteks komunikasi media berperan sebagai alat atau saluran yang digunakan untuk

---

<sup>149</sup> Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik*. Jakarta: Sekretariat Negara.

<sup>150</sup> Meijer, A. (2013). *Understanding the complex dynamics of transparency in governance*. *Public Administration Review*, 73(3), 429–439.

<sup>151</sup> <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39047/uu-no-14-tahun-2008>. Diakses pada 18 Oktober 2025, pukul 20.22 WIB

menyalurkan pesan dari pihak pengirim kepada pihak penerima. Maka dari itu media pada dasarnya merupakan sarana atau saluran yang dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Sedangkan dalam buku *McQuail's Mass Communication Theory* adalah institusi sosial yang berfungsi dalam perantara proses komunikasi massa yang tidak hanya menyampaikan informasi, melainkan sebagai bentuk persepsi nilai dan norma dalam masyarakat dalam mempengaruhi opini publik<sup>152</sup>. Sementara itu media dan efek mengacu pada dampak atau pengaruh yang ditimbulkan oleh pesan media terhadap individu, kelompok atau masyarakat luas, efek dalam hal ini bisa berupa pada aspek kognitif seperti pengetahuan, sikap, maupun perilaku<sup>153</sup>.

Dalam komunikasi publik media berperan sebagai sarana utama untuk menjalin dan memperkuat hubungan antara institusi pemerintah dengan masyarakat. Melalui media pesan kebijakan publik, informasi pembangunan, hingga program layanan masyarakat dapat disebarkan secara cepat, luas, dan efektif<sup>154</sup>. Melalui platform media konten atau pesan yang disampaikan oleh Diskominfo Banyumas dapat dengan mudah diakses secara luas dan cepat oleh pengguna. Hal ini dapat memungkinkan bagi Diskominfo Banyumas dan masyarakat dalam memberikan tanggapan atau respon umpan balik terhadap informasi yang ada. Dalam teori Clappitt penggunaan media yang tepat dapat mendukung keberhasilan komunikasi dikarenakan masih terfokus pada aspek yang digunakan dalam komunikasi yaitu media<sup>155</sup>.

## 2. Pengertian Efek Media

Efek media merujuk pada dampak berupa perubahan yang dialami individu maupun masyarakat akibat pesan media. Perubahan tersebut

---

<sup>152</sup> McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). Sage Publications.

<sup>153</sup> Dominick, J. R. (2012). *The Dynamics of Mass Communication: Media in the Digital Age* (12th ed.). McGraw-Hill.

<sup>154</sup> Goldhaber, G. M. (1993). *Organizational Communication*. McGraw-Hill.

<sup>155</sup> Clappitt, P. G., DeKoch, R. J., & Cashman, T. (2000). *A Strategy for Communicating About Uncertainty*. *Academy of Management Executive*, 14(4), 41-57

dapat mencakup aspek pengetahuan (kognitif), sikap atau perasaan (afektif), serta tindakan atau perilaku (konatif). Rakhmat (2011) mendefinisikan efek media sebagai hasil atau konsekuensi dari proses komunikasi yang muncul setelah pesan diterima oleh khalayak, baik dalam bentuk perubahan pengetahuan, pembentukan sikap, maupun perilaku yang ditampilkan<sup>156</sup>. Definisi ini menunjukkan bahwa media memiliki kekuatan dalam membentuk cara berpikir, merasakan, dan bertindak melalui pesan-pesan yang disebarkannya.

Efek media tidak hanya terbatas pada dampak langsung yang terjadi setelah pesan diterima, melainkan juga mencakup pengaruh jangka panjang yang dapat memengaruhi struktur kognitif, persepsi publik, serta pola interaksi sosial masyarakat. Dalam jangka panjang, media dapat berperan dalam membentuk opini publik, menanamkan nilai-nilai sosial dan budaya, serta memengaruhi partisipasi masyarakat terhadap isu-isu publik. Seperti yang dijelaskan oleh McQuail (2010), efek media dapat bersifat kognitif, afektif, maupun konatif<sup>157</sup>.

Selain itu efek media dapat bersifat positif maupun negatif, secara positif, media berperan meningkatkan literasi, memperluas wawasan, dan membangun kesadaran publik. Namun secara negatif media juga dapat menyebarkan informasi yang tidak akurat atau provokatif sehingga menimbulkan kesalahpahaman dan potensi konflik sosial. Pada era digital efek media semakin meningkat karena arus informasi yang cepat dan meluas di berbagai platform. Littlejohn dan Foss (2018) menegaskan bahwa media digital tidak hanya memengaruhi individu sebagai penerima pesan, tetapi juga memungkinkan mereka menjadi produsen informasi yang turut membentuk opini dan dinamika sosial<sup>158</sup>.

---

<sup>156</sup> Rakhmat, Jalaluddin. (2011). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

<sup>157</sup> McQuail, Denis. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage Publications.

<sup>158</sup> Littlejohn, Stephen W., & Foss, Karen A. (2018). *Theories of Human Communication*. Long Grove, IL: Waveland Press.

### 3. Jenis-Jenis Efek Media

Menurut Severin dan Tankard (2011:78), efek media merupakan hasil dari proses komunikasi massa yang dapat dikategorikan ke dalam tiga bentuk utama, yaitu efek kognitif, afektif, dan konatif atau behavioral<sup>159</sup>. Berikut jenis-jenis efek media yang menggambarkan bagaimana pesan mampu mempengaruhi dalam informasi:

#### a. Efek Kognitif

Efek kognitif berkaitan dengan peningkatan pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap suatu isu. Melalui media masyarakat memperoleh informasi baru mengenai kebijakan pemerintah, peristiwa sosial, maupun perkembangan teknologi.

#### b. Efek Afektif

Dalam efek afektif berkaitan dengan perubahan emosi, perasaan, atau sikap seseorang setelah menerima pesan dari media. Efek afektif muncul karena media tidak hanya menyajikan fakta, tetapi juga membingkai emosi yang memengaruhi cara masyarakat memahami suatu peristiwa<sup>160</sup>.

#### c. Efek Konatif atau Behavioral

Efek konatif atau perilaku terjadi ketika pesan media memengaruhi tindakan nyata seseorang dalam pengaruh media karena berkaitan langsung dengan perubahan perilaku atau kebiasaan. Menurut Rogers dan Dearing (2005), efek perilaku ini sering kali menjadi indikator efektivitas komunikasi karena mengukur sejauh mana pesan media mampu mengubah tindakan individu atau kelompok<sup>161</sup>.

---

<sup>159</sup> Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2011). *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media* (5th ed.). New York: Longman.

<sup>160</sup> Bryant, Jennings & Thompson, Susan. (2002). *Fundamentals of Media Effects*. New York: McGraw-Hill.

<sup>161</sup> Rogers, Everett M. & Dearing, James W. (2005). *Communication Campaigns*. Beverly Hills: Sage Publications.

#### 4. Jenis-Jenis Media Dalam Komunikasi

Nasrullah (2017) menekankan bahwa penggunaan media tradisional dan digital sangat tepat dalam konteks komunikasi pemerintah, karena memungkinkan jangkauan luas sekaligus interaktif yang terdapat pada empat jenis media yaitu:<sup>162</sup>

##### a. Media Tradisional

Median ini meliputi surat kabar, majalah, radio, dan televisi. Media ini memiliki jangkauan luas dan dianggap kredibel, namun proses penyampaiannya bersifat satu arah (*one-way communication*).<sup>163</sup>

##### b. Media Digital atau New Media

Termasuk internet, media sosial, portal berita daring, dan aplikasi pesan instan. Media ini memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah (*interactive communication*), di mana masyarakat dapat menjadi produsen sekaligus konsumen informasi (prosumer).

##### c. Media Antarpribadi

Media Antarpribadi (Interpersonal Media) digunakan dalam komunikasi tatap muka atau melalui perangkat komunikasi personal seperti telepon, email, atau video call yang menekankan pada umpan balik langsung<sup>164</sup>.

##### d. Media Hibrid

Menggabungkan unsur media tradisional dan digital, seperti televisi streaming, media cetak yang juga aktif di platform digital, atau lembaga pemerintah yang mengelola akun-akun media sosial resmi<sup>165</sup>.

<sup>162</sup> Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media

<sup>163</sup> McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. Sage Publications.

<sup>164</sup> DeVito, J. A. (2013). *The Interpersonal Communication Book*. Pearson.

<sup>165</sup> Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

#### 1. Pendekatan Penelitian

Metode dalam penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif untuk mengumpulkan dan menguraikan data secara jelas dan terperinci. Pendekatan ini digunakan untuk memahami makna dari tindakan sosial dalam proses komunikasi sekaligus melihat tahapan strategi komunikasi pada Diskominfo Banyumas dalam mewujudkan keterbukaan informasi publik berdasarkan perspektif C.E. Clappitt<sup>166</sup>.

#### 2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan studi kasus pada strategi komunikasi yang dijalankan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo). Data penelitian dihimpun melalui metode wawancara serta observasi, baik secara langsung maupun daring, yang dilakukan di lingkungan kantor Diskominfo. Pemilihan studi kasus dianggap tepat karena Diskominfo Banyumas berperan sebagai lembaga informasi publik daerah, sehingga relevan dijadikan objek kajian dalam penelitian ini<sup>167</sup>.

Penerapan metode studi kasus dalam penelitian ini bertujuan untuk mengkaji suatu fenomena dengan memperhatikan konteks kehidupan nyata<sup>168</sup>. Melalui pendekatan ini peneliti dapat menggambarkan strategi komunikasi yang diterapkan, alasan pemilihannya, serta bagaimana strategi tersebut dijalankan. Peneliti melakukan penggalian data pada Diskominfo Banyumas, mencakup penerapan dan pelaksanaan strategi komunikasi, sekaligus menilai

---

<sup>166</sup> Moleong, Lexy J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

<sup>167</sup> Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. SAGE Publications.

<sup>168</sup> Yin, R. K. (2014). *Case Study Research: Design and Methods* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE.

kaitanya terhadap UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

## **B. Subjek dan Objek Penelitian**

### **1. Subjek Penelitian**

Penelitian ini bersubjek pada partisipan yang menjadi fokus dalam pengumpulan data penelitian yang berkaitan dengan strategi komunikasi. Sedangkan menurut Sugiyono terkait subjek penelitian adalah sumber informasi utama yang memberikan data terkait permasalahan dan variable yang diteliti sesuai dengan karakteristik yang telah ditetapkan<sup>169</sup>. Kemudian dalam pelaksanaannya peneliti mewawancarai terkait penelitian kepada Staff Diskominfo Banyumas serta keterlibatan langsung selama penelitian dilaksanakan.

### **2. Objek Penelitian**

Kemudian dalam penelitian ini Diskominfo Banyumas menjadi objek terkait strategi komunikasi dalam menerapkan keberhasilan keterbukaan informasi publik di tengah-tengah masyarakat Banyumas terkait beberapa faktor isu sosial maupun informasi atau partisipasi aktif lainnya yang berkaitan dengan hubungan pemerintah atau instansi Diskominfo dan masyarakat<sup>170</sup>.

## **C. Sumber Data Penelitian**

### **1. Sumber Data Primer**

Penelitian ini bersumber dari hasil wawancara mendalam staff dari Diskominfo Banyumas yang terlibat dalam penelitian mengenai strategi komunikasi dan observasi terhadap kegiatan yang berkaitan dengan pelayanan publik serta dokumentasi internal seperti laporan atau publikasi resmi. Dalam data sumber primer ini merupakan data penelitian kualitatif yang dihasilkan dari wawancara atau tindakan

---

<sup>169</sup> Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

<sup>170</sup> Cangara, H. (2014). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo.

sosial secara langsung<sup>171</sup>. Sehingga dalam hal ini data primer bersumber dari wawancara kepada staff Diskominfo Banyumas secara langsung guna memperkuat validitas penelitian<sup>172</sup>.

## 2. Sumber Data Sekunder

Penelitian ini menggunakan data sekunder sebagai data pendukung. Data sekunder adalah data yang tidak diperoleh secara langsung melainkan berasal dari arsip, dokumen, laporan, dan publikasi ilmiah<sup>173</sup>. Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai literatur seperti buku, jurnal ilmiah, laporan, dokumen resmi, serta publikasi media yang relevan dan berkaitan dengan strategi komunikasi informasi publik. Data ini juga berfungsi untuk memperkuat landasan teori sekaligus memberikan gambaran mengenai strategi komunikasi dalam lingkup keterbukaan informasi publik.

Dengan pemanfaatan sumber data sekunder seperti laporan Diskominfo terkait keterbukaan informasi publik dan penelitian terdahulu sangat membantu dalam melengkapi data di lapangan. Dengan demikian, data sekunder tidak hanya melengkapi data primer saja, tetapi sebagai tempat analisis dalam memahami bagaimana strategi komunikasi dapat diterapkan. Kemudian data sekunder ini sejalan dengan pendapat dari Bungin terhadap kegunaan data sekunder yang dapat memperluas pandangan peneliti serta memberikan tambahan data yang valid<sup>174</sup>.

## D. Tempat dan Waktu Penelitian

### 1. Tempat Penelitian

Penelitian ini berfokus pada tempat penelitian yaitu kantor Diskominfo Banyumas atau menyesuaikan, untuk kantor

<sup>171</sup> Moleong, L. J. (2019). Metodologi penelitian kualitatif (Edisi revisi). Remaja Rosdakarya.

<sup>172</sup> Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.

<sup>173</sup> Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.

<sup>174</sup> Bungin, B. (2017). *Penelitian kualitatif: Komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya*. Kencana.

Diskominfo Banyumas sendiri terletak di Desa Sokanegara, Kecamatan Purwokerto Timur, Jalan Masjid No. 8, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah<sup>175</sup>. Alasan pemilihan tempat ini yaitu Diskominfo Kabupaten Banyumas pernah meraih beberapa penghargaan salah satunya penghargaan Komisi Informasi Publik (KIP) atas program dan pelaksanaannya pada tahun 2024.

## 2. Waktu Penelitian

Waktu Penelitian mulai dilakukan pada 15 Oktober 2025 sampai 08 Desember 2025. Dalam melaksanakan penelitian juga bersifat kondisional dengan menyesuaikan janji terlebih dahulu untuk pertemuan dan kegiatan selama penelitian berlangsung. Sehingga dalam waktu penelitian ini dapat berjalan sesuai rencana dengan pihak Diskominfo Banyumas guna memperoleh data dalam penelitian.

## E. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Wawancara

Teknik wawancara dilakukan secara bertahap dan dilakukan secara tatap muka dan terbuka atau menyesuaikan yang dilakukan kepada informan atau responden. Selain itu juga teknik wawancara dalam penelitian kualitatif bukan hanya proses pengumpulan data saja, melainkan interaksi sosial yang memerlukan sensitivitas peneliti untuk menangkap makna secara tersirat dari informan yang sedang diwawancarai<sup>176</sup>. Wawancara ini akan dilakukan secara langsung dan terbuka kepada pihak staff informasi publik serta berlokasi di kantor Diskominfo banyumas yang berkaitan dengan proses mewujudkan informasi kepada publik.

---

<sup>175</sup> <https://dinkominfo.banyumaskab.go.id/page/24768/alamat-dan-kontak>. Diakses pada 10 Agustus 2025. Pukul 22.19 WIB

<sup>176</sup> Kvale, S., & Brinkmann, S. (2015). *InterViews: Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing (3rd ed.)*. SAGE Publications.

## 2. Observasi

Dalam penelitian kualitatif, observasi bukan sekedar melihat, tetapi peneliti harus peka terhadap konteks dan makna yang menjadi kemungkinan terhadap aspek data dalam penelitian<sup>177</sup>. Kemudian dalam pelaksanaannya sendiri peneliti melaksanakan observasi secara langsung dengan mengamati aspek apa yang menjadi keberhasilan dalam mewujudkan keterbukaan informasi publik<sup>178</sup>. Observasi ini dilakukan dilingkungan Diskominfo Banyumas dan aktivitas yang masih berkaitan dengan strategi komunikasi yang sedang peneliti lakukan.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan pada penelitian ini sebagai bentuk pengumpulan data yang berhubungan dengan catatan peristiwa dalam bentuk gambar, tulisan atau monumental. Dokumen pada umumnya berbentuk foto, lukisan atau video yang menjadi catatan dokumentasi, yang dimana dalam dokumentasi juga menjadi teknik utama dalam penelitian kualitatif yang berfungsi melengkapi data dari sumber lain<sup>179</sup>. Pada penelitian ini penulis mengumpulkan dokumen berupa foto, video, jurnal publikasi mengenai kegiatan Diskominfo Banyumas dalam melaksanakan program yang berkaitan dengan strategi komunikasi dan informasi publik .

## F. Teknik Analisis Data

Dalam proses analisis data, peneliti menerapkan model analisis Miles dan Huberman yang mencakup tiga tahap penyederhanaan data yaitu reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan untuk menyempurnakan data<sup>180</sup>.

<sup>177</sup> Smit, B., & Onwuegbuzie, A. J. (2018). *Observations in Qualitative Inquiry: When What You See Is Not What You See*. International Journal of Qualitative Methods, 17(1).

<sup>178</sup> Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.

<sup>179</sup> Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). PT Remaja Rosdakarya.

<sup>180</sup> Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An Expanded Sourcebook* (2nd ed.). Sage Publications.

### 1. Reduksi Data

Pelaksanaan reduksi data dilakukan sejak tahap pengumpulan data dengan merangkum dan menyaring informasi untuk menghilangkan data yang tidak relevan. Reduksi data ini membantu pengelompokan dan penajaman data sehingga penyajiannya lebih terstruktur dan memudahkan penarikan kesimpulan penelitian<sup>181</sup>.

### 2. Penyajian Data

Dalam penyajian data, sekumpulan informasi disusun dengan memberikan kemungkinan adanya penarikan terhadap kesimpulan. Menurut Miles dan Huberman penyajian data merupakan proses pengorganisasian informasi secara sistematis sehingga memudahkan peneliti untuk menarik kesimpulan<sup>182</sup>. Selain itu menurut Miles, Huberman, dan Saldana, penyajian data harus mampu merangkum informasi kompleks ke bentuk yang lebih sederhana dengan tetap mempertahankan makna sebenarnya<sup>183</sup>. Sedangkan dalam operasionalnya sendiri penyajian data dilakukan dalam tahap terbuka dengan memperhatikan berbagai makna yang kemudian dapat menarik adanya kesimpulan data dalam penelitian.

### 3. Penarikan Kesimpulan

Miles dan Huberman berpendapat penarikan kesimpulan (*conclusion drawing/verification*) berlangsung secara terus-menerus sejak pengumpulan data hingga analisis akhir. Pada tahap ini peneliti menyusun kesimpulan berdasarkan data di lapangan, mencakup fakta dan temuan selama penelitian, serta memberi penjelasan yang relevan dengan fokus penelitian mengenai strategi komunikasi<sup>184</sup>.

---

<sup>181</sup> Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook (3rd ed.)*. Sage Publications.

<sup>182</sup> Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook (2nd ed.)*. Sage Publications.

<sup>183</sup> Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook (3rd ed.)*. Sage Publications.

<sup>184</sup> Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook (2nd ed.)*. Sage Publications.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas**

##### **1. Sejarah Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas**

Peran lembaga pemerintah dalam pengelolaan informasi dan komunikasi di Indonesia telah mengalami perkembangan sejak masa orde lama hingga sekarang. Pada periode orde lama dan orde baru, Departemen Penerangan berfungsi sebagai lembaga utama yang bertugas mengatur dan membina pers serta berbagai media seperti media massa, televisi, film, radio, grafika, percetakan, dan layanan penerangan umum. Departemen ini memiliki sejumlah direktorat jenderal, antara lain Direktorat Jenderal Penerangan Umum, Radio, Televisi, dan Film yang berkaitan dengan urusan penyiaran, media massa, serta pembinaan pers dan grafika<sup>185</sup>. Selain itu Departemen Penerangan juga memiliki jaringan kantor hingga tingkat daerah serta mengelola TVRI, RRI, dan Kantor Berita Antara.

Perubahan besar terjadi pada tahun 1999 ketika Presiden Abdurrahman Wahid membubarkan Departemen Penerangan dan Departemen Sosial sebagai bagian dari upaya penyederhanaan kabinet dan pelaksanaan undang-undang nomor 22 tahun 1999 tentang otonomi daerah. Kebijakan ini berdampak hingga ke pemerintah daerah termasuk Kabupaten Banyumas. Berdasarkan Peraturan Daerah Banyumas Nomor 23 Tahun 2000, fungsi Departemen Penerangan digabung dengan Kantor Pengelolaan Data Elektronik (KPDE) menjadi Kantor Data Informasi dan Komunikasi (KDIK). Kemudian KDIK berubah menjadi Badan Arsip Informasi dan Kehumasan (BAIK). Perubahan berlanjut dengan pembentukan Badan Penelitian Pengembangan, Telematika dan Arsip Daerah (BALITBANGTELARDA) melalui Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2004. Pada tahun 2009, struktur

---

<sup>185</sup> <http://dinkominfo.banyumaskab.go.id/page/21179/sejarah-dinkominfo-kabupaten-banyumas>. Diakses pada 20 November 2025 pukul 18.35 WIB.

organisasi kembali berubah menjadi Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika (DINHUBKOMINFO). Hingga akhirnya melalui Peraturan Daerah Nomor 16 Tahun 2016 dan Peraturan Bupati Nomor 68 Tahun 2016 lembaga tersebut ditetapkan menjadi Dinas Komunikasi dan Informatika (DINKOMINFO) Kabupaten Banyumas yang berlaku hingga saat ini<sup>186</sup>.

2. Visi dan Misi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas

Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas memiliki visi dan misi sebagai berikut:

a. Visi

Menjadikan Banyumas Yang Maju, Adil, Makmur, dan Mandiri.

b. Misi

- 1). Menjadikan Banyumas sebagai tolak ukur pelayanan publik melalui penguatan integritas birokrasi yang profesional, bersih, terbuka, inovatif, dan beretika.
- 2). Meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan memenuhi kebutuhan dasar, khususnya di bidang pendidikan dan kesehatan.
- 3). Mendorong pertumbuhan ekonomi serta meningkatkan daya saing daerah yang berkualitas, adil, dan berkelanjutan.
- 4). Mewujudkan Banyumas sebagai Kabupaten pelopor kedaulatan pangan.
- 5). Menjadikan Banyumas sebagai kabupaten perintis dalam mewujudkan kedaulatan pangan.
- 6). Menciptakan iklim investasi yang mampu memperluas lapangan kerja dengan memanfaatkan potensi lokal serta berwawasan lingkungan.
- 7). Meningkatkan pemerataan dan kualitas infrastruktur dasar yang memadai sebagai penunjang pembangunan.

---

<sup>186</sup> Sumber : Dokumentasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas

- 8.). Mendorong kemandirian ekonomi melalui pengembangan industri rakyat, pariwisata, dan industri kreatif berbasis sumber daya lokal.
- 9). Mewujudkan kehidupan masyarakat yang berbudaya dan berkarakter dengan menjunjung tinggi nilai nasionalisme dan religius.

### 3. Tugas dan Fungsi

Tugas dan fungsi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas meliputi beberapa hal sebagai berikut:<sup>187</sup>

#### a. Tugas

Peraturan Bupati Banyumas Nomor 78 Tahun 2020 menyatakan bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas memiliki peran penting dalam mendukung Bupati dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah. Peran tersebut mencakup penyusunan kebijakan, pelaksanaan program, serta kegiatan evaluasi dan pelaporan di bidang komunikasi dan informatika, statistik, serta persandian<sup>188</sup>. Tugas ini merupakan bagian dari kewenangan daerah dan tugas pembantuan sehingga Diskominfo dituntut untuk mengelola komunikasi publik, data statistik, dan keamanan informasi daerah secara terencana dan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Keberadaan Diskominfo dalam tata kelola pemerintahan modern berpengaruh terhadap kinerja, kualitas pelayanan publik, dan efektivitas penyampaian informasi, sehingga peraturan ini tidak hanya menjadi dasar hukum tetapi juga menegaskan peran Diskominfo dalam mendukung terwujudnya pemerintahan yang transparan berbasis teknologi informasi<sup>189</sup>.

---

<sup>187</sup> <https://dinkominfo.banyumaskab.go.id/page/21043/tugas-dan-fungsi>. Diakses pada 19 November 2025 pukul 18.35 WIB.

<sup>188</sup> <https://peraturan.bpk.go.id/Details/174931/perbup-kab-banyumas-no-78-tahun-2020>. Diakses pada 19 November pukul 23.15 WIB.

<sup>189</sup> <https://dinkominfo.banyumaskab.go.id/page/21043/tugas-dan-fungsi>. Diakses pada 19 November 2025 pukul 22.35 WIB.

#### b. Fungsi

- 1). Penyusunan kebijakan umum di bidang kesekretariatan, informasi dan komunikasi publik, aplikasi informatika, statistik, persandian, serta infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi sesuai kewenangan daerah dan tugas pembantuan kepada kabupaten.
  - 2). Pelaksanaan kebijakan di bidang kesekretariatan, informasi dan komunikasi publik, aplikasi informatika, statistik, persandian, serta infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi sesuai kewenangan daerah dan tugas pembantuan.
  - 3). Penyelenggaraan administrasi pada bidang kesekretariatan, informasi dan komunikasi publik, aplikasi informatika, statistik, persandian, serta infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi sesuai kewenangan daerah dan tugas pembantuan.
  - 4). Pelaksanaan evaluasi dan penyusunan laporan pada bidang kesekretariatan, informasi dan komunikasi publik, aplikasi informatika, statistik, persandian, serta infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi sesuai kewenangan daerah dan tugas.
  - 5). Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Bupati sesuai dengan ketentuan dan fungsi yang dimiliki<sup>190</sup>.
- #### 4. Alamat dan Kontak

Adapun alamat dan kontak kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas sebagai berikut:<sup>191</sup>

Alamat Kantor : Jalan Masjid No: 8 Purwokerto 53115<sup>192</sup>

No. Telp : (0281) 632338

No. Fax : (0281) 632338

Email : [dinkominfo@banyumaskab.go.id](mailto:dinkominfo@banyumaskab.go.id)

---

<sup>190</sup> <https://dinkominfo.banyumaskab.go.id/page/21043/tugas-dan-fungsi>. Diakses pada 19 November 2025 pukul 23.38 WIB.

<sup>191</sup> <https://dinkominfo.banyumaskab.go.id/page/24768/alamat-dan-kontak>. Diakses pada 20 November 2025 pukul 13.45 WIB.

## 5. Struktur Organisasi

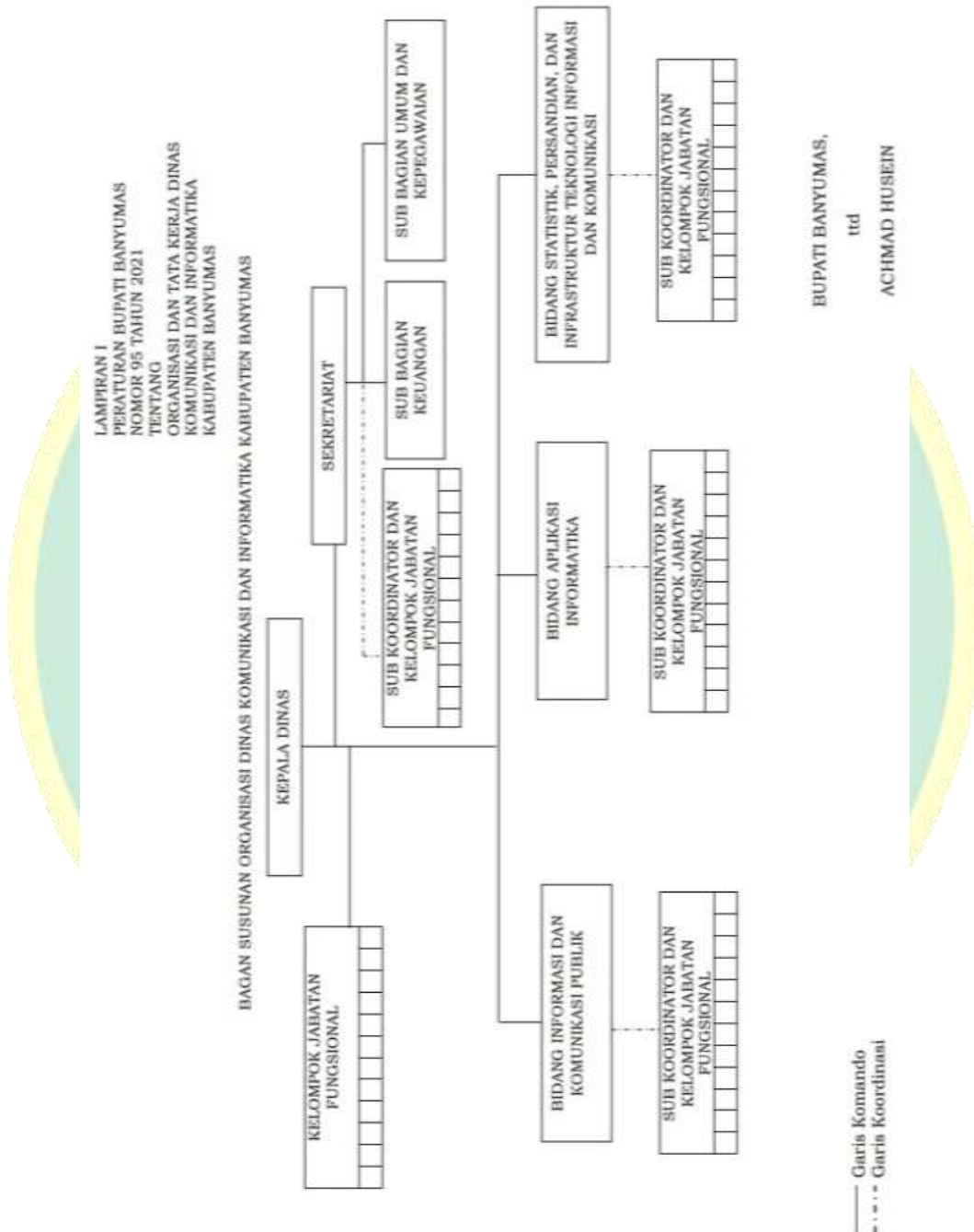
Berdasarkan ketentuan dalam Peraturan Bupati Banyumas Nomor 95 Tahun 2021, struktur organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas terdiri dari:<sup>193</sup>

- a. Kepala Dinas
- b. Sekretariat terdiri dari:
  - 1). Sub Koordinator dan Kelompok Jabatan Fungsional
  - 2). Sub bagian Keuangan
  - 3). Sub Bagian Umum dan Kepegawaian
- c. Kelompok Jabatan Fungsional
- d. Bidang Informasi dan Komunikasi Publik terdiri dari :
  - 1). Sub Koordinator dan Kelompok Jabatan Fungsional
- e. Bidang Aplikasi Informatika terdiri dari
  - 1). Sub Koordinator dan Kelompok jabatan Fungsional
- f. Bidang Statistik, Persandian, Dan Insfrastruktur Teknologi Informasi dan Komunikasi terdiri dari :
  - 1). Sub Koordinator dan Kelompok Jabatan Fungsional.

---

<sup>193</sup> <http://dinkominfo.banyumaskab.go.id/page/21111/struktur-organisasi>. Diakses pada 20 November 2025 pukul 20.38 WIB.

## Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Diskominfo Banyumas<sup>194</sup>

<sup>194</sup> <http://dinkominfo.banyumaskab.go.id/page/21111/struktur-organisasi>. Diakses pada 20 November 2025 pukul 21.22

## **B. Gambaran Pelaksanaan Keterbukaan Informasi Publik Oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas**

### **1. Dasar Hukum dan Kebijakan Keterbukaan Informasi Publik**

Penyelenggaraan keterbukaan informasi publik di Kabupaten Banyumas merupakan wujud pelaksanaan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 yang menjamin hak setiap warga negara untuk memperoleh informasi yang terbuka dan dapat dipertanggungjawabkan dari badan publik<sup>195</sup>. Dalam hal ini Dinas Komunikasi dan Informatika (Dinkominfo) Kabupaten Banyumas memegang peran penting sebagai perangkat pemerintah yang bertugas mengelola, menyediakan, dan menyalurkan informasi kepada masyarakat. Selain itu pelaksanaan layanan keterbukaan informasi publik di Banyumas juga berpedoman pada Peraturan Komisi Informasi (PerKI) Nomor 1 Tahun 2021 tentang Standar Layanan Informasi Publik.

*“Kami menggunakan beberapa dasar hukum dalam pelaksanaan keterbukaan informasi publik. Pada tingkat nasional, yaitu undang-undang nomor 14 Tahun 2008 dan Peraturan Komisi Informasi Nomor 1 Tahun 2021. Sementara di tingkat daerah, kami berpedoman pada Peraturan Bupati Banyumas nomor 45 Tahun 2022”<sup>196</sup>.*

Peraturan terkait Informasi Publik (PerKi) ini memberikan standar operasional minimum yang wajib diterapkan oleh semua PPID, seperti penyediaan layanan, penyusunan SOP layanan informasi, publikasi daftar informasi publik, dan standar waktu respon terhadap permohonan informasi. Pada PerKi tersebut Dinkominfo Banyumas menerapkan SOP pelayanan yang menetapkan batas waktu maksimal pemberian informasi, format surat jawaban, tata cara penyampaian keberatan, serta bentuk pendokumentasian setiap permohonan dan pelayanan informasi.

---

<sup>195</sup> Dokumentasi : Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 *Tentang Keterbukaan Informasi Publik*

<sup>196</sup> Wawancara Dengan Ibu Ani Pranata Humas Ahlumuda Dalam Bidang Informasi Publik

Pelaksanaan pedoman keterbukaan informasi publik di Kabupaten Banyumas pada dasarnya telah dijalankan melalui sistem kerja Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID), baik PPID utama maupun pembantu. Penerapan tersebut sesuai dengan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008, Peraturan Pemerintah Nomor 61 Tahun 2010, Peraturan Komisi Informasi Nomor 1 Tahun 2021, serta Peraturan Bupati Nomor 45 Tahun 2022, yang menegaskan kewajiban setiap badan publik untuk melaksanakan standar layanan informasi publik secara terarah dan berkelanjutan.

Kemudian dalam Peraturan Bupati Nomor 45 Tahun 2022 sendiri terkait peran pelayanan informasi publik kepada masyarakat sudah diatur tugasnya terhadap PPID utama dan pembantu, hingga dalam pelaksanaannya Diskominfo Banyumas dapat menjalankan bentuk tanggung jawab terhadap pelayanan dan sarana prasarana.

*“Pelaksanaan yang dilakukan melalui berbagai sarana dan prasarana pelayanan yang kami sediakan. Kami memiliki meja layanan di kantor, website resmi PPID, kanal media sosial, hingga videotron sebagai media diseminasi informasi publik. Semua sarana tersebut digunakan untuk memastikan informasi dapat diterima dengan baik sesuai amanat regulasi yang mengatur layanan informasi publik”<sup>197</sup>.*

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan informasi, Dinkominfo Banyumas mengoptimalkan pemanfaatan teknologi informasi, berdasarkan regulasi Peraturan Pemerintah No. 61 Tahun 2010 yang menekankan penggunaan sistem informasi elektronik dalam tata kelola dokumentasi publik<sup>198</sup>.

*“Banyak platform media sosial digunakan secara optimal sebagai media penyampaian informasi publik yang cepat, praktis, dan mudah digunakan oleh masyarakat. Dengan pendekatan multimedia, kami berupaya memastikan informasi*

---

<sup>197</sup> Wawancara Dengan Ibu Ani Pranata Humas Ahlumuda Dalam Bidang Informasi Publik

<sup>198</sup> Dokumentasi : Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 61 Tahun 2010 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik

*publik tersaji secara mudah, tepat, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat*"<sup>199</sup>.

Pemanfaatan media sosial dan website resmi Diskominfo Banyumas dalam mendukung keterbukaan informasi publik menunjukkan penerapan strategi komunikasi yang sejalan dengan model Clampitt, khususnya melalui pendekatan *tell and sell* dan *underscore and explore*. Media sosial berfungsi menyampaikan informasi secara cepat dan ringkas melalui konten visual, serta memenuhi prinsip *tell and sell*. Sementara itu website resmi yang memuat informasi lengkap serta layanan PPID mencerminkan pendekatan *underscore and explore* karena memungkinkan publik mengakses dan mengeksplorasi informasi secara lebih mendalam. Penerapan antar platform ini memperkuat efektivitas komunikasi publik, meningkatkan transparansi, serta memastikan informasi tetap akurat, relevan, dan mudah diakses<sup>200</sup>.

## 2. Jenis dan Klasifikasi Informasi Publik Diskominfo Banyumas

### a. Informasi Secara Berkala

Dalam rangka mendukung keterbukaan informasi publik Diskominfo Banyumas secara rutin menyediakan dan menyampaikan informasi sebagai bentuk pelaksanaan undang-undang nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Informasi yang bersifat berkala tersebut dipublikasikan secara teratur tanpa harus menunggu adanya permohonan dari masyarakat<sup>201</sup>. Hal tersebut meliputi informasi dan profil, informasi ringkasan program dan kegiatan, Informasi laporan akuntabilitas kinerja, laporan keuangan, informasi peraturan dan putusan

<sup>199</sup> Wawancara Dengan Ibu Ani Pranata Humas Ahlumuda Dalam Bidang Informasi Publik

<sup>200</sup> Wawancara Dengan Ibu Ani Pranata Humas Ahlumuda Dalam Bidang Informasi Publik

<sup>201</sup> Wawancara Dengan Ibu Tingkas Nuryanti Staff Informasi Publik Dan Pranata Komputer Mahir

kebijakan, layanan tata cara perolehan informasi, informasi barang dan jasa, serta rencana tindak pengendalian (RTP)<sup>202</sup>.

*“informasi secara berkala yaitu informasi yang secara regulasi harus kami sampaikan kepada masyarakat secara rutin tanpa menunggu adanya permintaan. Pada Diskominfo, mencakup beberapa hal penting, seperti profil dan struktur organisasi pemerintah daerah, program serta kegiatan yang sedang berjalan termasuk berbagai inovasi daerah kemudian laporan keuangan seperti APBD dan realisasinya,”*<sup>203</sup>.

Maka dari itu penyampaian informasi secara berkala menjadi bagian dari penerapan strategi komunikasi Diskominfo Banyumas yang tidak hanya bertujuan mewujudkan keterbukaan, tetapi juga berperan sebagai media edukasi publik untuk meningkatkan kepercayaan serta pemahaman masyarakat terhadap pelaksanaan pemerintahan daerah.

#### b. Informasi Serta Merta

Informasi serta-merta merupakan salah satu jenis informasi yang penting dalam pelaksanaan keterbukaan informasi publik. Berdasarkan undang-undang nomor 14 Tahun 2008 informasi serta merta adalah informasi yang wajib disampaikan kepada masyarakat secara cepat, khususnya apabila menyangkut kepentingan publik atau kondisi yang berpotensi membahayakan keselamatan dan ketertiban umum<sup>204</sup>. Informasi tersebut bisa berupa pemberitahuan mengenai bencana alam, perubahan kebijakan mendesak, gangguan layanan publik, situasi kesehatan masyarakat, hingga peringatan yang bersifat mitigatif.

*“Informasi serta-merta itu informasi yang harus kami sampaikan secepat mungkin terutama jika berkaitan dengan keselamatan masyarakat. Informasi ini mencakup tentang informasi kejadian luar biasa dan bencana alam. Untuk*

---

<sup>202</sup> <http://dinkominfo.banyumaskab.go.id/page/21259/berkala>. Diakses pada 21 November 2025 pukul 13.27 WIB

<sup>203</sup> Wawancara Dengan Ibu Tingkas Nuryanti Staff Informasi Publik Dan Pranata Komputer Mahir

<sup>204</sup> Wawancara Dengan Ibu Tingkas Nuryanti Staff Informasi Publik Dan Pranata Komputer Mahir

*informasi bencana, kami berkoordinasi dengan BPBD sebagai sumber data resmi. Setelah menerima laporan, kami segera menyebarkan informasi melalui media sosial, website pemerintah, dan kanal lain yang dapat diakses real-time.”<sup>205</sup>.*

Dengan demikian penyampaian informasi serta-merta oleh Diskominfo Banyumas kepada masyarakat tidak hanya menjadi pemenuhan regulasi terhadap undang-undang dan peraturan yang berlaku, tetapi menjadi bagian dari strategi komunikasi pemerintah daerah dalam menjaga keselamatan dan ketertiban masyarakat. Efektivitas penyampaian informasi ini menjadi cerminan kemampuan Diskominfo dalam menerapkan komunikasi publik yang responsif, adaptif, dan berbasis pada kebutuhan masyarakat.

#### c. Informasi Setiap Saat

Pelaksanaan keterbukaan informasi publik di Kabupaten Banyumas penyediaan informasi yang dapat diakses setiap saat menjadi salah satu faktor untuk menilai tingkat penerapan informasi oleh pemerintah daerah. Menurut Ibu Ani sendiri informasi ini tidak dipublikasikan secara rutin, namun harus selalu tersedia dan dapat diakses ketika masyarakat mengajukan permohonan, seperti masyarakat, komunitas, mahasiswa, dan lembaga publik lainnya<sup>206</sup>. Kemudian informasi setiap saat ini mencakup berbagai dokumen penyelenggaraan pemerintahan, seperti informasi mengenai organisasi perangkat daerah, administrasi kepegawaian, dokumen perencanaan seperti Rencana Strategis (Renstra) dan Rencana Kerja (Renja), serta berbagai peraturan atau keputusan yang telah ditetapkan oleh pemerintah daerah<sup>207</sup>.

*“Informasi-informasi tersebut mencakup berbagai dokumen penting seperti informasi mengenai organisasi, administrasi kepegawaian, rencana strategis, rencana kerja tahunan,*

<sup>205</sup> Wawancara Dengan Ibu Tingkas Nuryanti Staff Informasi Publik Dan Pranata Komputer Mahir

<sup>206</sup> Wawancara Dengan Ibu Ani Pranata Humas Ahlumuda Dalam Bidang Informasi Publik

<sup>207</sup> <http://dinkominfo.banyumaskab.go.id/page/21158/setiap-saat>. Diakses pada 23 Onvember 2025 pukul 23.08 WIB.

*hingga peraturan maupun keputusan resmi yang telah diterbitkan oleh pemerintah daerah. Dengan adanya dokumen informasi setiap saat menjadi bukti bahwa pemerintah daerah siap memberikan akses informasi yang lebih mendalam dan informatif kepada masyarakat setiap kali dibutuhkan”<sup>208</sup>.*

d. Informasi yang Dikecualikan

Dalam pelaksanaan keterbukaan informasi publik tidak semua informasi dapat diakses secara bebas oleh masyarakat. Hal ini sejalan dengan UU No 14 tahun 2008 yang menyatakan bahwa informasi tertentu dapat dikecualikan apabila berpotensi merugikan kepentingan umum, keamanan negara, atau melanggar privasi seseorang<sup>209</sup>. Pada Kabupaten Banyumas ketentuan mengenai informasi yang dikecualikan diatur dalam Keputusan Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas Nomor 000.8.3.4/036/2025 tentang Klasifikasi Informasi yang Dikecualikan di lingkungan Diskominfo Kabupaten Banyumas<sup>210</sup>. Kemudian terdapat juga keputusan kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas Nomor 300.2.11/1864/IV/2025 yang memuat daftar klasifikasi informasi yang tidak dapat diakses oleh publik<sup>211</sup>.

*“terkait informasi dikecualikan tidak dapat diberikan semua kepada masyarakat karena ada batasan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008. Pembatasan ini dilakukan untuk mencegah dampak negatif, seperti gangguan terhadap kepentingan umum, keamanan, atau pelanggaran privasi seseorang..”<sup>212</sup>*

<sup>208</sup> Wawancara Dengan Ibu Tingkas Nuryanti Staff Informasi Publik Dan Pranata Komputer Mahir

<sup>209</sup> Dokumen Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Pasal 2 Ayat 4

<sup>210</sup> Dokumen Keputusan Kepala Dinas Informasi dan Informatika Nomor 000.8.3.4/036/2025 Tentang Klasifikasi Informasi Yang Dikecualikan Dilingkungan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas

<sup>211</sup> <https://ppid.banyumaskab.go.id/page/21802/informasi-yang-dikecualikan>. Diakses pada 23 November 2025 pukul 23.20 WIB.

<sup>212</sup> Wawancara Dengan Ibu Tingkas Nuryanti Staff Informasi Publik Dan Pranata Komputer Mahir

Dengan demikian, keberadaan Keputusan Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas Nomor 000.8.3.4/036/2025 ini menjadi dasar penting dalam praktik keterbukaan informasi, karena memungkinkan Diskominfo mengelola informasi secara sistematis, terukur, dan sesuai hukum, sehingga strategi komunikasi yang diterapkan tetap mendukung terwujudnya pelayanan informasi publik yang dapat dipercaya oleh masyarakat.

### 3. Mekanisme Alur Permohonan Informasi

Dalam upaya mewujudkan keterbukaan informasi publik, Diskominfo Banyumas menjalankan alur permohonan informasi yang dirancang agar mudah dipahami dan diakses oleh masyarakat. Prosesnya dimulai ketika pemohon mengajukan permintaan informasi melalui berbagai saluran seperti surat, email, atau datang langsung ke layanan informasi publik<sup>213</sup>. Dalam penyediaan terdapat beberapa pilihan pengajuan yang menjadi bagian dari strategi komunikasi untuk memastikan bahwa akses informasi dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat.

Kemudian dalam penyediaan permohonan informasi masyarakat dapat mengajukan permohonan informasi melalui surat, email, atau datang langsung ke petugas layanan informasi. Setelah permohonan diterima petugas akan memeriksa kelengkapannya terlebih dahulu, jika sudah lengkap informasi diproses paling lama 10 hari kerja dan dapat diperpanjang 7 hari kerja dengan pemberitahuan kepada pemohon, apabila informasi dapat diberikan maka akan langsung disampaikan sesuai permintaan, namun jika informasi yang diminta termasuk informasi yang dikecualikan pihak PPID akan memberikan surat penolakan<sup>214</sup>. Pemohon yang tidak puas dapat mengajukan keberatan

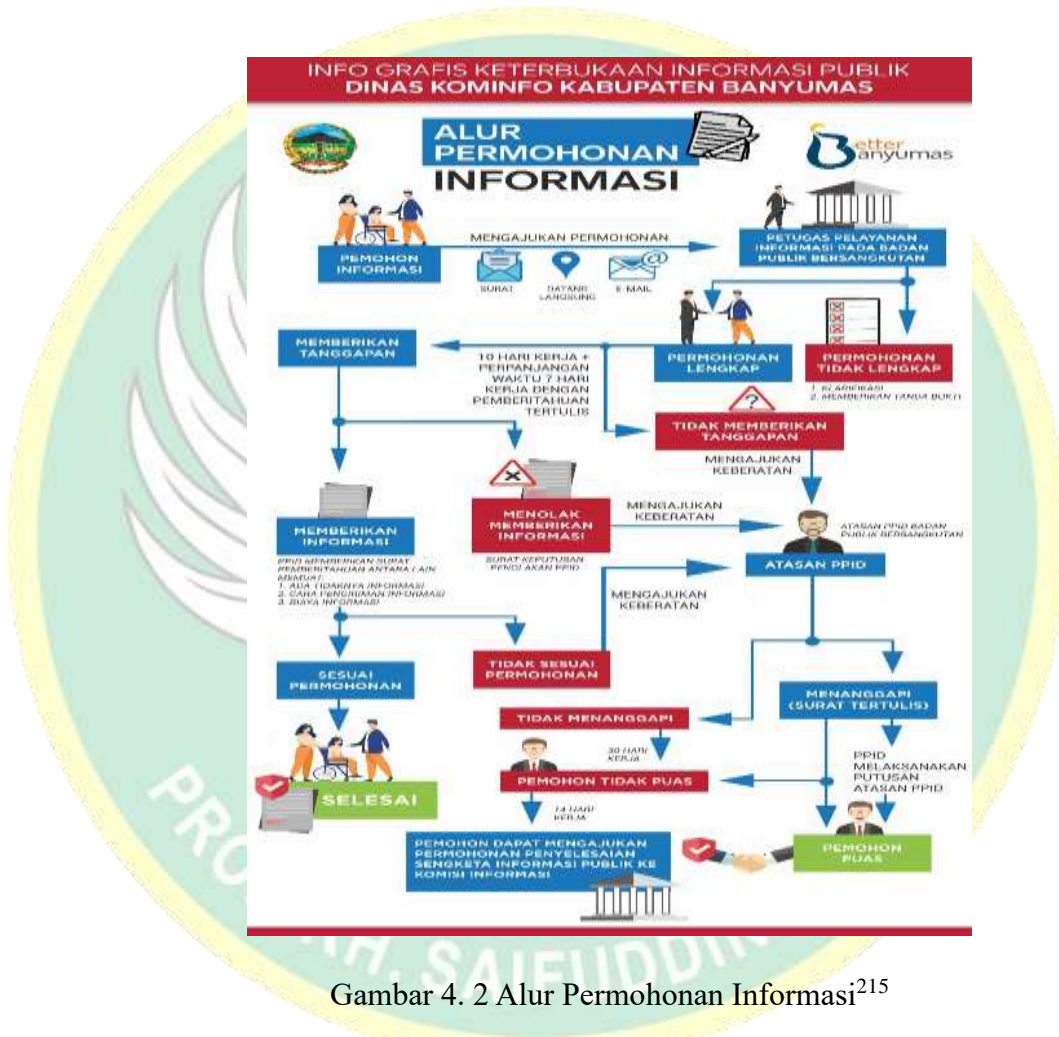
---

<sup>213</sup>Wawancara Dengan Ibu Ani Pranata Humas Ahlumuda Dalam Bidang Informasi Publik terkait alur permohonan informasi

<sup>214</sup>Wawancara Dengan Ibu Ani Pranata Humas Ahlumuda Dalam Bidang Informasi Publik

kepada atasan PPID dan jika masih belum puas dapat melanjutkan penyelesaian sengketa ke Komisi Informasi sesuai ketentuan yang berlaku.

Kemudian terdapat gambar alur permohonan informasi publik yang diberikan oleh Diskominfo Banyumas yang tertera pada halaman berikut:



Gambar 4. 2 Alur Permohonan Informasi<sup>215</sup>

### C. Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas dalam Mewujudkan Keterbukaan Informasi Publik

#### 1. Rencana Strategi dan Rencana Kerja Diskominfo Banyumas

##### a. Rencana Strategi Diskominfo Banyumas

<sup>215</sup> <https://ppid.banyumaskab.go.id/page/21794/alur-permohonan-informasi>. Diakses pada 24 November 2025 pukul 00. 16 WIB

Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas menyusun Rencana Strategis (Renstra) sebagai dokumen perencanaan jangka menengah untuk periode tiga tahun 2024–2026, hal ini juga selaras dengan Rencana Pembangunan Daerah (RPD) 2024-2026. Renstra ini berisi arah tujuan, target capaian, strategi, kebijakan, serta program dan kegiatan yang dirumuskan berdasarkan tugas pokok dan fungsi Diskominfo Banyumas dengan mempertimbangkan kondisi dan dinamika lingkungan strategis<sup>216</sup>. Proses penyusunannya Renstra mengacu pada ketentuan Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 52 Tahun 2022 yang menjadi pedoman penyusunan dokumen perencanaan pembangunan bagi daerah dengan masa jabatan kepala daerah yang berakhir pada tahun 2023 serta bagi daerah otonom baru<sup>217</sup>.

Terkait langkah penyusunan Renstra Dinkominfo Kabupaten Banyumas Tahun 2024–2026 dilaksanakan secara bertahap dan sistematis, dimulai dari tahap persiapan yang mencakup pengumpulan data, penyesuaian kebijakan, serta identifikasi isu strategis. Proses kemudian berlanjut pada penyusunan rancangan awal rencana strategi yang disusun dengan rancangan awal Rencana Pembangunan Daerah (RPD), setelah itu dokumen dikembangkan menjadi Rancangan Renstra melalui proses analisis, konsultasi, dan penajaman program serta kegiatan, selanjutnya rancangan akhir Renstra disiapkan melalui penyempurnaan berdasarkan masukan dari pemangku kepentingan<sup>218</sup>. Berikut rancangan alur dan tata cara penyusunan Restra pada perangkat daerah yang terlampir pada gambar berikut.

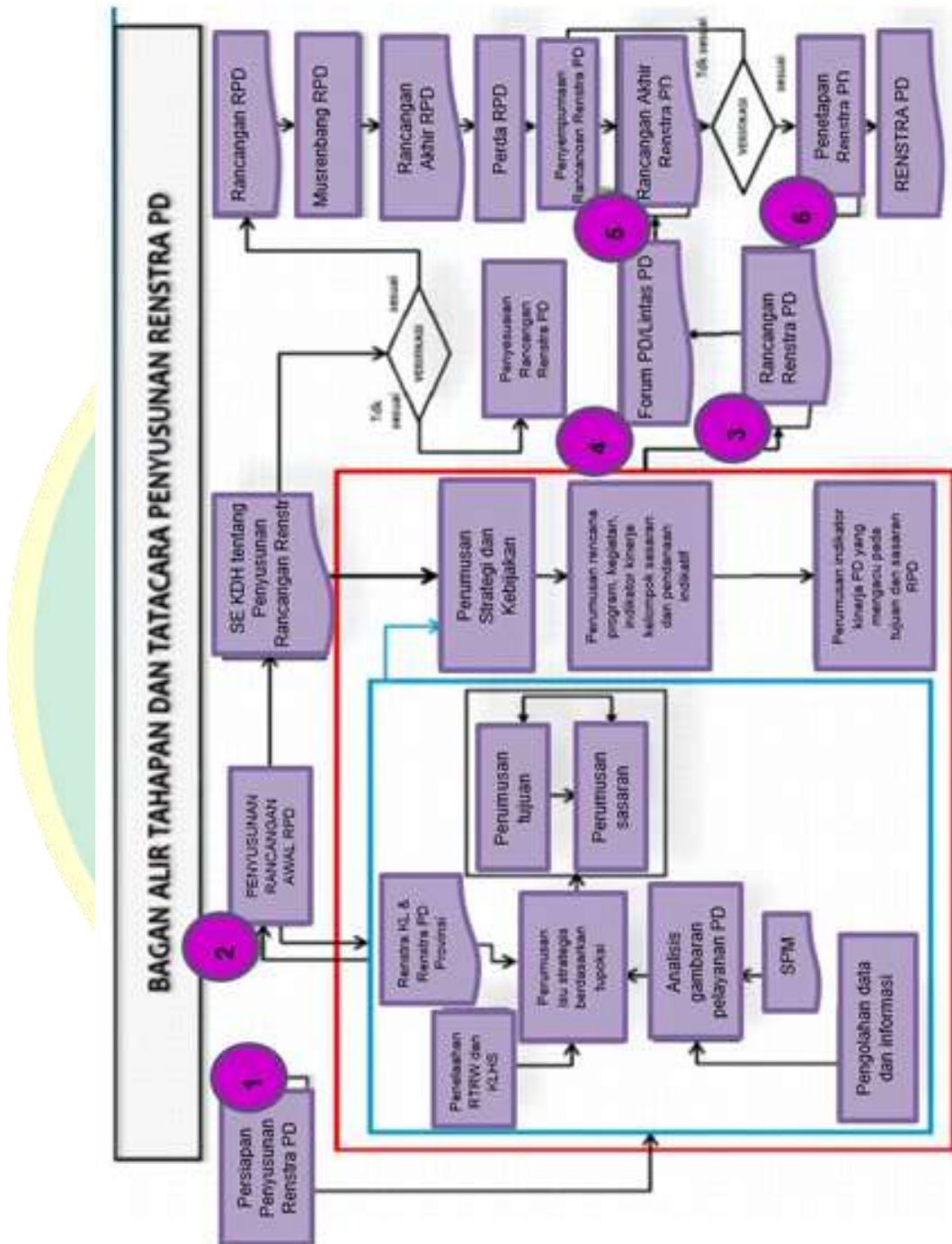
---

<sup>216</sup> Dokumen Rencana Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas Tahun 2024-2026

<sup>217</sup> Dokumen Salinan Instruksi dalam Negeri Nomor 52 Tahun 2022 Tentang Penyusunan Dokumen Perencanaan Pembangunan Daerah Bagi Daerah Dengan Masa Jabatan Kepala Daerah Berakhir Pada Tahun 2023 dan Daerah Otonomi Baru

<sup>218</sup> Dokumen Rencana Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas Tahun 2024-2026

### Alur dan Tata Cara Penyusunan Restra Perangkat Daerah



Gambar 4. 3 Bagan Alur Penyusunan Renstra<sup>219</sup>

<sup>219</sup> Dokumen Rencana Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas Tahun 2024-2026

### 1). Maksud Rencana Strategi

Rencana Strategis (Renstra) Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas tahun 2024–2026 disusun sebagai dokumen perencanaan yang memuat penjabaran tujuan dan sasaran pembangunan daerah ke dalam program, kegiatan, hingga subkegiatan yang berkaitan dengan bidang komunikasi dan informatika, statistik, serta persandian. Renstra ini berfungsi sebagai pedoman operasional bagi Dinkominfo dalam menjalankan tugas dan fungsinya selama kurun waktu tiga tahun sehingga pelaksanaan pembangunan dapat berlangsung secara terencana, terukur, dan sejalan dengan arah serta prioritas pembangunan daerah<sup>220</sup>.

### 2). Tujuan Rencana Strategi

Adapun tujuan dari penyusunan Rencana Strategi (Renstra) Diskominfo Banyumas tahun 2024-2026 yaitu sebagai berikut:<sup>221</sup>

- a). Menetapkan tujuan, sasaran, strategi, arah kebijakan, serta program dan kegiatan pembangunan daerah untuk periode 2024–2026.
- b). Menyediakan indikator atau ukuran kinerja dalam pelaksanaan tugas dan fungsi Diskominfo sebagai dasar pengendalian serta evaluasi kinerja.
- c). Menjadi pedoman dalam penyusunan Rencana Kerja (Renja) Diskominfo sebagai dokumen perencanaan pembangunan daerah tahunan.

### 3). Sasaran Rencana Strategi

Sasaran dalam kondisi Renstra menunjukkan tercapainya tujuan melalui hasil pembangunan yang diperoleh dari

---

<sup>220</sup> Dokumen Rencana Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas Tahun 2024-2026

<sup>221</sup> Dokumen Rencana Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas Tahun 2024-2026

pelaksanaan program. Adapun sasaran yang hendak diwujudkan oleh Diskominfo Kabupaten Banyumas adalah sebagai berikut:<sup>222</sup>

- a). Meningkatkan pemanfaatan TIK dalam tata kelola Pemerintahan Daerah
  - b). Meningkatkan keamanan informasi
  - c). Meningkatkan tata kelola informasi publik
  - d). Meningkatkan pengelolaan data statistik
- 4). Tantangan dalam Rencana Strategi

Adapun tantangan dalam organisasi maupun luar organisasi dalam rancangan Rencana Strategi (Renstra) sebagai berikut:<sup>223</sup>

- a). Masih adanya anggapan bahwa pembangunan sepenuhnya menjadi tanggung jawab pemerintah.
  - b). Munculnya berbagai tuntutan dan aspirasi masyarakat dengan kepentingan yang beragam sehingga perlu diakomodasi dan diperhatikan.
  - c). Semakin meningkatnya keterlibatan serta koordinasi antarperangkat daerah.
  - d). Perlunya keselarasan antara perencanaan dan pelaksanaan pembangunan yang menyeluruh serta saling terintegrasi.
  - e). Dinamika perubahan peraturan perundang-undangan yang terus berkembang.
- b. Rencana Kerja Diskominfo Banyumas

Rencana Kerja (Renja) Diskominfo Banyumas 2025 merupakan dokumen perencanaan tahunan yang digunakan untuk mengimplementasikan Rencana Kerja Pemerintah Daerah (RKPD) 2025<sup>224</sup>. Dokumen ini menjadi pedoman dalam mengarahkan program dan kinerja Diskominfo agar mampu mendukung

---

<sup>222</sup> Dokumen Rencana Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas Tahun 2024-2026 Sasaran dan Strategi

<sup>223</sup> Dokumen Rencana Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas Tahun 2024-2026 Tantangan Renstra

<sup>224</sup> Dokumen Renja Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas Tahun 2025

pencapaian target pembangunan serta meningkatkan kualitas pelayanan publik sesuai tugas dan fungsinya. Renja juga berperan strategis sebagai dasar penyusunan dokumen penganggaran daerah, seperti KUPA, PPAS, RKA, dan DPA Perubahan<sup>225</sup>. Melalui fungsi tersebut Renja memastikan anggaran tersusun secara terarah dan mendukung efektivitas program termasuk upaya mewujudkan keterbukaan informasi publik yang transparan.

#### 1). Maksud dan Tujuan Rencana Kerja Diskominfo Banyumas

Penyusunan Rencana Kerja Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas Tahun 2025 bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh program dan kegiatan yang direncanakan selaras dengan prioritas pembangunan daerah pada tahun tersebut.<sup>226</sup> Adapun tujuan penyusunannya Renja sebagai pedoman bagi Dinkominfo dalam melaksanakan Rencana Kerja Pemerintah Daerah (RKPD) Kabupaten Banyumas Tahun 2025 sesuai dengan tugas dan fungsinya<sup>227</sup>. Dokumen ini tidak hanya berperan sebagai rencana kerja, tetapi menjadi pedoman operasional dalam pelaksanaan tugas pemerintahan, pelayanan publik serta pembangunan yang menjadi tanggung jawab Dinkominfo berdasarkan tugas dan fungsi yang telah ditetapkan<sup>228</sup>.

#### 2). Kaidah Pelaksanaan Rencana Kerja Diskominfo Banyumas

Rencana Kerja (Renja) Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas Tahun 2025 merupakan dokumen perencanaan tahunan yang digunakan sebagai dasar penyusunan Rencana Kerja dan Anggaran (RKA) Dinkominfo Tahun 2025.

---

<sup>225</sup> Dokumen Renja Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas Tahun 2025

<sup>226</sup> Dokumen Renja Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas Tahun 2025  
Maksud dan Tujuan

<sup>227</sup> Dokumen Renja Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas Tahun 2025  
Maksud dan Tujuan

<sup>228</sup> Wawancara Dengan Ibu Ani Pranata Humas Ahlumuda Dalam Bidang Informasi Publik  
Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas

Renja ini bertujuan agar pelaksanaan program dan kegiatan dapat berjalan terarah, terukur, dan sesuai dengan prioritas pembangunan daerah serta kebutuhan masyarakat. Selain itu pelaksanaannya harus mengikuti kaidah perencanaan yang baik agar proses perencanaan, penganggaran, dan pelaksanaan program berjalan efektif, akuntabel, dan sesuai dengan prinsip tata kelola pemerintahan yang baik sebagai berikut:<sup>229</sup>

- a). Rencana Kerja Diskominfo Kabupaten Banyumas Tahun 2025 disusun pada dokumen Rencana Kerja Pemerintah Daerah (RKPD) Kabupaten Banyumas Tahun 2025.
- b). Diskominfo Kabupaten Banyumas bersama seluruh *stakeholders* termasuk masyarakat dan dunia usaha, memiliki tanggung jawab untuk berpartisipasi dalam pelaksanaan program dan kegiatan tahun 2025 dengan baik.
- c). Rencana Kerja Diskominfo Kabupaten Banyumas Tahun 2025 digunakan sebagai pedoman dalam pelaksanaan kegiatan selama tahun 2025.
- d). Dokumen berfungsi sebagai bahan evaluasi dan umpan balik dalam pengambilan keputusan serta penyusunan perencanaan di masa mendatang agar kinerja semakin meningkat.

## 2. Penerapan Renstra dan Renja Diskominfo Banyumas Dalam Pelaksanaan Informasi Publik

Dalam pelaksanaannya Diskominfo merencanakan dan menyebarluaskan konten informasi publik sebagai produk utama komunikasi pemerintah termasuk konten edukatif terkait isu publik seperti larangan rokok ilegal. Penyebarluasan informasi dilakukan secara proaktif melalui berbagai media komunikasi seperti media digital (website dan media sosial), media konvensional, radio, pamflet, serta

---

<sup>229</sup> Dokumen Renja Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas Tahun 2025  
*Tentang Evaluasi Renja Kaidah Rencana Kerja*

kegiatan sosialisasi langsung<sup>230</sup>. Pemilihan media ini telah disesuaikan dengan arah kebijakan komunikasi dalam Renja untuk memperluas jangkauan dan mempermudah akses masyarakat terhadap informasi publik.

Selain itu strategi komunikasi Diskominfo juga diwujudkan melalui pengelolaan layanan informasi publik yang terkoordinasi khususnya dalam mendukung pelaksanaan tugas Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID). Pengelolaan informasi publik dilakukan secara sistematis dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan sebagaimana diamanatkan dalam Renstra agar informasi yang disampaikan dapat dipertanggungjawabkan dan mudah diakses oleh masyarakat<sup>231</sup>. Renstra dan Renja Diskominfo Kabupaten Banyumas juga menekankan pentingnya peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam pengelolaan informasi publik. Upaya ini dilakukan melalui kegiatan sosialisasi dan peningkatan kompetensi aparatur agar strategi komunikasi dapat dilaksanakan secara optimal dan berkelanjutan<sup>232</sup>.

### 3. Strategi Pemanfaatan Media

Strategi pemilihan media oleh Diskominfo Banyumas didasarkan pada kebutuhan untuk menyesuaikan komunikasi publik dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan di masyarakat. Penyesuaian ini juga mengikuti ketentuan regulasi keterbukaan informasi publik yang menekankan pentingnya informasi yang mudah diakses, maka dari itu Diskominfo Banyumas menerapkan mengombinasikan media digital

---

<sup>230</sup> Dokumen Renja & Renstra 2024-2026 Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas Tahun 2025 *Tentang Program dan Anggaran*

<sup>231</sup> Dokumen Renstra 2024-2026 Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas

<sup>232</sup> Dokumen Renja & Renstra 2024-2026 Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas Tahun 2025 *Tentang Evaluasi dan Tujuan Program*

atau new media dan media konvensional untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat tanpa terkecuali<sup>233</sup>.

a. Media Digital atau New Media

Dalam strategi dengan menggunakan media digital atau new media Diskominfo Banyumas memaksimalkan penggunaan instagram sebagai media utama untuk penyebaran informasi publik, seperti akun resmi @dinkominfo\_kab.banyumas yang berfungsi sebagai media pemerintah daerah yang menyediakan informasi kebijakan layanan publik, agenda pemerintahan, hingga edukasi literasi digital, sedangkan akun @betterbanyumas merupakan media pendukung yang dikelola untuk memperluas jangkauan publik melalui konten yang lebih ringan seperti visual dan mudah diterima oleh masyarakat luas<sup>234</sup>. Kedua akun ini berperan saling melengkapi sekaligus menjangkau segmen audiens yang lebih beragam khususnya generasi muda dan pengguna aktif media sosial.



Gambar 4. 4 Profil Instagram @dinkominfo\_kab.banyumas<sup>235</sup>

<sup>233</sup> Wawancara Dengan Ibu Tingkas Nuryanti Staff Informasi Publik Dan Pranata Komputer Mahir

<sup>234</sup> Wawancara Dengan Ibu Tingkas Nuryanti Staff Informasi Publik Dan Pranata Komputer Mahir

<sup>235</sup> [https://www.instagram.com/dinkominfo\\_kab.banyumas?utm\\_source=ig\\_web\\_button\\_share\\_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==](https://www.instagram.com/dinkominfo_kab.banyumas?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==). Diakses pada 20 November 2025 pukul 22.10 WIB



Gambar 4. 5 Profil Instagram @betterbanyumas<sup>236</sup>

Penggunaan Instagram dipilih bukan hanya karena popularitas terhadap publik, tetapi karena karakter visualnya yang mampu meningkatkan pemahaman publik melalui infografis, video pendek, dan konten interaktif. Dalam penggunaan media instagram Diskominfo Banyumas juga menyebarkan informasi seputar banyumas seperti stunting melalui infografis yang dipublikasikan di instagram serta melalui pamflet fisik yang dapat dengan mudah untuk diakses<sup>237</sup>. Infografis digital digunakan untuk menjangkau masyarakat yang aktif di media sosial, sehingga pesan dapat disampaikan secara cepat dan menarik. Sementara itu pamflet disebar pada kegiatan lapangan dan fasilitas layanan publik untuk menjangkau kelompok masyarakat yang tidak aktif di media digital.

Kemudian penggunaan infografis digital seperti dalam kampanye pencegahan stunting merupakan strategi komunikasi yang efektif karena mampu menyajikan informasi visual yang ringkas, menarik, dan mudah dipahami oleh masyarakat yang aktif di media sosial. Melalui infografis pesan mengenai pentingnya pemenuhan gizi, pemantauan tumbuh

<sup>236</sup>[https://www.instagram.com/dinkominfo\\_kab.banyumas?utm\\_source=ig\\_web\\_button\\_share\\_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==](https://www.instagram.com/dinkominfo_kab.banyumas?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==). Diakses pada 20 November 2025 pukul 22.15 WIB

<sup>237</sup> Wawancara Dengan Ibu Ani Pranata Humas Ahlumuda Dalam Bidang Informasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas

kembang anak, serta layanan kesehatan dapat disebarluaskan secara cepat sehingga meningkatkan kesadaran publik terhadap faktor risiko dan langkah pencegahan stunting. Sementara itu penyebaran pamflet pada kegiatan lapangan, posyandu, puskesmas, dan fasilitas layanan publik berfungsi menjangkau masyarakat yang tidak aktif menggunakan media digital, seperti keluarga di pedesaan atau kelompok rentan<sup>238</sup>.



Gambar 4. 6 Dokumentasi Infografis Terkait Stunting<sup>239</sup>

Penggunaan infografis digital dan pamflet oleh Diskominfo Banyumas dalam penyebaran informasi stunting menunjukkan penerapan strategi komunikasi Clappitt, khususnya pendekatan *Tell*

<sup>238</sup> Wawancara Dengan Ibu Tingkas Nuryanti Staff Informasi Publik Dan Pranata Komputer Mahir

<sup>239</sup> [https://www.instagram.com/p/DNpf5Jsy2\\_L/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==](https://www.instagram.com/p/DNpf5Jsy2_L/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==). Diakses pada 20 November 2025 pukul 22.40 WIB

*and Sell* serta *Underscore and Explore*. Infografis digital berfungsi menyampaikan pesan secara langsung dan persuasif melalui media sosial sehingga meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai stunting, sementara itu pamflet yang dibagikan pada kegiatan lapangan memungkinkan interaksi langsung dengan masyarakat termasuk mereka yang kurang aktif di media digital<sup>240</sup>. Kombinasi kedua media ini mencerminkan strategi komunikasi multimedia yang menjangkau berbagai kelompok masyarakat.

b. Media Konvensional

Strategi pemilihan media konvensional oleh Diskominfo Banyumas merupakan bagian penting dalam mewujudkan keterbukaan informasi publik yang menyeluruh. Media konvensional seperti papan informasi, baliho, spanduk, dan videotron dipilih karena mampu menjangkau kelompok masyarakat yang tidak menggunakan telepon genggam atau tidak aktif dalam ruang digital<sup>241</sup>.

---

<sup>240</sup> Wawancara Dengan Ibu Ani Pranata Humas Ahlumuda Dalam Bidang Informasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas

<sup>241</sup> Wawancara Observasi Dengan Bapa Edi Staff Sekretariat Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas



Gambar 4. 7 Videotron Pelayanan Publik<sup>242</sup>

Dalam pemanfaatan media konvensional ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi Diskominfo bersifat multimedia dengan mempertimbangkan perbedaan dan kebutuhan audiens serta kesetaraan akses informasi. Dengan tetap menggunakan media yang dapat dijangkau oleh masyarakat yang tidak menggunakan akses digital, Diskominfo memastikan bahwa keterbukaan informasi publik bukan hanya terpenuhi secara formal melainkan secara menyeluruh melalui penyebaran informasi yang merata kepada seluruh lapisan masyarakat khususnya di Kabupaten Banyumas.

#### 4. Penerapan Teori Clappitt Dalam Strategi Komunikasi

Penerapan strategi komunikasi Diskominfo Banyumas dalam mewujudkan keterbukaan informasi publik mencerminkan keterkaitan yang sistematis terhadap prinsip strategi komunikasi Clappitt. Pengelolaan informasi dilakukan melalui pemilihan media yang beragam, perumusan pesan yang tepat, serta mekanisme layanan

---

<sup>242</sup> Dokumentasi Penelitian Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas pada 02 Desember 2025 pukul 13.52 WIB

informasi yang terstruktur, sehingga komunikasi lebih efektif dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat<sup>243</sup>. Diskominfo berperan sebagai komunikator yang memproduksi dan mendistribusikan informasi berorientasi transparansi, edukasi, dan pelayanan publik. Pesan disampaikan melalui kombinasi media digital dan konvensional untuk memastikan jangkauan informasi dan pelayanan yang lebih luas<sup>244</sup>.

*“Untuk pelayanan secara langsung di kantor kami sudah menyediakan meja layanan informasi publik, masyarakat bisa datang kapan saja pada jam operasional untuk meminta informasi, berkonsultasi, atau mengajukan permohonan data. Layanan ini memang kami sediakan agar akses informasi tidak hanya melalui media digital tetapi juga bisa diakses secara tatap muka”<sup>245</sup>.*



Gambar 4. 8 Meja Layanan Informasi<sup>246</sup>

Kemudian Diskominfo Banyumas melakukan sosialisasi melalui Radio Mitra FM yang menjadikan salah satu strategi Diskominfo Banyumas untuk memperluas jangkauan informasi

<sup>243</sup> Effendy, O. U. (2003). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktek*. Remaja Rosdakarya.

<sup>244</sup> Wawancara Dengan Ibu Ani Pranata Humas Ahlumuda Dalam Bidang Informasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas

<sup>245</sup> Wawancara Dengan Ibu Tingkas Nuryanti Staff Informasi Publik Dan Pranata Komputer Mahir

<sup>246</sup> Dokumentasi Penelitian di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas pada 14 November 2025 pukul 14.22 WIB

publik. Pemilihan radio mencerminkan penerapan *spray and pray* dalam strategi komunikasi Clampitt karena media ini efektif menjangkau masyarakat luas termasuk yang memiliki keterbatasan akses digital dan mudah diterima oleh masyarakat yang terbatas akan akses digital.



Gambar 4. 9 Sosialisasi Gempur Roko Ilegal<sup>247</sup>

Dalam menerapkan strategi untuk mewujudkan keterbukaan informasi publik Diskominfo Banyumas memiliki lapisan audiens yang berbeda, sehingga seluruh saluran komunikasi perlu dioptimalkan agar informasi menjangkau semua lapisan masyarakat termasuk mereka yang tidak menggunakan ponsel<sup>248</sup>. Strategi ini sejalan dengan *spray and pray strategy* dari Clampitt yaitu penggunaan berbagai media secara baik dan optimal untuk

<sup>247</sup>[https://www.instagram.com/p/DQVkau7kpRa/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==](https://www.instagram.com/p/DQVkau7kpRa/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==). Diakses pada 14 November 14.30 WIB

<sup>248</sup> Wawancara Dengan Ibu Ani Pranata Humas Ahlumuda Dalam Bidang Informasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas

memperluas jangkauan pesan. Pendekatan multimedia ini juga sesuai dengan prinsip komunikasi dasar bahwa efektivitas pesan bergantung pada kesesuaian media dengan karakter penerima, sehingga keterbukaan informasi publik yang dilaksanakan dapat terwujud secara merata pada seluruh lapisan di masyarakat.

a. Sasaran Strategi Komunikasi Diskominfo Banyumas

Sasaran publik dalam strategi komunikasi Diskominfo Banyumas idealnya mencakup seluruh elemen masyarakat sebagai bagian dari kewajiban pemerintah dalam menyediakan informasi publik yang terbuka. Dalam keterbukaan informasi publik penyampaian pesan disampaikan kepada seluruh elemen masyarakat tanpa membedakan usia, profesi, pendidikan, maupun akses teknologi berhak memperoleh informasi yang akurat, mudah dipahami, dan dapat diakses kapan saja<sup>249</sup>.

*“Untuk sasaran seluruh elemen masyarakat menjadi target kami. Diskominfo tidak membatasi hanya pada kelompok tertentu, namun, kami tetap melakukan segmentasi ini kepada kalangan milenial, ASN, mahasiswa, masyarakat desa, hingga komunitas digital. Segmentasi ini digunakan untuk menyesuaikan cara penyampaian informasi agar lebih efektif tetapi secara prinsip semua unsur masyarakat tetap menjadi sasaran utama dalam pelaksanaan komunikasi publik”<sup>250</sup>.*

b. Pendekatan Strategi Komunikasi Clampitt

Dalam mewujudkan informasi publik yang dilakukan oleh Diskominfo Banyumas kepada generasi milenial, ASN, mahasiswa, masyarakat desa, hingga komunitas digital menunjukkan adanya upaya penyesuaian dalam memberikan informasi. Strategi komunikasi yang diterapkan sesuai yang dikemukakan oleh

<sup>249</sup> Wawancara Dengan Ibu Ani Pranata Humas Ahlumuda Dalam Bidang Informasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas

<sup>250</sup> Wawancara Observasi Dengan Bapa Edi Staff Sekretariat Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas

Clampitt khususnya dalam pemilihan pendekatan yang sesuai dengan konteks penerima sebagai berikut:

- 1). Pendekatan “*Spray and Pray*”, menunjukkan pada pendekatan komunikasi linear di mana pesan disebarkan secara satu arah kepada seluruh masyarakat melalui berbagai media digital dan konvensional. Pendekatan ini menekankan efektivitas jangkauan luas tanpa perbedaan audiens, sehingga sesuai untuk kebutuhan penyebaran informasi secara luas.
- 2). Pendekatan “*Tell and Sell*”, berkaitan dengan pendekatan retorika dan sosiopsikologis, karena Diskominfo Banyumas bukan sekedar memberikan informasi melainkan berupaya memperoleh dukungan dan pemahaman dari kelompok tertentu seperti ASN dan mahasiswa, sehingga hal ini membentuk sikap dan pemahaman khalayak terhadap kebijakan publik.
- 3). Pendekatan “*Identify and Reply*”, hal ini berkaitan dengan pendekatan interaksional dan sosiokultural yang terlihat dari penyesuaian media, bahasa, dan kelengkapan pesan berdasarkan karakteristik kelompok masyarakat. Hal ini merespon kebutuhan masyarakat desa yang memiliki literasi digital rendah serta komunitas digital yang membutuhkan informasi cepat mencerminkan komunikasi interaktif terhadap konteks sosial dan budaya.
- 4). Pendekatan “*Underscore and Explore*”, berkaitan dengan pendekatan transaksional karena menekankan interaksi langsung, dan pemahaman mendalam melalui kegiatan sosialisasi, edukasi serta literasi digital tatap muka. Pendekatan ini memungkinkan terjadinya pertukaran makna secara yang memperkuat kapasitas masyarakat dalam memahami isu komunikasi publik.

Strategi komunikasi Diskominfo Banyumas telah mencerminkan prinsip keterbukaan informasi publik dengan

menyesuaikan pendekatan komunikasi berdasarkan teori Clappitt untuk memastikan efektivitas penyampaian pesan. Melalui strategi tersebut, berbagai informasi pemerintahan seperti laporan kegiatan, program kerja, layanan pengaduan, hingga transparansi APBD dapat dipublikasikan secara optimal melalui website resmi<sup>251</sup>.

#### 5. Dampak Strategi Komunikasi Keterbukaan Informasi Publik Pada Teori Clappitt

Dalam mewujudkan keterbukaan informasi publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas berperan dalam mendukung tata kelola pemerintahan yang terbuka dan informatif. Strategi komunikasi menjadi faktor penting untuk memastikan informasi publik dapat diakses, dipahami, dan dimanfaatkan oleh masyarakat. Berkaitan pada teori strategi komunikasi Clappitt memiliki dampak strategi komunikasi terhadap keterbukaan informasi publik dapat dilihat melalui efektivitas penyampaian pesan, responsivitas lembaga, serta kualitas interaksi antara pemerintah dan publik. Berikut beberapa dampak dari strategi komunikasi yang berkaitan dengan konsep dari Clappitt :

- a. Peningkatan akses informasi (*Spray and Pray*), Diskominfo Banyumas dalam menyebarkan informasi menyesuaikan kebutuhan kalangan masyarakat tetapi tetap berusaha mencapai elemen di masyarakat<sup>252</sup>. Dalam pandangan '*Spray and Pray*', hal ini cenderung menghasilkan informasi berlebih, sehingga publik berkemungkinan kesulitan mengidentifikasi informasi yang relevan. Dengan demikian dampaknya terhadap keterbukaan informasi publik bersifat terbuka secara kuantitas tetapi kurang efektif secara kualitas.

---

<sup>251</sup> Wawancara Observasi Dengan Bapa Edi Staff Sekretariat Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas

<sup>252</sup> Wawancara Dengan Ibu Ani Pranata Humas Ahlumuda Dalam Bidang Informasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas

- b. Kepercayaan Publik (*Tell and Sell*), hal ini berdampak pada penekanan publik terhadap informasi yang disampaikan dengan penguatan pandangan positif terhadap informasi serta kebijakan pemerintah. Dalam pandangan ini menekankan tingkat penerimaan publik terutama Ketika pemerintah berupaya menjelaskan berbagai urgensi dan program dalam rangka memberikan informasi publik yang menumbuhkan kepercayaan masyarakat meskipun dalam hal ini bersifat satu arah. Dalam hal ini program yang dilaksanakan seperti sosialisasi cegah rokok ilegal yang menggunakan radio sebagai media penyiaran informasinya.
- c. Adanya partisipasi Publik, pada hal ini sejalan dengan strategi "*Underscore and Explore*" yang dimana Diskominfo memberikan kontribusi dalam mewujudkan keterbukaan informasi publik dengan menekankan komunikasi dua arah. Dampak dari hal ini tidak hanya meningkatkan transparansi informasi, melainkan sebagai umpan balik dalam menerapkan landasan utama mengenai keterbukaan informasi publik.
- d. Dampak bagi Diskominfo Banyumas, pada hal ini berdampak pada organisasi khususnya Dinas Komunikasi dan Informatika Kaupaten Banyumas serta sejalan dengan "*Identify and Reply*" mengenai kemampuan organisasi dalam menangkap isu publik dan memberikan jawaban. Dalam hal ini respon menjadi hal penting dalam mewujudkan keterbukaan informasi publik dengan kesediaan pemerintah menanggapi tuntutan informasi secara tepat dan efektif.
- e. Dampak Penekanan Informasi, dalam hal ini penekanan informasi berkaitan dengan "*Withhold and Uphold*" yang digunakan untuk menahan informasi tertentu yang berpotensi menimbulkan dampak negatif apabila diterapkan secara tidak professional. Dalam hal ini untuk menjaga kerahasiaan seperti informasi yang dikecualikan

yang didalamnya menyangkut data pribadi dan data rahasia negara<sup>253</sup>.

Secara keseluruhan dampak strategi komunikasi terhadap keterbukaan informasi publik sangat ditentukan oleh kesesuaian antara strategi komunikasi yang dipilih dengan kebutuhan publik serta tuntutan transparansi informasi. Teori Clappitt memberikan kerangka konseptual yang menunjukkan bahwa efektivitas keterbukaan informasi tidak bergantung tingkat informasi yang disampaikan, melainkan pada kualitas, relevansi, serta proses hubungan antara pemerintah dan masyarakat.

#### 6. Hambatan dalam Penerapan Strategi Komunikasi

Pelaksanaan strategi komunikasi oleh Diskominfo Banyumas tidak terlepas dari berbagai hambatan yang memengaruhi efektivitas penyampaian pesan kepada masyarakat. Hambatan-hambatan ini muncul baik dari sisi eksternal masyarakat maupun internal organisasi yang memengaruhi kualitas, jangkauan, serta konsistensi informasi yang disampaikan. Hambatan utama terlihat pada rendahnya literasi digital masyarakat yang tidak semua lapisan masyarakat terutama warga desa, kelompok lanjut usia, atau masyarakat yang tidak terbiasa menggunakan teknologi mampu mengakses serta memahami informasi yang disampaikan melalui media digital hingga ketidaktahuan masyarakat mengenai hak mereka untuk meminta informasi publik kecuali informasi yang dikecualikan<sup>254</sup>.

Dari sisi internal organisasi dalam penerapan strategi komunikasi Diskominfo menghadapi kurangnya sinergi antar Organisasi Perangkat Daerah (OPD) dan PPID utama maupun perangkat daerah. Ketidaksinkronan koordinasi ini menyebabkan proses penyediaan informasi publik berjalan lambat tidak konsisten atau memerlukan

---

<sup>253</sup> Wawancara Dengan Ibu Tingkas Nuryanti Staff Informasi Publik Dan Pranata Komputer Mahir

<sup>254</sup> Wawancara Dengan Ibu Tingkas Nuryanti Staff Informasi Publik Dan Pranata Komputer Mahir

klarifikasi berulang, sedangkan hambatan eksternal lainnya adalah maraknya hoaks dan disinformasi yang beredar di masyarakat. Informasi tidak resmi sering kali lebih cepat diterima dan dipercaya dibanding informasi pemerintah, sehingga mengurangi efektivitas pesan-pesan resmi yang disampaikan oleh Diskominfo Banyumas<sup>255</sup>.

Secara umum hambatan-hambatan tersebut bahwa strategi komunikasi untuk mewujudkan keterbukaan informasi publik tidak cukup hanya berfokus pada penyampaian informasi, melainkan perlu memperkuat literasi masyarakat, meningkatkan kemampuan internal, serta memperbaiki koordinasi antarinstansi.. Jika dikaitkan dengan teori Clampitt hambatan tersebut mencerminkan lemahnya beberapa elemen strategis seperti kompleksitas pesan yang belum sesuai dengan kemampuan masyarakat, jaringan komunikasi internal yang belum berjalan efektif, dan lingkungan komunikasi yang kurang kondusif akibat disinformasi. Oleh karena itu strategi komunikasi Diskominfo Banyumas perlu memperkuat penyederhanaan pesan, meningkatkan koordinasi PPID, dan memperluas edukasi publik agar prinsip transparansi dan sesuai amanat UU No. 14 Tahun 2008 dapat terwujud<sup>256</sup>.

#### 7. Evaluasi Penerapan Strategi Komunikasi dalam Keterbukaan Informasi Publik

Evaluasi penerapan strategi Dinkominfo Banyumas dalam mewujudkan keterbukaan informasi publik menunjukkan bahwa implementasinya belum sepenuhnya optimal. Berdasarkan hasil evaluasi Renstra 2018–2023 terdapat sejumlah potensi yang dapat dikembangkan namun masih dijumpai permasalahan mendasar terutama terkait belum maksimalnya penerapan Sistem Pemerintahan Berbasis

---

<sup>255</sup> Wawancara Dengan Ibu Ani Pranata Humas Ahlumuda Dalam Bidang Informasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas

<sup>256</sup> Dokumentasi Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik

Elektronik (SPBE) dan kurang konsistennya penyelenggaraan keterbukaan informasi publik<sup>257</sup>.

Evaluasi Renja dan LAKIP juga mengungkap bahwa pencapaian program belum selalu selaras dengan target sehingga diperlukan perbaikan dalam koordinasi, pelaksanaan program serta sistem pemantauan kinerja<sup>258</sup>. Kondisi ini menandakan adanya kebutuhan untuk memperkuat koordinasi dan meningkatkan kualitas pelaksanaan program serta menyempurnakan sistem pemantauan dan evaluasi kinerja agar program dapat lebih efektif.

#### **D. Komunikasi Organisasi Diskominfo Banyumas Dalam Mewujudkan Informasi Publik**

1. Alur Komunikasi Struktur Organisasi Diskominfo Banyumas
  - a. Komunikasi Vertikal ke bawah

Komunikasi ini adalah proses penyampaian informasi yang bergerak dari pihak dengan jabatan lebih tinggi dalam struktur organisasi yang memiliki jabatan lebih rendah.<sup>259</sup> Pola komunikasi antara Pimpinan dan bawahan di Diskominfo Banyumas dalam melaksanakan keterbukaan informasi publik berjalan melalui koordinasi yang terstruktur, terutama secara vertikal antara pimpinan dan staf. Mekanisme koordinasi ini melalui rapat, pesan, maupun evaluasi teknis dalam memastikan bahwa setiap langkah dalam pelayanan informasi publik selaras dengan standar organisasi dan ketentuan yang berlaku. Komunikasi ini menciptakan alur kerja yang konsisten, sehingga pesan publik yang disampaikan bersifat seragam dan tidak menimbulkan interpretasi berbeda antar bidang.

*“Alur komunikasi yang kami jalankan memang dari pimpinan menuju bawahan. Biasanya arahan, pesan, instruksi, atau perintah lain disampaikan terlebih dahulu oleh pimpinan,*

<sup>257</sup> Dokumen Rencana Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas Tahun 2024-2026 tentang Evaluasi Renstra

<sup>258</sup> Dokumen Renja Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas Tahun 2025 *Tentang Evaluasi Renja*

<sup>259</sup> Ivancevich (2007, p. 121), dalam Turhamun, S. S. I., M. S. I. (2022), *Metodologi Penelitian Komunikasi Organisasi*, hlm. 40. Pustaka Senja, Yogyakarta. ISBN 978-602-6730-93-0.

*kemudian diteruskan kepada unit-unit di bawahnya agar pelaksanaannya lebih terkoordinasi.*<sup>260</sup>

Komunikasi vertikal ke bawah di Diskominfo Banyumas berfungsi menyampaikan arahan, instruksi, dan kebijakan dari pimpinan kepada seluruh unit melalui rapat, pesan struktural, serta evaluasi rutin. Mekanisme ini memastikan keseragaman pemahaman tugas dan standar pelayanan keterbukaan informasi publik. Praktik tersebut sesuai dengan konsep *command* dan *coordination* dari Clappitt yang menekankan pentingnya alur komunikasi berjenjang agar kebijakan terlaksana efektif.

b. Komunikasi Vertikal Keatas Berjenjang

Komunikasi ini proses penyampaian pesan dari tingkatan bawah kepada atasan melalui jalur struktur yang sudah ditetapkan<sup>261</sup>. Dalam alur komunikasi ini dimana pada tingkatan bawah seperti staff yang ingin menyampaikan pesan berkaitan dengan hambatan atau kendala kepada pimpinan tetap mengikuti struktur organisasi yang telah ditetapkan, dimana pesan yang disampaikan melalui tahapan struktur di atasnya seperti kepala bidang kemudian disampaikan kepada pimpinan dengan penyesuaian yang jelas.

*“ketika staff ingin menyampaikan pesan, hambatan atau kendala di lapangan, ada alur yang harus kami ikuti. Biasanya staf terlebih dahulu melaporkan kepada kepala seksi atau kepala bidang setelah itu informasi tersebut diteruskan kepada pimpinan dengan format dan penjelasan yang lebih terstruktur agar setiap informasi yang naik jelas dan dapat ditindaklanjuti secara tepat.”*<sup>262</sup>

---

<sup>260</sup> Wawancara Dengan Ibu Ani Pranata Humas Ahlumuda Dalam Bidang Informasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas

<sup>261</sup> Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., & Donnelly, J. H. (2012). *Organizations: Behavior, structure, processes*. McGraw-Hill.

<sup>262</sup> Wawancara Dengan Ibu Ani Pranata Humas Ahlumuda Dalam Bidang Informasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas

Komunikasi vertikal ke atas berjenjang dari staff hingga kepala seksi atau bidang sebelum diteruskan ke pimpinan menunjukkan penerapan konsep *coordination* dan *compliance* dalam teori Clampitt. Mekanisme ini memastikan pesan mengenai hambatan telah disaring, diperjelas, serta disusun secara sistematis sehingga informasi yang diterima pimpinan lebih akurat dan mudah dipahami. Alur komunikasi yang tertib tersebut membantu menjaga konsistensi informasi serta mendukung pengambilan keputusan yang lebih efektif, sesuai prinsip komunikasi organisasi menurut Clampitt.

c. Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal merupakan komunikasi antar unit dalam satu organisasi<sup>263</sup>. Pada Diskominfo Banyumas komunikasi ini berperan penting dalam mendukung keterbukaan informasi publik melalui koordinasi antara Bidang Informasi Publik, Humas, serta Data Statistik. Proses komunikasi dilakukan melalui rapat, diskusi lintas tim, dan pertukaran informasi rutin<sup>264</sup>. Mekanisme tersebut memungkinkan setiap bidang menyelaraskan tugas, menyamakan persepsi, dan menyatukan pesan agar informasi publik yang disampaikan konsisten serta terintegrasi. Berdasarkan teori Clampitt praktik ini mencerminkan konsep *coordination*, yaitu komunikasi yang bertujuan untuk kerja sama serta penyelarasan tugas antarbidang untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif.

*“Setiap bidang memiliki peran misalnya bidang aplikasi yang menyiapkan dan mengembangkan software pelayanan publik untuk seluruh sektor pemda. Selain itu kami juga rutin mengadakan rapat kordinasi dan kegiatan peningkatan kapasitas bagi admin website dan PPID, sehingga*

<sup>263</sup> Ivancevich (2007, p. 121), dalam Turhamun, S. S. I., M. S. I. (2022), *Metodologi Penelitian Komunikasi Organisasi*, hlm. 42. Pustaka Senja, Yogyakarta. ISBN 978-602-6730-93-0.

<sup>264</sup> Wawancara Dengan Ibu Ani Pranata Humas Ahlumuda Dalam Bidang Informasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas

*kemampuan komunikasi serta pemahaman mengenai standar keterbukaan informasi selalu terbaru.*"<sup>265</sup>

Meskipun komunikasi berlangsung cukup baik, hambatan komunikasi horizontal masih ditemukan seperti kelalaian penyampaian informasi, miskomunikasi, serta kurang optimalnya koordinasi antarbidang<sup>266</sup>. Namun koordinasi antara Diskominfo dan PPID di setiap OPD tetap terjaga karena adanya kesadaran bahwa keterbukaan informasi publik tidak dapat dilakukan oleh satu bidang saja<sup>267</sup>. Setiap bidang menjalankan peran saling melengkapi mulai dari penyediaan aplikasi, pengelolaan data, hingga penyebaran informasi oleh Humas. Kondisi ini mencerminkan konsep *Commitment* dalam teori Clappitt yaitu adanya komitmen bersama antarpegawai dan antarbidang untuk mencapai tujuan pelayanan informasi publik.

## 2. Penerapan Konsep Clappitt Dalam Komunikasi Organisasi

Penerapan strategi komunikasi oleh Diskominfo Banyumas untuk mewujudkan keterbukaan informasi publik dilakukan melalui efektivitas komunikasi organisasi. Penerapan komunikasi internal Diskominfo sejalan dengan teori komunikasi organisasi Clappitt melalui konsep 5C (*Command, Compliance, Cooperation, Coordination, dan Commitment*). Kelima aspek ini menunjukkan bagaimana Diskominfo menetapkan arah kebijakan, mendorong kepatuhan, membangun kolaborasi, serta koordinasi antarbidang dalam mendukung keterbukaan informasi publik. Dengan pelaksanaan komunikasi yang terstruktur serta koordinasi yang baik antarpersonel, tujuan mewujudkan keterbukaan informasi publik dapat

---

<sup>265</sup> Wawancara Dengan Ibu Tingkas Nuryanti Staff Informasi Publik Dan Pranata Komputer Mahir

<sup>266</sup> Wawancara Dengan Ibu Ani Pranata Humas Ahlumuda Dalam Bidang Informasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas

<sup>267</sup> Wawancara Dengan Ibu Tingkas Nuryanti Staff Informasi Publik Dan Pranata Komputer Mahir

dicapai secara optimal<sup>268</sup>. Maka dari itu dalam konsep 5C Clampitt memberikan analisis arah terhadap komunikasi organisasi yang diterapkan oleh Diskominfo Banyumas sebagai berikut:

a. *Command* (Perintah)

Konsep ini menekankan penyampaian instruksi yang jelas dari pimpinan kepada seluruh unit kerja dalam menjalankan kebijakan, program, dan rencana kerja. Pesan dari pimpinan disampaikan melalui Sekretaris Dinas dalam bentuk prosedur, alur informasi, serta arahan langsung terkait informasi penting yang bersifat mendesak atau strategis<sup>269</sup>. Berdasarkan tingkatan informasi (*Level of Information*), alur tersebut menunjukkan komunikasi satu arah yang memastikan konsistensi pelaksanaan tugas sesuai standar layanan. Sedangkan dalam tingkatan partisipasi (*Level of Participation*), alur ini mengindikasikan rendahnya partisipasi pegawai karena pesan lebih berfokus pada kepatuhan instruksi.

b. *Compliance* (Kepatuhan)

Konsep ini menekankan pentingnya kepatuhan pegawai terhadap aturan dan standar pelaksanaan yang berlaku, khususnya pada Diskominfo Banyumas yang berpedoman pada UU KIP No. 14 Tahun 2008, Perbub No. 45 Tahun 2022, serta PERKIP No. 1 Tahun 2021 dalam proses pelayanan dan pengelolaan dokumen informasi publik<sup>270</sup>. Penyampaian informasi diterapkan komunikasi organisasi melalui "*Level of Information*" berupa instruksi dan regulasi yang wajib dipatuhi untuk menjamin keseragaman prosedur, sedangkan pada "*Level of Participation*" pegawai hanya terlibat dalam aspek teknis melalui sesi tanya jawab tanpa berperan dalam penyusunan kebijakan.

---

<sup>268</sup> Wawancara Dengan Ibu Ani Pranata Humas Ahlumuda Dalam Bidang Informasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas

<sup>269</sup> Wawancara Observasi Dengan Bapa Edi Staff Sekretariat Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas

<sup>270</sup> Wawancara Dengan Ibu Ani Pranata Humas Ahlumuda Dalam Bidang Informasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas

c. *Cooperation* (Keterlibatan)

Penerapan konsep *Cooperation* pada komunikasi organisasi Diskominfo Banyumas menekankan pentingnya kerja sama aktif antarpegawai dan lintas bidang untuk mendukung pelaksanaan tugas serta pelayanan publik secara optimal. Meskipun setiap bidang memiliki fungsi berbeda, koordinasi yang terintegrasi memastikan bahwa aspek teknis, strategis, dan kepentingan publik berjalan selaras dalam pengelolaan informasi<sup>271</sup>. Pada *Level of Information*, pertukaran ide, data, dan masukan berlangsung secara terbuka dan memahami tujuan bersama, sementara pada *Level of Participation* keterlibatan langsung dalam pengumpulan dan penyampaian informasi memungkinkan pegawai memberikan kontribusi nyata terhadap pengambilan kebijakan yang lebih baik di masa mendatang

d. *Coordination* (Koordinasi)

Diskominfo Banyumas menerapkan konsep *coordination* melalui pengaturan mekanisme kerja antarbidang, khususnya dalam pengelolaan informasi publik yang melibatkan berbagai pihak. Koordinasi dilakukan melalui rapat rutin, pertemuan teknis, kerjasama media komunikasi pemerintah, serta kerja sama dengan PPID pembantu untuk memastikan keselarasan tugas dan pemanfaatan sarana prasarana<sup>272</sup>. Dalam *Level of Information*, proses koordinasi mencakup penyatuan data, klarifikasi, serta verifikasi agar informasi yang disajikan tetap akurat dan konsisten, sedangkan pada *Level of Participation*, setiap pegawai berperan sesuai kewenangan bidangnya sehingga tujuan bersama dalam mendukung keterbukaan informasi publik.

---

<sup>271</sup> Wawancara Dengan Ibu Tingkas Nuryanti Staff Informasi Publik Dan Pranata Komputer Mahir

<sup>272</sup> Wawancara Dengan Ibu Ani Pranata Humas Ahlumuda Dalam Bidang Informasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas

e. *Commitment* (Komitmen)

Konsep komunikasi ini menunjukkan bahwa instansi ini berada pada tahapan tertinggi melalui komitmen kuat dalam mendukung keterbukaan informasi publik di wilayah pemerintahan Kabupaten Banyumas yang ditandai dengan penerapan prinsip transparansi, kesadaran melayani kebutuhan informasi, konsistensi peningkatan kualitas layanan, serta upaya menjaga reputasi sebagai PPID utama<sup>273</sup>. Pada "*Level of Information*", komunikasi tidak hanya bersifat instruktif tetapi juga mengandung nilai, etika, dan orientasi pelayanan publik yang mendorong kolaborasi serta inovasi, sedangkan pada "*Level of Participation*" diberikan ruang bagi pegawai untuk berinovasi dan bertanggung jawab dalam meningkatkan mutu layanan informasi.

3. Kolaborasi Komunikasi Organisasi Dalam Keterbukaan Informasi Publik

Pada Diskominfo Banyumas kolaborasi tidak hanya terjadi secara internal melalui koordinasi antara bidang informasi publik, humas, dan layanan digital, tetapi juga secara eksternal dengan media massa, pemerintah desa, komunitas digital, serta organisasi masyarakat. Kerja sama lintas organisasi ini memperluas jangkauan dan efektivitas penyebaran informasi sehingga layanan keterbukaan informasi publik mampu diakses oleh seluruh lapisan masyarakat. Hal tersebut sejalan dengan pandangan Clappitt mengenai pentingnya koordinasi, partisipasi, dan pertukaran informasi dalam membangun arah komunikasi organisasi yang baik<sup>274</sup>. Kolaborasi yang diterapkan oleh Diskominfo Banyumas dalam mewujudkan keterbukaan informasi publik beberapa berkolaborasi dengan pihak lain dalam mencapai tujuan bersama, diantaranya berkolaborasi dengan PPID Desa, Radio Dian

---

<sup>273</sup> Wawancara Observasi Dengan Bapa Edi Staff Sekretariat Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas

<sup>274</sup> Clappitt, P. G. (2017). *Communicating for Managerial Effectiveness*. SAGE Publications.

Swara FM, serta Kepala Pasar Purwokerto dalam pembahasannya sebagai berikut

a. Kolaborasi Dengan Bea Cukai Purwokerto

Kolaborasi Bea Cukai Purwokerto dengan Radio Mitra FM dalam kegiatan sosialisasi menunjukkan bentuk kerja sama lintas lembaga yang strategis untuk memperluas jangkauan informasi publik mengenai cukai. Melalui kolaborasi ini konsep dasar cukai dan Barang Kena Cukai (BKC) dapat disampaikan secara lebih komprehensif dan mudah dipahami oleh masyarakat dan memperkuat efektivitas komunikasi publik<sup>275</sup>.



Gambar 4. 10 Pahami Cukai Bersama Cukai Purwokerto dan Pemkab Banyumas<sup>276</sup>

b. Kolaborasi Dengan Kepala Pasar Purwokerto

Sosialisasi “Gempur Rokok Ilegal” yang digelar Pemkab Banyumas melalui Diskominfo dan Bea Cukai Purwokerto serta Kepala Pasar menunjukkan kolaborasi lintas lembaga yang penting dalam menekan peredaran rokok ilegal. Dengan melibatkan para Kepala Pasar sebagai pengawas langsung di area perdagangan, kegiatan ini memperkuat koordinasi antara pemerintah daerah dan pengelola pasar untuk mencegah penjualan rokok ilegal. Kehadiran

<sup>275</sup>[https://www.instagram.com/p/DMfP7W2SXg\\_/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==](https://www.instagram.com/p/DMfP7W2SXg_/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==) . Diakses pada 28 November 2025 pukul 01.06 WIB.

<sup>276</sup>[https://www.instagram.com/p/DMfP7W2SXg\\_/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==](https://www.instagram.com/p/DMfP7W2SXg_/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==) . Diakses pada 01 Desember 2025 pukul 23.14 WIB

pejabat Diskominfo dan Bea Cukai menegaskan bahwa upaya pemberantasan rokok ilegal memerlukan komunikasi publik yang kuat, edukatif, dan terkoordinasi agar pengawasan dan pemahaman masyarakat dapat meningkat secara efektif<sup>277</sup>.



Gambar 4. 11 Kegiatan Gempur Rokok Ilegal<sup>278</sup>

c. Kolaborasi Dengan Wakil Ketua DPRD Banyumas

Kegiatan pelatihan literasi digital yang diikuti warga dari 27 kecamatan di Banyumas merupakan contoh nyata kolaborasi antara Dinas Komunikasi dan Informatika (Dinkominfo) Banyumas serta unsur legislatif melalui Wakil Ketua DPRD Banyumas. Kehadiran berbagai narasumber seperti Plt. Kepala Dinkominfo, Camat Ajibarang, dan tim Suara Merdeka turut menciptakan diskusi yang aktif dan interaktif, dengan memperluas pemahaman peserta mengenai tantangan dan peluang dunia digital, kegiatan ini tidak hanya bertujuan meningkatkan kemampuan digital masyarakat, tetapi memperkuat peran Diskominfo sebagai pihak yang

<sup>277</sup> <https://dinkominfo.banyumaskab.go.id/read/53899/dinkominfo-gandeng-kepala-pasar-se-kabupaten-banyumas-dalam-kampanye-gempur-rokok-ilegal>. Diakses pada 28 November 2025 pukul 01.16 WIB.

<sup>278</sup> <https://dinkominfo.banyumaskab.go.id/read/53899/dinkominfo-gandeng-kepala-pasar-se-kabupaten-banyumas-dalam-kampanye-gempur-rokok-ilegal>. Diakses pada 28 November 2025 pukul 23.22 WIB

memfasilitasi dalam membangun masyarakat yang lebih terbuka pada teknologi<sup>279</sup>.



Gambar 4. 12 Pelatihan Literasi Digital<sup>280</sup>

#### 4. Tantangan Dan Hambatan

Komunikasi organisasi Diskominfo Banyumas pada dasarnya sudah berlangsung cukup baik, namun masih menghadapi hambatan internal berupa kelupaan dalam penyampaian pesan, kurangnya koordinasi antarbidang, serta alur informasi yang belum konsisten<sup>281</sup>. Sehingga aspek Command dan Compliance dalam teori Clampitt memerlukan penguatan agar instruksi dan aturan teknis dapat berjalan lancar. Koordinasi dengan PPID perangkat daerah juga telah terbangun melalui pembagian peran seperti penyediaan aplikasi layanan publik dan pengelolaan data oleh OPD, tetapi konsistensinya belum optimal karena alur informasi belum seragam dan masih terdapat OPD yang kurang aktif berkolaborasi<sup>282</sup>. Rendahnya pemahaman masyarakat tentang keterbukaan informasi memerlukan adanya strategi komunikasi yang

<sup>279</sup>[https://www.instagram.com/p/DMoxfp6y1SY/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==](https://www.instagram.com/p/DMoxfp6y1SY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==). Diakses pada 28 November 2025 pukul 01.28 WIB.

<sup>280</sup>[https://www.instagram.com/p/DMoxfp6y1SY/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==](https://www.instagram.com/p/DMoxfp6y1SY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==). Diakses pada 28 November pukul 23.38 WIB

<sup>281</sup> Wawancara Dengan Ibu Ani Pranata Humas Ahlumuda Dalam Bidang Informasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas

<sup>282</sup> Wawancara Dengan Ibu Tingkas Nuryanti Staff Informasi Publik Dan Pranata Komputer Mahir

lebih menyesuaikan dan melibatkan partisipasi masyarakat melalui komunikasi dua arah antara pemerintah dan warga. Selain itu kurangnya kerja sama antarlembaga menandakan bahwa komitmen terhadap keterbukaan informasi masih perlu diperkuat dengan perbaikan sistem, peningkatan kualitas sumber daya manusia serta evaluasi yang berkelanjutan.

Menanggapi berbagai kendala tersebut Diskominfo terus berupaya mengembangkan strategi perbaikan berupa peningkatan kualitas SDM, penguatan tata kelola PPID, serta inovasi layanan informasi publik agar penyampaian informasi menjadi lebih efektif, transparan, dan partisipatif<sup>283</sup>. Upaya ini diharapkan mampu memperkuat kolaborasi lintas instansi dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap layanan informasi pemerintah daerah.

#### 4. Evaluasi Komunikasi Organisasi Terhadap Informasi Publik

Evaluasi komunikasi organisasi di Diskominfo Banyumas menunjukkan bahwa proses komunikasi internal pada dasarnya telah berjalan cukup baik, namun masih menghadapi hambatan seperti kelupaan dalam penyampaian pesan, alur informasi yang belum konsisten, serta koordinasi antarbidang yang belum optimal<sup>284</sup>. Jika dikaitkan dengan teori komunikasi organisasi Clamptt hambatan tersebut mencerminkan belum kuatnya aspek *Command* dan *Compliance*, karena instruksi pimpinan dan aturan teknis belum selalu dipahami dan dilaksanakan secara seragam. Selain itu koordinasi dengan perangkat daerah juga masih memerlukan penguatan karena masih terdapat OPD yang belum aktif berkolaborasi menandakan bahwa aspek *Coordination* belum berjalan maksimal. Tantangan eksternal berupa masih minim literasi masyarakat untuk menuntut informasi yang

---

<sup>283</sup> Wawancara Observasi Dengan Bapa Edi Staff Sekretariat Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas

<sup>284</sup> Wawancara Dengan Ibu Ani Pranata Humas Ahlumuda Dalam Bidang Informasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas

lebih partisipatif dalam perspektif Clampitt melalui komunikasi dua arah dan peningkatan komitmen bersama.

Berdasarkan Laporan Kinerja Instansi Pemerintah (LKjIP) Tahun 2024, Diskominfo Banyumas menunjukkan kinerja sangat tinggi dengan capaian 100% pada enam Indikator Kinerja Utama<sup>285</sup>. Indikator tersebut meliputi indeks SPBE, pemanfaatan TIK, persentase OPD dalam layanan perlindungan informasi, tingkat informasi publik (KIP), persentase data sektoral, serta persentase jenis informasi publik yang dikelola<sup>286</sup>. Capaian ini menunjukkan bahwa kebijakan dan kegiatan telah dilaksanakan secara efektif meskipun masih terdapat kendala dalam komunikasi organisasi. Oleh karena itu hasil LKjIP mencerminkan bahwa komitmen terhadap transparansi dan pelayanan informasi publik sudah kuat, namun tetap perlu didukung dengan perbaikan komunikasi dan koordinasi agar kualitas keterbukaan informasi publik dapat terus meningkat pada masa mendatang.

---

<sup>285</sup> Dokumen Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LKJIP) Tahun 2024 Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas

<sup>286</sup> Dokumen Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LKJIP) Tahun 2023 Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas, pelaksanaan strategi komunikasi untuk mewujudkan keterbukaan informasi publik telah dilakukan sesuai dengan ketentuan khususnya undang-undang nomor 14 tahun 2008 dan Peraturan Bupati Banyumas Nomor 45 Tahun 2022. Dengan arah komunikasi vertikal dan horizontal dalam strukturnya, menunjukkan alur informasi relatif terstruktur meskipun koordinasi antarbidang dan antar-OPD masih perlu ditingkatkan. Renstra dan Renja berfungsi sebagai pedoman pelaksanaan, namun pelaksanaannya masih terkendala keterbatasan SDM dan belum optimalnya kerjasama antarunit kerja. Selain itu pemanfaatan media dan kolaborasi cukup efektif menjangkau berbagai elemen di masyarakat.

Hambatan yang dihadapi Diskominfo seperti lemahnya koordinasi antar OPD, keterbatasan kapasitas SDM, serta rendahnya kesadaran masyarakat terhadap hak atas informasi, menunjukkan bahwa implementasi strategi belum sepenuhnya optimal. Evaluasi yang dilakukan melalui buku penerangan KIP, website PPID, serta laporan monitoring dan evaluasi menunjukkan upaya Diskominfo dalam meningkatkan akuntabilitas dan transparansi pelayanan informasi publik. Secara keseluruhan meskipun masih menghadapi beberapa kendala, strategi komunikasi yang diterapkan menunjukkan perkembangan positif dalam mendukung pemerintahan yang terbuka, informatif, dan transparan.

#### **B. Saran**

Untuk meningkatkan kualitas pelaksanaan strategi komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas khususnya dalam mewujudkan keterbukaan informasi publik yang transparan dan informatif di era saat ini, maka penulis meminta izin untuk memberikan saran yang bersifat membangun kepada :

1. Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto terkait literasi digital dan hak akses informasi publik semoga dapat menjalin kerjasama yang kaitanya dengan ilmu komunikasi, literasi, manajemn riset, serta pemanfaatan teknologi digital dalam proses pembelajaran yang dalam liingkup instansi pemerintah.
2. Akademik, terkait penelitan strategi komunikasi dalam mewujudkan informasi publik bagi lembaga pemerintahan agar bisa bermanfaat dan dapat dikembangkan kedepanya dengan mengadaptasikan teori C.E. Clampitt sebagai landasan penelitian atau penulisan.
3. Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas, dalam meningkatkan upaya keterbukaan informasi publik seperti melalui sosialisasi yang melibatkan mahasiswa di Banyumas, karena mahasiswa identik dengan dunia digital dan dapat menjadi acuan penyesuaian di masa mendatang. Selain itu perlu diselenggarakan kegiatan khusus tentang informasi publik dan literasi digital bagi masyarakat yang tidak hanya berfokus pada satu platform, serta membuat konten media sosial yang lebih menarik dan mengikuti trend.
4. Masyarakat harus meningkatkan kemampuan literasi terutama digital yang baik serta kesadaran memperoleh hak informasi. Dengan kemampuan literasi yang baik maka memakai media digital secara bijak dan bertanggung jawab agar tercegah dari hoaks.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anam, R. K., & Priyono, E. F. (2025). *Strategi Komunikasi Organisasi Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi ( PPID ) Kabupaten Brebes dalam Pelaksanaan Keterbukaan Informasi Publik*. 3(2).
- Ahda, A., Soefi, R., & Hasan, M. (2025). Strategi Dinas Komunikasi dan Informasi dalam meningkatkan pelayanan informasi kepada masyarakat di Kabupaten Aceh Tenggara. *Journal of Economics, Bussiness and Management Issues*, 2(3), 265–272.
- Akun, M., Di, I., & Makassar, K. (2024). *Skripsi strategi dinas komunikasi dan informatika dalam memberikan pelayanan informasi melalui akun instagram di kota makassar*.
- Agung, M. K., Safitri, D., & Sary, M. P. (2024). Strategi Pengelolaan Instagram @indonesiabaik.id Sebagai Media Informasi Publik oleh Kominfo. *Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 102–114. <https://doi.org/10.37715/calathu.v6i2.4438>
- Amali, S. (2016). Kesiapan PPID Dinas Komunikasi Informatika Dalam Pelayanan Informasi Publik (Kasus di Kota Bitung, Provinsi Sulawesi Utara). *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 20(2), 123–140.
- Bengkulu, M. (2025). *Studi Tentang Strategi Komunikasi Publik Kominfo Kota Bengkulu dalam Mendorong Literasi di Masa Transformasi Digital*.
- Buamona, R. H., Sunarto, S., & Sari, Y. (2024). *Strategi Komunikasi Pengelolaan Informasi di Diskominfoan Malut ( Studi PPID )*. 10(2), 131–143.
- Deka, Z. L. L. (2022). *Efektivitas Penggunaan E-Government Di Kabupaten Banyumas*. [http://repository.uinsaizu.ac.id/id/eprint/14828%0Ahttp://repository.uinsaizu.ac.id/14828/1/ Efektivitas Penggunaan E-Government Di Kabupaten Banyuma.pdf](http://repository.uinsaizu.ac.id/id/eprint/14828%0Ahttp://repository.uinsaizu.ac.id/14828/1/Efektivitas%20Penggunaan%20E-Government%20Di%20Kabupaten%20Banyumas.pdf)
- Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas. (2024). Rencana strategis Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas Tahun 2024–2026. Banyumas: Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas.
- Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas. (2025). Renja Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas. Banyumas: Dinkominfo Kab. Banyumas.
- Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas. (2024). Laporan akuntabilitas kinerja instansi pemerintah (LKJIP) Tahun 2024. Banyumas: Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas.

- Erwin, E., Erfan, E., & Herwan, H. (2024). Strategi Komunikasi Publik di Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik dalam Peningkatan Citra Pemerintahan Kabupaten Bangka. *Jurnal Administrasi Pemerintahan Desa*, 5(1), 12. <https://doi.org/10.47134/villages.v5i1.84>
- Febriani, D. L., & Juliani, R. (2022). Strategi Komunikasi Pemerintah Daerah Dalam Mensosialisasikan Informasi Publik Di Kabupaten Aceh Barat. *At-Tanzir: Jurnal Ilmiah Prodi Komunikasi Penyiaran Islam*, 19–38. <https://doi.org/10.47498/tanzir.v13i1.970>
- Fatimah, C. D., Studi, P., Dan, K., Islam, P., Manajemen, J., Komunikasi, D. A. N., & Dakwah, F. (2024). *Strategi komunikasi dinas komunikasi dan informatika kabupaten banyumas dalam meningkatkan literasi digital bagi pelajar*.
- Hasfi, R. I. (2018). Strategi komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Boyolali dalam sosialisasi program e-government untuk mewujudkan Boyolali Smart City. *Jurnal Kommnas*, 1, 1–21.
- Harahap, R. N., & Kurniawati, D. (2022). *Strategi Komunikasi Organisasi Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi Pemerintah Kota Medan Dalam Pelaksanaan Keterbukaan Informasi Publik*. 6(1).
- Hikmalia, W., & Toni, A. (2023). Menciptakan Iklim Harmonisasi Komunikasi Organisasi Untuk Optimalisasi Kinerja Pegawai Administrasi. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 98–107. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i1.4465>
- Kilmanun, F. W., & Sopacua, Y. (2024). Strategi Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Maluku Tenggara dalam Pengelolaan Informasi Publik. *Jurnal Ilmu Komunikasi Pattimura*, 3(1), 518–538. <https://doi.org/10.30598/jikpvol3iss1pp518-538>
- Kementerian Dalam Negeri. (2010). Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 35 Tahun 2010 tentang Pedoman Pengelolaan Pelayanan Informasi dan Dokumentasi di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintahan Daerah. Jakarta: Kementerian Dalam Negeri.
- Komisi Informasi Pusat. (2024). Indeks keterbukaan informasi publik (IKIP) 2024: Pedoman pengelolaan pelayanan informasi dan dokumentasi di lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintahan Daerah (Tim Penulis: I. G. Sufa, T. Mardiana, A. Martiana, I. G. A. R. Dewi, O. K. Mufti, P. N., N. P. Dewi, & S. A. Ngarasati). Komisi Informasi Pusat.
- Manajemen, G. B., Cenderawasih, U., Kristen, U., & Wacana, K. (n.d.). *Rudy C Tarumingkeng : Strategi Komunikasi dalam Proses Perubahan Oleh : Prof Ir Rudy C Tarumingkeng , PhD Bogor , Indonesia*.
- Negara, J. A., Komunikasi, D., Informatika, D. A. N., & Kota, D. (2024). *Sawala Strategi Dalam Pelayanan Informasi Publik Pada Sawala*. 4039, 425–443.

- Prayogi, D., & Prawijaya, A. (2022). Strategi Media Relations Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Luwu Timur dalam Peningkatan Sarana Informasi Publik. *Jurnal Terapan Pemerintahan Minangkabau*, 2(2), 115–131. <https://doi.org/10.33701/jtpm.v2i2.2824>
- Regina Maharani, Yulia Citra Rahayu, Devi Karina Seviani, & Muhammad Yudia Noor Akbari. (2023). Strategi Diseminasi Dinas Komunikasi Dan Informatika (DISKOMINFO) Dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Kepada Masyarakat Di Kabupaten Ciamis. *Birokrasi: JURNAL ILMU HUKUM DAN TATA NEGARA*, 1(3), 342–353. <https://doi.org/10.55606/birokrasi.v1i3.614>
- Rahmadea, D., Strategi Komunikasi Customer Relationship Management (CRM) PT. Capela Honda 88 Pekanbaru Dalam Menangani Keluhan Pelanggan G. (2025). No. 7571/KOM-D/SD-SI/2025. 7571.
- Suhartono, A. (2022). Strategi Dan Efektifitas Komunikasi Organisasi Dalam Mengatasi Konflik Kerja Di Lingkungan Humas Pemko Medan. 3(2), 223–231.
- S. Gonda, M., Bahfiarti, T., & Farid, M. (2023). Implementasi Komunikasi Organisasi Berbasis Kearifan Lokal Dalam Pelayanan Publik. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(3), 518–534. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i3.6391>
- Smit, B., & Onwuegbuzie, A. J. (2018). Observations in Qualitative Inquiry: When What You See Is Not What You See. *International Journal of Qualitative Methods*, 17(1), 1–3. <https://doi.org/10.1177/1609406918816766>
- Saefunnissa, M. (2021). Aktivitas Pengelolaan Layanan Publik Berbasis Website Di Dinas Komunikasi Dan Informatika Banyumas. *At-Tanzir: Jurnal Ilmiah Prodi Komunikasi Penyiaran Islam*, 104. <https://doi.org/10.47498/tanzir.v12i1.512>
- St, S., Kes, M., Kede, A., Kom, S. I., Kom, M. I., Kahfi, M. A., Sos, S., Ag, M., Ganiem, L. M., Si, M., Sumartini, S., & Kom, P. S. I. (n.d.). *Pengantar ilmu komunikasi*.
- Studi, P., Dan, K., Islam, P., & Dakwah, F. (2024). *Strategi komunikasi kelompok kie seni pemuda dalam memperkenalkan seni budaya lokal pada masyarakat*.
- Turhamun. (2020). Strategi komunikasi fundraising organisasi kemasyarakatan. *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 14(2), 199–212.
- Ulumiyah, P. R., & Gati, R. A. (n.d.). *Humas Pemerintahan Dalam Pelayanan Informasi Publik Pada Portal Website PPID Kementrian*

## Buku

Clampitt, P. G. (2017). *Communicating for managerial effectiveness* (6th ed.). SAGE Publications.

Effectiveness, M. (2020). *Sage Academic Books Communicating for Managerial Effectiveness : Challenges | Strategies | Solutions*.

McQuail ' s Mass Communication Theory. (n.d.).

Penghargaan Keterbukaan Informasi Publik Tahun 2024 (Indeks Keterbukaan Informasi Publik ( IKIP ), n.d.)

Turhamun. (2022). *Metodologi penelitian komunikasi organisasi* (Cetakan ke-1). Pustaka Senja. ISBN 978-602-6730-93-0.



## LAMPIRAN LAMPIRAN

### A. Panduan Observasi

Subjek : Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas  
Tema : Strategi Komunikasi Diskominfo Banyumas Dalam Mewujudkan Keterbukaan Informasi Publik

### B. Panduan Wawancara

- a. Nama : Ani Pernata  
Profesi : Staff Pranata Humas Bidang Informasi Publik
- b. Nama : Tingkas  
Profesi : Staff Pranata Komputer Mahir Bidang Informasi Publik
- c. Nama : Edi  
Profesi : Staff Sekretariat Diskominfo Banyumas

### C. Pertanyaan Wawancara

1. Pelaksanaan dan Dasar Hukum
  - a. Apakah Diskominfo Banyumas memiliki pedoman dan landasan regulasi dalam pelaksanaan informasi publik?
  - b. Dalam peraturan Bupati Banyumas, apakah mempunyai peran tersendiri dalam proses pelayanan informasi publik?
  - c. Sejauh mana pedoman tersebut dilaksanakan dalam pelaksanaan di lapangan?
  - d. Bagaimana implementasi Peraturan Bupati/ PPID dalam proses pelayanan kepada masyarakat?
2. Strategi Komunikasi Diskominfo Banyumas
  - a. Bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan? lalu siapa sasaran publik utamanya? Apakah terdapat segmentasi?
  - b. Pendekatan seperti apa yang digunakan? lalu bagaimana proses penyusunan pesan agar mudah dipahami dan tidak menimbulkan hoaks?
  - c. Bagaimana strategi pemilihan media yang digunakan? Lalu apa alasannya dalam menggunakan media tersebut?
  - d. Apakah terdapat kolaborasi media massa atau komunitas lain?
3. Data dan Fakta Lapangan
  - a. Bagaimana Upaya perkembangan dalam pelayanan keterbukaan informasi publik 2-5 tahun kebelakang?
  - b. Bagaimana respon masyarakat yang diterima dalam pelaksanaan informasi publik saat ini?
  - c. Apakah terdapat evaluasi rutin? Jika ada bagaimana bentuknya?

4. Pemanfaatan Media
  - a. Bagaimana peran media sosial serta website resmi dalam pelayanan informasi publik
  - b. Bagaimana strategi dalam menangani hoaks dan disinformasi yang beredar?
  - c. Apakah ada program literasi digital? Se jauh mana efektifitas nya?
5. Komunikasi Organisasi
  - a. Bagaimana komunikasi internal dalam menjalankan tugas? Se jauh mana koordinasi yang terjadi?
  - b. Apakah dalam komunikasi terdapat hambatan satu sama lain?
  - c. Se jauh ini bagaimana koordinasi dan komunikasi yang dilakukan? Apakah terdapat pelatihan dalam peningkatan SDM?
6. Program, Inovasi dan Kolaborasi
  - a. Apakah Diskominfo memiliki program unggulan?
  - b. Bagaimana koordinasi yang terjalin antara pihak Diskominfo dan perangkat lain?
  - c. Apakah melibatkan partisipasi masyarakat dalam proses komunikasi publik?
7. Tantangan dan Solusi
  - a. Apa kendala terbesar dalam mewujudkan keterbukaan informasi publik?
  - b. Bagaimana solusi atau strategi perbaikan kedepan agar lebih baik?

#### D. Dokumentasi Kegiatan

##### 1. Observasi



2. Wawancara dengan Bapa Edi



3. Wawancara dengan Ibu Ani Pernata



#### 4. Wawancara dengan Ibu Tingkas



#### 5. Penulis dan Meja Layanan Informasi Publik



## Biodata Penulis

### A. Identitas Diri

1. Nama : Diva Rizky Adhyla Purnomo
2. Nim : 214110102145
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Tempat, Tanggal Lahir : Subang, 07 Juli 2003
5. Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
6. Angkatan Tahun : 2021
7. Agama : Islam
8. Email : 214110102145@mhs.uinsaizu.ac.id


### B. Riwayat Pendidikan

1. SD : SDN Samratulangi Subang
2. SMP : SMP Islam Terpadu (IT) A'Lamy Subang
3. SMA : MAN 1 Subang
4. S1 : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri  
Purwokerto

### C. Pengalaman Organisasi

1. Organisasi Intra Sekolah (OSIS)
2. Majelis Perwakilan Kelas (MPK)

Purwokerto, 08 Januari 2025

  
Divia Rizky Adhyla Purnomo  
NIM:214110102145