

Strategi Komunikasi Kolaborasi antara Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar dalam Mengelola Program BEJA sebagai Bentuk Implementasi Visi Jawa Barat

Muthia Khairunnisa Rahardjo¹, Moch. Armien Syifa Sutarjo²,

¹ Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia,
muthiakha@student.telkomuniversity.ac.id

² Dosen Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia,
mocharmiensyifaas@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Penelitian ini membahas strategi komunikasi yang dilakukan oleh Diskominfo Jabar dalam pengelolaan program Bewara Jawa Barat sebagai bentuk dari implementasi visi Jawa Barat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana strategi komunikasi dalam kolaborasi yang digunakan oleh Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif yang mencakupi proses observasi dan juga wawancara. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan model strategi yang dalam hubungan masyarakat menurut Cutlip dan Center (2013), teori ini terbagi menjadi empat langkah, yaitu: *Defining the problem, Planning and Programming, Taking Action and Communicating, and Evaluating the problem*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kolaborasi antara Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar efektif dalam menjalankan tahapan diatas dalam pengelolaan program BEJA. Dalam mendefinisikan masalah Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar membuat tim internal untuk berkomunikasi dan melakukan pembagian tugas. Tahap perencanaan melibatkan perencanaan isu dan pertimbangan *news value* dan kepentingan publik. Proses berlanjut dengan tindakan dan komunikasi melalui manajemen komunikasi dan strategi penyampaian informasi melalui BEJA. Evaluasi program terbagi menjadi evaluasi internal dan evaluasi eksternal. Strategi komunikasi tersebut dilakukan Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar dalam berkolaborasi dilakukan secara berulang dalam pelaksanaan pengolahan program BEJA.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, Kolaborasi, Manajemen Komunikasi, Humas Pemerintahan.*

Abstract

This research discusses the communication strategy carried out by Diskominfo Jabar and Biro Adpim Jabar in the management of the Bewara Jawa Barat program as a form of implementation of the Western Java vision. The aim of this study is to analyze how communication strategies in collaboration are used by Diskominfo Jabar and Biro Adpim Jabar. The approach used in this study is a qualitative approach with descriptive methods that includes observation processes and also interviews. The research was carried out using a strategy model in public relations according to Cutlip and Center (2013), the theory is divided into four steps, namely: Defining the problem, Planning and Programming, Taking Action and Communicating, and Evaluating the problem. The results of the research showed that the collaboration between Diskominfo Jabar and Biro Adpim Jabar was effective in carrying out the above stages in the management of the BEJA program. In defining the Diskominfo Jabar and Biro Adpim Jabar created an internal team to communicate and carry out the division of tasks. The planning phase involves planning issues and consideration of news value and public interest. The process continues with action and communication through communication management and information delivery strategy through BEJA. Program evaluation is divided into internal evaluation and external evaluation. The communication strategy was carried out by Diskominfo Jabar and Biro Adpim Jabar in collaboration repeatedly in the forced processing of the BEJA program.

Keywords: Communication Strategy, Collaboration, Communication Management, Government Public Relations.

I. PENDAHULUAN

Bewara Jawa Barat (BEJA) adalah program siaran informasi publik yang diproduksi oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat. Program ini ditayangkan di kanal YouTube Jabarprov TV. BEJA lahir pada tahun 2020 di tengah pandemi COVID-19. Pandemi COVID-19 telah menjadi krisis global yang berdampak besar pada kehidupan masyarakat di

seluruh dunia. Pemerintah Provinsi Jawa Barat menyadari bahwa perubahan ini juga berdampak pada kebutuhan masyarakat akan informasi. Dalam memenuhi kebutuhan masyarakat terkait informasi yang akurat dan terkini tersebut, Pemerintah Provinsi Jawa Barat meluncurkan program BEJA. Program ini menyajikan informasi terkini dan akurat dari pemerintah. BEJA juga menyajikan informasi dengan cara yang menarik dan informatif, sehingga mudah dipahami oleh masyarakat.

Berdasarkan pada Visi Jawa Barat pada tahun 2018 - 2023 'Terwujudnya Jawa Barat Juara Lahir dan Batin dengan Inovasi dan Kolaborasi' terdapat makna dimana provinsi ini maju dan sejahtera baik dari segi lahir (seperti ekonomi, infrastruktur, dan lain-lain) maupun batin (seperti iman, akhlak, budaya, dan lain-lain). Untuk mencapai visi ini, Jawa Barat mengusung nilai-nilai inovasi dengan memanfaatkan teknologi dan kreativitas untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Selain itu, kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, dan swasta juga menjadi kunci penting dalam mencapai tujuan bersama untuk memajukan Jawa Barat. Berdasarkan pra-riset yang telah dilakukan dikatakan bahwa kolaborasi antara bidang Informasi Komunikasi Publik (IKP) Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Jawa Barat dan tim kerja Materi Komunikasi Pimpinan (MKP) (Biro Adpim) Jawa Barat sering mendapatkan anugrah media humas dan selalu mendapatkan 3 besar untuk urusan kehumasan, dibuktikan dengan Jabar dilinai efektif dalam menyampaikan program, kegiatan, capaian, prestasi, inovasi, bahkan mengcounter narasi negatif. Keberhasilan Jawa Barat membuktikan keberhasilan kolaborasi IKP dan MKP. Fungsi dan tujuan dari BEJA adalah sebagai media untuk mengetahui informasi mengenai peluncuran program-program baru pemerintah Jawa Barat, informasi mengenai peristiwa terkini di Jawa Barat, dan juga Informasi-informasi lainnya yang bermanfaat bagi masyarakat. Program ini telah meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang berbagai hal, mulai dari kebijakan pemerintah, peristiwa terkini, hingga informasi bermanfaat lainnya. BEJA juga telah meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan Jawa Barat.

Berkenaan dengan penelitian terdahulu terkait dengan strategi komunikasi dalam kehumasan akan menjadi referensi yang dilakukan dalam penelitian ini. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Sukmono, Filosa dan Kencana, Adinda (2022) dalam "Sapa Aruh" the New Communication Strategy of Yogyakarta Provincial Government in Digital Media Management (@humasjogja). Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi Pemerintah Provinsi Yogyakarta dalam mengelola akun Instagram @humasjogja, terutama dalam konteks pandemi COVID-19, di mana media sosial resmi pemerintah menjadi sumber informasi penting dan menunjukkan "kehadiran" pemerintah di tengah masyarakat. Perbedaan dari penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah fokus wilayah (Yogyakarta dan Jawa Barat), platform media yang digunakan (Instagram dan secara langsung, Youtube, Instagram, Twitter, dan juga TikTok), dan aspek kerjasama (tidak berkolaborasi antar instansi dalam pemerintahan dan berkolaborasi antar instansi dalam pemerintahan). Namun berbeda pada penelitian ini karena menggunakan teori strategi kehumasan 4 tahap dari Cutlip dan Center yang akan sangat membantu proses kehumasan dan penelitian ini juga meneliti bagaimana strategi komunikasi kolaborasi yang dilakukan antara dua instansi (Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar) dalam pengelolaan program BEJA, sehingga penelitian ini menjadi penting untuk diteliti.

Penelitian ini akan menjawab tentang bentuk strategi komunikasi yang dilakukan dalam kolaborasi antara Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar untuk mengelola BEJA sebagai bentuk dari implementasi Visi Jawa Barat 'Terwujudnya Jawa Barat Juara Lahir dan Batin dengan Inovasi dan Kolaborasi'. Maka hasil dari penelitian ini adalah untuk membuktikan fenomena dari implementasi Visi Jawa Barat dalam nilai kolaborasi yang diteliti.

II. TINJAUAN LITERATUR

Peneliti akan meninjau literatur yang mencakup landasan teori, penelitian terdahulu, dan struktur pemikiran. Dasar teoritis akan mengeksplorasi teori dan konsep yang relevan untuk mendukung pemahaman dan evaluasi penelitian ini. Referensi teoritis dan konseptual yang digunakan dalam penelitian ini diharapkan sejalan dengan strategi komunikasi yang digunakan oleh instansi pemerintah dalam mengelola suatu program. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan satu teori dengan dua konsep, yaitu teori Cutlip dan Center, serta konsep manajemen komunikasi dan humas pemerintahan. Menurut Sahputra (2020), fokus utama dalam manajemen komunikasi adalah untuk mengoptimalkan pemanfaatan teknologi dan sumber daya manusia guna meningkatkan efektivitas komunikasi dengan pihak lainnya. Proses manajemen komunikasi terjadi di dalam dan di luar kerangka sosial, memperlihatkan perhatian terhadap peran individu di berbagai sektor. Selanjutnya, humas pemerintahan, fungsi humas menjadi esensial sebagai upaya dalam menghubungkan kepentingan pemerintah dengan kepentingan masyarakat. Tanggung jawab humas pemerintah meliputi penyebaran informasi serta penjelasan terkait kebijakan dan langkah-langkah pemerintah kepada masyarakat, sementara juga membangun relasi yang harmonis antara institusi tersebut dengan publiknya. Menurut Dozier (dalam Lani, 2021), tugas humas di dalam suatu entitas organisasi dapat dikategorikan ke dalam empat aspek yang berbeda. Pertama-tama, sebagai Penasihat Ahli (Komunikator Ahli), individu humas tersebut telah memperoleh pengalaman luas serta keahlian yang mendalam di bidangnya. Kedua, sebagai Fasilitator Komunikasi (Fasilitator Komunikasi),

mereka berperan sebagai penghubung atau mediator antara manajemen dan publik, memastikan terciptanya saling pemahaman di antara keduanya. Ketiga, sebagai Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (Fasilitator Proses Pemecahan Masalah), mereka merupakan bagian dari tim manajemen yang turut serta dalam mengatasi permasalahan humas. Keempat, sebagai Teknisi Komunikasi (Teknisi Komunikasi), mereka adalah individu humas yang mahir dalam menyediakan layanan komunikasi teknis, mirip dengan peran jurnalis, dengan fokus pada penyediaan layanan komunikasi yang praktis.

Peneliti menerapkan empat fase strategis dalam praktik humas, sebagaimana yang disajikan oleh Abadiningtyas (2017), yang didasarkan pada konseptualisasi tahapan yang diajukan oleh Cutlip dan Center (2013). Keempat tahapan tersebut mencakup: pengidentifikasian permasalahan langkah awal dalam proses ini adalah mengevaluasi dan memantau pemahaman, pendapat, sikap, serta perilaku yang terkait dengan kebijakan dan tindakan organisasi. Keempat tahap tersebut adalah (1) mendefinisikan masalah, dalam penelitian ini, peneliti akan menelaah permasalahan apa yang terjadi dalam proses kolaborasi antara Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar dalam pengelolaan BEJA; (2) perencanaan dan pemrograman, peneliti akan menelaah bagaimana tahap perencanaan yang dilakukan oleh Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar sebelum mengelola program BEJA; (3) mengambil tindakan dan berkomunikasi, peneliti akan menelaah bagaimana pelaksanaan dari perencanaan yang telah ditetapkan oleh Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar saat mengelola program BEJA; dan (4) evaluasi program, peneliti akan menelaah bagaimana ketercapaian Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar dalam mengelola program BEJA yang selanjutnya juga akan dilakukan peninjauan bagaimana cara perencanaan yang dilakukan selanjutnya agar pengelolaan program BEJA lebih efektif. Teori strategi komunikasi yang dirumuskan oleh Cutlip dan Center digunakan karena keempat strategi tersebut akan mampu menelaah apa permasalahan yang terjadi, bagaimana perencanaan yang digunakan untuk mengatasi permasalahan tersebut, selanjutnya melaksanakan perencanaan yang telah ditetapkan, dan kemudian mengevaluasi hasil yang didapatkan dalam pelaksanaan pengelolaan program BEJA yang dilakukan sebagai bentuk kolaborasi dari Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar tersebut.

III.METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang berbasis pada realitas dan mendalami pemahaman tentang fenomena sosial melalui pendekatan yang alami. Penelitian ini menerapkan metode penelitian deskriptif. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk memberikan gambaran yang terperinci dan akurat tentang fenomena yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini metode penelitian deskriptif akan menjabarkan bagaimana kolaborasi antara Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar dalam mengelola program BEJA memenuhi nilai kolaborasi dari Visi Jawa Barat. Klasifikasi informan terdiri dari tiga kategori, yakni informan kunci, informan ahli, dan informan pendukung. Metode yang diadopsi oleh peneliti untuk memilih informan adalah *purposive sampling*, sebuah teknik yang, seperti yang diuraikan oleh Sugiyono (2013), melibatkan pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan dan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya oleh peneliti.

Penelitian ini melibatkan partisipasi informan dalam proses pengumpulan data serta eksplorasi informasi terkait strategi komunikasi kolaborasi yang diterapkan antara Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data observasional dan wawancara untuk menghimpun data yang nantinya akan dipresentasikan. Penelitian ini dilaksanakan pada dua lokasi yang berbeda. Tempat pertama adalah Gedung Sate yang berada di Jalan Diponegoro Nomor 22, Citarum, Kecamatan Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115. Sementara itu, lokasi kedua adalah Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat yang terletak di Jalan Tamansari Nomor 55, Lebak Siliwangi, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132. Selanjutnya, dalam menganalisis data pada penelitian ini, peneliti akan menerapkan tiga fase analisis data Kualitatif berdasarkan kerangka kerja yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (2014) yaitu : reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

IV.HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui penelitian ini, peneliti ingin menggambarkan dan menjelaskan tentang cara Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar mengelola BEJA yang sesuai dengan tujuan utama Jawa Barat untuk menjadi provinsi yang unggul dalam segala bidang melalui inovasi dan kolaborasi. Fokus utama penelitian ini adalah pada bagaimana kerjasama antara bidang IKP Diskominfo Jabar dan tim MKP Biro Adpim Jabar dalam mengelola BEJA yang berkontribusi pada pencapaian visi tersebut dengan menggunakan teori Cutlip dan Center. Penelitian ini dilakukan selama dua bulan, dimulai dari bulan Juni hingga Juli. Sewaktu bulan Juni, peneliti melakukan pengambilan data, yaitu mengobservasi BEJA melalui kanal Youtube Jabarprov Tv dan mewawancarai lima informan yang terdiri dari dua informan kunci dan dua informan pendukung dari Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar, serta satu informan ahli yang merupakan dosen dari Telkom University. Kemudian, hasil pengumpulan data peneliti sajikan sesuai dengan tahapan teori Cutlip dan Center, yaitu *defining the problem, planning and programming, taking action and communicating*, serta *evaluating the problem*.

1. Hasil Penelitian

Bewara Jawa Barat merupakan sebuah program informasi atau media komunikasi resmi yang digunakan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat untuk menyampaikan berbagai informasi kepada masyarakat luas. *Bewara* (yang diambil dari Bahasa Sunda) dalam Bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai ‘berita’ atau ‘pengumuman’ yang berfungsi sebagai sarana komunikasi dua arah, di mana masyarakat dapat memberikan masukan dan tanggapan mereka terhadap kebijakan atau program pemerintah. Bewara Jawa Barat lebih sering disebut dengan singkatan ‘BEJA’, dulunya program ini bernama JAPRI. Namun, diungkapkan oleh pak Harris selaku informan kunci yang merupakan Pranata Humas Ahli Pertama Biro Adpim Jabar, nama JAPRI berganti karena adanya pergantian kepemimpinan dari Gubernur sebelumnya ke Pejabat Gubernur Jawa Barat.

“Sebenarnya lebih populer BEJA daripada Bewara Jawa Barat. Jadi memang lebih baik dipopulerkan sebagai program BEJA saja, singkatan dari Bewara Jawa Barat. Jadi supaya lebih ringkas. Kalau dulu BEJA itu bernama JAPRI. Kemudian masa kepemimpinan beralih ke PJ Gubernur Pak Bey Machmudin, jadi BEJA atau Bewara Jawa Barat.” (Hasil wawancara dengan Pak Harris, Juni 2024)

Menurut pak Harris, sebenarnya tidak ada masalah dengan adanya pergantian nama program tersebut, karena jika diamati, di beberapa daerah di Indonesia yang berganti pimpinan daerah, terdapat program yang hanya sebutannya saja yang berbeda, tetapi isi dari programnya sama. Selanjutnya, berdasarkan hasil observasi peneliti, program BEJA dapat ditemui melalui beberapa akun Youtube dan Instagram yang dikelola oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat, yaitu Jabarprov TV ataupun beberapa Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) di Pemprov Jabar yang turut mempromosikan program BEJA, seperti Biro Adpim Jabar dan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPM-PTSP) Jabar.

Berbicara tentang BEJA, dalam pelaksanaannya tentu memerlukan strategi yang matang, terlebih dalam hal komunikasi dan kolaborasi yang melibatkan dua instansi, yaitu Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar. Keduanya, memiliki tugas pokok dan fungsi (tupoksi) yang berbeda, tetapi masih dalam garis tujuan yang sama. Strategi dan cara adalah hal yang sama, tapi berbeda, cara merupakan hal yang dilakukan secara *step by step*, sedangkan strategi adalah bagaimana agar program yang dilakukan mencapai tujuannya.

Setiap program yang dibuat khususnya di bidang teknologi, informasi, dan komunikasi, termasuk program BEJA pastinya memerlukan strategi komunikasi dari berbagai aspek yang dirancang secara khusus untuk mencapai tujuan program. Serta, setiap program yang ada tentu menerapkan strategi yang berbeda-beda.

“Sebagaimana tujuan komunikasi itu sendiri, *to inform, to educate*. Jadi menginformasikan program, kebijakan, informasi terbaru sekitar Pemda Provinsi Jawa Barat kepada masyarakat. Dan kita juga sampaikan manfaatnya itu apa kepada masyarakat. Sehingga masyarakat dapat mendukung program-program tersebut demi kesejahteraan masyarakat juga.” (Hasil wawancara dengan bu Fauziah, Juni 2024.)

Berdasarkan wawancara dengan bu Fauziah selaku informan kunci yang merupakan Pranata Humas Diskominfo Jabar, tujuan utama dari adanya program BEJA adalah untuk menyampaikan informasi dan memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai program-program, kebijakan, dan informasi terbaru yang dikeluarkan oleh pemerintah daerah. Jika dianalisis lebih lanjut, dapat dikatakan bahwa program ini bertujuan untuk memberikan informasi yang transparan kepada masyarakat agar mereka tahu kegiatan apa saja yang dilakukan oleh pemerintah, masyarakat diharapkan lebih memahami tentang program-program yang ada dan manfaatnya bagi mereka, serta dengan pemahaman yang baik tersebut, masyarakat diharapkan akan lebih mendukung dan terlibat dalam program-program yang dijalankan.

Terkait dengan strategi komunikasi kolaborasi dalam perspektif *public relations* (PR) adalah intinya PR lebih berorientasi dalam hal membangun dan menjaga hubungan antara organisasi dengan berbagai pihak yang berkepentingan, baik itu pihak internal maupun eksternal. Saat ini dalam pengelolaan BEJA terjadi perubahan strategi komunikasi untuk membuat program menjadi lebih efektif dan relevan dengan cara memilih isu-isu yang lebih menarik bagi media, sehingga diharapkan BEJA mendapatkan liputan yang lebih luas dan memberikan dampak yang lebih besar. Dalam menjalankan program BEJA, Diskominfo Jabar bersama dengan Biro Adpim Jabar berkolaborasi untuk mencapai tujuan dari BEJA itu sendiri dan mendukung terwujudnya visi Jawa Barat, yaitu inovasi dan kolaborasi. Namun, bagaimana kedua instansi tersebut berkolaborasi dan menghadapi dinamika yang terjadi dalam pelaksanaan program BEJA? Untuk menganalisis lebih jauh lagi terkait strategi komunikasi kolaborasi BEJA, peneliti akan menjelaskan berdasarkan teori Cutlip dan Center.

a. Mendefinisikan Masalah

Tahap mendefinisikan masalah merupakan tahapan krusial dalam proses PR karena menjadi dasar bagi perencanaan dan pelaksanaan program BEJA selanjutnya. Setiap program dalam pelaksanaannya tentu

memiliki masalah atau kendalanya masing-masing. Masalah tersebut harus diidentifikasi dan ditemukan jalan keluarnya, agar pihak pelaksana dapat merencanakan pelaksanaan program selanjutnya.

Pada pelaksanaan BEJA, ternyata tidak hanya melibatkan dua instansi yang berkolaborasi, Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar, tetapi mereka juga berkoordinasi dengan para wartawan, seperti yang diungkapkan oleh Pak Harris, sebagai berikut :

“Jadi keterkaitan Biro Adpim dan Diskominfo itu seperti program JAPRI sebelumnya, kita memang berkoordinasi dengan Diskominfo. Pertama, koordinasi tentang kehadiran insan media atau rekan-rekan media di acara BEJA ini, karena rekan-rekan media itu merupakan tanggung jawab atau berada di bawah koordinasi Diskominfo. BEJA itu audiens utamanya sebetulnya insan media atau wartawan. Karena memang tujuan utamanya untuk menginformasikan program atau kegiatan kepada masyarakat melalui perantara insan media. Kemudian komunikasi yang lainnya yang kami jalin dengan Diskominfo itu pasca penyelenggaraan BEJA. Pasca penyelenggaraan BEJA itu Diskominfo membuat rilis dari program BEJA ini. Rilisnya disusun langsung oleh Diskominfo.” (Hasil Wawancara dengan pak Harris, Juni 2024).

Pada dasarnya, Biro Adpim Jabar dan Diskominfo Jabar memiliki kolaborasi yang erat, terutama dalam hal koordinasi kehadiran media atau wartawan di acara BEJA. Diskominfo memiliki tanggung jawab langsung dalam mengelola hubungan dengan media, adanya hal tersebut merujuk pada tujuan utama BEJA yang untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat dengan memanfaatkan keseluruhan media yang ada. Selain berkoordinasi dengan wartawan, Diskominfo Jabar juga bertanggung jawab untuk membuat *press release* untuk menyebarkan informasi yang lebih lanjutnya kepada publik. Sementara itu, dalam masalah yang terkait dengan komunikasi antara Biro Adpim Jabar dan Diskominfo Jabar hingga saat ini masih terjalin dengan aman dan tidak ada masalah. Tidak hanya dalam hal komunikasi dan koordinasi, terdapat beberapa aspek lainnya yang perlu diperhatikan permasalahannya dalam pelaksanaan BEJA. Seperti yang diungkapkan oleh pak Sofyan, sebagai berikut:

“Mungkin kalau sekarang, permasalahan utama kita itu sekarang kan jarang ada isu-isu yang muncul, sehingga kita agak sulit untuk melaksanakan program bewara Jawa Barat. Jadi, biasanya kan ada request gitu, permintaan dari perangkat daerah atau pihak lain, bewara Jawa Barat itu pra-event, pra-event kegiatan, atau bahas isu yang lagi hangat.” (Hasil wawancara dengan pak Sofyan, Juni 2024)

Dapat dianalisis, salah satu permasalahan utama yang saat ini dihadapi oleh tim produksi BEJA adalah kurangnya isu-isu yang relevan dan menarik untuk dibahas yang disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kurangnya permintaan dari pihak luar dan kondisi kepemimpinan yang berbeda, yang berakibat pada berkurangnya frekuensi pelaksanaan BEJA. Selain itu informan kunci, bu Fauziah selaku Pranata Humas Diskominfo Jabar juga mengungkapkan masalah lainnya yang terkait dengan komunikasi yang biasanya dihadapi dalam pelaksanaan BEJA, yaitu sebagai berikut:

“Masalah komunikasi utama yang dihadapi Diskominfo Jabar dan Biro adpim Jabar dalam mengelola program Bewara Jawa Barat adalah dadakan atau agenda pimpinan yang tiba-tiba. Jadi, kadang pimpinan yang diproyeksikan jadi narasumber itu ketika H-1 masih bisa melaksanakan tugas sebagai narasumber, tapi sewaktu hari H, jadi tidak bisa. Hal itu berdampak ke materi publikasi yang meskipun sebenarnya bisa didisposisi atau diturunkan ke satu tingkat lebih bawah dari pimpinan tersebut.” (Hasil wawancara dengan bu Fauziah, Juni 2024)

Dianalisis lebih jauh bahwa salah satu masalah dalam pelaksanaan program BEJA adalah ketidakpastian jadwal narasumber, terutama pimpinan yang sering kali berubah secara mendadak. Hal tersebut menyebabkan sejumlah kendala dalam pengelolaan program, terutama dalam hal persiapan materi publikasi dan koordinasi dengan media. Adanya perubahan jadwal dapat berdampak pada materi publikasi yang telah disiapkan yang sekalipun dialihkan ke pejabat lain, tapi sering kali tidak secara maksimal dalam penyampaian karena kaitannya dengan posisi dan kapasitas narasumber. Kemudian, dari pihak Diskominfo Jabar melalui bu Annisa selaku Admin Media Sosial Diskominfo Jabar juga mengungkapkan permasalahan yang Diskominfo Jabar biasanya hadapi ketika pelaksanaan BEJA.

“Kalau menurut saya masalah utama yang dihadapi Diskominfo Jabar itu bagaimana mengemas beja ini menjadi program yang menarik untuk masyarakat jadi mungkin publikasinya juga kita udah publikasi di media sosial di Youtube, di mana-mana cuman sepertinya belum menjangkau seluruh kalangan masyarakat. Bagaimana mengemas BEJA ini supaya jadi program yang menarik. Untuk menjadi program yang menarik biasanya kita akan mengundang, lebih tepatnya Biro Adpim akan mengundang narasumber yang kompeten dan mengemas acaranya jadi lebih santai dan tidak kaku.” (Hasil wawancara dengan bu Annisa, Juni 2024)

Jika ditinjau dari sisi Diskominfo Jabar, mereka kesulitan dalam membuat program BEJA menjadi lebih menarik sehingga dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Hal tersebut salah satu faktornya adalah keterbatasan media internet. Adanya masalah-masalah dalam pelaksanaan program BEJA tersebut diidentifikasi oleh kedua instansi, adalah dengan melalui koordinasi lewat grup komunikasi *real-time* mereka. Tim BEJA memiliki grup komunikasi yang *standby on*, jadi jika ada perubahan jadwal atau pembatalan, informasi tersebut dapat langsung disampaikan dalam grup sehingga tim dapat segera bertindak untuk melakukan penyesuaian.

b. Perencanaan dan Pemrograman

Pada tahap perencanaan dan program, peneliti melakukan wawancara dengan tujuan untuk mengetahui perencanaan strategi yang dilakukan dalam pelaksanaan BEJA melalui Biro Adpim Jabar dan Diskominfo Jabar. Adapun perencanaan pelaksanaan BEJA ditentukan dengan memperhatikan beberapa hal yang telah didiskusikan dan dikoordinasikan bersama.

“Perencanaan kolaborasi komunikasi. Jadi, BEJA ini ada dua cara mengangkat suatu isu. Pertama, melalui permohonan dari perangkat daerah yang mengajukan permohonan ke Biro Adpim. Kemudian kami tidak langsung mengiyakan permohonan dari perangkat daerah tersebut, tetapi akan dibahas terlebih dahulu di internal team. Kami juga bahas dengan Diskominfo. Kalau misalnya memang diperlukan, karena memang masyarakat masih perlu informasi tentang suatu program ini. Akhirnya, diangkatlah program atau kegiatan ini menjadi isu di BEJA. (Hasil wawancara dengan Pak Harris, Juni 2024).

Mengingat BEJA adalah program pemerintah, maka setiap isu yang akan dibahas di BEJA harus melalui banyak pertimbangan atau dalam artian isu yang dibahas tidak sembarangan. Inti dari penentuan isu program BEJA adalah ide-ide yang awalnya diberikan tidak muncul secara tiba-tiba, tetapi sering kali melalui proses pemantauan media. Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar bekerja sama dalam hal memantau berbagai media untuk melihat isu-isu yang sedang berkembang dan menjadi perhatian masyarakat, serta memiliki nilai berita yang tinggi. Setelah menetapkan sebuah isu, tim internal akan merencanakan materi yang akan disampaikan, pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber, dan memilih narasumber yang paling relevan dengan isu yang akan dibahas dalam BEJA.

Pada dasarnya, ketika dua pihak berkolaborasi akan terjadi dinamika dalam pelaksanaannya. Kolaborasi yang efektif antara Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar bergantung pada kesamaan visi dan misinya. Dalam pelaksanaan BEJA, Diskominfo Jabar berperan sebagai penyedia sarana dan infrastruktur untuk menyiarkan program yang telah disiapkan oleh Biro Adpim Jabar. Diskominfo Jabar juga memiliki peran yang penting dalam proses selama BEJA ada hingga saat ini, karena platform media sosial pemerintah Provinsi Jawa Barat, seperti JabarProv TV dan Humas Jabar, dipegang dan dikelola Diskominfo Jabar. Sedangkan, Biro Adpim Jabar adalah pihak yang memiliki program serta bertanggung jawab atas materi dan konsep program. Selain itu, dalam pemrograman BEJA, ternyata tidak hanya melibatkan dua instansi, tapi sering kali juga membutuhkan bantuan atau kolaborasi dari instansi lain. Pada proses persiapan BEJA, melibatkan koordinasi intensif antara Biro Adpim Jabar dengan berbagai pihak, termasuk Biro Umum. Biro Adpim Jabar juga sering kali berkoordinasi dengan perangkat daerah lainnya atau beberapa *stakeholder* terkait pemilihan narasumber dari berbagai unsur dan materi yang akan disampaikan.

c. Mengambil Tindakan dan Berkomunikasi

Setelah merancang strategi komunikasi yang matang, langkah selanjutnya adalah menerjemahkan rencana tersebut ke dalam tindakan nyata. Tahap pelaksanaan ini melibatkan pemilihan saluran komunikasi yang tepat, penyusunan pesan yang menarik, dan pemantauan respon dari publik. Teori Cutlip dan Center menekankan pentingnya komunikasi dua arah, sehingga kita perlu membuka ruang bagi publik untuk memberikan masukan dan umpan balik.

“Pelaksanaan itu kami sampaikan Beja ini adalah talkshow antara narasumber dengan insan media, kemudian dengan masyarakat umum. Masyarakat umum itu bisa mengikuti dari streaming yang kami laksanakan. Karena Beja ini bisa online dan onsite, jadi strateginya kami rancang dengan menyampaikan informasi-informasi yang kiranya diperlukan oleh masyarakat dan yang kiranya diperlukan oleh media untuk disampaikan kepada masyarakat. Jadi kami kami dorong media untuk menyampaikan pertanyaan terkait informasi yang belum jelas. Apa yang perlu mereka ketahui untuk disampaikan ke narasumber.” (Hasil wawancara dengan pak Harris, Juni 2024)

Biro Adpim Jabar bersama dengan Diskominfo Jabar merancang strategi komunikasi BEJA dengan berbentuk *talkshow* yang melibatkan berbagai pihak dalam implementasinya. BEJA diharapkan menjadi saluran komunikasi yang efektif untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, baik secara *streaming*

online maupun langsung. Konsep *talkshow* pada program BEJA memungkinkan terjadinya interaksi dua arah antara narasumber, media, dan masyarakat yang diwakilkan oleh insan media. Adanya hal tersebut sesuai dengan prinsip komunikasi efektif yang menekankan pentingnya umpan balik serta dapat menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan memiliki tujuan yang jelas dan terukur.

Pada intinya, media berperan untuk menyebarkan informasi yang telah dibahas dalam program BEJA atau dapat dikatakan bahwa media dalam hal ini adalah sebagai jembatan antara pemerintah dengan masyarakat melalui media. Untuk itu, sebelumnya di bagian perencanaan telah disebutkan bahwa setelah program BEJA terlaksana, Diskominfo Jabar membuat *press release* atau penekanan yang kemudian diberikan kepada media-media untuk disebarluaskan ke seluruh lapisan masyarakat.

“BEJA ini juga kadang-kadang teman-teman media itu melakukan door stop atau wawancara. Meskipun BEJA ini sebetulnya kan konferensi pers juga, tapi teman-teman media juga kadang-kadang ingin melakukan door stop, karena memang door stop ini lebih intens ya, lebih intens wawancaranya, jadi bisa langsung komunikasi dua arah, antara rekan-rekan media dan narasumber. Jadi, teman-teman media juga suka minta door stop di akhir acara.” (Hasil wawancara dengan pak Harris, Juni 2024).

Salah satu bentuk tindakan dan komunikasi yang dilakukan dalam pelaksanaan BEJA adalah *doorstop*. Diketahui bersama bahwa praktik *doorstop* adalah bagian yang tidak terpisahkan dari kegiatan jurnalistik. Wartawan biasanya melakukan *doorstop* kepada narasumber untuk memperoleh data atau jawaban yang lebih banyak lagi dan untuk menjalin komunikasi interpersonal yang memungkinkan terjadinya interaksi langsung antara dua orang atau lebih.

d. **Evaluasi Program**

Setiap program yang berjalan diharuskan untuk melakukan peninjauan kembali atau evaluasi pada program yang telah dilaksanakan. Hal ini bertujuan untuk mengukur tingkat keberhasilan dan meminimalisir kekurangan, serta memperbaiki strategi yang akan dilakukan dalam volume BEJA berikutnya.

“Jadi kami ada semacam *survey*. namanya SKM atau Survey Kepuasan Masyarakat. Survey Kepuasan Masyarakat, salah satunya kami menyampaikan bahwa sebetulnya bukan hanya di program BEJA itu kami mohonkan kepada masyarakat menyampaikan kritiknya atau sarannya. Nah sebetulnya umpan balik dari kami itu lebih ke perangkat daerah, kemudian ke narasumber.” (Hasil wawancara dengan pak Harris, Juni 2024)

Survei kepuasan masyarakat dihadirkan sebagai alat untuk mengevaluasi efektivitas program BEJA untuk mendapatkan masukan untuk perbaikan. Tetapi, umpan balik yang diberikan dalam hal ini yang lebih diprioritaskan adalah umpan balik internal dari perangkat daerah dan narasumber. Selain itu, dalam setiap pelaksanaan program tentu memiliki indikator keberhasilan.

“Indikator keberhasilan dari penyebaran informasi dari program yang disosialisasikan di beja ini indikatornya kalau masyarakat aware gitu tentang program-program yang ada di beja baik volume 1, 2, 3 itu berarti programnya sukses, berarti acara Beja-nya berhasil. Sedangkan kalau kita sudah bikin program beja, sudah mengundang media dan sebagainya, tapi masyarakat belum aware sama programnya, berarti komunikasinya masih ada yang harus diperbaiki.” (Hasil wawancara dengan bu Annisa, Juni 2024).

Keberhasilan BEJA tidak hanya diukur dari seberapa banyak orang yang hadir atau bagaimana meriah acaranya, tetapi lebih kepada dampak yang ditimbulkan terhadap masyarakat. Tingkat kesadaran masyarakat Jawa Barat tentang program-program yang disosialisasikan menjadi tolak ukur utama. Jika masyarakat paham, berarti pesan yang disampaikan telah sampai dan efektif. Namun, jika masyarakat tidak paham, maka berarti ada masalah dalam proses komunikasi yang dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti pesan yang tidak jelas, saluran komunikasi yang kurang tepat, atau target *audiens* yang tidak tepat. Dalam hal ini, media memiliki peran yang penting dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat. Semakin luas jangkauan media, maka semakin besar pula potensi informasi untuk sampai kepada masyarakat. Hal tersebut dihitung berdasarkan jumlah pemberitaan di media untuk mengukur efektivitas suatu program komunikasi.

“Untuk mengevaluasi keberhasilannya itu kita kan ada tim media monitoring itu yang sebelum-sebelumnya pernah dibahas juga. Dari media monitoring itu kan kelihatan nanti ada positif, netral, atau negatif.” (Hasil wawancara dengan bu Annisa, Juni 2024).

Evaluasi keberhasilan media dipantau melalui sebuah tim yang dibentuk dengan sebutan tim *media monitoring*. Tim yang ditugaskan akan mengumpulkan data dari hasil pantauan media dan kemudian melakukan analisis sentimen untuk mengidentifikasi sentimen publik terhadap program BEJA, yang di mana sentimen diperoleh dapat berupa sentimen yang mendukung, menentang, ataupun netral. Jika ditemukan hasil

sentimen mayoritas positif, maka dapat disimpulkan bahwa program BEJA telah berhasil diterima dengan baik oleh masyarakat.

2. Pembahasan

Program BEJA merupakan inisiatif komunikasi dari Pemerintah Provinsi Jawa Barat yang bertujuan untuk menyampaikan informasi dan edukasi kepada masyarakat mengenai program-program, kebijakan, dan informasi terbaru dari pemerintah daerah. Berdasarkan wawancara dengan berbagai pihak yang terlibat, dapat dianalisis bahwa strategi komunikasi yang diterapkan dalam program ini mencakup berbagai aspek yang dirancang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Program BEJA adalah contoh implementasi yang baik dari teori Cutlip dan Center dalam strategi komunikasi publik Cutlip dan Center (2013 (Miles, 2014)).

a. Menedefinisikan Masalah

Dalam konteks program BEJA, analisis masalah ini menjadi kunci untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi, baik dalam hal koordinasi antar instansi maupun dalam mengelola isu-isu yang relevan untuk publikasi. Berdasarkan wawancara dengan berbagai narasumber, masalah yang dihadapi oleh Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar dalam pelaksanaan program BEJA dapat diidentifikasi dan dianalisis lebih lanjut untuk meningkatkan efektivitas program ini. Adanya kolaborasi antara Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar, tentunya membuat permasalahan yang dialami dari sudut pandang setiap instansi berbeda. Adapun masalah yang dihadapi Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar dalam pelaksanaan BEJA, yaitu seperti kurangnya isu yang relevan, ketidakpastian jadwal narasumber, hal-hal yang berkaitan tentang koordinasi dengan media, dan keterbatasan menjangkau media. Adanya permasalahan atau tantangan dalam program BEJA tersebut, membuat Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar harus mengatasinya dengan melakukan berbagai cara, seperti berikut:

- **Pembuatan Tim Internal BEJA:** Tim internal BEJA yang terdiri dari perwakilan Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar dapat membantu mengelola program secara lebih terstruktur dan terkoordinasi. Dalam tim internal BEJA, dibentuk juga sub-tim dengan tugas dan tanggung jawab yang lebih spesifik, seperti tim perencanaan, tim produksi, tim *media handling*, dan tim evaluasi.
- **Peningkatan Komunikasi Internal:** Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar mengadakan rapat koordinasi secara berkala untuk membahas perkembangan program, mengevaluasi pelaksanaan, dan mengatasi masalah yang muncul. Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar menggunakan platform komunikasi digital seperti WhatsApp, untuk mempercepat dan mempermudah komunikasi antar tim. Platform ini memungkinkan pertukaran informasi yang efisien dan *real time* sehingga jika mengalami masalah dalam pelaksanaan acara BEJA, kedua perangkat daerah tersebut dapat saling berkoordinasi dengan cepat.
- **Pembagian Tugas:** Selain membentuk tim internal BEJA, Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar juga membagi tugas yang jelas antar kedua perangkat daerah tersebut dengan tujuan dapat membantu menghindari tumpang tindih tanggung jawab dan memastikan bahwa setiap pihak fokus pada peran dan fungsi mereka masing-masing.

b. Perencanaan dan Pemrograman

Berdasarkan wawancara yang dilakukan, perencanaan dan pelaksanaan BEJA melibatkan berbagai tahapan dan kolaborasi antara beberapa pihak untuk memastikan isu-isu yang diangkat relevan dan informasi disampaikan secara efektif kepada masyarakat.

- **Proses Perencanaan Isu:** Perencanaan program BEJA dimulai dengan pemilihan isu yang diajukan oleh SKPD dan dibahas secara internal oleh tim Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar. Adapun isu yang tim internal BEJA pilih adalah isu yang dianggap penting dan relevan bagi masyarakat, serta memiliki nilai berita yang tinggi. Proses ini mencerminkan praktik manajerial dalam perencanaan komunikasi publik yang efektif, di mana isu dipilih berdasarkan kebutuhan informasi masyarakat dan potensi dampaknya. Setelah adanya permohonan yang masuk, Biro Adpim Jabar melakukan evaluasi awal terhadap setiap permohonan isu yang diusulkan untuk menentukan relevansi, urgensi, dan manfaat isu bagi masyarakat. Isu yang dipilih oleh tim internal BEJA harus memiliki nilai berita tinggi, artinya isu tersebut dianggap penting, menarik, dan berdampak signifikan bagi masyarakat. Selain *news value*, pertimbangan utama adalah kepentingan publik.
- **Proses Perencanaan Program:** Dalam hal ini, Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar mulai menjalankan perannya masing-masing. Namun sebelum itu, mereka melakukan koordinasi terkait perencanaan program agar tidak terjadi kesalahan dalam pelaksanaannya. Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar mengadakan rapat agenda setting untuk membahas isu-isu yang telah diidentifikasi. Selain itu, rapat ini juga membahas pembagian tugas antara Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar, termasuk siapa yang bertanggung jawab untuk setiap aspek program. Setelah isu disepakati, tim internal BEJA

yang berasal dari Biro Adpim Jabar merencanakan materi yang akan disampaikan dalam program dengan menentukan poin-poin penting yang perlu dibahas serta informasi yang harus disampaikan kepada publik. Jika Biro Adpim Jabar bertanggung jawab terhadap narasumber dan isi acara, maka Diskominfo Jabar bertanggung jawab untuk merencanakan strategi publikasi program BEJA.

Pada proses perencanaan dan pemrograman, dapat dilihat bahwa kolaborasi antara Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar mencerminkan pembagian tugas yang jelas. Biro Adpim Jabar berfokus pada penyediaan materi dan konsep program, sementara Diskominfo Jabar bertanggung jawab untuk menyalurkan program dan mengelola platform media sosial.

c. Mengambil Tindakan dan Berkomunikasi

- **Strategi Penyampaian Informasi melalui BEJA:** Program BEJA dirancang untuk menyampaikan informasi dengan konsep *talkshow* yang diadakan secara *online* dan *onsite*. Program ini dirancang oleh Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar untuk memungkinkan interaksi langsung antara narasumber, media, dan masyarakat. Tim internal BEJA membuat acara dengan format *talkshow* dengan tujuan agar penyampaian informasi lebih dinamis dan interaktif.
- **Manajemen Media:** Tim internal BEJA mengundang media untuk meliput acara BEJA dan menyebarkan informasi yang dibahas dalam program tersebut. Dengan melibatkan media, informasi dapat disebarluaskan melalui berbagai platform, termasuk media cetak, elektronik, dan *online*. Program BEJA juga membuka ruang bagi publik untuk memberikan masukan dan umpan balik, adanya hal ini memungkinkan penyelenggara untuk menilai respon publik terhadap informasi yang disampaikan dan melakukan penyesuaian jika diperlukan.
- **Doorstop sebagai Tindakan Komunikasi:** Pelaksanaan *doorstop* sebagai bagian dari kegiatan BEJA adalah contoh praktik komunikasi yang memungkinkan interaksi langsung antara wartawan dan narasumber. Tim internal BEJA mengadakan sesi ini untuk mendukung komunikasi dua arah dengan memberikan kesempatan untuk klarifikasi lebih lanjut dan interaksi langsung yang memperdalam pemahaman. Selain itu, wartawan juga lebih mudah dalam menyampaikan pesan dari masyarakat terkait isu yang dibahas oleh narasumber.

d. Evaluasi Program

- **Evaluasi Internal:** Selain masyarakat, perangkat daerah yang mengajukan topik untuk BEJA juga memberikan umpan balik. Evaluasi ini membantu menentukan apakah program BEJA berhasil menyampaikan pesan yang diinginkan oleh perangkat daerah. Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar juga mengadakan rapat evaluasi internal secara berkala untuk membahas hasil SKM, feedback dari perangkat daerah, dan hasil media monitoring. Rapat ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pelaksanaan program BEJA.
- **Evaluasi Eksternal:** Bentuk dari evaluasi ini adalah survei kepuasan masyarakat indikator keberhasilan program, dan media monitoring.

Pada dasarnya, evaluasi program BEJA melibatkan penggunaan berbagai metode untuk menilai efektivitas komunikasi dan dampaknya terhadap masyarakat. Adanya evaluasi internal yang berasal dari *feedback* perangkat daerah dan evaluasi internal yang terdiri dari Survei Kepuasan Masyarakat (SKM), indikator keberhasilan, dan media monitoring adalah alat utama yang digunakan untuk mengevaluasi dan meningkatkan program. Dengan pendekatan ini, BEJA dapat mengidentifikasi kekurangan, memperbaiki strategi komunikasi, dan memastikan bahwa informasi yang disampaikan mencapai dan mempengaruhi audiens secara efektif.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kolaborasi antara Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar dalam pengelolaan program BEJA merupakan bukti nyata nilai kolaborasi dari implementasi dari Visi Jawa Barat tahun 2018 - 2023 'Terwujudnya Jawa Barat Juara Lahir dan Batin dengan Inovasi dan Kolaborasi'. Kolaborasi yang dilakukan kedua instansi tersebut juga merupakan sebuah penerapan dari Permendagri 56 tahun 2019. Berdasarkan hasil temuan pada penelitian ini didapatkan bahwa strategi komunikasi kolaborasi antara Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar dalam pengelolaan program BEJA merupakan strategi komunikasi yang dilakukan secara berulang dan berkelanjutan, sebelum pelaksanaannya ada tahap mendefinisikan masalah yang dimana meliputi pemilihan isu-isu yang akan ditayangkan dalam program BEJA sesuai dengan *news value* yang sudah disepakati oleh Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar setelah proses media monitoring. Selanjutnya, ada tahap merencanakan program yang pada pelaksanaannya Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar ini berkolaborasi dengan cara berbagi tugas sesuai dengan tupoksinya masing-masing, lalu saat proses pelaksanaannya bentuk kolaborasi antara Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar ini masih dengan pembagian tupoksinya masing-masing dan juga melalui media sosial sebagai sarana komunikasi yang dilakukan untuk mereka

berkomunikasi dan berkoordinasi secara *real-time*. Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar juga melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan program BEJA dengan melihat bagaimana serapan media, *awareness* masyarakat terkait konten BEJA yang telah dibagikan, dan juga melihat sentimen pemberitaan di media *online* yang dilakukan oleh mereka melalui media monitoring. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti strategi komunikasi tersebut dilakukan secara berkala oleh Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar dalam pengelolaan program BEJA. Hasil penelitian menjelaskan bahwa Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar menggunakan strategi komunikasi yang sama dengan teori empat tahapan strategi humas oleh Cutlip dan Center dalam pengelolaan program BEJA.

Setelah melakukan penelitian secara langsung peneliti melihat bahwa strategi komunikasi dalam kolaborasi dua instansi pemerintahan yang dilakukan oleh Diskominfo Jabar dan Biro Adpim Jabar dalam mengelola program BEJA dilakukan dengan baik karena dalam pelaksanaannya menggunakan tahapan yang ternyata sesuai dengan teori empat langkah strategi humas oleh Cutlip dan Center dimulai dari mendefinisikan masalah hingga mengevaluasi program BEJA yang dilaksanakan. Namun hendaknya pelaksanaan program BEJA ini akan lebih baik jika dilakukan secara rutin agar masyarakat lebih *aware* mengenai program dan kebijakan apa yang ada di pemerintahan Provinsi Jawa Barat.

REFERENSI

- Cutlip, S. M., Center. & Broom, G.M. (2013). *Effective Public Relations, Ed. 9*. Jakarta : Kencana.
- Denpasar, Dinda Maisie Abadiningtyas Nuning Indah Pratiwi Putri Ekaresty Haes Putu Ratna Juwita Sari Undiknas. "Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial STRATEGI HUMAS CUTLIP AND CENTER KOMISI PEMILIHAN" 2, no. 2 (2018). <http://journal.undiknas.ac.id>.
- Lani, Oktri Permata, and Beni Handayani. (2021). Peranan Humas Pemerintahan (Government Public Relations) Dalam Menciptakan Reputasi Pemerintahan Yang Baik. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*. 9(2): 130–40. <https://doi.org/10.30656/lontar.v9i2.4071>.
- Miles, M. H. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3*. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press. USA: Sage Publications.
- Sahputra, Dedi. (2020). Manajemen Komunikasi Suatu Pendekatan Komunikasi. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*. 6(2): 152–62. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v6i2.4069>.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA, CV.
- Sukmono, Filosa Gita, and Adinda Putri Surya Kencana. (2023). Pola Baru Pengelolaan Media Digital Dalam Instagram @humasjogja. *Mediator: Jurnal Komunikasi*. 15(2):264–77. <https://doi.org/10.29313/mediator.v15i2.10705>.