https://ecosemica.net/index.php/KOMUNIKASI
e-ISSN: 2988-1331

# STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT KOMISI INFORMASI PUSAT REPUBLIK INDONESIA DALAM MENDORONG KETERBUKAAN INFORMASI PUBLIK TERHADAP BADAN PUBLIK

**Wulan Devina[1], Ivanina Zuhdi Pane[2], Santos Winarso Dwiyogo[3], Legisan S Samtafsi R[4]**
Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul, Jakarta
E-mail: wulan.devina76@gmail.com

***Abstract.*** *This study examines the public relations strategy of the Central Information Commission (Komisi Informasi Pusat/KIP) of the Republic of Indonesia in encouraging public information disclosure among public bodies. Since the enactment of Law Number 14 of 2008 concerning Public Information Disclosure, KIP has been mandated to oversee compliance, settle information disputes, and disseminate the Public Information Disclosure Index (IKIP). However, the 2023–2024 IKIP results still show uneven compliance among public bodies and low public literacy regarding the right to information. This study uses a qualitative descriptive approach with a single embedded case study design, guided by a constructivist paradigm. Data were collected through in-depth interviews with three key informants from the KIP Communication Team, non-participant observation, and documentation, and analyzed using the Miles, Huberman, and Saldana interactive model. The findings showed that the public relations strategy of the Central Information Commission was implemented through the stages of fact finding, planning and programming, action and communication, and evaluation. The action and communication stage was analyzed using the PENCILS Model, which consists of seven elements: publications, events, news, community involvement, identity media, lobbying and negotiation, and social investment.The strategy reflects the characteristics of Government Public Relations, functioning not merely to disseminate information but also to educate, build compliance, and foster collaboration among public bodies, the media, and the public. Supporting factors include institutional support and digital media utilization, while inhibiting factors include limited human resources and budget constraints.*
***Keywords:*** *public relations strategy, public information disclosure, Government Public Relations, PENCILS model, Central Information Commission.*

**Abstract.** Penelitian ini mengkaji strategi hubungan masyarakat Komisi Informasi Pusat (KIP) Republik Indonesia dalam mendorong keterbukaan informasi publik pada badan publik. Sejak diberlakukannya Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, KIP memiliki mandat untuk mengawasi kepatuhan badan publik, menyelesaikan sengketa informasi, serta menyusun dan mempublikasikan Indeks Keterbukaan Informasi Publik (IKIP). Namun, hasil IKIP tahun 2023–2024 masih menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan badan publik belum merata serta rendahnya literasi masyarakat mengenai hak atas informasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus tunggal terpancang (*single embedded case study*) yang berlandaskan paradigma konstruktivis. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan tiga informan kunci dari Tim Komunikasi Komisi Informasi Pusat, observasi nonpartisipan, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

strategi hubungan masyarakat Komisi Informasi Pusat dilaksanakan melalui tahapan *fact finding*, *planning and programming*, *action and communication*, serta *evaluation*. Tahap *action and communication* dianalisis menggunakan Model PENCILS yang terdiri atas tujuh elemen, yaitu *publications*, *events*, *news*, *community involvement*, *identity media*, *lobbying and negotiation*, serta *social investment*. Strategi tersebut mencerminkan karakteristik *Government Public Relations* yang tidak hanya berfungsi menyebarluaskan informasi, tetapi juga mengedukasi, membangun kepatuhan, serta memperkuat kolaborasi antara badan publik, media, dan masyarakat. Faktor pendukung strategi meliputi dukungan kelembagaan dan pemanfaatan media digital, sedangkan faktor penghambat meliputi keterbatasan sumber daya manusia dan keterbatasan anggaran.
**Kata Kunci:** strategi humas, keterbukaan informasi publik, *Government Public Relations*, model PENCILS, Komisi Informasi Pusat.

## PENDAHULUAN

Komisi Informasi Pusat (KIP) adalah lembaga independen yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP), dengan mandat menyelesaikan sengketa informasi melalui mediasi dan ajudikasi nonlitigasi, menetapkan pedoman teknis pelayanan informasi, memantau kepatuhan badan publik, serta menyusun Indeks Keterbukaan Informasi Publik (IKIP) sebagai program prioritas nasional. UU KIP sendiri merupakan implementasi Pasal 28F UUD 1945 dan wujud komitmen negara terhadap prinsip *good governance* yang menekankan transparansi, partisipasi, dan akuntabilitas. Retnowati (2012) menyebut keberadaan UU KIP sebagai jaminan kepastian hukum atas hak masyarakat memperoleh informasi, sementara Azka dan Najicha (2022) menegaskan bahwa UU ini menjadi acuan negara dalam mewujudkan pemerintahan yang transparan dan akuntabel.

Berdasarkan Rencana Strategis KIP 2022–2026, lembaga ini menjalankan tiga pilar aktivitas: sidang sengketa informasi, kegiatan Monitoring dan Evaluasi (Monev), serta pengukuran IKIP. Data Laporan Tahunan KIP 2024 menunjukkan capaian IKIP nasional meningkat tipis dari 75,40 (2023) menjadi 75,65 (2024), sementara data IKIP wilayah provinsi memperlihatkan kesenjangan tajam, Jawa Barat (81,93) dan Bali (80,99) berada pada kategori baik, sedangkan Papua Barat (65,87), Papua (63,63), dan Maluku Utara (58,49) masih tertinggal. Hasil Monev 2024 juga menunjukkan sejumlah badan publik masih berkategori "Tidak Informatif", seperti Komisi Penyiaran Indonesia (9,20) dan Lembaga Perlindungan Saksi dan Korban (6,00). Kondisi ini menandakan bahwa meskipun payung hukum dan mekanisme evaluasi telah tersedia, implementasi keterbukaan informasi belum berjalan merata, sehingga peran aktif Humas KIP menjadi krusial untuk mendorong transparansi dan akuntabilitas badan publik.

Fungsi humas pemerintahan tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga mengelola hubungan dua arah untuk membangun kepercayaan (Giffari dkk., 2024) dan memperkuat partisipasi publik terhadap kebijakan (Ulumiyah & Gati, 2024).

Ketidakterbukaan informasi dapat menimbulkan ketidakseimbangan hak dan kewajiban serta potensi sengketa (Oktarindini dkk., 2025), sehingga humas pemerintah dituntut menjadi fasilitator komunikasi dua arah yang menegosiasikan kepentingan publik dan lembaga, sekaligus mengoptimalkan media digital sebagai kanal utama diseminasi. Media massa sendiri, sebagai pilar keempat demokrasi berdasarkan UU Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers, berperan menjaga keseimbangan kekuasaan meski idealismenya kerap tergerus kepentingan ekonomi-politik (Chabibi, 2023). Pandiangan dan Ratnasari (2023) menegaskan bahwa taktik terbaik humas pemerintah dalam menjaga kepercayaan publik adalah komunikasi transparan melalui kanal resmi institusi.

Penelitian ini penting dilakukan karena masih terdapat kesenjangan antara ketentuan normatif UU KIP dengan kondisi implementasi di lapangan. Dalam situasi tersebut, fungsi Humas KIP menjadi kunci dalam mendorong penerapan kebijakan keterbukaan informasi kepada masyarakat maupun badan publik, sekaligus memberikan kontribusi teoretis bagi studi komunikasi pemerintahan.

Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah: (1) Bagaimana strategi humas KIP Republik Indonesia dalam mendorong keterbukaan informasi publik terhadap badan publik? dan (2) Apa saja faktor pendukung dan hambatan yang dihadapi humas KIP dalam menjalankan fungsinya?

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan secara mendalam strategi komunikasi Humas KIP dalam mendorong keterbukaan informasi publik, dengan tujuan khusus: (a) mendeskripsikan strategi Humas KIP terhadap badan publik; (b) mengidentifikasi faktor pendukung efektivitas fungsi Humas KIP; dan (c) mengungkap hambatan yang dihadapi Humas KIP sebagai fasilitator komunikasi keterbukaan informasi publik.

## TINJAUAN TEORETIS DAN PENELITIAN TERDAHULU

**Penelitian Terdahulu.** Kajian tentang humas pemerintah dan keterbukaan informasi publik telah berkembang pesat lima tahun terakhir, namun umumnya berfokus pada lembaga eksekutif pelaksana layanan (PPID), bukan lembaga pengawas. Pandiangan dan Ratnasari (2023) menunjukkan bahwa humas Kota Magelang membangun kepercayaan publik melalui peliputan yang terstruktur. Sihidi dan Caroline (2023) menemukan bahwa humas Pemerintah Kota Malang mengoptimalkan media digital untuk menjaga citra di era keterbukaan informasi. Ulumiyah dan Gati (2024) menyoroti strategi PPID KemenPAN-RB melalui *e-government*, sementara Nurfaiza dan Meisyanti (2024) mengangkat implementasi *cyber public relations* Pemerintah Kota Jakarta Barat. Giffari dkk. (2023) menemukan bahwa PPID Kemendikbudristek berfungsi sebagai fasilitator, teknisi komunikasi, dan pemecah masalah. Kelima studi tersebut sama-sama membahas humas dan keterbukaan informasi, tetapi belum ada yang mengkaji lembaga *pengawas* keterbukaan informasi seperti KIP yang berperan pada pengawasan, penetapan standar, dan penyelesaian sengketa, bukan sekadar penyediaan informasi. Kekosongan inilah yang

menjadi kebaruan penelitian ini: memosisikan keterbukaan informasi bukan sebagai kegiatan administratif, melainkan sebagai proses komunikasi strategis yang mencakup advokasi, persuasi, dan kolaborasi antarlembaga.

**Teori Strategi Komunikasi Humas.** Penelitian ini menggunakan teori *Public Relations Process* dari Broom dkk. (2012) yang memandang humas sebagai fungsi manajemen strategis untuk membangun hubungan saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya melalui empat tahap: *fact finding* (identifikasi fakta dan kebutuhan publik), *planning and programming* (perumusan tujuan, sasaran, pesan, dan media), *taking action and communication* (pelaksanaan komunikasi), serta *evaluation* (penilaian efektivitas). Dalam konteks KIP, keempat tahap ini digunakan untuk memahami bagaimana Humas KIP memetakan kepatuhan badan publik, merancang pesan advokasi, melaksanakan diseminasi kebijakan, serta menilai efektivitas komunikasi kebijakan secara sistemik.

**Konsep Government Public Relations (GPR).** GPR merupakan praktik humas di lingkungan pemerintahan yang berakar pada *Declaration of Principles* Ivy Lee (1906) yang menekankan keterbukaan penuh terhadap publik (Russell & Bishop, 2009). Ghiffari (2024) mendefinisikan GPR sebagai aktivitas komunikasi strategis instansi pemerintah untuk membangun hubungan baik dengan publik melalui penyebaran informasi yang akurat dan tepat waktu. Alamsyah dkk. (2024) memperluas konsep ini menjadi *E-Government Public Relations* yang menekankan pemanfaatan media digital untuk memperkuat komunikasi dua arah.

**Model PENCILS.** Sebagai kerangka taktis operasional, penelitian ini menggunakan Model PENCILS (Ruslan, 2012) yang membedah aktivitas humas ke dalam tujuh unsur: *Publication* (penyebaran informasi melalui media resmi), *Event* (penyelenggaraan kegiatan khusus), *News* (penciptaan nilai berita melalui media massa), *Community Involvement* (keterlibatan dengan komunitas dan pemangku kepentingan), *Identity Media* (penggunaan identitas visual lembaga), *Lobbying and Negotiation* (pendekatan dan koordinasi dengan pihak strategis), serta *Social Investment* (program tanggung jawab sosial lembaga).

**Kerangka Pemikiran.** Penelitian ini berangkat dari landasan normatif UU KIP yang mewajibkan badan publik menyediakan informasi secara transparan, namun dalam praktiknya masih terdapat kesenjangan kepatuhan. Peran Humas KIP dikaji melalui perspektif GPR sebagai jembatan kebijakan keterbukaan informasi dengan masyarakat, dianalisis melalui tahapan *Four Step Public Relations* (Cutlip, Center, & Broom) dan diimplementasikan melalui Model PENCILS, guna menjawab bagaimana Humas KIP mendorong kepatuhan badan publik sekaligus mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambatnya.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) karena data diperoleh

secara langsung dari lokasi penelitian melalui interaksi dengan informan dan pengamatan terhadap objek penelitian. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis yang memandang realitas strategi komunikasi sebagai hasil konstruksi sosial melalui pemaknaan aktor yang terlibat (Guba & Lincoln dalam Creswell, 2016), sejalan dengan keterbukaan informasi publik sebagai produk legislasi dan upaya pemerintah dalam menjamin hak warga negara (Khadafi dkk., 2024). Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif (Sugiyono, 2022; Moleong, 2017) dengan metode studi kasus tunggal terjalin (*embedded single-case design*) mengacu pada Yin (2017) dan Creswell (2016). Metode studi kasus dipilih karena penelitian ini berfokus pada satu kasus, yaitu strategi hubungan masyarakat Komisi Informasi Pusat Republik Indonesia dalam mendorong keterbukaan informasi publik terhadap badan publik, yang dikaji secara mendalam dalam konteks nyata.

Adapun *bounded system* dalam penelitian ini adalah Tim Komunikasi Komisi Informasi Pusat Republik Indonesia, dengan unit analisis meliputi *tahapan fact finding, planning and programming, action and communication*, serta *evaluation* dalam strategi hubungan masyarakat, yang pada tahap action and communication dianalisis lebih lanjut menggunakan Model PENCILS.

Sumber data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan tiga informan yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu Muhammad Answar, S.Kom., M.Sc. (Ketua Tim Komunikasi Komisi Informasi Pusat), Rosyie Liana Bilqis, S.I.Kom. (Pranata Humas Ahli Pertama), dan Aprilliyani Alin, S.I.Kom. (Staf Tim Komunikasi/P3K). Data sekunder diperoleh dari dokumen resmi lembaga, arsip pemberitaan, konten media sosial, serta regulasi yang berkaitan dengan keterbukaan informasi publik. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam semiterstruktur, observasi nonpartisipan, dan studi dokumentasi. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik (Sugiyono, 2022), sedangkan analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana (2014) yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Subjek dan Konteks Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Komisi Informasi Pusat Republik Indonesia (KIP RI), lembaga negara independen yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. KIP menjalankan tugas penyusunan regulasi teknis, penyelesaian sengketa informasi publik, monitoring dan evaluasi (Monev) keterbukaan informasi badan publik, serta pengukuran Indeks Keterbukaan Informasi Publik (IKIP) secara nasional. Sebagaimana dijelaskan Ketua Tim Komunikasi KIP, lembaga ini dibentuk untuk mendorong implementasi keterbukaan informasi publik serta memastikan badan publik memahami bahwa informasi publik adalah hak masyarakat yang

dijamin undang-undang (Wawancara, 19 Mei 2026).

Tim Komunikasi KIP berada di bawah koordinasi Sekretariat Jenderal dan bertanggung jawab merencanakan, memproduksi, serta mendistribusikan informasi kepada publik.

Kegiatan komunikasi yang dijalankan tidak hanya berfokus pada publikasi kegiatan komisioner, tetapi juga mencakup penyusunan kampanye komunikasi, produksi konten edukasi keterbukaan informasi publik, peliputan kegiatan kelembagaan, dokumentasi, serta pengelolaan hubungan media. Koordinasi antaranggota tim dilakukan secara rutin melalui rapat bulanan untuk menentukan agenda komunikasi, kebutuhan publikasi, dan strategi penyebarluasan informasi. Kanal komunikasi yang dimanfaatkan meliputi *website* resmi, Instagram, X, Facebook, YouTube, dan TikTok, ditambah *podcast* sebagai media edukasi audiovisual.

Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap tiga informan kunci, Muhammad Answar, S.Kom., M.Sc. (Ketua Tim Komunikasi), Rosyie Liana Balqis, S.I.Kom. (Pranata Humas Ahli Pertama), dan Aprilliyani Alin, S.I.Kom. (Staf Tim Komunikasi/P3K) yang dipilih secara *purposive* karena keterlibatan langsungnya dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi komunikasi kelembagaan. Data tersebut diperkuat melalui observasi non-partisipan terhadap aktivitas produksi konten, publikasi media sosial, dokumentasi kegiatan, dan hubungan media, serta studi dokumentasi arsip publikasi dan laporan kelembagaan.

**Kondisi Keterbukaan Informasi Publik dalam Perspektif Informan**

Ketiga informan memiliki pandangan yang relatif sama mengenai pentingnya keterbukaan informasi publik sebagai hak dasar masyarakat, namun dengan penekanan berbeda sesuai pengalaman masing-masing. Ketua Tim Komunikasi menjelaskan bahwa fokus KIP telah bergeser dari mendorong pembentukan Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) pada badan publik menuju peningkatan pemanfaatan layanan informasi oleh masyarakat:

*"Awalnya KIP itu mendorong badan publik dulu agar paham bahwa informasi publik itu adalah hak masyarakat. Sekarang mayoritas badan publik sudah memiliki PPID dan mulai memahami implementasi keterbukaan informasi publik. Saat ini KIP juga mendorong masyarakat untuk menggunakan PPID itu untuk keperluan apapun yang sifatnya positif."* (Ketua Tim Komunikasi, Informan I-1)

Pranata Humas Ahli Pertama menyoroti perkembangan positif pada sisi pelayanan informasi, sekaligus mengakui bahwa pemahaman masyarakat belum merata:

*"Menurut saya kondisi keterbukaan informasi publik yang ada di lapangan untuk saat ini sudah mulai mengalami perkembangan yang cukup positif. Masyarakat semakin aktif dalam mengawasi dan meminta informasi publik... Walaupun masih banyak yang belum*

*paham akan hal ini."* (Pranata Humas Ahli Pertama, Informan I-2)

Sementara itu, Staf Tim Komunikasi memberikan perspektif yang lebih kritis, menilai bahwa isu keterbukaan informasi publik masih bersifat *niche* dan belum menjadi perhatian arus utama masyarakat:

*"Keterbukaan informasi publik sampai saat ini masih menjadi topik yang sangat niche dan hanya mendapat perhatian dari pihak-pihak yang terlibat langsung... masyarakat sebagai user belum banyak yang mengetahui hak mereka untuk mengakses informasi publik dari badan-badan publik."* (Staf Tim Komunikasi, Informan I-3)

Ketiga sudut pandang ini saling melengkapi: implementasi kebijakan telah berkembang, layanan informasi mulai membaik, tetapi literasi publik tetap menjadi titik lemah yang mengharuskan Tim Komunikasi terus mengarahkan aktivitasnya pada edukasi dan sosialisasi berkelanjutan.

**Tantangan Implementasi Keterbukaan Informasi Publik**

Tantangan yang dihadapi KIP bersifat multidimensi. Pertama, kesenjangan kapasitas antarbadan publik. Ketua Tim Komunikasi menjelaskan:

*"Badan publik itu banyak dan tersebar di seluruh Indonesia. Secara SDM dan infrastruktur juga berbeda-beda. Badan publik pusat relatif lebih baik, tetapi badan publik di daerah masih ada yang belum optimal. Faktornya karena anggaran, infrastruktur, dan komitmen pimpinan badan publik itu sendiri."* (Informan I-1)

Kedua, rendahnya literasi masyarakat mengenai mekanisme memperoleh informasi melalui PPID:

*"Masyarakat juga masih belum tahu fungsi PPID di setiap badan publik. Mereka taunya informasi itu adanya di Komisi Informasi, padahal informasi publik itu ada di badan publik. Kalau ada kendala baru mengadu ke Komisi Informasi."* (Informan I-1)

Ketiga, tantangan internal Tim Komunikasi dalam menyeimbangkan kreativitas dengan koridor birokrasi serta keterbatasan personel:

*"Kami dituntut menghadirkan ide-ide yang segar, tetapi tetap harus sesuai dengan SOP dan koridor komunikasi lembaga. Di samping itu, keterbatasan SDM juga menjadi tantangan ketika ada beberapa kegiatan yang berlangsung secara bersamaan."* (Staf Tim Komunikasi, Informan I-3)

Ketiga lapisan tantangan tersebut—eksternal pada badan publik, eksternal pada masyarakat, dan internal organisasi—menjadi dasar bagi KIP dalam menyusun strategi komunikasi yang adaptif.

**Tahap Fact Finding**

Sejalan dengan pandangan Cutlip, Center, dan Broom (2019) bahwa persoalan humas

hanya dapat diselesaikan setelah terlebih dahulu diidentifikasi dan dipahami secara utuh, KIP membangun strategi komunikasinya bukan dari asumsi internal, melainkan dari data lapangan: hasil Monev, IKIP, data penyelesaian sengketa informasi, serta koordinasi rutin dengan komisioner. Temuan ini memperkuat pandangan Nurhadi dkk. (2023) bahwa analisis situasi menjadi prasyarat penentuan tema dan strategi komunikasi. Dalam praktiknya, proses *fact finding* KIP mengungkap dua persoalan utama: rendahnya pemahaman masyarakat atas haknya, dan ketimpangan implementasi PPID antarbadan public sebagian sudah berjalan baik, sebagian lain masih memerlukan bimbingan teknis dan penguatan kapasitas.

**Tahap Planning and Programming**

Perencanaan komunikasi KIP dilakukan melalui rapat koordinasi bulanan yang menjadi forum penyusunan agenda campaign wajib (hari besar nasional, program komisioner) maupun campaign spesifik (video edukasi, sosialisasi tematik):

*"Kalau yang rutin kita tiap bulan pasti ada rapat. Awal bulan biasanya membahas campaign-campaign yang wajib... Di rapat itu juga kita evaluasi kendala-kendala atau kebutuhan yang perlu direncanakan."* (Ketua Tim Komunikasi, Informan I-1)

Perencanaan ini bersifat dinamis, bukan kaku, karena harus menyesuaikan agenda mendadak komisioner di tengah keterbatasan personel:

*"Tidak menutup kemungkinan di tengah bulan ada juga karena kebutuhan tertentu. Tim kami masih kecil, jadi ketika ada kegiatan yang datang bersamaan kami harus menyesuaikan lagi pembagian tugas."* (Informan I-1)

Setiap konten juga melalui tahapan penentuan konsep, produksi, hingga peninjauan oleh Ketua Tim sebelum dipublikasikan, sebagaimana dijelaskan Staf Tim Komunikasi:

*"Proses pembuatan konten media sosial selalu diawali dengan perencanaan. Kami menentukan dulu konsep dan format kontennya... Setelah konsep ditetapkan, tim masuk ke tahap produksi, kemudian hasilnya direview oleh ketua tim sebelum dipublikasikan."* (Informan I-3)

Prinsip akurasi dan netralitas pesan juga menjadi pedoman utama, mengingat KIP merupakan bagian dari pemerintah: *"Jadi pesan komunikasinya harus akurat, harus netral, dan tidak ada tone negatif"* (Informan I-1).

**Tahap Taking Action and Communication: Analisis Model PENCILS**

**Publication.** Unsur ini menjadi aktivitas paling dominan dalam strategi humas KIP. Informasi mengenai kegiatan komisioner, sidang sengketa informasi, hasil Monev, IKIP, *podcast* edukasi, dan kampanye tematik dipublikasikan secara rutin melalui *website* resmi dan media sosial. Proses publikasi tidak dilakukan secara instan, melainkan melalui pengumpulan dokumentasi, penyusunan materi, penyuntingan, peninjauan substansi, hingga persetujuan—mekanisme yang menunjukkan bahwa publikasi KIP

mengedepankan akurasi dan kredibilitas, bukan sekadar kecepatan penyebaran. Pemilihan platform (Instagram untuk konten visual singkat, *website* untuk berita dan putusan sengketa yang lebih lengkap) juga mencerminkan adaptasi terhadap karakteristik audiens digital.

**Event.** KIP menyelenggarakan sejumlah kegiatan strategis yang berfungsi ganda sebagai agenda kelembagaan sekaligus media komunikasi tatap muka: KIP Expo (pameran keterbukaan informasi yang memungkinkan interaksi langsung antara masyarakat dan badan publik),

Monev, Anugerah Keterbukaan Informasi Publik

(bentuk apresiasi sekaligus instrumen motivasi bagi badan publik lain), serta Rapat Koordinasi Nasional (Rakornas) yang menjadi ruang penyamaan persepsi antara KIP, Komisi Informasi Provinsi, kementerian, dan lembaga daerah.

Rangkaian *event* ini menunjukkan bahwa KIP tidak semata mengandalkan komunikasi digital, tetapi membangun interaksi langsung yang meningkatkan partisipasi publik.

**News.** Hubungan KIP dengan media massa dibangun secara berkelanjutan, bukan insidental. Ketua Tim Komunikasi menjelaskan pendekatan yang digunakan bersifat relasional, bukan transaksional:

*"Jadi tuh kita punya teman-teman di tim komunikasi membina hubungan dengan media lain, membuat WA Group. Jadi kalau kita ada kegiatan kita undang mereka. Kalau mereka tertarik mereka datang, nanti mereka liput... Tapi kita tidak bisa maksa."* (Informan I-1)

Pelibatan media disesuaikan dengan nilai berita kegiatan Monev dan IKIP misalnya, pernah diliput TV One, Metro TV, RRI, dan Liputan6 (Informan I-1) menunjukkan bahwa keberhasilan *media relations* KIP tidak ditentukan oleh besaran anggaran, melainkan konsistensi membangun kepercayaan jangka panjang dengan jurnalis.

**Community Involvement.** Cakupan pemangku kepentingan yang dilibatkan KIP sangat luas: masyarakat umum sebagai pengguna informasi, badan publik sebagai penyelenggara layanan, PPID sebagai pelaksana teknis, Komisi Informasi Provinsi sebagai mitra koordinasi, media massa sebagai mitra publikasi, hingga akademisi dalam forum diskusi dan penyusunan IKIP. Keterlibatan badan publik melalui Monev, bimbingan teknis, dan forum koordinasi menunjukkan bahwa badan publik tidak diposisikan sebagai objek evaluasi semata, tetapi mitra yang didorong bersama meningkatkan kualitas layanan informasi.

**Identity Media.** Konsistensi identitas visual logo, warna, tipografi, dan gaya desain diterapkan di seluruh kanal digital resmi (*website* komisiinformasi.go.id, Instagram, Facebook, X, TikTok, YouTube) maupun materi pendukung seperti *backdrop*, *banner*, dan sertifikat kegiatan. Konsistensi ini berfungsi ganda: memudahkan publik mengenali sumber informasi resmi di tengah derasnya arus informasi digital, sekaligus memperkuat kredibilitas dan *brand recall* lembaga.

**Lobbying and Negotiation.** Sebelum informasi dipublikasikan, Tim Komunikasi terlebih dahulu berkoordinasi dengan komisioner maupun unit kerja terkait substansi—mekanisme yang menjaga kredibilitas informasi sebagai representasi resmi negara. Koordinasi serupa juga terlihat dalam penyelenggaraan Monev, Rakornas, KIP Expo, dan Anugerah Keterbukaan Informasi Publik yang melibatkan kementerian, lembaga, pemerintah daerah, dan Komisi Informasi Provinsi. Pendekatan yang digunakan bersifat kolaboratif, bukan instruktif—forum-forum koordinasi menjadi ruang bertukar kendala dan solusi antarpihak, mencerminkan karakteristik GPR yang menempatkan komunikasi sebagai sarana membangun kolaborasi, bukan sekadar penyampaian kebijakan searah.

**Social Investment.** Berbeda dari organisasi bisnis yang mewujudkan investasi sosial melalui bantuan material, KIP mengarahkan investasinya pada penguatan pemahaman masyarakat dan badan publik melalui sosialisasi, edukasi, *podcast*, KIP Expo, Monev, bimbingan teknis, dan pendampingan PPID. Nilai utama dari investasi ini terletak pada pembangunan pengetahuan (*knowledge investment*) yang manfaatnya bersifat jangka panjang dan berkelanjutan, alih-alih bantuan yang bersifat sesaat.

**Tahap Evaluation**

Evaluasi dilakukan secara berkala melalui rapat rutin bulanan yang tidak hanya menilai capaian program, tetapi juga menjadi ruang mengidentifikasi kendala teknis maupun pengelolaan media. Indikator awal efektivitas komunikasi diperoleh dari pemantauan *insight* media sosial:

*"Saya melakukan evaluasi komunikasi itu dari engagement di media sosial. Misalnya membalas komentar di media sosial itu perlu proses dan pemilihan kata yang baik. Jadi salah satu indikatornya ya adanya interaksi dengan masyarakat."* (Informan I-1)

Respons badan publik turut menjadi indikator keberhasilan tidak langsung, tercermin dari meningkatnya partisipasi dalam Monev dan penguatan fungsi PPID, sementara respons masyarakat terlihat dari meningkatnya pertanyaan dan diskusi seputar hak atas informasi.

Sejalan dengan Cutlip, Center, dan Broom (2013) serta Kurniati dkk. (2020), evaluasi KIP telah mengarah pada prinsip *continuous improvement*, meski indikator keberhasilannya masih dapat dikembangkan lebih komprehensif—tidak hanya mengukur capaian publikasi, tetapi juga perubahan pemahaman masyarakat secara berkala.

**Faktor Pendukung Strategi Humas KIP**

Dukungan kelembagaan menjadi faktor pendukung utama—komisioner dan Sekretariat memberi ruang bagi Tim Komunikasi untuk terus mengembangkan publikasi:

*"Sekretariat sangat mendukung kami untuk aktif di media sosial dan website. Komisioner juga sering membuat program yang akhirnya memudahkan tim komunikasi untuk mengangkat isu keterbukaan informasi publik ke masyarakat."* (Informan I-1)

Faktor lain adalah pemanfaatan media digital sebagai kanal murah dan mandiri, ditambah kekuatan kerja sama dan komunikasi internal tim yang solid:

*"Faktor yang paling membantu adalah kerja sama tim yang solid dan komunikasi internal yang baik. Dengan saling mendukung dan berbagi peran, kami bisa menghadapi berbagai tantangan tersebut."* (Informan I-3)

Jaringan kerja sama lintas Lembaga kementerian, pemerintah daerah, Komisi Informasi Provinsi, media massa, dan PPID turut memperluas jangkauan komunikasi secara berkelanjutan.

**Faktor Penghambat Strategi Humas KIP**

Hambatan paling menonjol adalah keterbatasan sumber daya manusia, yang menyebabkan satu personel menangani berbagai fungsi sekaligus:

*"Kadang tim saya sedang mengerjakan tugas A, terus tiba-tiba tugas B datang... Akhirnya pekerjaan sebelumnya ditinggalkan dulu karena kegiatan lapangan tidak bisa ditunda,*

*Saya sebagai ketua tim melihat bebannya jadi dobel dan khawatir mereka tidak fokus."* (Informan I-1)

Keterbatasan anggaran juga membatasi rencana kerja sama publikasi berbayar dengan media massa nasional:

*"Kalau saya sih maunya kita punya kekuatan anggaran untuk kerja sama dengan media, misalnya ada kontrak publikasi dalam satu tahun... Tapi saat ini memang kemampuan kita masih terbatas."* (Informan I-1)

Kedua keterbatasan ini mendorong Tim Komunikasi bekerja lebih adaptif: pembagian tugas fleksibel, optimalisasi media milik sendiri, dan koordinasi internal yang intensif—menjadikan keterbatasan sumber daya bukan penghalang, melainkan pemicu inovasi kerja dalam batas kapasitas yang tersedia.

**KESIMPULAN**

Strategi humas Komisi Informasi Pusat dalam mendorong keterbukaan informasi publik terhadap badan publik telah dilaksanakan secara sistematis melalui empat tahap *Public Relations Process*, *fact finding, planning and programming, action and communication,* dan *evaluation*. diimplementasikan secara konkret melalui ketujuh unsur Model PENCILS. Humas KIP tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai fasilitator komunikasi yang menjembatani kepentingan pemerintah, badan publik, media, dan masyarakat, sejalan dengan karakteristik *Government Public Relations*. Faktor pendukung utamanya adalah komitmen kelembagaan dan pemanfaatan media digital, sementara tantangan utamanya adalah kesenjangan kapasitas badan publik antarwilayah, rendahnya literasi masyarakat, serta keterbatasan sumber daya manusia dan anggaran Tim Komunikasi. Penelitian ini merekomendasikan agar KIP mengoptimalkan indikator evaluasi

komunikasi yang lebih komprehensif, memperkuat inovasi konten digital untuk menjangkau generasi muda, memperluas kolaborasi lintas pemangku kepentingan, serta meningkatkan kapasitas PPID di badan publik secara lebih merata. Penelitian selanjutnya disarankan mengembangkan studi komparatif antara Komisi Informasi Pusat dan provinsi, atau mengkaji efektivitas strategi komunikasi digital terhadap kesadaran masyarakat menggunakan pendekatan kuantitatif maupun *mixed methods*.

**DAFTAR PUSTAKA**


Alamsyah, A. S., Salahudin, & Firdaus, M. (2024). E-Government Public Relations: A systematic literature review. *Journal of Government Science (GovSci)*, 5(2), 100–116.

Azka, H. N., & Najicha, F. U. (2022). Penerapan keterbukaan informasi publik sebagai upaya mewujudkan pemerintahan yang transparan dan akuntabel. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(1), 597–602.

Broom, G. M., Cutlip, S. M., & Center, A. H. (2012). *Effective public relations* (11th ed.). Pearson.

Caroline, A. D., & Sihidi, I. T. (2022). Strategi humas dalam menjaga citra positif Pemerintah Kota Malang di era keterbukaan informasi publik. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, 12(2), 11–23. https://doi.org/10.34010/jipsi.v12i2.7881

Creswell, J. W. (2016). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE Publications.

Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2019). *Effective public relations* (12th ed.). Pearson.

Ghiffari, F. (2024). Strategi Government Public Relations oleh Dinas Sosial DKI Jakarta pada akun @pusdatinkesosdki dalam memberi sosialisasi mengenai Data Terpadu Kesejahteraan Sosial. *Jurnal CommLine*, 9(1), 78–96.

Giffari, M., Wiyati, E., Andriani, F., & Putri, C. (2024). Peran humas dalam keterbukaan informasi publik pada PPID Kemendikbudristek. *Jurnal Cyber PR*, 4, 119–131. https://doi.org/10.32509/cyberpr.v4i2.4634

Khadafi, R., Nurmandi, A., Hasibuan, E. J., Harahap, M. S., Saputra, A., Mahardika, A., & Izharsyah, J. R. (2024). Assessing the Indonesian government's compliance with the public information disclosure law in the context of COVID-19 data transparency. *Frontiers in Political Science*, 6(1).

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.

Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif* (Rev. ed.). Remaja Rosdakarya.

Nurfaiza, R., & Meisyanti. (2024). Implementasi cyber public relations Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Barat dalam meningkatkan keterbukaan informasi publik. *IKRAITH-Humaniora*, *8*(3). https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v8i3.4176

Ruslan, R. (2012). *Manajemen public relations dan media komunikasi: Konsepsi dan aplikasi*. PT RajaGrafindo Persada.

Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
Yin, R. K. (2017). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.