



Tata Kelola Komunikasi Digital Pemerintah Daerah

— Dari Informasi Menuju Kepercayaan Publik



—
Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

TATA KELOLA KOMUNIKASI DIGITAL PEMERINTAH DAERAH

ARIEF RAKHMAT BUDIMAN, S.KOM.

**PT ADAB INDONESIA
2026**



Tata Kelola Komunikasi Digital Pemerintah Daerah

Indramayu © 2026 PT. Adab Indonesia

Penulis: Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

Editor Ahli: Dr. Muhamad Husein, Drs., M.Sc.

Desain Cover: Difiyani Puspitasari

Layouter: Arie Fahmi Luthfi

Diterbitkan oleh PT. Adab Indonesia

Anggota IKAPI: 514/JBA/2024

Jl. Intan Blok C2 Pabean Udik Indramayu Jawa Barat

Kode Pos 45219

Telp: 081221151025

Surel: penerbitadab@gmail.com

Web: <https://adabindonesiagrup.com>

Referensi | Non Fiksi | R/D

vi + 29x hlm. 14,5 x 21 cm

No. ISBN: xxx-xxx-xxx-xxx-x

No. E-ISBN: xxx-xxx-xxx-xxx-x (PDF)

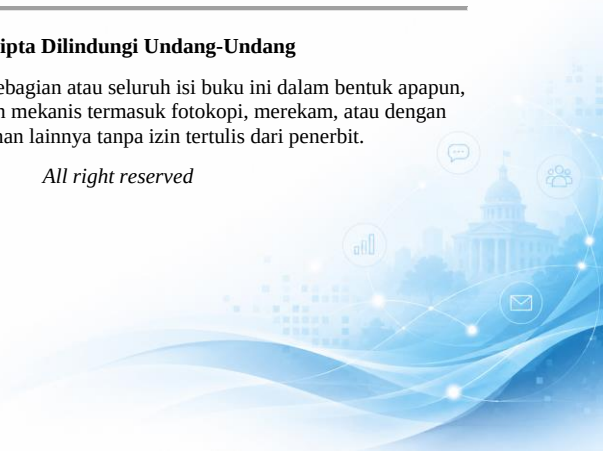
Cetakan Pertama, Oktober 2026

Edisi Digital, Oktober 2026

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, secara elektronis maupun mekanis termasuk fotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa izin tertulis dari penerbit.

All right reserved



MODUL 1

Fondasi Tata Kelola Komunikasi Digital Pemerintah Daerah

"dari Sekadar Aktif Digital Menjadi Sistem Komunikasi yang Terarah"

Peta Modul 1

Modul ini membangun fondasi sebelum masuk ke perencanaan konten, monitoring, penanganan isu, dan pelaporan. Fokusnya bukan memperbanyak unggahan, tapi memastikan komunikasi digital memiliki arah, kanal yang terhubung, alur yang jelas, serta memahami batas etika.

Tujuan Modul

Membantu OPD melihat komunikasi digital sebagai sistem kerja organisasi - bukan sekadar aktivitas publikasi.

Isi Modul

1. Dari Sekadar Aktif ke Tata Kelola Komunikasi Digital
2. Ruang Digital dan Ekosistem Kanal OPD
3. Siapa Melakukan Apa: Peran, Data, dan Koordinasi Internal
4. Etika, Akurasi, dan Perlindungan Informasi



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

1.1 Dari Sekadar Aktif ke Tata Kelola Komunikasi Digital

Sebuah perangkat daerah memiliki akun media sosial yang cukup aktif. Hampir setiap hari ada unggahan baru. Rapat, kunjungan lapangan, sosialisasi, penyerahan bantuan, peringatan hari besar, hingga dokumentasi kegiatan pimpinan semuanya tercatat dengan rapi.

Dari luar, akun itu terlihat hidup. Namun, di kolom komentar dan pesan masuk, pertanyaan yang sama terus muncul.

SUARA WARGA:

"Kalau mau mengurus layanan ini, syaratnya apa?"

"Jam pelayanannya sampai pukul berapa?"

"Kalau ada kendala, harus menghubungi siapa?"

"Formulirnya bisa diunduh di mana?"

Admin sebenarnya ingin menjawab dengan cepat. Masalahnya, tidak semua informasi tersedia dalam bentuk yang siap disampaikan kepada warga. Beberapa data masih harus ditanyakan kepada unit lain. Sebagian informasi pernah diunggah, tetapi sudah tertimbun oleh konten-konten baru. Ada pula informasi yang berubah, tetapi pembaruannya belum segera disampaikan.



Akun media sosialnya aktif. Kontennya banyak. Dokumentasi kegiatan berjalan. Tapi, apakah komunikasi digitalnya benar-benar sudah dikelola?

Membaca Masalah di Balik Aktivitas Digital

Kesalahan yang cukup sering terjadi adalah menganggap aktivitas digital sebagai tanda bahwa komunikasi digital sudah berjalan dengan baik.

Ukuran yang digunakan biasanya sederhana: akun tersedia, unggahan rutin, pengikut bertambah, desain terlihat rapi, dan kegiatan organisasi selalu dipublikasikan.

Semua itu tentu berguna. Namun, aktivitas belum tentu berarti tata kelola.

Pada contoh di atas, persoalannya bukan karena OPD tidak aktif. Justru sebaliknya. Aktivitasnya cukup tinggi. Masalah muncul karena aktivitas tersebut belum sepenuhnya terhubung dengan kebutuhan informasi warga dan belum menjadi bagian dari sistem komunikasi yang terarah.

Akibatnya, komunikasi mudah berubah menjadi pekerjaan yang serba spontan.

Hari ini membuat konten karena ada kegiatan. Besok mengunggah pengumuman karena ada instruksi. Lusa menjawab komentar karena ada pertanyaan. Ketika muncul persoalan yang

lebih serius, tim baru mulai mencari data, mencari orang yang bisa menjawab, lalu menentukan apa yang harus disampaikan.

Semua pekerjaan dilakukan. Tetapi tidak selalu berada dalam satu alur yang jelas. Di sinilah perbedaan antara aktif di ruang digital dan mengelola komunikasi digital mulai terlihat.

Aktif berarti organisasi hadir dan melakukan kegiatan komunikasi. Mengelola berarti organisasi mengetahui untuk apa komunikasi dilakukan, informasi apa yang dibutuhkan publik, bagaimana informasi disiapkan, bagaimana respons diberikan, dan bagaimana hasil komunikasi dibaca kembali untuk perbaikan berikutnya.

Perbedaannya terlihat sederhana, tetapi dampaknya besar.

Mengapa Hal Ini Penting?

Bagi masyarakat, ruang digital sering kali menjadi pintu pertama untuk berhubungan dengan pemerintah.

Sebelum datang ke kantor pelayanan, warga mencari informasi melalui internet. Sebelum menelepon petugas, mereka mencoba mencari pengumuman. Ketika mengalami masalah, sebagian warga lebih dahulu menuliskannya melalui pesan, komentar, kanal aduan, atau ruang digital lainnya.

Artinya, pengalaman warga terhadap pemerintah tidak lagi hanya terbentuk ketika mereka datang ke kantor. Pengalaman itu sudah dimulai sejak mereka mencari informasi.



Jika informasi mudah ditemukan, jelas, konsisten, dan membantu, warga memperoleh kepastian lebih cepat.

Sebaliknya, jika informasi sulit ditemukan atau tidak lengkap, warga harus mengulang pertanyaan yang sebenarnya dapat dicegah. Jika jawaban berubah-ubah, kebingungan meningkat. Jika pertanyaan tidak mendapat respons, ketidakpastian bisa berkembang menjadi keluhan.

Pada titik tertentu, masalah komunikasi dapat ikut memengaruhi cara publik menilai kualitas pelayanan.

Karena itu, komunikasi digital pemerintah tidak cukup diperlakukan sebagai pekerjaan publikasi. Ia juga berkaitan dengan pelayanan informasi, interaksi dengan warga, pengelolaan persepsi, reputasi kelembagaan, dan kepercayaan publik.

Hal ini tidak berarti setiap persoalan pelayanan dapat diselesaikan hanya dengan komunikasi yang baik. Layanan yang bermasalah tetap membutuhkan perbaikan layanan. Namun, pelayanan yang sebenarnya sudah baik pun dapat terasa buruk ketika informasinya membingungkan.

Sebaliknya, ketika organisasi menghadapi keterbatasan atau gangguan, komunikasi yang jelas dapat membantu warga memahami apa yang sedang terjadi, apa yang harus dilakukan, dan kapan mereka dapat memperoleh kepastian berikutnya.

Komunikasi bukan pengganti tindakan. Tetapi tindakan yang baik membutuhkan komunikasi yang baik agar dapat dipahami.

Dari Publikasi ke Tata Kelola

Istilah tata kelola komunikasi digital dapat terdengar besar. Padahal gagasannya cukup sederhana.

Tata kelola komunikasi digital adalah cara organisasi memastikan bahwa komunikasi di ruang digital tidak berjalan secara acak, tetapi menjadi bagian dari proses kerja yang dapat diarahkan, dijaga, dan diperbaiki.

Dengan cara pandang ini, komunikasi digital tidak dimulai ketika desain sudah jadi dan tidak berakhir ketika tombol "unggah" ditekan.

Ada proses sebelum publikasi. Ada proses ketika publik memberikan respons. Ada pula proses setelah komunikasi dilakukan.

Informasi perlu dipersiapkan. Pesan perlu diperjelas. Respons publik perlu didengar. Masalah perlu dikenali. Hasil komunikasi perlu dievaluasi.

Semua itu membutuhkan keteraturan. Karena itulah kesiapan komunikasi digital tidak dapat diukur hanya dari keberadaan akun media sosial.



OPD dapat memiliki banyak kanal, tetapi belum tentu memiliki tata kelola yang baik.

Sebaliknya, organisasi dengan jumlah kanal yang lebih terbatas dapat memiliki komunikasi yang jauh lebih efektif apabila informasi yang disediakan jelas, proses kerjanya teratur, dan respons terhadap publik dikelola dengan baik.

Apakah komunikasi digital kita membantu warga memperoleh informasi dan membantu organisasi merespons kebutuhan publik dengan lebih baik?

Perubahan pertanyaan ini penting. Karena begitu pertanyaannya berubah, fokus perbaikannya juga berubah.

Jangan Mulai dari Pertanyaan: "Hari Ini Kita Posting Apa?"

Salah satu kebiasaan yang membuat komunikasi digital mudah kehilangan arah adalah menjadikan produksi konten sebagai pusat dari seluruh pekerjaan komunikasi.

Setiap pagi pertanyaannya: "Hari ini mau posting apa?"

Padahal pertanyaan itu seharusnya bukan pertanyaan pertama. Pertanyaan yang lebih mendasar adalah: "Hari ini, informasi apa yang perlu dipahami masyarakat?"

Perbedaannya cukup besar. Pertanyaan pertama mendorong tim mencari bahan untuk mengisi kanal. Pertanyaan kedua mendorong tim melihat kebutuhan publik.

Misalnya, sebuah OPD sedang menjalankan layanan pendaftaran program tertentu.

Pendekatan yang berorientasi pada unggahan mungkin menghasilkan dokumentasi sosialisasi, foto rapat persiapan, atau foto pimpinan saat meninjau pelayanan.

Semua konten itu dapat memiliki fungsi. Namun, dari sisi warga, kebutuhan utamanya mungkin jauh lebih sederhana:

- siapa yang berhak mendaftar;
- apa persyaratannya;
- kapan pendaftaran dibuka;
- bagaimana alurnya;
- apa yang harus dilakukan jika mengalami kendala.

Jika lima informasi tersebut belum tersedia dengan jelas, tingginya frekuensi unggahan belum tentu berarti komunikasi sudah bekerja dengan baik.

Di sinilah kita perlu membedakan produksi konten dengan pemenuhan kebutuhan informasi.

Konten adalah salah satu sarana. Tujuan akhirnya adalah membantu publik memahami sesuatu, melakukan sesuatu, atau memperoleh kepastian.

Prinsip Utama: Ukur dari Pengalaman Warga, Bukan Keramaian Kanal



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

Jangan menilai komunikasi digital dari seberapa ramai kanalnya. Lihatlah dari seberapa mudah warga memperoleh informasi dan seberapa siap organisasi merespons.

Sebuah akun dapat mengunggah lima konten dalam sehari dan tetap gagal membantu warga menemukan informasi yang dibutuhkan. Sebaliknya, sebuah akun dapat mengunggah lebih sedikit, tetapi setiap informasi yang disampaikan jelas, relevan, mudah ditemukan, dan memiliki tindak lanjut yang pasti.

Kualitas komunikasi tidak selalu terlihat dari volume. Begitu pula dengan jumlah interaksi. Sebuah unggahan yang ramai belum tentu paling bermanfaat. Sebuah informasi layanan mungkin tidak memperoleh banyak tanda suka, tetapi disimpan, dibagikan kepada keluarga, atau digunakan warga.

Karena itu, komunikasi pemerintah perlu kembali kepada fungsi dasarnya: membantu publik memahami informasi yang benar dan memperoleh kepastian yang dibutuhkan.

Salah Kaprah dan Praktik yang Lebih Tepat

Salah Kaprah	Praktik yang Lebih Tepat
OPD kita sudah digital karena sudah punya Instagram, Facebook, dan website.	Memiliki kanal digital adalah langkah awal. Yang menentukan kualitas komunikasi adalah bagaimana informasi disiapkan, disampaikan, ditanggapi, dan diperbaiki.



Kalau posting rutin berarti komunikasi sudah berjalan.	Posting rutin menunjukkan aktivitas. Tata kelola membutuhkan arah, konsistensi, keteraturan, dan hubungan yang jelas antara kebutuhan publik dengan informasi yang disampaikan.
Semakin banyak konten, semakin baik komunikasinya.	Jumlah konten tidak otomatis menunjukkan kualitas. Konten yang banyak tetapi tidak menjawab kebutuhan publik dapat membuat informasi penting semakin sulit ditemukan.
Yang penting informasi sudah pernah diunggah.	Informasi yang benar tetapi sulit ditemukan belum tentu berguna. Informasi pemerintah perlu tersedia ketika dibutuhkan, mudah dipahami, dan mudah dijangkau.

Gejala yang Perlu Diwaspadai

Sebuah OPD mungkin perlu mulai membenahi tata kelola komunikasi digital apabila beberapa gejala berikut sering terjadi:

- pertanyaan yang sama muncul berulang;
- informasi baru hanya diketahui sebagian pengelola;
- admin sering harus mencari-cari jawaban ketika warga bertanya;

- komunikasi sangat bergantung pada kegiatan dan momentum;
- kanal digital lebih banyak berisi dokumentasi daripada informasi yang membantu warga;
- respons baru diberikan ketika keluhan sudah ramai;
- informasi penting sulit ditemukan kembali;
- tim merasa sangat sibuk membuat konten, tetapi sulit menjelaskan dampak komunikasinya.

Satu atau dua gejala belum tentu menunjukkan masalah besar. Namun, jika pola tersebut terus berulang, persoalannya mungkin bukan lagi pada satu unggahan atau satu admin.

Masalahnya bisa berada pada cara komunikasi dikelola secara keseluruhan.

Cek Cepat: Apakah Kita Baru Aktif atau Sudah Mengelola?

Sebelum melanjutkan ke pembahasan berikutnya, coba jawab pertanyaan sederhana ini berdasarkan kondisi OPD masing-masing.

1. Ketika warga membutuhkan informasi dasar layanan, apakah mereka dapat menemukannya dengan mudah?
2. Ketika ada perubahan informasi, apakah pembaruannya dapat segera diketahui publik?
3. Ketika warga bertanya, apakah organisasi dapat memberikan jawaban yang jelas tanpa proses yang terlalu panjang?

4. Apakah komunikasi digital direncanakan berdasarkan kebutuhan publik, atau lebih sering mengikuti kegiatan internal?
5. Setelah informasi dipublikasikan, apakah respons warga pernah dibaca kembali untuk mengetahui apa yang masih membingungkan?

Tidak perlu memberi nilai terlebih dahulu. Tidak perlu juga langsung mencari solusi. Tujuan cek cepat ini hanya satu: melihat gejala. Diagnosis yang baik selalu dimulai dari kemampuan melihat masalah apa adanya.

Sebelum Menambah Konten, Kenali Masalahnya

Ketika komunikasi digital dianggap belum optimal, respons yang paling cepat sering kali adalah menambah produksi konten.

"Bikin videonya lebih menarik."

"Tambah frekuensi posting."

"Desainnya harus lebih bagus."

"Coba pakai tren yang sedang ramai."

Semua itu mungkin berguna dalam situasi tertentu. Namun, belum tentu menyentuh sumber masalah.

Jika warga tidak memahami jadwal pelayanan, masalah utamanya mungkin bukan desain.



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

Jika admin tidak dapat menjawab pertanyaan, masalah utamanya mungkin bukan frekuensi unggahan.

Jika informasi berubah-ubah, menambah konten justru dapat memperbesar kebingungan.

Karena itu, perbaikan komunikasi sebaiknya tidak dimulai dari keinginan membuat lebih banyak materi. Mulailah dari diagnosis: Apa sebenarnya yang membuat komunikasi kita belum bekerja sebagaimana mestinya?

Pertanyaan sederhana ini akan menjadi dasar bagi pembahasan-pembahasan berikutnya.

Kita akan melihat bagaimana ruang digital OPD seharusnya bekerja sebagai satu ekosistem, bagaimana informasi bergerak di dalam organisasi, bagaimana komunikasi dijaga secara etis, hingga bagaimana kesiapan komunikasi dapat dinilai secara lebih sistematis.

Namun, semua itu dimulai dari satu kesadaran: hadir di ruang digital belum tentu berarti sudah mengelola komunikasi digital.

Yang Perlu Diingat:

1. Keberadaan akun dan rutinitas unggahan menunjukkan aktivitas, bukan otomatis menunjukkan tata kelola.

2. Komunikasi digital pemerintah perlu dilihat dari pengalaman warga memperoleh informasi, bukan hanya dari aktivitas kanal.
3. Komunikasi yang baik tidak menggantikan kualitas layanan, tetapi membantu layanan dipahami, digunakan, dan dipercaya.
4. Sebelum memperbanyak konten, kenali terlebih dahulu masalah komunikasi yang sebenarnya.

“Tujuan komunikasi digital pemerintah bukan sekadar membuat kanal terlihat aktif, tetapi membuat informasi publik bekerja.”

1.2 Ruang Digital dan Ekosistem Kanal OPD

Seorang warga ingin memastikan jadwal pelayanan di sebuah OPD. Ia membuka website resmi dan menemukan informasi bahwa pelayanan berlangsung sampai pukul 15.00.

Karena ingin memastikan, ia membuka Instagram OPD. Di sana terdapat unggahan yang menyebut pelayanan sampai pukul 14.00. Ia kemudian menghubungi nomor WhatsApp yang tercantum pada salah satu poster lama. Admin menjawab bahwa pelayanan terakhir diterima pukul 14.30.

Tiga kanal resmi. Tiga informasi yang berbeda.

Bagi organisasi, perbedaannya mungkin terlihat kecil. Bisa jadi salah satu informasi belum diperbarui. Bisa juga ada perubahan jadwal yang belum disampaikan secara serentak.

Tetapi bagi warga, persoalannya jauh lebih sederhana: mana yang harus dipercaya?

Kasus seperti ini menunjukkan bahwa memiliki banyak kanal digital tidak selalu membuat komunikasi menjadi lebih baik. Jika setiap kanal berjalan sendiri-sendiri, semakin banyak kanal justru dapat memperbesar kebingungan.

Warga Tidak Melihat Struktur Organisasi, Mereka Melihat Pemerintah

Di dalam pemerintahan, setiap kanal mungkin dikelola oleh orang atau unit yang berbeda.

Website diperbarui oleh satu tim. Media sosial dikelola admin lain. Layanan informasi memiliki petugas sendiri. Kanal pengaduan mungkin menggunakan sistem yang berbeda. Nomor WhatsApp pelayanan bisa dikelola oleh bidang teknis.

Bagi organisasi, pembagian tersebut masuk akal karena setiap kanal memiliki fungsi dan pengelola masing-masing. Tetapi warga tidak selalu melihat pembagian itu.

Ketika sebuah website, akun media sosial, nomor WhatsApp, atau kanal aduan menggunakan identitas resmi pemerintah, warga cenderung melihat semuanya sebagai bagian dari lembaga yang sama.

Karena itu, ketika informasi antar-kanal berbeda, warga tidak mempersoalkan siapa admin yang salah atau bidang mana



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

yang belum memperbarui data. Yang mereka rasakan adalah: pemerintah memberikan informasi yang berbeda-beda.

Di sinilah pentingnya melihat kanal digital bukan sebagai kumpulan akun, melainkan sebagai ekosistem komunikasi.

Kanal Bukan Sekadar Tempat Mengunggah Informasi

Setiap kanal digital memiliki karakter dan kegunaan yang berbeda.

Website, misalnya, dapat menjadi tempat informasi resmi yang relatif lengkap dan mudah dirujuk kembali.

Media sosial dapat membantu penyebaran informasi secara cepat, membangun interaksi, serta membawa warga menuju informasi yang lebih lengkap.

Kanal pengaduan menjadi ruang bagi warga untuk menyampaikan masalah yang membutuhkan tindak lanjut.

WhatsApp dapat membantu komunikasi cepat dalam layanan tertentu.

Grup komunitas dan jaringan warga sering menjadi jalur penyebaran informasi yang sangat efektif, meskipun tidak selalu berada di bawah kendali langsung OPD.

Media online juga dapat memperluas jangkauan informasi dan membentuk percakapan publik di luar kanal resmi pemerintah.

Masing-masing memiliki fungsi. Masalah mulai muncul ketika kanal-kanal tersebut diperlakukan sebagai ruang yang berdiri sendiri.

Sebuah informasi diperbarui di Instagram, tetapi tidak di website. Pengumuman baru dibuat dalam bentuk poster, tetapi nomor layanan lama masih beredar. Kanal aduan menerima keluhan, tetapi informasi penyelesaiannya tidak pernah muncul di kanal informasi. Website memiliki penjelasan lengkap, tetapi media sosial tidak pernah mengarahkan warga ke halaman tersebut.

Dalam kondisi seperti ini, organisasi mungkin merasa memiliki banyak kanal. Tetapi dari sudut pandang warga, jalur informasinya terputus-putus.

Dari Banyak Kanal Menjadi Satu Perjalanan Informasi

Cara paling mudah memahami ekosistem kanal adalah dengan melihat perjalanan warga ketika mencari informasi.

Bayangkan seseorang baru pertama kali membutuhkan sebuah layanan pemerintah.

Ia mungkin memulai pencarian melalui mesin pencari. Dari sana ia menemukan website. Atau ia menemukan unggahan Instagram. Atau mendapat poster melalui grup WhatsApp. Atau membaca berita dari media lokal.



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

Setelah memperoleh informasi awal, ia mungkin masih memiliki pertanyaan. Ia kemudian mengirim pesan. Jika tidak mendapat jawaban, ia menulis komentar. Jika mengalami kendala layanan, ia bisa masuk ke kanal pengaduan.

Artinya, dalam satu kebutuhan saja, seorang warga dapat berpindah dari satu kanal ke kanal lain.

Karena itu, kualitas komunikasi tidak hanya bergantung pada isi setiap kanal secara terpisah. Kualitas komunikasi juga ditentukan oleh apakah perpindahan antar-kanal tersebut terasa masuk akal dan tidak membingungkan.

Misalnya, media sosial memberikan ringkasan informasi dan mengarahkan warga ke website untuk penjelasan lengkap; website mencantumkan kontak resmi jika warga membutuhkan bantuan; kanal pengaduan menjelaskan bagaimana laporan ditindaklanjuti; ketika terjadi perubahan jadwal, seluruh kanal utama diperbarui berdasarkan informasi yang sama.

Ketika hubungan seperti ini terbentuk, kanal digital mulai bekerja sebagai sebuah sistem.

Website sebagai Rumah Informasi Resmi

Dalam ekosistem komunikasi digital pemerintah, website memiliki peran penting karena dapat menjadi ruang penyimpanan informasi yang relatif lengkap dan stabil.



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

Informasi layanan, ketentuan, formulir, jadwal, dokumen, kontak, rincian, dapat disusun lebih sistematis di sana.

Media sosial memiliki keunggulan dalam kecepatan dan distribusi. Tetapi unggahan media sosial cepat bergerak ke bawah dan sulit ditemukan kembali setelah beberapa waktu. Karena itu, informasi yang memiliki masa berlaku panjang sebaiknya tidak hanya bergantung pada unggahan media sosial.

Misalnya persyaratan layanan. Jika syarat layanan hanya tersedia dalam poster Instagram enam bulan lalu, warga harus menggulir banyak unggahan untuk menemukannya. Kalaupun berhasil menemukan, mereka masih perlu memastikan apakah informasi tersebut masih berlaku.

Website dapat berfungsi sebagai rujukan utama, sementara media sosial membantu membawa warga menuju rujukan tersebut. Prinsipnya bukan bahwa semua informasi harus ditaruh di website. Prinsipnya adalah: informasi penting harus memiliki rumah yang jelas.

Ketika warga bertanya, "Informasi resminya bisa dilihat di mana?", organisasi seharusnya memiliki jawaban yang pasti.

Media Sosial sebagai Pintu Masuk

Media sosial sering menjadi kanal yang paling terlihat.



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

Informasi dapat menyebar cepat, warga dapat memberi komentar, dan organisasi dapat membaca respons secara langsung.

Tetapi karena sifatnya cepat, media sosial sebaiknya tidak dibebani menjadi satu-satunya penyimpan seluruh informasi. Perannya akan lebih kuat jika diposisikan sebagai salah satu pintu masuk menuju ekosistem informasi OPD.

Sebuah unggahan dapat memberi tahu bahwa layanan baru dibuka. Kemudian warga diarahkan ke halaman resmi untuk membaca persyaratan lengkap.

Sebuah story dapat mengingatkan batas waktu pendaftaran. Sebuah video singkat dapat menjelaskan alur dasar. Komentar yang sering muncul dapat menjadi petunjuk bahwa informasi tertentu perlu diperjelas.

Dengan cara itu, media sosial bukan sekadar etalase kegiatan. Ia menjadi penghubung antara informasi pemerintah dan kebutuhan warga.

Kanal Aduan Bukan Tempat Membuang Keluhan

Kanal aduan memiliki fungsi yang berbeda dari kanal publikasi. Di sini warga tidak hanya mencari informasi. Mereka membawa masalah.

Karena itu, keberadaan kanal aduan baru berarti jika laporan yang masuk memiliki jalur tindak lanjut.

Masalah yang sering terjadi adalah kanal tersedia, tetapi warga tidak mengetahui apa yang terjadi setelah laporan dikirim.

Laporan sudah diterima. Lalu apa? Sedang diperiksa atau belum? Siapa yang menangani? Kapan warga dapat memperoleh pembaruan?

Ekosistem komunikasi yang baik tidak memperlakukan kanal aduan sebagai tempat menampung pesan. Ia harus menjadi bagian dari perjalanan penyelesaian masalah.

Tidak semua proses harus diumumkan secara terbuka. Tetapi warga setidaknya perlu memperoleh kepastian bahwa laporannya masuk, diproses, dan memiliki jalur tindak lanjut.

WhatsApp dan Grup Komunitas: Cepat, Dekat, tetapi Perlu Kehati-hatian

WhatsApp sering menjadi kanal yang sangat efektif karena dekat dengan kebiasaan komunikasi sehari-hari masyarakat.

Informasi dapat diteruskan dengan cepat. Admin dapat menjawab pertanyaan secara langsung. Kelompok masyarakat juga dapat menjadi mitra penyebaran informasi. Namun, kemudahan tersebut membawa tantangan.

Pesan dapat diteruskan tanpa konteks. Poster lama dapat terus beredar meskipun informasinya sudah berubah. Nomor petugas bisa berpindah tangan. Pesan yang awalnya bersifat internal dapat tersebar lebih luas.

Karena itu, informasi yang disebarkan melalui WhatsApp perlu tetap memiliki rujukan resmi. Jika ada perubahan, warga perlu mengetahui di mana mereka dapat memeriksa informasi terbaru.

Dengan demikian, WhatsApp dapat menjadi jalur distribusi dan interaksi yang kuat tanpa berubah menjadi sumber informasi yang sulit dikendalikan.

Ketika Kanal Resmi Tidak Satu Suara

Bayangkan sebuah OPD mengubah jadwal layanan karena ada pemeliharaan sistem.

Informasi terbaru sudah diunggah ke Instagram. Namun halaman website masih memuat jadwal lama. Admin WhatsApp belum menerima pembaruan. Sementara poster lama masih beredar di grup warga. Akibatnya, masyarakat datang pada waktu yang salah. Sebagian kemudian mengeluh.

Dari sudut pandang internal, mungkin hanya terjadi keterlambatan pembaruan. Dari sudut pandang warga, masalahnya adalah ketidakpastian informasi resmi.

Karena itu, ketika informasi penting berubah, pertanyaan organisasi tidak boleh berhenti pada: "Sudah diposting belum?" Pertanyaan berikutnya: "Kanal mana yang harus diperbarui?"

Ini adalah salah satu cara sederhana melihat komunikasi sebagai ekosistem.



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

Prinsip Utama: Satu Informasi, Banyak Pintu Masuk

OPD tidak perlu membuat semua kanal memiliki isi yang persis sama. Justru setiap kanal dapat memiliki cara penyajian berbeda sesuai fungsinya.

Website bisa memberikan informasi lengkap. Instagram menyampaikan ringkasan. WhatsApp membantu menjawab pertanyaan. Kanal aduan menangani masalah. Yang harus sama adalah substansi informasinya.

Jadwal layanan tidak boleh berubah hanya karena kanalnya berbeda. Persyaratan tidak boleh berbeda antara website dan media sosial. Kontak resmi tidak boleh berubah-ubah tanpa penjelasan.

Banyak kanal boleh memiliki bentuk yang berbeda, tetapi harus merujuk pada informasi yang sama. Dengan prinsip ini, keberagaman kanal tidak menjadi sumber kebingungan. Sebaliknya, kanal saling memperkuat.

Salah Kaprah dan Praktik yang Lebih Tepat

Salah Kaprah	Praktik yang Lebih Tepat
Semakin banyak kanal, semakin baik komunikasi.	Banyak kanal hanya berguna jika masing-masing memiliki fungsi yang jelas dan saling terhubung. Jika tidak, jumlah kanal justru



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

	dapat memperbesar pekerjaan dan risiko ketidakkonsistenan.
Informasi sudah ada di salah satu kanal, jadi warga tinggal mencari.	Warga tidak selalu mengetahui kanal mana yang harus dibuka. Informasi penting perlu ditempatkan pada ruang yang mudah ditemukan dan dirujuk secara konsisten.
Website dan media sosial adalah dua pekerjaan yang berbeda.	Cara pengelolaannya dapat berbeda, tetapi bagi warga keduanya tetap merupakan sumber resmi lembaga yang sama. Informasi tidak boleh saling bertentangan.
Kalau sudah disebar lewat grup WhatsApp, informasi pasti sampai.	Pesan yang tersebar luas belum tentu dibaca secara utuh, masih berlaku, atau mudah diverifikasi. Informasi tetap membutuhkan rujukan resmi.

Melihat Kanal dari Sudut Pandang Warga

Salah satu cara paling sederhana untuk mengevaluasi ekosistem kanal adalah berhenti melihatnya sebagai pengelola dan mulai melihatnya sebagai warga.

Pilih satu kebutuhan layanan. Misalnya: "Saya ingin mengetahui cara mengurus layanan X."

Kemudian coba lakukan perjalanan seperti warga biasa.



Cari melalui mesin pencari. Buka website. Lihat media sosial. Periksa kontak yang tersedia. Cari cara menyampaikan pertanyaan. Lihat apakah tersedia kanal pengaduan jika terjadi masalah. Lalu perhatikan:

- Apakah informasinya sama?
- Apakah warga tahu harus berpindah ke mana jika membutuhkan penjelasan lebih lengkap?
- Apakah kontakannya jelas?
- Apakah informasi terbaru mudah dikenali?
- Apakah kanal-kanal tersebut saling merujuk?

Latihan sederhana ini sering menunjukkan persoalan yang tidak terlihat ketika pengelola hanya membuka kanal dari sisi admin.

Peta Ekosistem Kanal OPD

Untuk melihat hubungan antar-kanal dengan lebih sistematis, OPD dapat membuat peta sederhana. Tidak perlu rumit.

1. Kanal apa saja yang dimiliki atau digunakan OPD? Misalnya website, Instagram, Facebook, YouTube, TikTok, WhatsApp, kanal aduan, dan lainnya.
2. Apa fungsi utama masing-masing kanal? Apakah untuk informasi resmi, penyebaran cepat, interaksi, pengaduan, dokumentasi, atau fungsi lain?



3. Informasi penting merujuk ke mana? Apakah ada satu sumber utama yang selalu diperbarui?
4. Jika warga membutuhkan bantuan lebih lanjut, ke kanal mana mereka diarahkan?
5. Apakah informasi utama antar-kanal sudah konsisten?

Dari sini, OPD dapat mulai melihat kanal yang berfungsi jelas, kanal yang tumpang tindih, serta hubungan yang masih terputus.

Tujuan pemetaan bukan menambah kanal. Tujuannya justru memastikan bahwa kanal yang sudah ada bekerja bersama.

Lembar Praktik: Peta Ekosistem Kanal

Kanal	Fungsi Utama	Informasi Kunci	Kanal Lanjutan	Masalah yang Ditemukan

Tidak Semua Kanal Harus Dipertahankan

Memiliki akun di banyak platform sering dianggap sebagai tanda kemajuan digital. Padahal setiap kanal membutuhkan waktu, tenaga, informasi, pemantauan, dan pemeliharaan.

Jika sebuah kanal sudah lama tidak diperbarui, ia dapat menjadi sumber informasi yang justru menyesatkan.



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

Jika sebuah akun tidak lagi memiliki fungsi yang jelas, organisasi perlu menilai kembali keberadaannya.

Lebih baik memiliki beberapa kanal yang dikelola dengan baik daripada banyak kanal yang setengah hidup.

Prinsipnya sederhana: kanal dibangun karena ada fungsi komunikasi yang harus dilayani, bukan karena semua platform harus dimiliki.

Pembahasan tentang bagaimana memilih format dan platform untuk jenis konten tertentu akan dibahas lebih lanjut pada bagian perencanaan konten.

Pada tahap ini, yang penting adalah memastikan bahwa kanal-kanal yang ada memiliki fungsi yang jelas dan terhubung sebagai sebuah ekosistem.

Yang Perlu Diingat:

1. Warga melihat kanal resmi sebagai bagian dari lembaga yang sama, meskipun secara internal dikelola oleh orang yang berbeda.
2. Memiliki banyak kanal tidak otomatis membuat komunikasi lebih baik. Kanal harus memiliki fungsi dan hubungan yang jelas.
3. Bentuk informasi dapat berbeda antar-kanal, tetapi substansi utamanya harus konsisten.
4. Setiap informasi penting perlu memiliki rumah atau rujukan resmi yang jelas.

5. Cara terbaik menguji ekosistem kanal adalah melihat perjalanan informasi dari sudut pandang warga.

"Ekosistem digital yang baik bukan membuat warga membuka semakin banyak kanal, tetapi membuat mereka semakin cepat menemukan informasi yang dapat dipercaya."

1.3 Siapa Melakukan Apa: Peran, Data, dan Koordinasi Internal

Sebuah OPD mengumumkan program bantuan kepada masyarakat. Tidak lama setelah informasi dipublikasikan, pertanyaan mulai masuk melalui media sosial.

SUARA WARGA:

"Kalau belum pernah menerima bantuan sebelumnya, apakah boleh mendaftar?"

"Data penerima ditentukan dari mana?"

"Kalau nama saya tidak masuk, harus mengadu ke mana?"

Admin membaca pertanyaan-pertanyaan tersebut.

Untuk pertanyaan pertama, ia belum yakin dengan jawabannya. Ia lalu menghubungi salah satu staf di bidang teknis. Staf tersebut mengatakan data berada di bidang lain. Admin kemudian menghubungi bidang yang dimaksud.

Jawaban belum juga diperoleh. Sementara itu, pertanyaan warga terus bertambah.

Beberapa jam kemudian mulai muncul komentar: "Kenapa admin tidak pernah menjawab?" "Kalau informasinya belum siap, kenapa sudah diumumkan?" "Percuma punya media sosial kalau ditanya tidak tahu."

Dari sudut pandang warga, persoalannya terlihat sederhana: pemerintah lambat menjawab.

Tetapi dari sisi internal, masalah sebenarnya bisa jauh lebih mendasar.

Siapa yang memiliki data? Siapa yang berwenang menjelaskan? Siapa yang menyiapkan jawaban? Siapa yang memastikan jawaban tersebut sama di semua kanal?

Di sinilah komunikasi digital tidak lagi hanya menjadi pekerjaan admin. Ia menjadi pekerjaan organisasi.

Admin Adalah Pintu Depan, Bukan Gudang Jawaban

Admin media sosial sering menjadi orang pertama yang berhadapan langsung dengan publik.

Pertanyaan masuk melalui komentar. Keluhan datang melalui pesan langsung. Permintaan informasi muncul melalui WhatsApp.

Karena berada di garis depan, admin sering dianggap harus mengetahui semua hal. Padahal posisi admin seharusnya tidak dipahami seperti itu.



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

Admin memang perlu memahami informasi dasar organisasi. Namun, tidak realistis jika satu orang diharapkan menguasai seluruh detail teknis mengenai program, layanan, anggaran, persyaratan, perubahan kebijakan, jadwal kegiatan, hingga kasus-kasus tertentu.

Banyak informasi berada di unit teknis. Sebagian informasi memiliki batas keterbukaan. Sebagian memerlukan verifikasi. Sebagian lagi bahkan membutuhkan keputusan pimpinan sebelum dapat disampaikan.

Karena itu, pertanyaan yang lebih tepat bukan: "Mengapa admin tidak tahu jawabannya?"

Tetapi: "Apakah admin tahu ke mana harus mendapatkan jawaban yang benar?"

Perbedaan ini penting. Admin yang baik bukan admin yang menjawab semua pertanyaan dari ingatan.

Admin yang baik adalah admin yang mampu memastikan bahwa masyarakat mendapatkan jawaban yang benar melalui jalur yang jelas.

Banyak Masalah Komunikasi Sebenarnya Berasal dari Dalam Organisasi

Ketika respons kepada warga terlambat, kita mudah menganggap persoalannya ada pada admin. Padahal keterlambatan tersebut bisa terjadi karena data belum tersedia.



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

Atau data tersedia, tetapi belum jelas siapa yang boleh menyampaikannya. Atau unit teknis sudah memiliki jawaban, tetapi tidak ada jalur cepat untuk meneruskannya kepada pengelola kanal.

Ada pula situasi ketika beberapa bidang memberi jawaban yang berbeda terhadap pertanyaan yang sama.

Dalam kondisi seperti ini, masalah komunikasi publik sebenarnya dimulai sebelum pesan sampai kepada publik. Masalahnya berada pada aliran informasi internal.

Bayangkan sebuah restoran. Pelayan berada di depan dan berbicara langsung dengan pelanggan. Namun, pelayan tidak memasak seluruh makanan sendiri. Ia bergantung pada dapur, sistem pemesanan, stok bahan, dan keputusan pengelola.

Jika dapur tidak memberi informasi bahwa suatu menu habis, pelayan dapat memberikan keterangan yang salah.

Begitu pula dalam komunikasi pemerintah. Admin berada di depan. Tetapi kualitas jawaban admin sangat bergantung pada kualitas informasi di belakangnya.

Karena itu, memperbaiki komunikasi eksternal sering kali harus dimulai dengan memperbaiki komunikasi internal.

Komunikasi Digital Adalah Kerja Bersama

Dalam sebuah OPD, komunikasi digital dapat melibatkan banyak pihak.

Struktur organisasi setiap pemerintah daerah tentu dapat berbeda. Namun secara fungsi, biasanya terdapat beberapa peran penting.

Pimpinan: Memberi Arah dan Sikap Kelembagaan

Pimpinan tidak harus terlibat dalam setiap unggahan atau setiap jawaban komentar. Namun, pimpinan memiliki peran penting dalam memberi arah.

Ada situasi yang cukup dijawab dengan informasi rutin. Ada situasi yang memerlukan penjelasan kebijakan. Ada pula situasi yang membutuhkan sikap resmi organisasi.

Di titik-titik tertentu, tim komunikasi perlu mengetahui:

- apa posisi lembaga;
- apa yang menjadi prioritas;
- informasi apa yang dapat disampaikan;
- bagian mana yang memerlukan kehati-hatian;
- kapan suatu persoalan perlu diketahui pimpinan.

Pimpinan berfungsi memastikan bahwa komunikasi tidak berjalan terpisah dari kebijakan dan tindakan organisasi.

Bidang Teknis: Pemilik Substansi dan Data

Bidang teknis memegang peran yang sangat penting. Merekalah yang mengetahui substansi program dan layanan.



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

Jika pertanyaannya mengenai persyaratan, prosedur, jadwal, kuota, mekanisme, atau perubahan teknis, sumber informasi utamanya biasanya berada di unit ini.

Karena itu, bidang teknis tidak boleh melihat komunikasi sebagai pekerjaan yang sepenuhnya dapat diserahkan kepada admin atau humas.

Komunikasi membutuhkan bahan. Dan bahan yang akurat lahir dari unit yang menguasai substansinya.

Jika data teknis terlambat, komunikasi ikut terlambat. Jika data teknis keliru, komunikasi juga berpotensi keliru. Dengan kata lain: kualitas komunikasi publik sangat bergantung pada kesiapan data internal.

Admin: Garda Depan Interaksi

Admin memiliki fungsi yang berbeda. Admin mendengar publik. Ia membaca komentar, pesan, pertanyaan, dan respons.

Admin juga menjadi salah satu pihak yang paling cepat mengetahui pola kebingungan warga. Karena itu, admin bukan sekadar orang yang menekan tombol "unggah".

Admin dapat menjadi sensor organisasi. Jika pertanyaan yang sama muncul berkali-kali, admin dapat memberi sinyal bahwa informasi perlu diperjelas.

Jika warga kesulitan memahami persyaratan, admin dapat memberi masukan bahwa bahasa yang digunakan terlalu rumit.

Jika terdapat informasi yang mulai membingungkan publik, admin dapat menjadi pihak yang pertama kali mengetahuinya.

Jadi aliran informasi tidak boleh hanya bergerak dari organisasi menuju admin. Ia juga harus bergerak kembali dari admin menuju organisasi.

Humas atau Fungsi Komunikasi: Menata Pesan

Dalam banyak organisasi, fungsi humas atau komunikasi membantu menerjemahkan informasi teknis menjadi komunikasi yang lebih mudah dipahami publik.

Bidang teknis mengetahui substansinya. Tetapi substansi teknis belum tentu siap dipublikasikan dalam bentuk mentah.

Kalimat internal mungkin terlalu administratif. Data mungkin terlalu panjang. Penjelasan kebijakan mungkin membutuhkan konteks.

Di sinilah fungsi komunikasi membantu menata pesan:

- apa yang perlu disampaikan terlebih dahulu;
- bagaimana menjelaskannya;
- informasi apa yang perlu diringkas;
- bagian apa yang perlu diberi konteks;
- kanal mana yang digunakan untuk menyebarkan informasi.

Dalam konteks pemerintah daerah, fungsi ini juga dapat melibatkan Diskominfo sesuai tata kelola dan pembagian kewenangan di masing-masing daerah.



Yang penting bukan menyeragamkan struktur organisasinya. Yang penting adalah memastikan fungsi komunikasinya tersedia.

PPID atau Pengelola Informasi Publik: Menjaga Layanan Informasi

Tidak semua permintaan warga dapat diperlakukan seperti pertanyaan biasa di kolom komentar. Ada informasi yang termasuk dalam pelayanan informasi publik dan memiliki mekanisme tersendiri.

Di sinilah PPID atau pengelola layanan informasi publik memiliki fungsi penting.

Admin perlu mengetahui kapan sebuah pertanyaan dapat dijawab secara langsung dan kapan warga perlu diarahkan ke mekanisme pelayanan informasi yang tepat.

Dengan begitu, media sosial tidak dipaksa menjadi tempat untuk menyelesaikan semua jenis permintaan informasi.

Bukan Soal Siapa Paling Berkuasa, tetapi Siapa Memegang Fungsi

Pembagian peran komunikasi sering gagal karena organisasi terlalu fokus pada jabatan. Padahal untuk kebutuhan operasional, pertanyaan yang lebih berguna adalah:



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

- Siapa pemilik datanya?
- Siapa yang menyusun pesannya?
- Siapa yang memeriksa?
- Siapa yang menyampaikan?
- Siapa yang menerima respons publik?
- Siapa yang mengambil keputusan jika persoalan tidak dapat diselesaikan di tingkat operasional?

Satu orang bisa saja menjalankan lebih dari satu fungsi.

Pada OPD yang memiliki tim kecil, admin mungkin sekaligus membantu menyusun konten. Pada organisasi yang lebih besar, fungsi-fungsi tersebut bisa dijalankan oleh unit berbeda.

Tidak masalah. Yang berbahaya adalah ketika fungsi penting tersebut tidak memiliki pemilik yang jelas. Semua merasa orang lain yang mengerjakan. Akibatnya, informasi berhenti di tengah jalan.

Satu Data, Satu Pesan, Satu Alur Koordinasi

Ada tiga prinsip sederhana yang dapat membantu mengurangi kekacauan komunikasi internal.

Satu Data

Jawaban kepada publik harus bersumber dari informasi yang dapat dipertanggungjawabkan. Artinya, organisasi perlu mengetahui siapa pemilik data untuk setiap jenis informasi utama.



Misalnya: informasi jadwal pelayanan berasal dari unit pelayanan; informasi program berasal dari bidang pengelola program; informasi persyaratan berasal dari unit teknis yang bertanggung jawab; informasi tertentu mengenai keterbukaan informasi mengikuti mekanisme PPID.

Tujuannya bukan membuat birokrasi baru. Tujuannya menghindari situasi ketika lima orang memberikan lima versi jawaban.

Satu Pesan Utama

Satu data tidak berarti setiap orang harus menggunakan kalimat yang persis sama. Tetapi substansi jawabannya harus sama.

Misalnya masyarakat bertanya mengenai perubahan jadwal pelayanan.

Website dapat menampilkan pengumuman resmi. Instagram dapat membuat ringkasan. Admin WhatsApp dapat menjawab secara langsung.

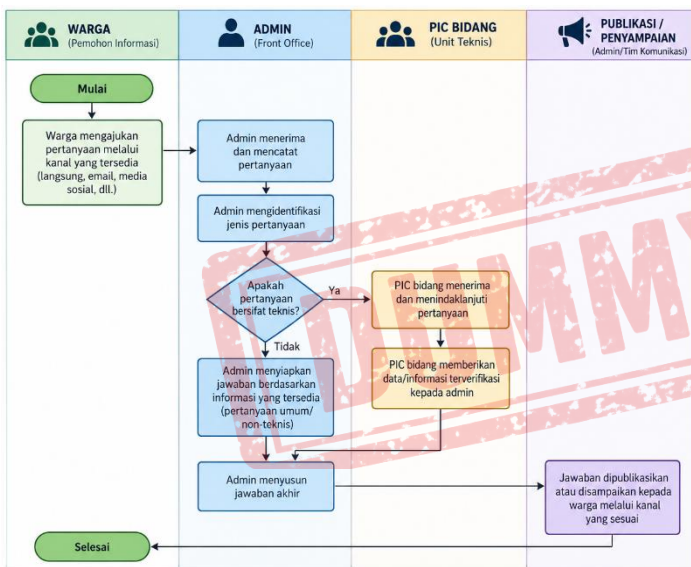
Namun ketiganya harus membawa pesan utama yang sama: apa yang berubah, kapan berlaku, dan apa yang perlu dilakukan warga.

Perbedaan gaya boleh terjadi. Perbedaan fakta tidak boleh.

Satu Alur Koordinasi

Ketika admin tidak memiliki jawaban, ia harus tahu apa langkah berikutnya. Jangan sampai setiap pertanyaan harus dimulai dengan: "Coba tanya siapa ya?"

Alur tidak harus rumit. Contoh seperti gambar di bawah ini:

**Catatan:**

1. Kanal pertanyaan dapat berupa loket, telepon, email, media sosial, formulir online, atau kanal lain yang ditetapkan.
2. Pertanyaan teknis adalah pertanyaan yang memerlukan data, analisis, atau konfirmasi dari unit teknis/kompeten (PIC bidang).
3. Jawaban yang disampaikan kepada warga harus sudah terverifikasi dan sesuai ketentuan yang berlaku.



Untuk informasi rutin, alur tersebut dapat berlangsung cepat. Untuk informasi yang lebih sensitif, mungkin diperlukan pemeriksaan tambahan. Yang penting, tim mengetahui jalurnya.

Kasus yang Terlihat Kecil Bisa Menunjukkan Masalah Sistemik

Kembali ke kasus bantuan di awal. Mengapa admin membutuhkan waktu lama untuk menjawab? Sekilas masalahnya hanya keterlambatan respons.

Tetapi setelah diperiksa, mungkin ditemukan bahwa: tidak ada daftar PIC informasi program; bidang teknis belum menyiapkan FAQ; tidak ada prosedur sederhana untuk meneruskan pertanyaan warga; admin tidak mengetahui informasi apa yang boleh langsung dijawab; dan tidak ada kesepakatan berapa lama pertanyaan teknis seharusnya mendapatkan respons.

Artinya, keterlambatan satu jawaban hanyalah gejala. Masalah sebenarnya adalah ketidakjelasan sistem internal.

Inilah alasan mengapa komunikasi digital tidak seharusnya dibebankan hanya kepada admin. Admin tidak dapat memperbaiki sistem sendiri.

Salah Kaprah dan Praktik yang Lebih Tepat

Salah Kaprah	Praktik yang Lebih Tepat
Media sosial adalah urusan admin.	Admin mengelola kanal, tetapi substansi informasi berasal dari



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

	organisasi. Komunikasi adalah pekerjaan bersama.
Kalau admin tidak tahu, berarti admin kurang kompeten.	Admin tidak harus menjadi ahli semua bidang teknis. Yang penting, ia memiliki akses cepat kepada sumber informasi yang benar.
Bidang teknis cukup menyerahkan data. Cara menyampaikannya bukan urusan kami.	Data teknis adalah bahan komunikasi. Jika bahan terlambat, tidak lengkap, atau sulit dipahami, kualitas komunikasi ikut terdampak.
Semua pertanyaan warga harus langsung dijawab admin.	Tidak semua pertanyaan memiliki tingkat kompleksitas yang sama. Ada informasi rutin, teknis, perlu verifikasi, dan informasi dengan mekanisme pelayanan tersendiri.
Koordinasi yang baik berarti semua orang harus dilibatkan.	Terlalu banyak pihak justru dapat memperlambat proses. Pihak yang tepat harus terlibat pada waktu yang tepat.

Mengenali Jenis Pertanyaan Sebelum Menentukan Jalurnya

Informasi rutin

"Jam pelayanan sampai pukul berapa?" Jika informasi sudah terverifikasi dan tersedia, admin seharusnya dapat menjawab langsung.



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

Pertanyaan teknis

"Apakah dokumen jenis ini dapat digunakan sebagai pengganti persyaratan X?" Admin mungkin perlu meminta konfirmasi bidang teknis.

Permintaan informasi yang lebih formal

Warga meminta dokumen atau informasi yang mengikuti mekanisme pelayanan informasi publik. Pertanyaan seperti ini dapat diarahkan sesuai mekanisme yang berlaku.

Pertanyaan yang membutuhkan keputusan

Ada kondisi ketika data tersedia, tetapi sikap kelembagaan belum ditentukan. Pada kondisi semacam ini, jalurnya mungkin perlu naik ke tingkat pengambil keputusan.

Kemampuan mengenali jenis pertanyaan membantu organisasi menghindari dua ekstrem: semua pertanyaan dijawab spontan, atau semua pertanyaan harus melalui proses panjang. Keduanya sama-sama tidak efektif.

Alat Kerja: Matriks Peran Komunikasi Digital OPD

Subbab ini membutuhkan alat kerja karena persoalan pembagian peran akan sulit diperbaiki jika hanya dibicarakan secara umum. Matriks sederhana dapat membantu tim melihat siapa melakukan apa.

Situasi/ Informasi	Pemilik Data	Penyiap Jawaban	Per- setujuan	Penyampai	Target Respons
-----------------------	-----------------	--------------------	------------------	-----------	-------------------

Jam layanan	Unit layanan	Admin	PIC layanan	Admin	Langsung
Syarat teknis	Bidang teknis	Bidang teknis + Admin	PIC layanan	Admin	Sesuai kebutuhan

Tabel tersebut hanya contoh. Setiap OPD perlu menyesuaikannya dengan struktur dan pembagian kewenangan masing-masing.

Yang penting, setelah matriks dibuat, tim dapat menjawab dengan cepat: siapa pemilik informasi ini, siapa yang menyiapkan jawaban, siapa yang perlu memeriksa, dan siapa yang menyampaikannya kepada publik?

Latihan: Ikuti Perjalanan Satu Pertanyaan Warga

Pilih satu pertanyaan teknis yang sering diterima OPD. Misalnya: "Kenapa nama saya tidak masuk sebagai penerima program?" Kemudian telusuri perjalanan pertanyaan tersebut.

1. Pertanyaan masuk ke siapa? Media sosial, WhatsApp, loket, atau kanal aduan?
2. Siapa yang memiliki data untuk menjawab? Apakah admin mengetahuinya?
3. Bagaimana admin menghubungi pemilik data? Apakah ada PIC yang jelas atau harus mencari dari satu orang ke orang lain?
4. Apakah jawaban perlu diperiksa sebelum disampaikan? Jika ya, siapa yang memeriksa?



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

5. Siapa yang memberi jawaban kepada warga?
6. Berapa lama proses tersebut biasanya berlangsung?

Jika satu pertanyaan sederhana membutuhkan terlalu banyak langkah, terlalu banyak orang, atau terlalu lama untuk mendapatkan jawaban, itu adalah tanda bahwa alur koordinasi perlu diperbaiki.

Uji Sederhana: Apa yang Terjadi Jika Admin Berganti?

Ada cara lain untuk menguji kualitas sistem. Bayangkan admin utama tiba-tiba cuti selama dua minggu. Apakah admin pengganti mengetahui:

- siapa PIC setiap bidang;
- di mana informasi layanan disimpan;
- pertanyaan apa yang dapat dijawab langsung;
- pertanyaan apa yang perlu diteruskan;
- siapa yang memeriksa jawaban teknis;
- jalur yang digunakan jika informasi belum tersedia?

Jika semua pengetahuan tersebut hanya berada di kepala satu orang, organisasi belum memiliki sistem. Organisasi baru memiliki orang yang hafal sistem yang belum pernah ditulis. Ini menjadi risiko karena komunikasi terlalu bergantung pada individu.

Tata kelola yang baik membuat pengetahuan dasar tentang alur komunikasi dapat diteruskan ketika personel berubah.

Koordinasi Tidak Harus Rumit

Membicarakan tata kelola sering menimbulkan kekhawatiran bahwa pekerjaan akan menjadi semakin birokratis. Padahal tujuan pembagian peran justru sebaliknya: memperpendek kebingungan.

Tim tidak selalu membutuhkan rapat. Tidak semua jawaban membutuhkan nota. Tidak setiap komentar harus naik ke pimpinan.

Yang diperlukan adalah kesepakatan mengenai jalur kerja.

Untuk informasi rutin, jawaban dapat tersedia dalam bank informasi atau FAQ. Untuk pertanyaan teknis, tersedia PIC. Untuk informasi tertentu, tersedia mekanisme pemeriksaan. Untuk persoalan yang membutuhkan keputusan lebih tinggi, tersedia jalur eskalasi.

Semakin jelas pembagian perannya, semakin sedikit energi yang terbuang hanya untuk mencari tahu: "Ini harus tanya ke siapa?"

Dari Koordinasi Internal ke Kepercayaan Publik

Warga mungkin tidak pernah melihat matriks peran. Mereka juga tidak mengetahui bagaimana sebuah jawaban bergerak dari bidang teknis ke admin.

Namun mereka merasakan hasilnya. Jawaban lebih cepat. Informasi lebih konsisten. Kesalahan berkurang.

Ketika belum ada kepastian, pemerintah dapat menjelaskan bahwa informasi sedang diverifikasi.

Ketika ada perubahan, kanal resmi dapat diperbarui dengan lebih teratur.

Artinya, kualitas koordinasi internal pada akhirnya muncul sebagai kualitas pengalaman publik. Inilah sebabnya tata kelola komunikasi tidak berhenti pada pengelolaan kanal.

Di belakang setiap informasi yang baik, harus ada proses internal yang mampu memasok informasi tersebut.

Yang Perlu Diingat:

1. Komunikasi digital bukan pekerjaan admin saja. Admin berada di garis depan, tetapi membutuhkan data, keputusan, dan dukungan dari organisasi.
2. Bidang teknis adalah salah satu sumber utama substansi. Kualitas informasi publik bergantung pada kualitas dan kesiapan data internal.
3. Pembagian peran tidak harus rumit. Yang penting setiap tim mengetahui siapa pemilik data, siapa menyiapkan jawaban, siapa memeriksa, dan siapa menyampaikan.
4. Satu data, satu pesan utama, dan satu alur koordinasi membantu mencegah jawaban yang berbeda-beda.



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

5. Sistem yang baik tidak boleh hanya hidup di kepala satu admin.

“Respons publik yang cepat bukan hasil dari admin yang serba tahu, tetapi hasil dari organisasi yang tahu bagaimana informasi harus bergerak.”

1.4 Etika, Akurasi, dan Perlindungan Informasi

Sebuah OPD mengunggah dokumentasi penyaluran bantuan kepada warga.

Tujuannya baik. OPD ingin menunjukkan bahwa bantuan telah disalurkan dan program benar-benar berjalan.

Dalam unggahan tersebut terlihat foto penerima bantuan, nama lengkap, alamat rumah, kondisi ekonomi keluarga, serta sebagian dokumen yang digunakan dalam proses pendataan.

Unggahan mendapat cukup banyak respons positif. Ada yang mengapresiasi program tersebut. Ada pula yang membagikan informasi itu sebagai bukti bahwa pemerintah hadir membantu masyarakat.

Namun, beberapa saat kemudian muncul pertanyaan: Apakah semua informasi tentang penerima bantuan memang perlu dibuka kepada publik?

Tujuan keterbukaan memang penting. Tetapi keterbukaan bukan berarti semua informasi boleh dipublikasikan tanpa batas.

Di sinilah komunikasi pemerintah membutuhkan lebih dari sekadar kemampuan membuat konten. Ia membutuhkan pertimbangan.

- Informasi apa yang memang perlu diketahui publik?
- Informasi apa yang harus dilindungi?
- Apakah sebuah foto layak ditayangkan?
- Apakah identitas seseorang perlu disebutkan?
- Apakah data yang digunakan sudah benar?
- Apakah bahasa yang digunakan menghormati orang yang sedang dibicarakan?

Pertanyaan-pertanyaan seperti ini merupakan bagian dari etika komunikasi digital.

Tidak Semua yang Kita Ketahui Harus Kita Publikasikan

Pemerintah menyimpan dan mengelola banyak informasi.

Sebagian memang perlu dibuka karena masyarakat berhak mengetahui program, kebijakan, layanan, penggunaan sumber daya publik, serta berbagai informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan masyarakat.

Namun, di dalam proses pemerintahan juga terdapat informasi yang menyangkut identitas, kehidupan pribadi, kondisi sosial, dokumen, atau data lain yang membutuhkan perlindungan.



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

Masalah muncul ketika semangat keterbukaan diterjemahkan secara terlalu sederhana: "Kalau pemerintah harus transparan, berarti sebanyak mungkin data harus dibuka."

Padahal transparansi yang baik bukan soal membuka semua hal. Transparansi adalah memberikan informasi yang dibutuhkan publik tanpa mengabaikan hak, keamanan, dan martabat orang yang terdapat di dalam informasi tersebut.

Dalam kasus penyaluran bantuan, misalnya, masyarakat memang perlu mengetahui bahwa program berlangsung, siapa kelompok penerimanya, bagaimana mekanismenya, berapa cakupannya, dan bagaimana pertanggungjawabannya.

Tetapi tidak berarti setiap detail kehidupan seorang penerima bantuan harus menjadi konsumsi publik.

Ada perbedaan antara menjelaskan program dan membuka kehidupan pribadi penerima program. Perbedaan itu harus dipahami oleh setiap pengelola komunikasi pemerintah.

Sekali Tayang, Informasi Tidak Selalu Bisa Ditarik Kembali

Salah satu karakter penting ruang digital adalah informasi dapat menyebar jauh lebih cepat daripada kemampuan organisasi mengendalikannya.

Sebuah unggahan dapat dihapus. Tetapi tangkapan layar mungkin sudah dibuat. Foto dapat disimpan. Pesan dapat

diteruskan. Video dapat dipotong dan diunggah ulang. Dokumen dapat berpindah dari satu grup ke grup lain.

Karena itu, pemeriksaan etika seharusnya dilakukan sebelum informasi dipublikasikan.

Bukan setelah ada protes.

Pertanyaan Kunci

Jika informasi ini sudah tersebar luas dan tidak dapat ditarik kembali, apakah kita tetap merasa aman untuk mempublikasikannya?

Jika jawabannya masih meragukan, berarti informasi tersebut perlu diperiksa kembali.

Akurasi Lebih Penting daripada Menjadi yang Pertama

Ruang digital mendorong organisasi untuk bergerak cepat.

Ketika sebuah kegiatan berlangsung, ada dorongan untuk segera mengunggah. Ketika warga bertanya, ada tuntutan untuk segera menjawab. Ketika muncul isu, tekanan untuk memberikan tanggapan menjadi semakin besar.

Kecepatan memang penting. Namun, bagi pemerintah, kecepatan tidak boleh mengalahkan akurasi.

Bayangkan admin menerima pertanyaan: "Besok layanan tetap buka seperti biasa?"

Admin belum memperoleh informasi resmi mengenai perubahan jadwal.

Karena ingin cepat membantu, ia menjawab berdasarkan informasi yang ia dengar dari rekan kerja: "Sepertinya tetap buka."

Beberapa jam kemudian ternyata ada perubahan jadwal.

Jawaban yang semula dimaksudkan untuk membantu justru menjadi sumber informasi yang keliru.

Masalahnya bukan karena admin berniat buruk. Masalahnya karena informasi yang belum pasti telah disampaikan seolah-olah sudah pasti.

Dalam komunikasi pemerintah, ada kalanya jawaban yang paling bertanggung jawab adalah: "Informasi sedang kami konfirmasi terlebih dahulu."

Itu lebih baik daripada memberi jawaban cepat yang ternyata salah. Kecepatan penting. Tetapi informasi yang salah dapat bergerak lebih cepat daripada klarifikasinya.

Bedakan Fakta, Informasi Sementara, dan Dugaan

Salah satu kebiasaan sederhana yang dapat meningkatkan akurasi komunikasi adalah membedakan status informasi.



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

Ada informasi yang sudah terverifikasi. Ada informasi yang masih dalam proses pengecekan. Ada pula informasi yang baru berupa klaim atau dugaan.

Ketiganya tidak boleh diperlakukan sama.

Misalnya terjadi gangguan pada layanan digital. Tim sudah mengetahui bahwa sistem tidak dapat diakses. Itu fakta. Namun penyebab gangguan belum diketahui.

Jika organisasi langsung mengatakan, "Gangguan terjadi akibat kerusakan server," padahal pemeriksaan teknis belum selesai, organisasi telah mengubah dugaan menjadi pernyataan resmi.

Lebih aman mengatakan: "Layanan saat ini mengalami gangguan. Tim teknis sedang melakukan pemeriksaan untuk mengetahui penyebabnya."

Informasinya tetap berguna. Tetapi organisasi tidak mengatakan sesuatu yang belum diketahui. Prinsip ini akan menjadi semakin penting ketika buku ini membahas penanganan isu dan krisis.

Jangan membuat kepastian dari informasi yang masih belum pasti.

Data Pribadi Bukan Bahan Dekorasi Konten

Dalam komunikasi digital pemerintah, data pribadi dapat muncul tanpa disadari.

Bukan hanya dalam bentuk nomor identitas. Data pribadi bisa terlihat melalui:

- kartu identitas dalam foto;
- alamat rumah;
- nomor telepon;
- nomor rekening;
- dokumen pelayanan;
- formulir yang belum ditutup;
- papan daftar nama;
- layar komputer di belakang petugas;
- label pada berkas;
- data kesehatan;
- kondisi ekonomi;
- atau informasi lain yang dapat mengarah kepada seseorang.

Kadang masalah bukan karena data tersebut sengaja dipublikasikan. Ia hanya "ikut masuk" ke dalam foto.

Misalnya seorang petugas difoto ketika sedang melayani warga. Di meja terdapat beberapa formulir. Fotografer fokus pada petugas. Admin fokus pada komposisi foto. Tidak ada yang memperhatikan bahwa nama dan nomor telepon warga terlihat jelas ketika gambar diperbesar.

Konten terlihat biasa. Risikonya tidak biasa.

Karena itu, pemeriksaan visual tidak boleh hanya bertanya: "Apakah fotonya bagus?"

Tetapi juga: "Apakah ada informasi yang seharusnya tidak terlihat?"

Martabat Warga Juga Harus Dilindungi

Etika komunikasi bukan hanya soal data. Ia juga soal cara pemerintah memperlakukan orang yang menjadi bagian dari komunikasi.

Misalnya dalam dokumentasi bantuan sosial. Ada kecenderungan untuk menonjolkan kondisi penerima agar dampak program terlihat kuat.

Rumah yang sangat sederhana ditampilkan. Kondisi keluarga diceritakan secara rinci. Penerima diminta menceritakan kesulitannya.

Konten semacam ini mungkin dianggap menyentuh. Namun pemerintah perlu bertanya: "Apakah cara kita bercerita tetap menjaga martabat orang tersebut?"

Seseorang tidak kehilangan hak atas privasi dan martabat hanya karena menerima bantuan pemerintah.

Kehati-hatian menjadi semakin penting ketika informasi melibatkan anak-anak, kelompok rentan, korban suatu peristiwa, warga dengan kondisi kesehatan tertentu, atau orang yang berada dalam situasi sensitif.

Dalam kondisi semacam itu, pertanyaan "boleh atau tidak" belum tentu cukup. Kita juga perlu bertanya: "Perluakah?"



Sesuatu mungkin dapat dipublikasikan. Tetapi belum tentu harus dipublikasikan.

Foto yang Bagus Belum Tentu Foto yang Layak Tayang

Bayangkan sebuah kegiatan pelayanan. Fotografer mendapatkan foto yang sangat baik.

Ekspresi petugas natural. Warga terlihat sedang berinteraksi. Komposisinya menarik.

Tetapi setelah diperiksa lebih dekat, di dalam foto terlihat layar komputer yang menampilkan data warga. Secara estetika, foto itu bagus. Secara komunikasi, foto itu bermasalah.

Hal yang sama dapat terjadi ketika dokumen pribadi terbuka di atas meja; nomor kendaraan terlihat padahal tidak relevan; anak-anak ditampilkan dalam konteks sensitif; warga terlihat dalam posisi yang dapat mempermalukan mereka; atau foto digunakan untuk konteks yang berbeda dari kejadian sebenarnya.

Karena itu, pemilihan visual membutuhkan dua pemeriksaan: Apakah visual ini komunikatif? dan Apakah visual ini aman serta pantas dipublikasikan? Keduanya sama penting.

Testimoni Bukan Sekadar Kalimat yang Menarik



Testimoni sering digunakan untuk menunjukkan pengalaman masyarakat terhadap sebuah program atau layanan.

Jika digunakan dengan tepat, testimoni dapat membuat komunikasi menjadi lebih manusiawi.

Tetapi testimoni juga membutuhkan kehati-hatian.

Warga perlu mengetahui untuk apa pernyataannya digunakan. Pernyataannya tidak boleh dipotong sedemikian rupa hingga mengubah makna. Konteks tidak boleh dimanipulasi.

Pengalaman satu orang juga tidak boleh serta-merta digambarkan sebagai pengalaman semua penerima layanan.

Misalnya seorang warga mengatakan: "Saya tadi sempat bingung, tapi setelah dibantu petugas akhirnya prosesnya cepat."

Jika bagian "sempat bingung" dihapus dan hanya dipublikasikan: "Prosesnya cepat." secara kata-kata memang berasal dari orang tersebut.

Tetapi maknanya sudah berubah.

Etika tidak hanya berbicara tentang apakah sebuah kutipan benar-benar pernah diucapkan. Etika juga berbicara tentang apakah makna aslinya tetap dijaga.

Akun Resmi Membawa Suara Lembaga

Admin media sosial tetap seorang individu. Ia bisa lelah. Bisa kesal. Bisa merasa komentar tertentu tidak adil. Bisa merasa lembaganya diserang.

Namun ketika menggunakan akun resmi, admin tidak sedang berbicara sebagai individu. Ia sedang membawa suara lembaga.

Perbedaan ini sangat penting ketika menghadapi kritik. Misalnya seorang warga menulis: "Pelayanannya lambat sekali. Sudah dua jam belum selesai."

Admin merasa komentar tersebut tidak adil karena hari itu petugas sedang kewalahan. Lalu ia menjawab: "Kalau semua warga datang bersamaan ya pasti antre. Mohon dimaklumi."

Jawaban tersebut mungkin menggambarkan perasaan petugas. Tetapi belum tentu merupakan respons kelembagaan yang tepat.

Jawaban pemerintah seharusnya tidak didorong oleh kebutuhan untuk "menang" dalam percakapan. Tujuannya adalah membantu menyelesaikan persoalan.

Respons dapat dimulai dengan mengakui pengalaman warga: "Terima kasih sudah menyampaikan. Kami mohon maaf atas waktu tunggu yang lebih lama hari ini. Jika berkenan, silakan kirimkan detail layanan melalui pesan langsung agar dapat kami cek."

Nada seperti ini tidak otomatis berarti pemerintah mengakui seluruh tuduhan. Ia menunjukkan bahwa organisasi mendengar dan bersedia memeriksa.

Empati Tidak Sama dengan Mengakui Kesalahan

Sebagian pengelola komunikasi ragu menggunakan bahasa empatik karena khawatir dianggap mengakui kesalahan. Padahal empati dan pengakuan kesalahan adalah dua hal berbeda.

Kalimat: "Kami memahami situasi ini membuat Anda tidak nyaman." tidak sama dengan: "Kami mengakui bahwa seluruh kesalahan berada pada pihak kami."

Empati berarti mengakui pengalaman orang lain. Fakta tentang siapa yang salah tetap dapat diperiksa secara terpisah.

Kemampuan membedakan keduanya sangat berguna dalam komunikasi layanan maupun penanganan isu. Pemerintah dapat tetap tegas pada fakta tanpa terdengar dingin.

Jangan Berdebat dengan Warga

Ruang komentar kadang membuat komunikasi terasa seperti percakapan personal. Ada warga yang menggunakan bahasa keras. Ada komentar yang provokatif. Ada kritik yang tidak seluruhnya akurat.

Godaan terbesar adalah membalas dengan nada yang sama. Namun akun pemerintah bukan arena untuk memenangkan perdebatan.

Jika informasi keliru perlu dikoreksi, koreksi faktanya. Jika warga membutuhkan bantuan, arahkan ke jalur yang tepat. Jika kritik memiliki substansi, catat dan tindak lanjuti.

Jika komentar hanya berupa provokasi tanpa kebutuhan informasi yang jelas, tidak semua komentar harus dilayani dengan perdebatan panjang.

Respons pemerintah harus ditentukan oleh tujuan komunikasi, bukan oleh emosi yang muncul setelah membaca komentar.

Pisahkan Akun Pribadi dan Akun Kelembagaan

Batas antara komunikasi pribadi dan komunikasi kelembagaan juga perlu dijaga. Seseorang dapat memiliki pendapat pribadi. Tetapi pendapat pribadi tidak boleh secara tidak sengaja tampil sebagai posisi resmi organisasi.

Risiko dapat muncul ketika admin menggunakan akun resmi untuk merespons secara personal; akun pribadi pejabat digunakan untuk menyampaikan informasi yang belum tersedia di kanal resmi; atau materi internal dibagikan melalui akun pribadi tanpa mempertimbangkan status informasinya.



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

Prinsip sederhananya: akun resmi berbicara untuk lembaga. Karena itu, apa yang disampaikan melalui akun tersebut harus mengikuti kepentingan, data, dan etika kelembagaan.

Salah Kaprah dan Praktik yang Lebih Tepat

Salah Kaprah	Praktik yang Lebih Tepat
Kalau pemerintah harus transparan, semua informasi sebaiknya dibuka.	Transparansi tetap memiliki batas. Informasi publik perlu dibuka, sementara data pribadi dan informasi sensitif tetap harus dilindungi.
Yang penting informasinya cepat.	Informasi yang cepat tetapi salah dapat menimbulkan persoalan baru. Kecepatan harus berjalan bersama akurasi
Kalau foto diambil dalam kegiatan pemerintah, berarti bebas dipublikasikan.	Tidak selalu. Isi foto, konteks, identitas, dokumen, dan kondisi orang yang terlihat tetap perlu diperiksa.
Komentar kasar boleh dibalas tegas supaya warga kapok.	Akun pemerintah tidak bertugas memenangkan perdebatan. Respons perlu tetap profesional dan berorientasi pada penyelesaian masalah.
Kalau belum ada fakta lengkap, lebih baik menebak jawaban daripada terlihat lambat.	Ketidakpastian dapat disampaikan secara jujur. Mengatakan bahwa informasi sedang diverifikasi lebih bertanggung jawab daripada



	memberikan kepastian yang belum ada.
--	--------------------------------------

Lima Pertanyaan Sebelum Menekan Tombol "Publikasikan"

1. Apakah informasinya benar? Apakah data, angka, nama, jadwal, kontak, dan fakta utama sudah diperiksa?
2. Apakah informasinya memang perlu dibuka? Jangan hanya bertanya apakah kita memiliki informasi tersebut. Tanyakan apakah publik memang perlu mengetahuinya.
3. Apakah ada data atau identitas yang perlu dilindungi? Periksa teks, foto, video, dokumen, layar, dan latar belakang visual.
4. Apakah penyajiannya menghormati orang yang terlibat? Perhatikan bahasa, foto, testimoni, kondisi kelompok rentan, dan konteks cerita.
5. Jika informasi ini tersebar di luar konteks awal, apakah kita tetap siap mempertanggungjawabkannya? Pertanyaan terakhir penting karena informasi digital mudah berpindah dari ruang asalnya.

Jika salah satu jawaban masih meragukan, tahan dulu publikasinya. Periksa kembali.

Alat Praktis: Checklist Etika dan Keamanan Informasi



Untuk subbab ini, alat kerja tidak perlu rumit. Cukup satu checklist yang dapat dipakai sebelum mempublikasikan materi yang memiliki risiko etika atau sensitivitas tertentu.

Pemeriksaan	Ya	Perlu Dicek
Fakta dan data utama sudah terverifikasi	☐	☐
Sumber informasi dapat dipertanggungjawabkan	☐	☐
Tidak ada data pribadi yang terbuka tanpa alasan yang sah	☐	☐
Foto/video tidak memperlihatkan dokumen sensitif	☐	☐
Identitas warga ditampilkan hanya jika memang diperlukan	☐	☐
Konten tetap menjaga martabat pihak yang ditampilkan	☐	☐
Testimoni tidak dipotong sehingga mengubah makna	☐	☐
Bahasa tidak merendahkan, menyudutkan, atau memperlakukan	☐	☐
Respons terhadap kritik tetap profesional	☐	☐
Informasi yang belum pasti diberi status yang jelas	☐	☐

Latihan: Apa yang Harus Dilindungi?

Bayangkan OPD akan mempublikasikan dokumentasi penyerahan bantuan. Materi yang tersedia meliputi:

- foto penerima bersama petugas;
- nama lengkap penerima;
- alamat rumah;
- nomor telepon;
- jumlah bantuan;
- foto kartu identitas;
- cerita singkat mengenai kondisi ekonomi keluarga;
- data jumlah keseluruhan penerima program;
- penjelasan mekanisme penentuan penerima;
- kontak pengaduan.

Sekarang kelompokkan informasi tersebut menjadi tiga kategori:

- A. Perlu diketahui publik
- B. Perlu dipertimbangkan konteksnya
- C. Perlu dilindungi

Diskusi

Apakah tujuan transparansi program tetap dapat tercapai tanpa membuka terlalu banyak informasi pribadi penerima?

Latihan ini penting karena keputusan etika tidak selalu berbentuk hitam dan putih. Kita perlu belajar melihat tujuan



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

komunikasi, kebutuhan publik, serta risiko terhadap orang yang datanya kita kelola.

Ketika Ragu, Jangan Mengandalkan Perasaan Saja

Etika komunikasi membutuhkan pertimbangan profesional. Namun, untuk hal-hal yang berkaitan dengan keterbukaan informasi, data pribadi, atau informasi tertentu yang memiliki aturan khusus, keputusan tidak boleh hanya berdasarkan intuisi admin.

Jika ragu: periksa ketentuan yang berlaku; konsultasikan dengan unit yang memiliki kewenangan; pastikan status informasinya; dan dokumentasikan pertimbangan jika diperlukan.

Kalimat: "Menurut saya aman." belum cukup ketika menyangkut informasi sensitif.

Tata kelola membuat keputusan komunikasi tidak hanya bergantung pada perasaan individu.

Etika Bukan Penghambat Komunikasi

Kadang prosedur pemeriksaan dianggap memperlambat kerja. Ada kekhawatiran bahwa terlalu banyak pertimbangan akan membuat komunikasi pemerintah lamban dan kaku.

Padahal tujuan etika bukan membuat organisasi takut berkomunikasi. Tujuannya adalah membuat organisasi berani berkomunikasi secara bertanggung jawab.

Tim yang memahami batas justru dapat bekerja lebih percaya diri. Mereka tahu informasi apa yang aman. Mereka tahu kapan harus berhati-hati. Mereka tahu kapan perlu meminta konfirmasi. Mereka juga tahu bahwa kecepatan tidak boleh mengorbankan hak warga.

Etika bukan rem yang membuat komunikasi berhenti. Etika adalah pagar yang membuat komunikasi dapat bergerak tanpa keluar dari jalur.

Dari Empat Subbab Menjadi Satu Gambaran Utuh

Pada bagian sebelumnya kita telah melihat bahwa kehadiran digital saja belum cukup. Kanal juga harus saling terhubung. Informasi harus dapat bergerak melalui organisasi dengan pembagian peran yang jelas.

Sekarang kita menambahkan satu unsur lain: informasi yang bergerak tersebut harus tetap akurat, etis, dan aman.

Empat hal ini menjadi fondasi sebelum OPD berbicara lebih jauh mengenai perencanaan konten, monitoring, penanganan isu, hingga pelaporan komunikasi.



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

Sebab komunikasi digital yang baik bukan hanya komunikasi yang aktif. Bukan pula hanya komunikasi yang cepat. Ia harus dapat dipercaya.

Dan kepercayaan dibangun bukan hanya melalui apa yang pemerintah sampaikan, tetapi juga melalui cara pemerintah memperlakukan informasi dan orang-orang yang ada di dalamnya.

Yang Perlu Diingat:

1. Transparansi tidak berarti membuka semua informasi. Hak publik atas informasi harus berjalan bersama perlindungan data pribadi dan informasi sensitif.
2. Kecepatan tidak boleh mengalahkan akurasi. Informasi yang belum pasti harus disampaikan sebagai informasi yang belum pasti.
3. Foto, video, dokumen, dan testimoni harus diperiksa bukan hanya dari sisi menarik atau tidak, tetapi juga dari sisi keamanan, konteks, dan martabat.
4. Akun resmi membawa suara lembaga. Kritik tidak boleh direspons berdasarkan emosi pribadi admin.
5. Ketika ragu terhadap status suatu informasi, jangan hanya mengandalkan intuisi. Periksa dan konsultasikan.

“Komunikasi pemerintah yang dapat dipercaya bukan hanya menyampaikan informasi yang benar, tetapi juga mengetahui informasi mana yang harus dijaga.”



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

MODUL 2

Merencanakan Informasi, Pesan dan Konten yang Berguna bagi Warga

"dari Kebutuhan Informasi hingga Konten Siap Publikasi"

Peta Modul 2

Modul ini membantu OPD mengubah kebutuhan informasi publik menjadi pesan yang terkontrol. Alurnya mengikuti proses kerja komunikasi: mengenali kebutuhan, merumuskan pesan, memilih fungsi-kanal-format, menjadwalkan produksi, lalu memeriksa sebelum tayang.

Isi Modul

Sub	Fokus Utama	Alat/Praktik
2.1	Memetakan kebutuhan informasi publik	Peta Kebutuhan Informasi Publik OPD
2.2	Merumuskan pesan utama dan bahasa publik	Lembar Pesan Utama dan Bahasa Publik
2.3	Menentukan fungsi, kanal, dan format konten	Matriks Fungsi-Kanal-Format Konten
2.4	Menyusun kalender konten yang realistis	Kalender Konten Operasional OPD
2.5	Melakukan kontrol mutu sebelum publikasi	Lembar Kendali Sebelum Publikasi

2.1 Memetakan Kebutuhan Informasi Publik

Dalam satu bulan, sebuah OPD menerbitkan lebih dari tiga puluh konten di media sosial.

Ada dokumentasi rapat. Ada kunjungan lapangan. Ada kegiatan sosialisasi. Ada penandatanganan kerja sama. Ada peringatan hari besar. Ada foto pimpinan menghadiri kegiatan.

Secara kuantitas, kanal tersebut cukup aktif. Namun pada periode yang sama, pesan masuk dan kolom komentar dipenuhi pertanyaan yang hampir sama:

“Kalau mau mengurus layanan ini, syaratnya apa?”

“Biayanya berapa?”

“Bisa daftar secara online atau harus datang?”

“Batas pendaftarannya kapan?”

“Kalau ada masalah, hubungi nomor mana?”

Tim komunikasi sebenarnya sudah bekerja keras. Konten terus diproduksi. Kegiatan terus dipublikasikan.

Tetapi ada jarak antara apa yang ingin disampaikan organisasi dan apa yang sedang dibutuhkan warga. Di sinilah perencanaan komunikasi seharusnya dimulai.

Bukan: “Minggu ini kita mau membuat konten apa?” Tetapi: “Informasi apa yang sedang dibutuhkan publik?”

Agenda Organisasi Belum Tentu Sama dengan Agenda Informasi Warga

Setiap OPD memiliki agenda internal. Ada program yang sedang berjalan. Ada kegiatan pimpinan. Ada rapat koordinasi. Ada kunjungan. Ada capaian yang ingin disampaikan. Semua itu dapat menjadi bahan komunikasi.

Namun warga tidak selalu melihat organisasi dari sudut pandang yang sama.

Ketika sebuah OPD sedang sibuk menyiapkan program besar, warga mungkin justru sedang memikirkan hal yang jauh lebih sederhana: bagaimana cara mendaftar, dokumen apa yang perlu disiapkan, siapa yang berhak mendapatkan layanan, apakah layanan tersebut berbayar, ke mana harus datang, berapa lama prosesnya, atau apa yang harus dilakukan jika mengalami kendala.

Bagi organisasi, pertanyaan seperti itu mungkin terasa rutin. Bagi warga, jawabannya dapat menentukan apakah mereka bisa menggunakan layanan atau tidak.

Karena itu, komunikasi pemerintah tidak dapat sepenuhnya disusun berdasarkan apa yang sedang dikerjakan pemerintah. Ia juga harus melihat apa yang sedang dicari masyarakat. Keduanya perlu bertemu.



Informasi Publik yang Berguna Sering Kali Sangat Sederhana

Ada kecenderungan menganggap komunikasi yang penting harus selalu berbicara tentang hal besar: kebijakan, program strategis, capaian, inovasi, atau anggaran. Semua itu memang penting.

Tetapi dalam kehidupan sehari-hari, informasi yang paling dibutuhkan warga sering kali justru sangat praktis.

- Jam pelayanan
- Persyaratan
- Biaya
- Lokasi
- Jadwal
- Nomor kontak
- Tahapan proses
- Status pengajuan
- Batas waktu
- Cara mengadu

Informasi seperti ini mungkin tidak terlihat spektakuler. Tidak selalu menghasilkan interaksi tinggi. Tidak selalu menarik untuk didesain.

Namun nilainya besar karena membantu orang melakukan sesuatu.

Sebuah informasi sederhana dapat menghemat satu perjalanan ke kantor, mencegah warga membawa dokumen yang salah, mengurangi antrean, mencegah pertanyaan yang sama

masuk berkali-kali, dan membantu petugas karena warga datang dalam kondisi lebih siap.

Kadang konten yang paling berguna justru konten yang paling sederhana.

Kebutuhan Informasi Tidak Harus Ditebak

OPD sebenarnya tidak selalu perlu melakukan riset yang rumit untuk mengetahui kebutuhan informasi masyarakat. Jejaknya sering sudah tersedia di depan mata.

Lihat pertanyaan yang masuk melalui media sosial. Baca pesan langsung. Periksa pertanyaan di loket. Lihat isi kanal pengaduan. Tanya petugas pelayanan tentang hal yang paling sering ditanyakan warga. Perhatikan berita media lokal. Catat isu yang terus muncul. Lihat kata atau topik yang sering dicari di website jika datanya tersedia.

Kebutuhan informasi publik meninggalkan jejak pertanyaan.

Jika sepuluh orang bertanya hal yang sama dalam satu minggu, kemungkinan masalahnya bukan karena sepuluh orang tersebut sama-sama tidak mau membaca. Bisa jadi informasinya memang belum tersedia, tersedia tetapi sulit ditemukan, atau bahasanya sulit dipahami.



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

Pada tahap perencanaan, kita belum perlu langsung menentukan penyebabnya. Yang perlu dilakukan terlebih dahulu adalah mencatat kebutuhan informasinya.

Pertanyaan Warga Adalah Bahan Perencanaan Konten

Bayangkan selama dua minggu sebuah OPD menerima pertanyaan: “Pendaftarannya sampai kapan?”, “Apakah warga di luar kecamatan ini boleh mendaftar?”, “Dokumen asli harus dibawa?”, “Kalau KTP sedang diperbaiki bagaimana?”, “Apakah ada biaya?”, dan “Daftarnya melalui link yang mana?”

Jika pertanyaan-pertanyaan tersebut hanya dijawab satu per satu melalui komentar atau pesan pribadi, tim komunikasi akan melakukan pekerjaan yang sama berulang kali.

Padahal kumpulan pertanyaan tersebut sudah memberi sinyal: OPD membutuhkan konten informasi yang lebih lengkap.

Mungkin bentuknya FAQ, halaman layanan yang diperbarui, carousel persyaratan, video singkat alur pendaftaran, atau cukup satu pengumuman yang ditulis ulang dengan lebih jelas.

Jadi pertanyaan warga bukan gangguan terhadap pekerjaan komunikasi. Pertanyaan warga adalah data untuk merencanakan komunikasi berikutnya.



Bedakan Informasi yang Ingin Disampaikan dan Informasi yang Dibutuhkan

Agenda organisasi

Informasi yang ingin atau perlu disampaikan karena berasal dari kebutuhan organisasi.

- peluncuran program;
- perubahan kebijakan;
- capaian;
- kegiatan penting;
- pengumuman resmi;
- agenda tertentu;
- informasi dari pimpinan;
- kewajiban publikasi.

Agenda publik

Informasi yang perlu disampaikan karena muncul dari kebutuhan warga.

- pertanyaan berulang;
- kebingungan terhadap layanan;
- isu yang sering disalahpahami;
- permintaan informasi;
- keluhan yang muncul karena kurangnya penjelasan;
- kebutuhan musiman;
- informasi yang banyak dicari.

Komunikasi yang sehat tidak memilih salah satu. Ia menggabungkan keduanya. Jika komunikasi hanya mengikuti



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

agenda organisasi, kanal dapat berubah menjadi papan dokumentasi. Jika hanya mengikuti pertanyaan publik, organisasi bisa kehilangan kemampuan menjelaskan kebijakan dan agenda strategisnya.

Jangan Menunggu Warga Bertanya

Kebutuhan informasi tidak selalu harus muncul terlebih dahulu melalui keluhan atau pertanyaan. Sebagian kebutuhan dapat diperkirakan.

Menjelang tahun ajaran baru, dinas terkait dapat memperkirakan bahwa warga akan mencari informasi pendaftaran sekolah. Menjelang musim hujan, OPD tertentu dapat menyiapkan informasi mengenai kesiapsiagaan, saluran pengaduan, wilayah rawan, atau langkah yang perlu dilakukan warga.

Menjelang penyaluran program bantuan, pertanyaan tentang kriteria, mekanisme, dan pengaduan juga dapat diprediksi.

Ini lah fungsi perencanaan. Komunikasi yang baik tidak selalu menunggu masalah muncul. Ia berusaha menjawab pertanyaan sebelum pertanyaan tersebut menjadi kebingungan massal.



Tiga Jenis Kebutuhan Informasi

1. Informasi rutin

Informasi yang dibutuhkan berulang dan relatif stabil, seperti jam layanan, persyaratan, biaya, lokasi, kontak, dan alur pelayanan. Informasi jenis ini seharusnya mudah ditemukan tanpa harus selalu ditanyakan.

2. Informasi situasional

Informasi yang muncul karena kondisi atau momentum tertentu, seperti perubahan jadwal, gangguan sistem, penutupan sementara, perubahan lokasi, cuaca ekstrem, kegiatan besar, atau perubahan teknis. Informasi ini membutuhkan kecepatan dan pembaruan.

3. Informasi penjelas

Informasi yang diperlukan karena masyarakat membutuhkan konteks lebih dalam, misalnya mengapa kebijakan berubah, siapa yang berhak menerima program, bagaimana suatu keputusan diambil, atau mengapa proses tertentu membutuhkan waktu.

Tidak Semua Pertanyaan Harus Menjadi Konten

Jika setiap pertanyaan warga langsung dijadikan konten, kanal akan penuh dengan informasi yang terlalu spesifik. Karena itu, tim perlu melihat pola.

Pertanyaan yang ditanyakan satu orang belum tentu membutuhkan publikasi luas. Tetapi jika pertanyaan yang sama muncul berulang, berkaitan dengan layanan penting, atau berpotensi menimbulkan kesalahan tindakan, informasinya patut diprioritaskan.

Beberapa pertanyaan dapat dijawab langsung. Beberapa perlu masuk ke FAQ. Beberapa memerlukan pembaruan halaman website. Beberapa layak menjadi konten media sosial. Beberapa justru menunjukkan bahwa prosedur layanan perlu diperbaiki, bukan hanya komunikasinya.

Prioritas: Tidak Semua Informasi Sama Mendesaknya

Seberapa sering ditanyakan? Semakin sering muncul, semakin besar kemungkinan ada kebutuhan yang belum terpenuhi.

Seberapa besar dampaknya? Informasi mengenai perubahan jadwal layanan penting mungkin lebih mendesak daripada informasi tambahan mengenai sebuah kegiatan.

Seberapa besar risikonya jika warga salah memahami? Kesalahan memahami biaya, persyaratan, keselamatan, atau batas waktu dapat menimbulkan dampak nyata.

Seberapa dekat waktunya? Informasi pendaftaran yang ditutup besok tentu lebih mendesak daripada informasi program yang baru dimulai bulan depan.



Dengan empat pertanyaan ini, tim dapat membedakan penting, mendesak, dan sekadar menarik. Ketiganya tidak selalu sama.

Salah Kaprah dan Praktik yang Lebih Tepat

Salah Kaprah	Praktik yang Lebih Tepat
Kalender konten cukup disusun dari agenda kegiatan OPD.	Agenda OPD adalah salah satu sumber. Kebutuhan informasi warga harus menjadi sumber yang penting.
Kalau informasi sudah pernah diposting, warga seharusnya tahu.	Belum tentu. Informasi bisa sulit ditemukan, sudah tidak aktual, atau penyampainnya belum cukup jelas.
Pertanyaan berulang berarti masyarakat tidak membaca.	Mungkin. Tetapi pertanyaan berulang juga dapat menunjukkan bahwa informasi belum tersedia, sulit ditemukan, atau sulit dipahami.
Konten yang penting adalah konten yang menarik.	Konten yang menarik berguna, tetapi komunikasi pemerintah juga membutuhkan konten yang membantu warga.
Admin paling tahu kebutuhan informasi masyarakat.	Admin memiliki banyak sinyal penting, tetapi petugas loket, kanal pengaduan, bidang teknis, PPID, media lokal, dan data layanan juga menyimpan informasi penting.



Alat Kerja: Peta Kebutuhan Informasi Publik OPD

Tujuannya adalah mengubah pertanyaan, aduan, dan pengalaman pelayanan menjadi daftar kebutuhan informasi yang dapat ditindaklanjuti.

Pertanyaan/ Kebutuhan Warga	Sumber	Frekuensi	Dampak jika Tidak Jelas	Informasi yang Perlu Disediakan	Prioritas
Syarat pendaftaran program	DM, loket	Tinggi	Warga membawa dokumen salah	Daftar syarat lengkap	Tinggi
Jadwal pelayanan	Komentar	Tinggi	Warga datang di waktu yang salah	Jadwal terbaru	Tinggi
Dasar kebijakan program	Media/ komentar	Sedang	Muncul salah persepsi	Penjelasan singkat kebijakan	Sedang
Dokumentasi kegiatan	Internal	Rendah	Dampak layanan kecil	Dokumentasi	Rendah

Latihan: Ubah Pertanyaan Menjadi Kebutuhan Informasi

Kumpulkan minimal sepuluh pertanyaan yang benar-benar pernah diterima OPD dari komentar media sosial, pesan langsung, WhatsApp, loket, layanan informasi, kanal pengaduan, pertanyaan media, atau pertanyaan yang sering diterima staf.

Tuliskan pertanyaannya apa adanya terlebih dahulu. Misalnya: “Kalau KTP luar daerah bisa daftar nggak?” Kemudian ubah menjadi kebutuhan informasi: “Kriteria domisili peserta program.”

Pertanyaan “Bayarnya berapa?” menjadi “Informasi biaya layanan.” Pertanyaan “Kalau link-nya error harus gimana?” menjadi “Prosedur alternatif ketika pendaftaran online bermasalah.”

Dari Sepuluh Pertanyaan Menjadi Lima Tema

Sepuluh atau dua puluh pertanyaan warga tidak selalu berarti membutuhkan sepuluh atau dua puluh konten. Beberapa pertanyaan dapat dikelompokkan menjadi tema seperti cara pendaftaran, kriteria domisili, persyaratan, biaya, atau penanganan kendala.

Uji Sederhana: Coba Menjadi Warga Baru

Pilih satu layanan utama dan tanyakan: jika saya baru pertama kali membutuhkan layanan ini, informasi apa yang harus saya ketahui dari awal sampai selesai?

- layanan ini untuk siapa;
- apa manfaat atau tujuannya;
- apa persyaratannya;
- bagaimana cara mengaksesnya;



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

- kapan tersedia;
- apakah ada biaya;
- berapa lama prosesnya;
- bagaimana mengetahui hasilnya;
- ke mana bertanya jika ada kendala;
- ke mana mengadu jika ada masalah.

Setelah daftar dibuat, bandingkan dengan informasi yang sudah tersedia. Pada tahap ini kita belum mengevaluasi apakah konten lama berhasil atau tidak. Kita hanya memastikan bahwa kebutuhan dasar informasi sudah dikenali sebelum komunikasi dirancang.

Jangan Membuat Konten Sebelum Tahu Masalahnya

Keinginan untuk segera membuat poster, video, carousel, atau caption sering muncul terlalu cepat. Padahal format adalah keputusan berikutnya.

Urutannya sebaiknya: kebutuhan → pesan → fungsi → kanal dan format.

Bukan: format → isi dicari belakangan.

Kebutuhan Informasi Dapat Berubah

Daftar kebutuhan informasi publik bukan dokumen yang dibuat sekali lalu selesai. Program, layanan, kebijakan, perilaku



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

warga, dan isu dapat berubah. Peta kebutuhan informasi perlu diperbarui secara berkala tanpa harus melalui rapat besar.

Dari Kebutuhan Warga ke Perencanaan Komunikasi

Memetakan kebutuhan informasi bukan berarti pemerintah hanya menunggu apa yang ingin ditanyakan masyarakat. Pemerintah tetap memiliki tanggung jawab menjelaskan kebijakan, program, capaian, risiko, dan berbagai hal yang memang perlu diketahui publik. Peta kebutuhan informasi membantu memastikan komunikasi tidak hanya bergerak dari dalam ke luar, tetapi juga mendengar dari luar ke dalam.

Yang Perlu Diingat:

1. Agenda komunikasi OPD tidak boleh hanya berasal dari agenda kegiatan internal.
2. Pertanyaan, keluhan, permintaan informasi, dan pengalaman pelayanan merupakan sumber penting untuk membaca kebutuhan publik.
3. Informasi yang sederhana seperti syarat, jadwal, biaya, kontak, dan alur sering memiliki nilai pelayanan yang sangat tinggi.
4. Tidak semua pertanyaan harus menjadi konten. Cari pola dan prioritaskan kebutuhan yang paling sering, berdampak, berisiko, atau mendesak.

5. Tentukan kebutuhan informasinya terlebih dahulu sebelum membahas format konten.

“Komunikasi publik yang berguna tidak dimulai dari apa yang ingin diposting pemerintah, tetapi dari apa yang perlu dipahami warga.”

2.2 Dari Pesan Utama ke Bahasa Publik

Sebuah OPD mengeluarkan pengumuman:

“Masyarakat penerima manfaat diwajibkan melakukan registrasi ulang dalam rangka validasi dan pemutakhiran basis data penerima program.”

Bagi orang yang terbiasa dengan bahasa administrasi, kalimat tersebut mungkin terasa biasa.

Namun beberapa warga memahaminya secara berbeda. Ada yang mengira program dibuka kembali untuk pendaftar baru. Ada yang mengira penerima lama harus mengikuti seluruh proses dari awal. Ada pula yang bertanya apakah bantuan akan dihentikan jika tidak melakukan registrasi.

Secara administratif, informasi yang disampaikan tidak salah. Tetapi secara komunikasi, ada masalah. Pemerintah tahu apa yang dimaksud. Warga belum tentu menangkap maksud yang sama.

Kalimat itu kemudian diubah menjadi: “Warga yang sudah terdaftar sebagai penerima bantuan diminta memperbarui data. Pembaruan ini diperlukan agar data penerima tetap benar dan



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

bantuan tidak salah sasaran.” Substansinya tetap. Bahasanya berubah. Dan perubahan bahasa dapat mengubah tingkat pemahaman publik secara signifikan.

Informasi yang Benar Belum Tentu Menjadi Pesan yang Jelas

Bidang teknis biasanya bekerja dengan istilah, data, aturan, dan prosedur. Semua itu diperlukan. Masalah muncul ketika informasi internal tersebut langsung dipindahkan ke ruang publik tanpa diterjemahkan.

Misalnya: “Pelaksanaan pelayanan dihentikan sementara dalam rangka optimalisasi sistem.” Apa yang sebenarnya perlu diketahui warga? Apakah layanannya benar-benar tutup? Sampai kapan? Apakah ada alternatif? Apakah permohonan yang sudah masuk tetap diproses?

Komunikasi publik tidak cukup hanya memastikan “Apakah kalimat ini benar?” Kita juga harus bertanya: “Apakah setelah membaca kalimat ini warga tahu apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan?”

Pesan Utama Bukan Caption

Pesan utama sering disamakan dengan kalimat pembuka, slogan, atau caption. Padahal berbeda.



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

Caption adalah bentuk penyajian. Slogan adalah kalimat yang dirancang agar mudah diingat. Pesan utama adalah inti yang harus dipahami publik setelah menerima komunikasi.

Misalnya OPD sedang menjelaskan perubahan lokasi pelayanan. Caption-nya bisa beragam, poster bisa memiliki judul berbeda, video bisa menggunakan narasi berbeda. Namun pesan utamanya harus tetap sama.

Mulai tanggal tertentu, layanan berpindah ke lokasi baru. Warga perlu datang ke alamat baru tersebut, sedangkan persyaratan dan jam pelayanan tetap sama.

Empat Unsur Pesan Utama

1. Apa yang sedang terjadi?

Jelaskan masalah, perubahan, layanan, program, atau kebijakan yang sedang dibicarakan. Contoh: “Mulai 1 Oktober, pelayanan administrasi pindah sementara ke Gedung B.”

2. Apa yang dilakukan pemerintah?

Jelaskan tindakan yang dilakukan. Contoh: “Pemindahan dilakukan karena Gedung A sedang menjalani perbaikan.”

3. Apa dampaknya bagi warga?

Ini bagian yang sering hilang. Contoh: “Warga tetap dapat memperoleh pelayanan pada jam yang sama dengan persyaratan yang tidak berubah.”



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

4. Apa yang perlu dilakukan warga?

Berikan arah tindakan. Contoh: “Mulai tanggal tersebut, datang langsung ke Gedung B atau hubungi nomor layanan jika membutuhkan bantuan.”

Jangan Memulai dari Keinginan Terlihat Baik

Narasi pemerintah kadang keliru dipahami sebagai upaya membuat pemerintah selalu terlihat berhasil. Padahal narasi yang sehat bukan alat untuk menutupi masalah.

Narasi adalah cara membantu publik memahami suatu persoalan secara lebih utuh: apa masalahnya, apa yang dilakukan, mengapa dilakukan, siapa yang terdampak, dan apa tindak lanjutnya.

Narasi bukan pengganti tindakan. Narasi harus berdiri di atas tindakan dan data yang nyata.

Dari Bahasa Organisasi ke Bahasa Warga

Setiap organisasi memiliki bahasanya sendiri: verifikasi, validasi, optimalisasi, fasilitasi, implementasi, pemutakhiran, penerima manfaat, realisasi, mekanisme, nomenklatur, pelaksanaan kegiatan. Istilah tersebut tidak selalu salah, tetapi tidak semuanya perlu digunakan dalam komunikasi sehari-hari kepada publik.

Bahasa Birokrasi	Bahasa Publik
Dilakukan pemutakhiran data penerima manfaat.	Data penerima bantuan sedang diperbarui.
Masyarakat diimbau melakukan verifikasi dokumen persyaratan sebelum mengajukan permohonan.	Sebelum mendaftar, pastikan semua dokumen persyaratan sudah lengkap.

Bahasa Publik Bukan Bahasa yang Kekanak-kanakan

Menyederhanakan bahasa bukan berarti merendahkan kemampuan pembaca. Tujuannya adalah mengurangi beban yang tidak perlu. Bahasa pemerintah tetap dapat resmi, sopan, akurat, tegas, dan berwibawa tanpa harus rumit.

Versi Panjang	Versi Publik
Diberitahukan kepada seluruh masyarakat bahwa berdasarkan hasil evaluasi terhadap pelaksanaan pelayanan, maka dengan ini disampaikan adanya penyesuaian waktu operasional.	Mulai Senin, jam pelayanan berubah menjadi pukul 08.00-14.00.

Mulai dari Apa yang Paling Dibutuhkan Warga

Dalam komunikasi pemerintah, informasi penting sering terkubur oleh pembukaan yang terlalu panjang. Untuk informasi pelayanan, letakkan hal yang paling dibutuhkan warga di bagian

awal: apa yang berubah, kapan berlaku, siapa yang terdampak, dan apa yang harus dilakukan.

Jangan membuat warga membaca tiga paragraf hanya untuk menemukan apa yang harus mereka lakukan.

Tujuh Pertanyaan yang Harus Dijawab Informasi Layanan

Apa?

Apa layanan, perubahan, atau informasi yang sedang disampaikan?

Siapa? -- Siapa yang perlu memperhatikan informasi tersebut?

Kapan? -- Kapan berlaku atau kapan kegiatannya dilakukan?

Di mana? -- Di mana layanan atau kegiatan berlangsung?

Bagaimana? -- Bagaimana proses, prosedur, atau langkah yang perlu dilakukan?

Kontak? -- Ke mana warga dapat bertanya jika membutuhkan bantuan?

Tindak lanjut? -- Apa yang dilakukan jika terjadi kendala?

Contoh: Dari Pengumuman Birokratis ke Bahasa Publik

Versi awal:



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

Versi awal:

Dalam rangka peningkatan efektivitas pelayanan dan optimalisasi sistem administrasi, diberitahukan kepada seluruh pemohon agar melakukan registrasi secara daring sebelum mendapatkan pelayanan tatap muka pada unit pelayanan terkait.

Masalahnya: inti informasi terlambat muncul, istilah abstrak terlalu banyak, tindakan warga belum cukup konkret, belum jelas mulai kapan, dan belum ada rujukan pendaftaran.

Versi publik:

Mulai 5 Oktober, warga perlu mendaftar secara online sebelum datang ke loket pelayanan. Pendaftaran dapat dilakukan melalui [tautan]. Setelah mendapat nomor pendaftaran, datang sesuai jadwal yang tercantum. Jika mengalami kendala, hubungi [kontak resmi].

Bahasa untuk Kebijakan Perlu Menjelaskan Alasan

Informasi kebijakan membutuhkan konteks. Jika pemerintah hanya menyampaikan keputusan tanpa menjelaskan masalah yang melatarbelakanginya, publik harus mengisi kekosongan informasi dengan asumsi sendiri.

Pesan kebijakan dapat menggunakan alur:

masalah → keputusan → alasan → dampak → alternatif/tindak lanjut.

Bahasa untuk Isu Sensitif Membutuhkan Lebih Banyak Kehati-hatian

- hindari spekulasi;
- hindari kalimat yang menyalahkan sebelum fakta jelas;
- jangan membuka informasi pribadi yang tidak diperlukan;
- hindari nada defensif;
- bedakan informasi yang sudah pasti dan yang masih diperiksa.

Kehati-hatian adalah bagian dari akurasi.

Tegas Tidak Sama dengan Kasar

Kurang Tepat	Lebih Tepat
Bagi masyarakat yang tidak melengkapi dokumen sampai batas waktu yang telah ditentukan, maka permohonan tidak akan diproses.	Lengkapi dokumen paling lambat 10 Oktober. Permohonan yang belum lengkap setelah tanggal tersebut belum dapat diproses.

Empati Perlu Muncul Ketika Publik Mengalami Kesulitan

Fakta saja kadang belum cukup. Ketika terjadi gangguan layanan, pemerintah dapat mengakui dampaknya sekaligus menjelaskan tindakan. Empati bukan hiasan dan tidak boleh menggantikan fakta.

“Kami memahami gangguan ini menghambat warga yang sedang mengakses layanan. Tim teknis sedang melakukan perbaikan dan pembaruan akan disampaikan melalui kanal resmi.”

Hindari Lima Kebiasaan Bahasa Ini

1. Terlalu banyak kata pembuka

“Dalam rangka”, “sehubungan dengan”, “berkenaan dengan”, “menindaklanjuti”. Gunakan jika memang diperlukan, jangan biarkan pembukaan mengubur inti informasi.

2. Kata abstrak tanpa tindakan

“Optimalisasi”, “peningkatan”, “sinergi”, “akselerasi”. Tanyakan: apa yang berubah secara konkret?

3. Kalimat pasif yang menyembunyikan pelaku

“Telah dilakukan penyesuaian.” Siapa yang melakukan? Apa yang disesuaikan?

4. Istilah teknis tanpa penjelasan

Jika istilah memang harus digunakan, jelaskan artinya.

5. Informasi penting diletakkan terakhir

Taruh keputusan, perubahan, atau tindakan warga di bagian yang cepat terlihat.



Salah Kaprah dan Praktik yang Lebih Tepat

Salah Kaprah	Praktik yang Lebih Tepat
Bahasa resmi harus terdengar formal dan panjang	Bahasa resmi harus akurat, jelas, dan pantas. Panjang bukan ukuran kewibawaan
Kalau sesuai istilah teknis, berarti publik pasti memahami	Benar secara teknis belum tentu jelas bagi masyarakat umum
Narasi digunakan supaya pemerintah terlihat baik	Narasi membantu publik memahami persoalan, tindakan, alasan, dampak, dan tindak lanjut.
Semakin lengkap informasi, semakin baik	Lengkap penting, tetapi informasi yang terlalu padat tanpa struktur juga sulit dipahami
Bahasa sederhana berarti bahasa tidak resmi	Bahasa sederhana dapat tetap resmi dan berwibawa

Alat Kerja: Lembar Pesan Utama dan Bahasa Publik

Tahap 1 - Tentukan inti pesannya

Pertanyaan	Jawaban
Apa masalah/perubahan yang sedang dibicarakan?	
Apa yang dilakukan OPD?	



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

Apa manfaat/dampaknya bagi warga?	
Apa yang perlu dilakukan warga?	

Tahap 2 - Tulis pesan utama dalam 1-3 kalimat

Pesan utama:

.....

Tahap 3 - Periksa bahasa

- Apakah inti informasi muncul cepat?
- Apakah ada istilah teknis yang bisa disederhanakan?
- Apakah warga tahu apa yang harus dilakukan?
- Apakah informasi waktu, tempat, kontak, atau tindak lanjut sudah tersedia jika diperlukan?
- Apakah nadanya tepat untuk situasi yang dibahas?

Latihan Pertama: Bedah Bahasa Birokrasi

“Dalam rangka validasi dan pemutakhiran data penerima manfaat, masyarakat diwajibkan melakukan registrasi ulang sesuai mekanisme yang telah ditetapkan.”

1. Siapa yang harus melakukan sesuatu?
2. Apa yang harus dilakukan?
3. Mengapa perlu dilakukan?
4. Kapan harus dilakukan?



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

5. Bagaimana caranya?
6. Apa akibatnya jika tidak dilakukan?

Setelah itu, tulis ulang dalam bahasa publik.

Latihan Kedua: Temukan Pesan Utamanya

Bayangkan sebuah OPD memiliki informasi berikut:

- gedung pelayanan direnovasi;
- renovasi berlangsung satu bulan;
- pelayanan tetap berjalan;
- lokasi pindah ke gedung sebelah;
- jam pelayanan tetap;
- nomor antrean lama tetap berlaku;
- warga tidak perlu melakukan pendaftaran ulang.

Jangan langsung membuat caption. Tulis satu pesan utama terlebih dahulu.

Uji 10 Detik

Berikan naskah kepada orang yang tidak terlibat dalam penyusunannya. Minta ia membaca sekitar sepuluh detik. Kemudian tanyakan: “Informasi ini tentang apa?” dan “Apa yang harus dilakukan warga?” Jika jawabannya jauh dari maksud pembuat informasi, pesannya mungkin belum cukup jelas.

Jangan Mengorbankan Ketepatan demi Kesederhanaan

Bahasa sederhana tetap harus menjaga makna. Jika istilah tertentu memiliki arti khusus, gunakan istilah resminya lalu beri penjelasan.

Sederhanakan bahasa, bukan kebenaran.

Pesan Utama Membuat Komunikasi Konsisten

Ketika pesan utama sudah disepakati, admin dapat membuat caption, desainer membuat infografis, petugas layanan menjawab pertanyaan, pimpinan memberikan pernyataan, dan website memuat penjelasan lengkap. Bahasanya tidak harus identik, tetapi substansinya tetap konsisten.

Dari Pesan ke Konten

Dari 2.1 kita mengetahui informasi apa yang dibutuhkan publik. Dari 2.2 kita menentukan apa inti pesan dan bagaimana menjelaskannya dalam bahasa publik. Pertanyaan berikutnya: untuk tujuan komunikasi yang berbeda, konten seperti apa yang perlu dibuat dan melalui kanal apa?

Yang Perlu Diingat:

1. Informasi yang benar belum tentu mudah dipahami.

2. Pesan utama adalah inti yang harus dipahami publik, bukan sekadar slogan atau caption.
3. Pesan pemerintah sebaiknya menjelaskan masalah atau perubahan, tindakan pemerintah, dampak bagi warga, dan tindakan yang perlu dilakukan warga.
4. Bahasa publik harus jelas, akurat, langsung, sopan, dan sesuai konteks.
5. Narasi tidak boleh digunakan untuk menutupi fakta. Narasi harus berdiri di atas data dan tindakan nyata.
6. Sederhanakan bahasa tanpa mengubah makna.

“Komunikasi berhasil bukan ketika pemerintah merasa sudah menjelaskan, tetapi ketika publik memahami hal yang memang perlu dipahami.”

2.3 Arsitektur Konten: Fungsi, Kanal, dan Format

Sebuah OPD memiliki beberapa jenis informasi dalam satu minggu: perubahan jadwal layanan, laporan capaian program, ajakan menjaga kebersihan lingkungan, kegiatan pimpinan, pertanyaan warga yang terus berulang, dan informasi keliru yang mulai beredar.

Semua informasi itu kemudian diperlakukan dengan cara yang sama. Dibuat poster. Diunggah ke Instagram. Selesai. Masalahnya, tidak semua informasi memiliki tujuan yang sama.



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

Informasi jadwal layanan perlu membantu warga bertindak. Capaian program perlu menunjukkan hasil dan dampak. Edukasi perlu membantu publik memahami sesuatu. Pertanyaan berulang membutuhkan penjelasan. Informasi keliru membutuhkan klarifikasi.

Sebelum menentukan desain, tentukan dulu fungsi komunikasinya.

Konten Bukan Sekadar Bahan Unggahan

Dalam konteks komunikasi pemerintah, konten adalah bentuk penyajian informasi untuk mencapai tujuan komunikasi tertentu. Dua informasi yang sama-sama benar bisa membutuhkan bentuk yang berbeda.

Informasi “Pelayanan tutup sementara pada Jumat” dapat menjadi banner website, story pengingat, poster, pesan WhatsApp, atau pengumuman singkat. Sementara pertanyaan “Mengapa kebijakan pelayanan berubah?” mungkin membutuhkan artikel website, FAQ, carousel, video penjelasan, atau pernyataan resmi.

Perbedaannya terletak pada kedalaman informasi dan tujuan komunikasi.



Enam Fungsi Utama Konten OPD

Pembagian ini bukan aturan kaku. Satu konten dapat memiliki lebih dari satu fungsi, tetapi penentuan fungsi utama membantu tim memilih bentuk dan kanal yang lebih tepat.

1. Layanan dan Solusi

Konten layanan membantu warga melakukan sesuatu: memahami persyaratan, jadwal, alur, biaya, lokasi, kontak, cara pendaftaran, atau cara mengatasi kendala. Pertanyaan utamanya: setelah melihat konten ini, apakah warga tahu apa yang harus dilakukan?

2. Kebijakan dan Transparansi

Konten kebijakan membantu publik memahami apa yang berubah, mengapa berubah, siapa yang terdampak, dasar atau pertimbangannya, bagaimana pelaksanaannya, dan apa tindak lanjutnya. Konten transparansi membantu menjelaskan proses, penggunaan sumber daya, capaian, dasar keputusan, atau informasi lain yang memang perlu diketahui publik.

3. Edukasi dan Literasi Publik

Sebagian komunikasi bertujuan membantu warga memahami isu, misalnya pencegahan penyakit, pengelolaan sampah, keselamatan lalu lintas, mitigasi bencana, atau literasi layanan digital.

Konten edukasi yang baik membantu orang mengerti dan melakukan tindakan yang lebih tepat.



4. Capaian dan Dampak Program

Pemerintah perlu menyampaikan hasil kerja, tetapi ada perbedaan antara mendokumentasikan kegiatan dan menjelaskan dampak. Konten capaian sebaiknya membantu publik memahami apa yang dikerjakan dan apa hasilnya, bukan hanya menunjukkan bahwa organisasi sibuk.

5. Interaksi dan Kedekatan Warga

Komunikasi pemerintah tidak harus selalu satu arah. Ada ruang untuk bertanya, mengumpulkan masukan, dan memahami pengalaman warga. Interaksi yang baik menghasilkan pemahaman baru, bukan hanya angka engagement.

6. Klarifikasi dan Isu Digital

Ada saat ketika konten perlu dibuat untuk meluruskan informasi: jadwal palsu, biaya yang diberitakan tidak benar, potongan informasi tanpa konteks, atau rumor. Konten klarifikasi sebaiknya tenang, fokus pada fakta, dan tidak memperbesar konflik.

Keseimbangan Fungsi Lebih Penting daripada Banyaknya Konten

Akun yang memiliki 40 unggahan tetapi 30 di antaranya dokumentasi kegiatan belum tentu lebih bermanfaat daripada

akun dengan 20 unggahan yang seimbang antara layanan, edukasi, kebijakan, capaian, interaksi, dan klarifikasi.

Jangan hanya bertanya “Berapa kali kita posting minggu ini?” Tanyakan juga “Fungsi komunikasi apa yang sudah kita layani?”

Jangan Memaksakan Semua Informasi Menjadi Poster

Poster memiliki tempat, tetapi bukan jawaban untuk semua hal. Informasi panjang akan sulit dibaca jika dipadatkan ke satu gambar. Alur pelayanan bisa lebih mudah dipahami melalui carousel. Demonstrasi langkah tertentu mungkin lebih cocok melalui video. Penjelasan kebijakan yang panjang lebih baik memiliki halaman website. Pertanyaan berulang dapat dijawab dengan FAQ.

Format apa yang membuat informasi ini paling mudah dipahami dan digunakan?

Memilih Kanal Berdasarkan Fungsi

Website

Cocok untuk informasi resmi yang lengkap, informasi yang perlu dirujuk kembali, layanan, dokumen, artikel penjelasan, kebijakan, FAQ, dan informasi jangka panjang.

Instagram

Berguna untuk informasi visual, ringkasan, pengingat, edukasi, carousel, interaksi, video pendek, dan distribusi informasi cepat.

Facebook

Dapat berguna untuk informasi layanan, diskusi warga, pengumuman, komunitas lokal, dan penyebaran informasi melalui jejaring masyarakat.

TikTok dan Video Pendek

Efektif untuk demonstrasi, edukasi singkat, penjelasan langkah, membongkar kesalahpahaman, dan memperlihatkan proses.

YouTube

Berguna untuk tutorial, penjelasan mendalam, rekaman kegiatan penting, webinar, wawancara, dan dokumentasi audiovisual.

WhatsApp

Efektif untuk distribusi langsung, pengingat, jawaban cepat, komunikasi komunitas, dan informasi operasional. Informasi penting tetap perlu rujukan resmi.



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

Media Online dan Media Massa

Dapat membantu menjangkau publik yang lebih luas jika informasi memiliki nilai publik, data yang cukup, dan narasumber yang siap.

Satu Informasi Bisa Punya Beberapa Bentuk

Misalnya pemerintah mengubah sistem pendaftaran layanan:

- Website: penjelasan lengkap, persyaratan, FAQ, tautan pendaftaran.
- Instagram carousel: lima langkah pendaftaran.
- Video pendek: demonstrasi cara mendaftar.
- Story: pengingat tenggat.
- WhatsApp: pesan singkat dan tautan resmi.

Satu pesan dapat memiliki banyak bentuk, tetapi setiap bentuk harus memiliki fungsi yang jelas.

Format Dipilih Setelah Tujuan

1. Apa tujuan komunikasinya?

Apakah ingin memberi tahu, menjelaskan, mengajak melakukan tindakan, mengubah pemahaman, memberikan klarifikasi, atau mengumpulkan masukan?



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

2. Seberapa kompleks informasinya?

Informasi sederhana mungkin cukup satu poster. Informasi bertahap mungkin membutuhkan carousel. Prosedur teknis mungkin membutuhkan video. Penjelasan panjang mungkin membutuhkan artikel.

3. Apa yang perlu dilakukan warga setelah melihatnya?

Membaca, menyimpan, mengklik, mendaftar, menghubungi, datang, atau mengubah perilaku?

Salah Kaprah dan Praktik yang Lebih Tepat

Salah Kaprah	Praktik yang Lebih Tepat
Semua informasi bisa dijadikan poster.	Poster cocok untuk informasi tertentu. Konten kompleks membutuhkan format yang memberi ruang lebih banyak.
Semua informasi harus diposting di semua kanal.	Tidak perlu. Pilih kanal sesuai fungsi dan audiens.
Video selalu lebih menarik daripada teks.	Video efektif untuk beberapa tujuan; informasi yang perlu dirujuk cepat bisa lebih berguna dalam teks atau halaman website.
Konten kegiatan pimpinan adalah konten utama pemerintah.	Dokumentasi kegiatan memiliki fungsi, tetapi perlu diseimbangkan dengan layanan, kebijakan, edukasi, dampak, interaksi, dan klarifikasi.



Format menentukan keberhasilan.	Format membantu, tetapi keberhasilan juga bergantung pada relevansi informasi, kejelasan pesan, waktu publikasi, dan kebutuhan publik.
---------------------------------	--

Alat Kerja: Matriks Fungsi-Kanal-Format Konten

Informasi	Fungsi Utama	Tujuan	Kanal Utama	Format	Tindakan yang Diharapkan
Syarat pendaftaran	Layanan	Membantu warga menyiapkan dokumen	Website + Instagram	Halaman layanan + carousel	Warga menyiapkan syarat
Perubahan kebijakan	Kebijakan	Memberi pemahaman	Website + media sosial	Artikel + ringkasan	Warga memahami perubahan
Pencegahan DBD	Edukasi	Mengubah perilaku	Instagram + video	Carousel/video	Warga melakukan pencegahan
Hasil program	Capaian	Menunjukkan dampak	Website + media sosial	Infografis/artikel	Publik memahami hasil
Tanya jawab layanan	Interaksi	Mengumpulkan pertanyaan	Instagram	Q&A	Warga bertanya
Informasi palsu biaya	Klarifikasi	Meluruskan informasi	Kanal resmi	Klarifikasi + FAQ	Publik memakai informasi resmi



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

Latihan Pertama: Satu Minggu, Enam Fungsi

Bayangkan sebuah dinas kesehatan akan menyusun konten selama satu minggu. Tersedia bahan:

- jadwal imunisasi;
- penjelasan alur rujukan;
- edukasi demam berdarah;
- cerita petugas lapangan;
- pertanyaan warga tentang layanan;
- informasi keliru tentang vaksin.

Kelompokkan ke dalam fungsi layanan, kebijakan/transparansi, edukasi, capaian/dampak, interaksi, dan klarifikasi. Setelah itu, tentukan kanal dan format yang paling masuk akal.

Latihan Kedua: Jangan Langsung Bilang “Poster”

Fasilitator memberikan lima informasi: perubahan jam pelayanan, alur pendaftaran online, penjelasan kebijakan baru, klarifikasi informasi palsu, dan laporan dampak program.

Untuk setiap informasi, peserta dilarang langsung menyebut format. Peserta harus menjawab dulu tujuan komunikasinya, audiensnya, kompleksitas informasinya, dan tindakan yang diharapkan.



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

Uji Fungsi Konten OPD

Ambil 20 unggahan terakhir dari satu kanal OPD. Kelompokkan berdasarkan enam fungsi. Lihat apakah hampir semuanya dokumentasi kegiatan, apakah informasi layanan sangat sedikit, apakah tidak pernah ada edukasi, atau apakah kanal hanya berbicara tanpa membuka ruang interaksi. Hasilnya bukan untuk menilai bagus atau buruk secara mutlak, tetapi sebagai cermin komposisi komunikasi.

Tidak Semua Kanal Harus Aktif Setiap Hari

Kualitas kanal tidak ditentukan oleh keberadaan unggahan setiap hari. Jika tidak ada informasi yang relevan, tim tidak perlu memaksakan konten hanya untuk menjaga frekuensi. Energi dapat digunakan untuk memperbarui informasi penting, menjawab warga, memantau isu, atau menyiapkan konten berikutnya.

Arsitektur Konten Membuat Tim Lebih Efisien

Ketika fungsi, kanal, dan format sudah dipikirkan sejak awal, desainer tahu bentuk yang diperlukan, penulis tahu kedalaman informasi, admin tahu kanal distribusinya, dan bidang teknis tahu data apa yang harus disiapkan.

Dari Arsitektur Konten ke Kalender Kerja

Dari 2.1 kita mengetahui apa yang dibutuhkan warga. Dari 2.2 kita mengetahui apa pesan utama dan bagaimana bahasanya. Dari 2.3 kita menentukan fungsi komunikasinya, melalui kanal mana, dan dalam format apa. Pertanyaan berikutnya adalah kapan semua itu dikerjakan dan dipublikasikan.

Yang Perlu Diingat:

1. Konten pemerintah harus memiliki fungsi yang jelas.
2. Enam fungsi utama adalah layanan dan solusi, kebijakan dan transparansi, edukasi, capaian dan dampak, interaksi, serta klarifikasi.
3. Satu format tidak cocok untuk semua jenis informasi.
4. Kanal dipilih berdasarkan fungsi, audiens, kedalaman informasi, dan tindakan yang diharapkan.
5. Website, media sosial, WhatsApp, video, dan media bukan pesaing; masing-masing dapat menjadi bagian dari satu arsitektur komunikasi.
6. Jangan mulai dari pertanyaan “mau bikin format apa?” Mulailah dari tujuan komunikasi.

“Konten yang baik bukan konten yang paling ramai bentuknya, tetapi konten yang bentuknya paling tepat untuk membantu pesan bekerja.”



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

2.4 Menyusun Kalender Konten yang Realistis

Pukul 15.45 sebuah pesan masuk ke grup internal tim komunikasi: “Besok ada peringatan Hari X. Tolong dibuatkan konten.”

Admin membaca pesan itu. Belum ada naskah. Belum ada data pendukung. Belum ada foto. Desainer sedang mengerjakan materi lain. Bidang teknis belum tahu informasi apa yang perlu dimasukkan. Pimpinan berharap konten sudah tayang pagi hari.

Situasi seperti ini sangat umum. Konten akhirnya tetap dibuat. Tim bekerja cepat. Desain selesai malam hari. Caption disusun sambil berjalan. Persetujuan diberikan menjelang tayang.

Dari luar, publik hanya melihat satu unggahan. Di belakangnya, tim bekerja dalam kondisi serba mendadak.

Jika pola ini terjadi terus-menerus, tim komunikasi tidak sedang menjalankan perencanaan. Tim sedang mengejar pekerjaan.

Kalender konten bukan agar komunikasi menjadi kaku, tetapi agar tim memiliki cukup waktu untuk menyiapkan informasi dengan baik.

Kalender Konten Bukan Daftar Tanggal Posting

Kalender konten yang berguna membantu tim menjawab: apa yang akan disampaikan, mengapa perlu disampaikan, kapan

bahan harus tersedia, siapa menyiapkan data, format apa yang dibuat, siapa mengerjakan, kapan diperiksa, kapan tayang, dan apa tindak lanjutnya.

Tanggal tayang hanya salah satu bagian. Kalender konten adalah alat koordinasi produksi komunikasi.

Masalah Utama Bukan Kekurangan Ide, tetapi Kekurangan Persiapan

Banyak tim tidak kekurangan bahan. Agenda, program, layanan, momentum, dan pertanyaan warga tersedia. Masalahnya, bahan baru dipikirkan ketika waktu publikasi sudah dekat.

Kalender membantu organisasi menentukan kapan bahan komunikasi harus mulai disiapkan, bukan hanya kapan konten harus tayang.

Tiga Jenis Konten dalam Kalender

1. Konten Terencana

Konten yang sudah dapat diketahui sebelumnya, seperti pembukaan pendaftaran, jadwal layanan, agenda program, sosialisasi, edukasi berkala, kampanye tematik, peluncuran kebijakan, laporan capaian, atau momentum tahunan yang relevan.



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

2. Konten Momentum

Peristiwa yang waktunya dapat diperkirakan tetapi isi komunikasinya membutuhkan penyesuaian, misalnya musim hujan, arus mudik, penerimaan siswa, musim penyakit tertentu, atau hari besar yang relevan dengan tugas OPD.

3. Konten Responsif

Konten yang muncul karena situasi yang tidak seluruhnya dapat direncanakan, seperti perubahan mendadak, gangguan layanan, isu yang berkembang, informasi keliru, keadaan darurat, atau pertanyaan publik yang tiba-tiba meningkat.

Jangan Isi Kalender Hanya Agar Terlihat Aktif

Kalender yang baik bukan kalender yang seluruh harinya terisi. Jika tidak ada informasi yang perlu disampaikan, tim dapat menggunakan waktu untuk menyiapkan konten berikutnya, memperbarui informasi layanan, merespons warga, memantau isu, atau mengumpulkan data.

Bukan: “Hari ini kita belum posting.” Tetapi: “Apakah hari ini ada informasi yang memang perlu disampaikan?”

Mulai dari Prioritas, Bukan dari Tanggal

Langkah 1 - Kumpulkan kebutuhan informasi

Gunakan hasil 2.1. Apa yang perlu diketahui warga?

Langkah 2 - Tentukan pesan utama

Gunakan hasil 2.2. Apa yang harus dipahami?

Langkah 3 - Tentukan fungsi, kanal, dan format

Gunakan hasil 2.3. Informasi ini akan disampaikan dalam bentuk apa?

Langkah 4 - Baru tentukan waktunya

Kapan informasi perlu diterima publik? Kapan bahan harus mulai disiapkan?

Hitung Mundur dari Tanggal Tayang

Tanggal	Tahap
10	Tayang
9	Pemeriksaan akhir
8	Desain dan naskah selesai
7	Data teknis lengkap
6	Pesan utama disepakati
5	Kebutuhan informasi dan bahan awal dikumpulkan

Tanggal tayang seharusnya menjadi akhir proses produksi, bukan awal pekerjaan.



Kalender Konten Harus Terhubung dengan Pemilik Data

Konten	Data/Bahan dari	Penanggung Jawab Produksi
Jadwal layanan	Unit pelayanan	Admin
Capaian program	Bidang program	Tim komunikasi
Edukasi kesehatan	Bidang teknis	Tim konten
Perubahan kebijakan	Bidang teknis/pimpinan	Fungsi komunikasi

Jangan Jadwalkan Publikasi Sebelum Bahan Siap

Kalender adalah alat bantu, bukan hukum. Jika angka capaian belum diverifikasi atau substansi belum siap, jadwal dapat disesuaikan. Yang perlu dihindari adalah menurunkan standar hanya untuk mengejar tanggal.

Kalender Mingguan dan Bulanan Memiliki Fungsi Berbeda

Kalender bulanan berguna untuk melihat gambaran besar: tema utama, momentum, program besar, kebutuhan informasi, dan keseimbangan fungsi konten.

Kalender mingguan lebih operasional: bahan yang harus tersedia, PIC, status produksi, jadwal review, waktu tayang, dan tindak lanjut.

Bulanan untuk arah. Mingguan untuk pekerjaan.



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

Waktu Publikasi Harus Mengikuti Kebutuhan Informasi

Tidak semua konten harus tayang ketika kegiatan berlangsung. Informasi syarat pendaftaran seharusnya tersedia sebelum pendaftaran dibuka. Informasi perubahan lalu lintas perlu diketahui sebelum pengalihan berlangsung. Informasi gangguan layanan harus disampaikan setelah kepastian awal tersedia.

Penentuan waktu harus melihat kapan publik membutuhkan informasi, bukan hanya kapan organisasi memiliki kegiatan.

Sediakan Ruang untuk Konten Responsif

Jika kalender satu minggu penuh lalu terjadi gangguan layanan, beberapa konten dapat ditunda. Itu bukan kegagalan perencanaan. Justru fungsi kalender yang fleksibel adalah membantu tim tahu mana yang penting, mana yang dapat digeser, dan mana yang tidak perlu dipaksakan.

Jangan Biarkan Momentum Mengalahkan Relevansi

Tidak semua hari peringatan harus menjadi konten. Tanyakan apakah momentum relevan dengan fungsi OPD atau kebutuhan publik. Jika relevan, gunakan untuk mengangkat informasi layanan, edukasi, data, ajakan, atau cerita dampak.



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

Salah Kaprah dan Praktik yang Lebih Tepat

Salah Kaprah	Praktik yang Lebih Tepat
Kalender konten berarti semua tanggal harus terisi.	Tidak. Kalender mengatur prioritas dan waktu kerja, bukan memenuhi kotak kosong.
Kalau sudah ada kalender, konten tidak boleh berubah.	Kalender harus fleksibel terhadap isu, perubahan layanan, dan kebutuhan mendadak.
Kalender konten adalah urusan admin.	Tidak. Kalender membutuhkan dukungan pemilik data, bidang teknis, desain, fungsi komunikasi, dan pihak lain sesuai kebutuhan.
Yang penting tahu tanggal tayangnya.	Tanggal tayang tidak cukup. Tim juga perlu tahu kapan bahan tersedia, siapa PIC, dan kapan konten diperiksa.
Momentum harus selalu dijadikan konten.	Hanya jika relevan dan memberi nilai bagi publik.

Alat Kerja: Kalender Konten Operasional OPD

Tanggal Tayang	Topik	Fungsi Konten	Audiens	Kanal/Format	Sumber Bahan	PIC	Batas Bahan	Stat
5 Okt	Syarat pendaftaran	Layanan	Calon peserta	IG carousel + web	Bidang program	Admin A	2 Okt	Proses
7 Okt	Edukasi isu X	Edukasi	Publik umum	Video pendek	Bidang teknis	Tim konten	4 Okt	Siap



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

Latihan: Susun Kalender Satu Minggu

Peserta diberi bahan: perubahan jadwal layanan mulai hari Senin, kegiatan pimpinan hari Selasa, pertanyaan berulang tentang syarat pendaftaran, momentum kesehatan hari Kamis, capaian program yang datanya baru siap hari Jumat, dan satu slot sengaja dibiarkan untuk informasi responsif.

1. Tentukan informasi mana yang harus disampaikan.
2. Tentukan fungsi komunikasinya.
3. Tentukan kapan sebaiknya tayang.
4. Tentukan kapan bahan harus sudah tersedia.
5. Tentukan PIC.
6. Sisakan ruang untuk kondisi mendadak.

Latihan Kedua: Bedakan “Harus Tayang” dan “Bisa Ditunda”

Fasilitator memberikan delapan ide konten. Peserta membaginya menjadi tiga kategori: harus tayang sesuai waktu, penting tetapi fleksibel, dan bisa ditunda. Latihan ini melatih prioritas.

Status Produksi Lebih Penting daripada Warna Kalender

- ide;
- menunggu bahan;
- dalam penulisan;
- desain;

- review;
- siap tayang;
- tayang;
- ditunda.

Status sederhana membuat tim langsung melihat hambatan tanpa harus bertanya satu per satu dari awal.

Kalender Harus Dibaca Bersama Secara Berkala

Kalender yang dibuat lalu tidak pernah dibuka kembali tidak berguna. Tim dapat melakukan pengecekan singkat di awal minggu untuk melihat apa yang harus tayang, bahan apa yang belum masuk, apa yang berubah, konten mana yang perlu diprioritaskan, dan apakah ada isu baru.

Dari Perencanaan ke Disiplin Produksi

Kalender tidak menjamin semua pekerjaan berjalan sempurna, tetapi membuat masalah terlihat lebih awal. Tanpa kalender, tim baru tahu bahan belum ada saat hari tayang. Dengan kalender, hambatan dapat diketahui beberapa hari sebelumnya.



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

Yang Perlu Diingat:

1. Kalender konten bukan sekadar daftar tanggal posting; ia adalah alat koordinasi produksi komunikasi.
2. Bedakan konten terencana, momentum, dan responsif.
3. Jangan mengisi kalender hanya untuk terlihat aktif.
4. Hitung mundur dari tanggal tayang agar data, naskah, visual, dan persetujuan memiliki waktu yang cukup.
5. Setiap konten penting perlu memiliki pemilik bahan dan penanggung jawab.
6. Sisakan ruang untuk perubahan dan isu mendadak.
7. Kalender yang sederhana tetapi digunakan secara rutin lebih berguna daripada kalender kompleks yang tidak pernah dibuka.

“Kalender konten bukan untuk membuat komunikasi menjadi kaku, tetapi untuk mengurangi pekerjaan mendadak agar tim punya waktu menghasilkan informasi yang lebih baik.”

2.5 Kontrol Mutu Sebelum Publikasi

Sebuah OPD menyiapkan poster layanan baru. Desainnya rapi. Warnanya konsisten. Judulnya jelas. Informasi persyaratan sudah masuk. Logo lembaga sudah benar.

Tim merasa konten siap tayang.

Beberapa menit setelah dipublikasikan, komentar mulai masuk: “Nomor WhatsApp-nya tidak aktif.”



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

Tim mengecek ulang. Ternyata satu angka pada nomor kontak salah. Konten langsung dihapus, desain diperbaiki, dan unggahan baru dibuat.

Namun poster yang salah sudah sempat disimpan dan diteruskan oleh beberapa orang. Kesalahannya hanya satu digit. Dampaknya jauh lebih besar. Sebelum dipublikasikan, konten pemerintah membutuhkan satu tahap penting: kontrol mutu.

Kesalahan Kecil Bisa Mengubah Makna Besar

Dalam komunikasi pemerintah, detail memiliki konsekuensi. Satu angka yang salah dapat membuat warga datang pada tanggal yang keliru. Satu tautan yang rusak dapat menggagalkan pendaftaran. Satu kata yang ambigu dapat membuat kebijakan dipahami berbeda. Satu foto dapat membuka data pribadi.

Kontrol mutu memastikan informasi benar, lengkap, konsisten, aman, mudah digunakan, dan layak dipublikasikan.

Jangan Menyamakan “Sudah Jadi” dengan “Sudah Siap Tayang”

Sebuah desain bisa selesai secara visual tetapi belum selesai secara substantif. Sebuah caption bisa selesai ditulis tetapi belum diverifikasi. Sebuah video bisa selesai diedit tetapi belum diperiksa apakah ada informasi sensitif di dalamnya.



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

Semakin besar dampak sebuah informasi, semakin ketat pemeriksaannya.

Periksa Data dan Fakta

- nama program;
- tanggal;
- jam;
- lokasi;
- angka;
- syarat;
- biaya;
- nomor kontak;
- tautan;
- nama pejabat;
- istilah resmi;
- status informasi masih berlaku.

Jangan hanya memeriksa naskah. Periksa juga desain akhirnya. Kesalahan sering terjadi ketika informasi dipindahkan dari satu bentuk ke bentuk lain.

Periksa Sumber Informasi

Tim perlu tahu dari mana informasi berasal: bidang pemilik data, surat resmi, keputusan terbaru, atau petugas yang berwenang. Jika ada perubahan, pastikan versi terbaru

digunakan. Konten pemerintah tidak boleh bergantung pada kalimat “katanya sudah benar”.

Periksa Bahasa

- apakah kalimat mudah dipahami?
- apakah ada istilah teknis yang belum dijelaskan?
- apakah ada kalimat yang bisa ditafsirkan ganda?
- apakah nada bahasanya sesuai?
- apakah ada kata yang terdengar menyalahkan?
- apakah ajakannya jelas?
- apakah pembaca tahu tindakan yang harus dilakukan?

Periksa Visual

Pemeriksaan keterbacaan

- Apakah teks terlalu kecil?
- Apakah kontras cukup?
- Apakah terlalu banyak informasi dalam satu halaman?
- Apakah urutan informasi jelas?
- Apakah informasi utama mudah ditemukan?

Pemeriksaan keamanan

- nomor identitas;
- alamat;



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

- nomor telepon;
- dokumen pribadi;
- layar komputer;
- daftar nama;
- data kesehatan;
- informasi sensitif;
- wajah atau identitas yang tidak perlu ditampilkan.

Periksa Tautan dan Kontak

Jika konten menyertakan tautan pendaftaran, QR code, nomor WhatsApp, nomor telepon, email, atau halaman website, semuanya harus diuji. Jangan hanya dilihat. Klik, pindai QR code, coba nomor kontak, dan buka dari perangkat lain jika memungkinkan.

Periksa Konsistensi Antar-Kanal

Jika informasi yang sama dipublikasikan di beberapa kanal, pastikan substansinya konsisten. Untuk informasi penting, tim perlu menentukan sumber utama yang menjadi rujukan.

Periksa Etika

Subbab 1.4 sudah membahas etika secara lebih mendalam. Di tahap kontrol mutu, etika diterjemahkan menjadi pertanyaan praktis: apakah data pribadi terlindungi, foto layak



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

dipublikasikan, martabat warga terjaga, testimoni tidak dimanipulasi, dan informasi sensitif benar-benar perlu disampaikan.

Periksa Sensitivitas Isu

- konflik;
- korban;
- kecelakaan;
- kelompok rentan;
- bantuan sosial;
- tuduhan;
- kebijakan kontroversial;
- isu politik;
- keselamatan publik;
- dugaan pelanggaran.

Semakin sensitif kontennya, semakin penting proses persetujuan yang jelas.

Periksa Call to Action

Call to action dalam komunikasi pemerintah adalah petunjuk tindakan: daftar melalui tautan, datang ke lokasi, bawa dokumen, simpan nomor kontak, baca informasi lengkap, atau laporkan melalui kanal tertentu. Setelah membaca konten ini, apakah warga tahu apa yang harus dilakukan?

Approval Teknis dan Approval Komunikasi

Approval teknis

- data benar;
- prosedur benar;
- ketentuan benar;
- angka benar;
- substansi tidak keliru.

Approval komunikasi

- pesan jelas;
- bahasa mudah dipahami;
- visual aman;
- nada tepat;
- kanal dan format sesuai;
- tidak ada risiko komunikasi yang terlewat.

Tidak Semua Konten Harus Naik ke Pimpinan

Persetujuan perlu disesuaikan dengan tingkat risiko.

Tingkat Risiko	Contoh	Arah Persetujuan
Rendah	Jadwal rutin, pengingat layanan, edukasi umum	Jalur operasional



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

Sedang	Perubahan layanan, informasi kebijakan, data capaian	Pemeriksaan teknis + komunikasi
Tinggi	Isu sensitif, klarifikasi, informasi berpotensi menimbulkan reaksi besar	Persetujuan lebih tinggi sesuai kewenangan

Salah Kaprah dan Praktik yang Lebih Tepat

Salah Kaprah	Praktik yang Lebih Tepat
Kalau desain sudah selesai, berarti siap tayang.	Belum tentu. Desain harus melewati pemeriksaan data, bahasa, visual, etika, kontak, dan sensitivitas.
Yang penting sudah dicek admin.	Admin penting, tetapi tidak selalu menjadi pemilik substansi. Informasi teknis perlu diverifikasi oleh sumber yang berwenang.
Kontrol mutu hanya mencari typo.	Typo hanya salah satu risiko. Kontrol mutu memeriksa keseluruhan kualitas dan keamanan informasi.
Semua konten harus disetujui pimpinan.	Tidak harus. Persetujuan perlu disesuaikan dengan risiko dan kewenangan.
Kalau salah tinggal dihapus.	Informasi digital dapat disimpan, diteruskan, dan diambil tangkapan layar. Menghapus tidak selalu menghilangkan dampak.

Alat Kerja: Lembar Kendali Sebelum Publikasi

A. Data dan Substansi

Pemeriksaan	Ya	Perlu Dicek
Nama program/kegiatan benar	☐	☐
Tanggal dan waktu benar	☐	☐
Lokasi benar	☐	☐
Data dan angka benar	☐	☐
Persyaratan/prosedur benar	☐	☐
Sumber informasi jelas	☐	☐

B. Bahasa dan Pesan

Pemeriksaan	Ya	Perlu Dicek
Pesan utama mudah ditemukan	☐	☐
Bahasa mudah dipahami	☐	☐
Istilah teknis dijelaskan	☐	☐
Nada sesuai konteks	☐	☐
Tindakan warga jelas	☐	☐

C. Visual dan Etika

Pemeriksaan	Ya	Perlu Dicek
Visual mudah dibaca	☐	☐
Tidak ada data pribadi yang terbuka	☐	☐
Foto/video aman dipublikasikan	☐	☐
Martabat pihak yang ditampilkan terjaga	☐	☐
Tidak ada informasi sensitif yang tidak perlu	☐	☐

D. Teknis

Pemeriksaan	Ya	Perlu Dicek
Nomor kontak aktif	☐	☐
Tautan dapat dibuka	☐	☐
QR code berfungsi	☐	☐
Informasi konsisten dengan kanal resmi lain	☐	☐
Format sesuai kanal	☐	☐



E. Persetujuan

Pemeriksaan	Ya	Tidak Perlu
Sudah diperiksa pemilik data	☐	☐
Sudah diperiksa fungsi komunikasi	☐	☐
Membutuhkan persetujuan lebih tinggi	☐	☐

Latihan Pertama: Temukan Kesalahan Sebelum Tayang

Fasilitator menyiapkan satu contoh poster layanan dengan beberapa kesalahan yang sengaja dimasukkan, misalnya tanggal salah, nomor kontak salah, tautan rusak, istilah teknis tidak dijelaskan, call to action tidak jelas, data warga di latar foto, atau informasi berbeda dari website.

Peserta mengelompokkan temuan menjadi kesalahan data, bahasa, teknis, risiko etika, atau risiko komunikasi.

Latihan Kedua: Siapa yang Harus Menyetujui?

Berikan empat jenis konten: pengingat jam layanan, perubahan prosedur pendaftaran, publikasi data capaian program, dan klarifikasi terhadap isu sensitif. Peserta menentukan siapa pemilik data, siapa memeriksa, siapa menyetujui, dan apakah cukup approval operasional atau membutuhkan keputusan lebih tinggi.

Prinsip Empat Mata

Konten sebaiknya tidak hanya diperiksa oleh orang yang membuatnya. Orang yang menulis sering sulit melihat kesalahan sendiri. Pemeriksa kedua melihat dengan mata baru. Tidak harus pejabat; yang penting memahami apa yang harus dicek.

Buat Bank Informasi yang Sering Dipakai

Kontrol mutu akan lebih cepat jika tim memiliki sumber rujukan yang terpelihara: nama resmi layanan, alamat, jam layanan, nomor telepon, WhatsApp resmi, email, tautan utama, akun resmi, daftar PIC, dan FAQ dasar. Namun bank informasi juga harus diperbarui.

Jangan Takut Menahan Konten

Jika informasi belum benar, menahan konten adalah keputusan yang lebih baik. Lebih baik terlambat beberapa menit untuk memeriksa daripada cepat tetapi harus mengklarifikasi kesalahan. Kecepatan yang sehat berasal dari sistem yang baik, bukan dari melewati tahap pemeriksaan.

Jika Kesalahan Terlanjur Tayang

1. Identifikasi kesalahannya.
2. Nilai dampaknya.

3. Koreksi informasi.
4. Jika diperlukan, jelaskan bahwa ada perbaikan.
5. Pastikan versi yang salah tidak terus digunakan di kanal resmi.
6. Catat penyebab agar tidak berulang.

“Terdapat kesalahan nomor kontak pada unggahan sebelumnya.
Nomor yang benar adalah Kami mohon maaf atas
ketidaknyamanan yang terjadi.”

Dari Kebutuhan sampai Siap Tayang

Tahap	Pertanyaan Utama
1. Kenali kebutuhan informasi	Apa yang perlu diketahui warga?
2. Susun pesan utama	Apa yang harus dipahami?
3. Tentukan fungsi, kanal, dan format	Bagaimana pesan sebaiknya disampaikan?
4. Masukkan ke kalender	Kapan bahan disiapkan dan kapan tayang?
5. Lakukan kontrol mutu	Apakah informasi benar-benar siap dipublikasikan?

Lima tahap ini membantu komunikasi beralih dari kebiasaan

“ada bahan → desain → posting”



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.

menjadi proses:

“kebutuhan → pesan → bentuk → waktu → pemeriksaan → publikasi”.

Yang Perlu Diingat:

1. Konten yang selesai diproduksi belum tentu siap dipublikasikan.
2. Kontrol mutu tidak hanya mencari typo. Ia memeriksa data, bahasa, visual, etika, kontak, tautan, sensitivitas, dan konsistensi informasi.
3. Informasi teknis harus diperiksa oleh pemilik substansi, sementara penyajiannya perlu diperiksa dari sisi komunikasi.
4. Tingkat persetujuan harus disesuaikan dengan tingkat risiko konten.
5. Tautan, QR code, nomor kontak, dan informasi layanan harus diuji, bukan hanya dilihat.
6. Kesalahan digital tidak selalu hilang setelah unggahan dihapus.

“Kecepatan publikasi penting, tetapi kepercayaan publik lebih mahal daripada beberapa menit tambahan untuk memeriksa.”



Arief Rakhmat Budiman, S.Kom.