

Evaluasi Efektivitas Program Komunikasi Publik Dinas Komunikasi Dan Informatika DIY Dalam Menjangkau Berbagai Kalangan Masyarakat

Erik Prananda Sahputra¹

Susatyo Herlambang²

^{1,2}Akademi Manajemen Administrasi Yogyakarta

¹eriksahputra59@gmail.com

²susatyoharlambang@amayogyakarta.ac.id

Abstract

Currently, in the midst of the digitalization era, the use of social media is popular among Indonesian people. Both parents and teenagers are very active in using social media, even in daily activities, social media has become an essential need for some people. As a very effective tool, social media is used to spread information in various circles. Social media has become a communication platform used by various segments of society, especially teenagers, students, celebrities, as well as state officials such as presidents, legislative members and political parties. They use social media as a means to hear people's aspirations. In fact, society which previously tended to be conservative and reluctant to accept change or new technology, is now starting to open up to technological progress. Diskominfo DIY's social media, such as Website, Instagram, Facebook, Twitter and YouTube, continue to play a role in providing the latest information to encourage Public Information Openness. The information published via social media does not only come from internal sources, but also includes all activities carried out by the DIY Government in various fields, which are routinely uploaded periodically. One of the main challenges in public communication is how effectively to convey relevant and useful messages to various groups of society. Every level of society has different communication needs and preferences, so inclusive and diverse communication strategies are needed to reach all levels of society.

Keywords: Effectiveness; Public Communication Progra

PENDAHULUAN

Transformasi media komunikasi dan informasi telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan pemerintah. Ketersediaan internet dan media sosial telah memungkinkan masyarakat untuk lebih aktif berpartisipasi dalam proses komunikasi publik.

Perkembangan internet menandai era baru yang menghadirkan teknologi interaktif dan komunikasi jaringan, khususnya di dunia maya, yang berpotensi mengubah tata cara masyarakat berinteraksi. Data yang diterbitkan oleh berbagai lembaga riset menunjukkan bahwa penggunaan media sosial di Indonesia terus

meningkat dari tahun ke tahun. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia, termasuk Instagram, Facebook, dan Twitter, telah mencapai angka yang sangat signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi salah satu saluran komunikasi utama bagi masyarakat Indonesia. Menurut artikel yang dipublikasikan oleh [dataindonesia.id](#), menunjukkan bahwa Instagram menjadi platform media sosial yang paling populer di Indonesia, mencapai penggunaan sebesar 84,8%, melebihi Facebook dan TikTok. Dengan demikian, banyak instansi atau organisasi publik yang menggunakan Instagram sebagai saluran utama dalam menyebarkan informasi, baik kepada komunitas mereka sendiri maupun pengikutnya ([Febiola, 2021](#)).

Internet, sebagai media terkini, secara signifikan mempengaruhi dinamika kehidupan masyarakat. Karakteristiknya yang khas telah mengubah cara komunikasi berlangsung dengan menghilangkan batasan ruang dan waktu. Selain itu, internet memfasilitasi akses yang lebih mudah dan cepat dalam pencarian serta penyebaran informasi ([Herlambang, 2020](#)). Bagi beberapa individu, informasi menjadi aspek yang sangat penting dan menjadi salah satu kebutuhan esensial dalam kehidupan sehari-hari. Saat ini, kemajuan teknologi telah membuat akses informasi menjadi lebih mudah dan dapat dijangkau oleh berbagai lapisan masyarakat. Hal ini disebabkan oleh ketersediaan informasi yang luas melalui transparansi informasi publik. Transparansi informasi publik adalah salah satu bentuk kebutuhan yang diperlukan oleh masyarakat, terutama dalam hal mendapatkan informasi mengenai layanan publik.

Saat ini, di tengah era digitalisasi, penggunaan media sosial sedang populer di kalangan masyarakat Indonesia. Baik orang tua maupun remaja sangat aktif menggunakan media sosial, bahkan dalam kegiatan sehari-hari, media sosial telah menjadi kebutuhan esensial bagi sebagian orang. Sebagai alat yang sangat efektif, media sosial digunakan untuk menyebarkan informasi di berbagai kalangan. Media sosial telah menjadi platform komunikasi yang digunakan oleh berbagai segmen masyarakat, terutama oleh remaja, mahasiswa, selebritis, serta pejabat negara seperti presiden, anggota legislatif, dan partai politik. Mereka menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mendengar aspirasi masyarakat. Bahkan, masyarakat yang sebelumnya cenderung konservatif dan enggan menerima perubahan atau teknologi baru, saat ini juga mulai terbuka terhadap kemajuan teknologi ([Kurniawan, 2021](#)).

Salah satu tugas utama pemerintah adalah menyelenggarakan layanan kepada masyarakat. Layanan tersebut dilaksanakan untuk memenuhi kebutuhan yang beragam kepada masyarakat. Layanan yang berkualitas adalah yang mampu memenuhi semua kebutuhan masyarakat dengan mudah, cepat, dan tanpa biaya.

Menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009, layanan publik merujuk pada serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan layanan sesuai dengan hukum bagi setiap warga negara, termasuk barang, jasa, dan layanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara layanan publik. Sementara itu, menurut Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 25 Tahun 2004, layanan publik mencakup semua kegiatan pelayanan yang dilakukan oleh penyelenggara layanan publik untuk memenuhi kebutuhan penerima layanan, sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Proses pengungkapan informasi oleh Badan Publik atau Organisasi Perangkat Daerah (OPD) sangat bergantung pada komunikasi. Cara informasi disampaikan memengaruhi cara informasi itu diterima oleh publik. Jika komunikasi kurang efektif, informasi tidak akan tersampaikan dengan baik kepada

publik, terutama dalam kegiatan sosialisasi yang melibatkan interaksi sosial antara individu atau kelompok. Media juga memainkan peran penting dalam menyebarkan informasi kepada publik. Komunikasi merupakan bagian integral dari proses keterbukaan informasi kepada publik. Komunikasi publik juga memiliki peran penting dalam membentuk citra pemerintah di mata masyarakat. Melalui pesan-pesan yang disampaikan dengan baik dan tepat, pemerintah dapat membangun kepercayaan dan dukungan dari masyarakat.

Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta (Diskominfo DIY), memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat dan memfasilitasi komunikasi antara pemerintah dengan publik. Sebagai bagian dari tugasnya; Dinas Komunikasi dan Informatika DIY bertanggung jawab untuk mengembangkan dan menjalankan program-program komunikasi publik yang efektif untuk menjangkau berbagai kalangan masyarakat. Dengan meningkatnya ketersediaan informasi kepada publik, diharapkan bahwa pihak-pihak berwenang akan termotivasi untuk bertindak secara bertanggung jawab dan memprioritaskan pelayanan publik yang optimal. Dengan menerapkan prinsip keterbukaan, tujuannya adalah untuk menciptakan pelayanan pemerintahan yang unggul dan transparansi serta akuntabilitas yang tinggi dalam partisipasi publik, sebagai langkah penting menuju terwujudnya demokrasi yang sesungguhnya (Sari, 2022).

Media sosial Diskominfo DIY, seperti Website, Instagram, Facebook, Twitter, dan Youtube tetap berperan dalam menyediakan informasi terbaru untuk mendorong keterbukaan informasi publik. Informasi yang dipublikasikan melalui media sosial tersebut tidak hanya berasal dari internal, tetapi juga mencakup semua kegiatan yang dilakukan oleh Pemerintah DIY di berbagai bidang, yang secara rutin diunggah secara berkala. Salah satu tantangan utama dalam komunikasi publik adalah bagaimana efektivitas penyampaian pesan-pesan yang relevan dan bermanfaat kepada berbagai kalangan masyarakat. Setiap kalangan masyarakat memiliki kebutuhan dan preferensi komunikasi yang berbeda-beda, sehingga diperlukan strategi komunikasi yang inklusif dan beragam untuk menjangkau semua lapisan masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini mengambil judul “Evaluasi Efektivitas Program Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika DIY dalam Menjangkau Berbagai Kalangan Masyarakat.”

TINJAUAN PUSTAKA

Efektivitas suatu program merujuk pada evaluasi sejauh mana program tersebut mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Menurut Makmur didalam (Najidah & Lestari, 2019), efektivitas program menggambarkan kesesuaian antara harapan yang diinginkan dan hasil yang dicapai, yang tercermin dalam akurasi perumusan tujuan, implementasi, dan pencapaian hasil. Dengan demikian, efektivitas program mencerminkan tingkat keberhasilan dalam mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan oleh suatu entitas, yang melibatkan pelaksanaan tugas-tugas utama di dalamnya. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Muasaroh didalam (Nasrullah, 2018), yang menyatakan bahwa efektivitas dapat di jelaskan bahwa efektivitas suatu program dapat dilihat dari aspek-aspek antara lain : Pertama; Aspek tugas atau fungsi, yaitu lembaga dikatakan efektivitas jika melaksanakan tugas atau fungsinya, begitu juga suatu program pelayanan akan efektif jika tugas dan fungsinya dapat dilaksanakan dengan baik. Kedua; Aspek rencana atau program, yang dimaksud dengan rencana atau program disini adalah rencana pelayanan yang terprogram, jika seluruh rencana dapat

dilaksanakan maka rencana atau program dikatakan efektif. Ketiga; Aspek ketentuan dan peraturan, efektivitas suatu program juga dapat dilihat dari berfungsi atau tidaknya aturan yang telah dibuat dalam rangka menjaga berlangsungnya proses kegiatannya. Aspek ini mencakup aturan-aturan baik yang berhubungan dengan pelayanan, jika aturan ini dilaksanakan dengan baik berarti ketentuan atau aturan telah berlaku secara efektif. Keempat; Aspek tujuan atau kondisi ideal, suatu program dikatakan efektif dari sudut hasil jika tujuan atau kondisi ideal program tersebut dapat dicapai. Penilaian aspek ini dapat dilihat dari kepuasan pengguna.

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian dan penerimaan berita atau informasi dari seseorang. Komunikasi berasal dari bahasa latin, yaitu dari kata *communicare*, yang berarti sama. Suatu komunikasi yang tepat akan terjadi apabila penyampai berita menyampaikan secara tepat sebuah informasi kepada penerima dan tidak terjadi gangguan atau distorsi. Komunikasi merupakan hal yang penting dalam perilaku organisasi, komunikasi tidak hanya proses penyampaian informasi dan berita yang dapat dilihat, didengar, dimengerti, tetapi proses penyampaian informasi yang menyeluruh termasuk di dalamnya perasaan dan sikap dari orang yang menyampaikan informasi tersebut (Herlambang, 2021).

Sering terjadi saat proses komunikasi seseorang mengabaikan bagaimana perasaan dan sikap dari orang yang menyampaikan maupun yang menerima informasi, sehingga sering terjadi hambatan atau sering disebut dengan *miss communication*. Dapat diambil kesimpulan, bahwa komunikasi adalah proses kegiatan-kegiatan penyampaian berita yang mengandung arti dari satu pihak kepada pihak lain, dalam usaha mendapatkan saling pengertian (Herlambang, 2019). Komunikasi diklasifikasikan menjadi beberapa macam, tergantung dari aspek tinjauannya. Klasifikasi dalam komunikasi, yaitu : Pertama; Menurut lawan komunikasi, terdiri dari; Komunikasi pribadi, yaitu komunikasi satu lawan; Komunikasi satu lawan banyak, banyak lawan satu, dan banyak lawan banyak. Kedua; Menurut cara penyampaian, terdiri dari; Komunikasi lisan, dapat terjadi secara langsung, tidak dibatasi oleh jarak, misalnya melalui rapat, wawancara, dan tidak langsung, yang dibatasi oleh jarak, misalnya melalui telepon; Komunikasi tertulis, yaitu: Dalam bentuk gambar atau foto-foto, komunikasi ini dipergunakan untuk hal-hal yang dapat dilukiskan dengan kata-kata atau kalimat. Dalam bentuk surat, komunikasi dipergunakan untuk menyampaikan berita yang sifatnya singkat, tetapi dipandang perlu ditulis. Blanko-blanko, dipergunakan untuk pengiriman berita yang mempergunakan suatu daftar. Naskah, biasanya dipergunakan untuk menyampaikan berita. Ketiga; Menurut maksud komunikasinya yaitu: Memberi perintah, yang dapat dibedakan menjadi, perintah inti dan perintah pelaksana, perintah lisan dan perintah tertulis. Perintah bentuk tugas, perintah bentuk permintaan, dan perintah bentuk usul; Memberi selamat dan nasehat; Memberi saran; Berpidato; Memberi ceramah; Rapat kerja, rapat kerja terpimpin, dan rapat kerja terbuka; Berunding; Pertemuan-pertemuan; dan Wawancara. Keempat; Menurut kelangsungannya; Komunikasi langsung, dan Komunikasi tidak langsung. Kelima; Menurut jumlah yang berkomunikasi; Komunikasi perseorangan, yaitu komunikasi antar persona, dan komunikasi dalam kelompok, yaitu komunikasi yang berlangsung atau organisasi (Herlambang, 2021).

Komunikasi berdasarkan perilaku, terbagi menjadi tiga, yaitu: Pertama; Komunikasi formal, yaitu: Komunikasi terjadi di antara para anggota organisasi, yang secara tegas telah diatur dan telah ditentukan dalam struktur organisasi.

Komunikasi formal dapat berbentuk, perintah-perintah (lisan maupun tertulis), saran-saran, laporan-laporan, rapat-rapat, atau konferensi. Kedua; Komunikasi informal, yaitu : Komunikasi yang terjadi di dalam suatu organisasi, tetapi tidak direncanakan atau telah ditentukan dalam struktur organisasi. Komunikasi informal merupakan komunikasi yang tidak mendapat pengakuan resmi. Komunikasi dari mulut ke mulut, dan biasanya berfungsi memelihara hubungan sosial persahabatan kelompok, informal, penyebaran informasi yang bersifat gossip. Ketiga; Komunikasi nonformal, yaitu: Komunikasi antara yang bersifat resmi dengan yang tidak resmi yang berhubungan dengan pelaksanaan tugas pekerjaan organisasi dengan jalinan pekerjaan yang berhubungan dengan hubungan pribadi (Herlambang, 2021).

Komunikasi berdasarkan ruang lingkup komunikasi, terdiri dari dua, yaitu: Pertama; Komunikasi internal, yaitu: Komunikasi yang berlangsung di dalam suatu organisasi. Di dalam lingkungan organisasi dapat terjadi berbagai macam komunikasi. Secara struktural, komunikasi di dalam lingkungan organisasi dapat dibedakan menjadi 4 macam, yaitu : Komunikasi dari atasan kepada bawahan, seperti petunjuk, keterangan perintah, teguran, dan pujian; Komunikasi dari bawahan kepada atasan, seperti laporan, keluhan, pendapat, dan saran; Komunikasi secara horizontal atau antara mendatar, seperti komunikasi antara pimpinan dengan pimpinan, komunikasi bawahan dengan bawahan. Kedua; Komunikasi eksternal, yaitu: Komunikasi yang berlangsung antara organisasi dengan pihak masyarakat yang ada diluar organisasi. Komunikasi eksternal mempunyai dua fungsi, yaitu : Fungsi keluar, berfungsi menimbulkan kepercayaan dan bertujuan mendapatkan dukungan dari masyarakat. Kegiatan yang dilakukan, antara lain: Pembuatan publikasi seperti buletin, selebaran, atau laporan kegiatan; Mengadakan tatap muka umum seperti kampanye produk baru; Mengadakan pameran; Mengadakan hubungan dengan pers. Fungsi kedalam, berfungsi untuk mengetahui sampai dimana keinginan masyarakat serta tanggapan masyarakat tentang kegiatan yang dilakukan oleh organisasi (Herlambang, 2021).

Berdasarkan kepentingannya, komunikasi berkepentingan, sebagai berikut : Pertama; Menimbulkan rasa kesetiakawanan dan loyalitas, antara: Para bawahan dengan atasan atau pimpinan; Bawahan dengan bawahan; Atasan dengan atasan; Pegawai dengan kantor atau organisasi yang bersangkutan. Kedua; Meningkatkan kegairahan bekerja para pegawai. Ketiga; Meningkatkan moral dan disiplin yang tinggi para pegawai. Keempat; Dengan mengadakan komunikasi semua jajaran pimpinan dapat mengetahui keadaan bidang pekerjaan yang menjadi tugasnya, sehingga akan berlangsung pengendalian operasional yang efektif dan efisien. Kelima; Dengan komunikasi semua pegawai dapat mengetahui kebijaksanaan, peraturan-peraturan, ketentuan-ketentuan, yang telah diterapkan oleh pimpinan. Keenam; Dengan komunikasi, semua informasi, keterangan-keterangan yang dibutuhkan oleh para pegawai dapat dengan cepat diperoleh. Ketujuh; Meningkatkan rasa tanggung jawab terhadap semua pegawai. Kedelapan; Menimbulkan adanya saling pengertian di antara para pegawai dan saling menghargai dalam melaksanakan tugasnya masing-masing. Kesembilan; Meningkatkan kerjasama di antara para pegawai. Kesepuluh; Meningkatkan semangat korps di kalangan para pegawai. Kesebelas; Komunikasi merupakan suatu cara untuk memperoleh keterangan yang diperlukan dalam pelaksanaan suatu pekerjaan. Keduabelas; Komunikasi adalah suatu cara untuk menjelaskan persepsi-persepsi dan hal-hal yang diharapkan dari suatu tanggung jawab.

Ketigabelas; Komunikasi adalah suatu cara untuk mendorong manusia kearah cara berpikir kreatif. Keempatbelas; Komunikasi adalah suatu cara untuk memenuhi keingintahuan manusia. Kelimabelas; Membentengi anggota organisasi dari gangguan yang mungkin timbul akibat berita-berita yang berhubungan dengan pekerjaan. Keenambelas; salah satu alat yang utama bagi anggota organisasi untuk bekerjasama. Ketujuhbelas; Komuniksi penting untuk pengambilan sebuah keputusan (Herlambang, 2021).

Dalam komunikasi tidak terlepas dari adanya sebuah informasi, sifat-sifat Informasi dalam berkomunikasi; Sifat-sifat sebuah informasi berdasarkan orang yang menerima sebuah informasi dapat dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu: Pertama; Seseorang yang kekurangan informasi. Kedua; Seseorang yang kelebihan muatan informasi. Seseorang yang kekurangan sebuah informasi juga akan mempengaruhi perilaku seseorang dalam sebuah organisasi. Adapun sifat-sifat dari sebuah sumber informasi yang datang sangat dipengaruhi oleh jumlah besar atau sedikitnya informasi yang diterima, cara penyajian dan pemahaman informasi, serta umpan balik. Apabila ketiga faktor yang mempengaruhi informasi tersebut datang secara berlebihan kepada seseorang dapat disebut dengan istilah lain kelebihan informasi (*overload*) (Herlambang, 2021).

Menurut Miller (1956) dalam (Herlambang, 2021), ada tujuh reaksi seseorang terhadap kelebihan muatan informasi (*overload*), yaitu: Pertama; Pola reaksi pertama, orang akan gagal dalam memperhitungkan informasi, reaksi ini terjadi apabila seseorang sangat sibuk dengan banyak kegiatan- kegiatan, mempunyai banyak perjanjian dalam agenda kerjanya, sehingga hasilnya sering lupa atau tidak mampu menangkap suatu informasi yang datang kepadanya. Kedua; Pola reaksi kedua, orang yang banyak membuat kesalahan, oleh karena terlalu banyak informasi diterima, maka seseorang sering membuat kesalahan di dalam menyelesaikan pekerjaan. Instruksi yang silih berganti akan membuat bawahan bingung dan banyak kesalahan. Ketiga; Pola reaksi ketiga, orang akan menunda atau menumpuk pekerjaan (*delaying or queuing*), hal ini merupakan reaksi yang umum yang dilakukan oleh kelebihan muatan seseorang yang informasi, banyaknya informasi yang datang, menyebabkan semua laporan-laporan tidak dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Keempat; Pola reaksi keempat, orang akan melakukan penyaringan (*filtering*), hal ini dilakukan saat seseorang kelebihan muatan informasi, seseorang cenderung akan menghilangkan, mengurangi, menajamkan, bahkan mengabaikan sebuah informasi, misalnya seseorang yang dalam waktu bersamaan mempunyai tiga agenda dalam waktu yang bersamaan, maka seseorang akan memilih prioritas satu dari tiga kegiatan yang ada, berdasarkan proses penyaringan yang dilakukannya. Kelima; Pola reaksi kelima, seseorang cenderung menangkap informasi secara garis besarnya saja, keterangan yang terperinci dari seseorang yang kelebihan muatan informasi, tidak menarik di dalam memori seseorang yang kelebihan muatan informasi. Keenam; Pola reaksi keenam, seseorang akan melemparkan tugas kepada orang lain dikarenakan kelebihan muatan. informasi, pola reaksi ini biasanya selalu dipergunakan oleh pimpinan yang sibuk dan mempunyai banyak bawahan. Ketujuh; Pola reaksi ketujuh, seseorang yang kelebihan muatan informasi yaitu kesengajaan untuk menghindari informasi yang datang, pola reaksi ini dilakukan karena seseorang sangat sadar terlalu banyak informasi yang datang kepadanya berupa tugas-tugas yang harus diselesaikan, tetapi masih banyak informasi yang datang kepadanya.

Beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang efektivitas komunikasi dan informasi telah dilakukan; Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan ini adalah: Pertama, pada Penelitian (Iqramullah, 2022); Membahas tentang efektivitas penyebaran informasi publik oleh Dinas Komunikasi dan Informatika di Kabupaten Soppeng. Sedangkan dalam penelitian ini membahas tentang evaluasi efektivitas program komunikasi publik Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta dalam menjangkau berbagai kalangan masyarakat. Kedua, pada penelitian (Sari, 2022a); Membahas tentang efektivitas akun Instagram@kominfodiy terhadap penyebaran informasi publik dalam perspektif Islam. Sedangkan dalam penelitian ini membahas tentang evaluasi efektivitas program komunikasi publik Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta dalam menjangkau berbagai kalangan masyarakat.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Subjek penelitian adalah pihak yang berkaitan dengan yang diteliti (informan atau narasumber) untuk mendapatkan informasi terkait data penelitian yang merupakan sampel dari sebuah penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Kominfo DIY. Sedangkan Objek penelitian adalah evaluasi efektivitas program komunikasi publik Dinas Komunikasi dan Informatika DIY dalam menjangkau berbagai kalangan masyarakat.

Peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan teknik wawancara, pustaka, buku, jurnal, dan sumber lainnya. Analisis data dalam penelitian ini tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, 2014).

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian menunjukkan; Pertama, terkait efektivitas program komunikasi publik Diskominfo DIY dalam menjangkau berbagai kalangan masyarakat dilakukan untuk menyampaikan informasi ke seluruh lapisan masyarakat secara efektif dan efisien. Diskominfo DIY, telah menggunakan berbagai macam saluran media untuk melakukan komunikasi publik, secara langsung ke masyarakat, melalui media sosial, melalui *videotron*, saluran televisi (jogja istimewa televisi/JITV), melalui aplikasi media online, dan radio. Kedua; terkait tantangan yang dihadapi oleh Diskominfo DIY; Dalam menjalankan program komunikasi publiknya Diskominfo DIY dihadapkan pada berbagai tantangan untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Tantangan yang dihadapi, yaitu: Keberagaman masyarakat, wilayah yang luas, dan tersebar; Keberagaman budaya dan bahasa; Tingkat literasi digital yang beragam; Perkembangan teknologi yang pesat; Keterbatasan sumber daya, baik dari segi anggaran, infrastruktur, maupun SDM, dapat menghambat efektivitas program komunikasi publik dalam menjangkau seluruh lapisan masyarakat; Kurangnya partisipasi masyarakat; Kesadaran masyarakat yang rendah tentang pentingnya informasi publik; Ketidakpercayaan terhadap pemerintah; Kurangnya saluran komunikasi yang efektif; Dampak Pandemi COVID-19; Perubahan Perilaku Masyarakat: Pandemi COVID-19 telah mengubah perilaku masyarakat, termasuk cara mereka mengakses informasi. Ketiga; Terkait dengan perbedaan preferensi

media dari berbagai kalangan masyarakat mempengaruhi efektivitas program komunikasi publik Diskominfo DIY.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi di Dinas Komunikasi dan Informatika DIY maka di bawah ini peneliti menyajikan hasil pembahasan tentang evaluasi efektivitas program komunikasi publik Dinas Komunikasi dan Informatika DIY dalam menjangkau berbagai kalangan masyarakat. Pertama; Bagaimana efektivitas program komunikasi publik yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika DIY dalam menjangkau berbagai kalangan masyarakat?, hasil observasi menunjukkan adanya program komunikasi publik Diskominfo DIY, yaitu : Pertama, pemanfaatan media yang beragam: Diskominfo DIY menggunakan berbagai media, seperti *website*, media sosial, dan radio. Ini merupakan langkah yang baik untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Kedua, keberpihakan pada keterbukaan informasi: Program SP4N-LAPOR! yang dikelola Diskominfo DIY merupakan contoh inisiatif yang baik dalam mewujudkan keterbukaan informasi dan pelayanan publik. Ketiga, sosialisasi melalui akun media sosial: Akun media sosial Diskominfo DIY aktif dan informatif.

Berdasarkan perolehan hasil observasi atau pengamatan yang di lakukan peneliti di Bidang Informasi dan Komunikasi Publik di dukung dengan wawancara dengan narasumber yang terdiri dari Bapak Nugroho Jannin Warenpan, S.Kom., M.Eng. (Narasumber 1) dan Ibu Pastika Setyorini, S.I.P. (Narasumber 2), hasil wawancara menunjukkan sebagai berikut: Pertama, pembahasan terkait efektivitas program komunikasi publik Diskominfo DIY dalam menjangkau berbagai kalangan masyarakat. Berdasarkan informasi dari Narasumber 1; Diskominfo DIY, sudah berusaha keras untuk menyampaikan informasi ke seluruh lapisan masyarakat secara efektif dan efisien. juga menggunakan berbagai media, mulai dari media sosial hingga dialog radio, untuk menjangkau segmen yang berbeda. Menurut informasi dari Narasumber 2; Diskominfo DIY: telah menggunakan berbagai macam saluran media untuk melakukan komunikasi publik, secara langsung ke masyarakat, melalui media sosial, melalui *videotron*, saluran televisi (jogja istimewa televisi/JITV), melalui aplikasi media online, dan radio. Kedua; terkait tantangan yang dihadapi oleh Diskominfo DIY dalam menjangkau berbagai kalangan masyarakat melalui program komunikasi publik. Kedua, pembahasan terkait tantangan; Diskominfo DIY dalam menjalankan program komunikasi publiknya dihadapkan pada berbagai tantangan untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Pertama, keberagaman masyarakat, wilayah yang luas, dan tersebar. DIY memiliki wilayah yang luas dengan kondisi geografis yang beragam, dari daerah perkotaan yang padat hingga pedesaan yang terpencil. Hal ini menyulitkan distribusi informasi yang merata dan akses yang sama terhadap program komunikasi publik, berikutnya keberagaman budaya dan bahasa; Masyarakat DIY memiliki beragam budaya dan bahasa, sehingga perlu strategi komunikasi yang tepat dan disesuaikan dengan konteks lokal agar mudah dipahami dan diterima oleh semua kalangan; Tingkat literasi digital yang beragam juga merupakan tantangan. Tingkat literasi digital masyarakat masih bervariasi, dengan sebagian masih belum terbiasa dengan teknologi informasi dan komunikasi. Kedua, perkembangan teknologi yang pesat. Perkembangan teknologi yang pesat membawa perubahan pada lanskap media dan platform komunikasi; Tantangan salah informasi dan hoaks,

maraknya salah informasi dan hoaks di media sosial menjadi tantangan tersendiri bagi Diskominfo DIY dalam menyebarkan informasi yang akurat dan terpercaya kepada masyarakat; Keterbatasan sumber daya, baik dari segi anggaran, infrastruktur, maupun SDM, dapat menghambat efektivitas program komunikasi publik dalam menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Ketiga, kurangnya partisipasi masyarakat; Kesadaran masyarakat yang rendah tentang pentingnya informasi publik; Ketidakpercayaan terhadap pemerintah; Kurangnya saluran komunikasi yang efektif. Keempat, dampak Pandemi COVID-19; Pandemi COVID-19 telah mengubah perilaku masyarakat, termasuk cara mereka mengakses informasi. Diskominfo DIY perlu menyesuaikan strategi komunikasi publiknya dengan mempertimbangkan perubahan ini; Keterbatasan Interaksi Tatap Muka: Pembatasan interaksi tatap muka selama pandemi menyulitkan pelaksanaan program komunikasi publik yang bersifat langsung dan melibatkan partisipasi masyarakat; Di masa pandemi, kebutuhan informasi yang akurat dan terpercaya dari pemerintah semakin meningkat. Diskominfo DIY perlu memastikan program komunikasi publiknya dapat memenuhi kebutuhan tersebut.

Diskominfo DIY terus berupaya mengatasi berbagai tantangan tersebut melalui berbagai strategi, yaitu: Pertama; Pemetaan Kebutuhan Masyarakat: Melakukan pemetaan kebutuhan informasi dan komunikasi masyarakat untuk merumuskan program komunikasi publik yang tepat sasaran. Kedua; Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi: Memaksimalkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk menjangkau masyarakat melalui berbagai platform digital. Ketiga; Kerjasama dengan Berbagai Pihak: Bekerjasama dengan berbagai pihak, seperti pemerintah daerah, organisasi masyarakat sipil, dan media massa, untuk memperluas jangkauan program komunikasi publik. Keempat; Peningkatan Literasi Digital Masyarakat: Meningkatkan literasi digital masyarakat melalui berbagai program edukasi dan pelatihan. Kelima; Evaluasi dan Monitoring: Melakukan evaluasi dan monitoring program komunikasi publik secara berkala untuk memastikan efektivitasnya dan melakukan penyesuaian yang diperlukan. Dengan mengatasi berbagai tantangan tersebut, Diskominfo DIY diharapkan dapat menjalankan program komunikasi publik yang efektif dan menjangkau seluruh lapisan masyarakat di DIY. Ketiga, pembahasan terkait dengan perbedaan preferensi media dari berbagai kalangan masyarakat mempengaruhi efektivitas program komunikasi publik Dinas Komunikasi dan Informatika DIY?. Perbedaan preferensi media terhadap efektivitas program Dinas Kominfo DIY: Pertama; Jangkauan Pesan: Program perlu menjangkau semua platform media untuk menjangkau semua *target audience*. Contoh: Media sosial untuk generasi muda, TV/radio untuk generasi tua. Kedua; Keterlibatan Audiens: Media sosial memungkinkan interaksi dua arah, meningkatkan peluang *dialog* dan *feedback*. Ketiga; Media tradisional seperti TV/radio menawarkan komunikasi satu arah, peluang keterlibatan lebih kecil. Keempat; Kepercayaan dan Kredibilitas: Masyarakat mungkin memiliki tingkat kepercayaan dan kredibilitas yang berbeda terhadap platform media. Contoh: Media sosial dianggap kurang terpercaya dibandingkan TV/radio. Kelima; Efektivitas Biaya: Penggunaan biaya untuk menjangkau target audience melalui platform media berbeda-beda. Contoh: Iklan di media sosial mungkin lebih murah dibandingkan TV. Perbedaan preferensi media perlu dipertimbangkan untuk meningkatkan efektivitas program komunikasi publik Dinas Kominfo DIY. Dengan menerapkan strategi yang tepat, program komunikasi publik dapat menjangkau semua kalangan masyarakat dan mencapai tujuan yang diinginkan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan. Adapun kesimpulan tersebut adalah sebagai berikut: Pertama; Program komunikasi publik yang dilakukan oleh Diskominfo DIY telah efektif dalam menjangkau berbagai kalangan masyarakat. Hal ini terbukti dari tingkat partisipasi dan respons yang baik dari masyarakat terhadap program-program yang diselenggarakan. Kedua; Tantangan yang dihadapi oleh Diskominfo DIY dalam menjangkau berbagai kalangan masyarakat melalui program komunikasi publik antara lain adalah adanya diversitas media sosial dan digital yang memerlukan strategi komunikasi yang lebih kompleks, serta kurangnya akses atau literasi digital di beberapa segmen masyarakat. Ketiga; Perbedaan preferensi media dari berbagai kalangan masyarakat dapat mempengaruhi efektivitas program komunikasi publik Diskominfo DIY. Oleh karena itu, penting bagi Diskominfo DIY untuk memahami preferensi masyarakat dan mengadaptasi strategi komunikasi disesuaikan dengan preferensi tersebut. Misalnya, bagi kalangan masyarakat yang lebih tua, media konvensional seperti televisi dan radio mungkin lebih efektif, sementara bagi kalangan muda, media sosial dan platform digital lainnya mungkin lebih diminati.

REFERENSI

- Febiola. (2021). Efektivitas Akun Instagram @suarasurabayamedia dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi bagi Followers dari Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Bisnis*, 7(1), 21–38.
- Herlambang, S. (2019). *Perilaku Organisasi*. Citra Sains.
- Herlambang, S. (2020). Pengaruh Sistem Pembelajaran Online Terhadap Kepuasan Belajar Mahasiswa Akademi Manajemen Administrasi Yogyakarta Di Masa Pandemi Covid-19. *Prima Ekonomika*, 11(2), 1–17.
- Herlambang, S. (2021). *Perilaku Organisasi*. Citra Sains.
- Iqramullah. (2022). Efektivitas Penyebaran Informasi Publik Oleh Dinas Komunikasi Dan Informatika Di Kabupaten Soppeng. *Jurnal Insitut Pemerintahan Dalam Negeri*, 5–24.
- Kurniawan. (2021). *Perilaku Nasionalisme Masyarakat di Era Kemajuan Teknologi dan Informasi pada Masyarakat SAMIN di Kabupaten Bojonegoro*.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.
- Najidah, N., & Lestari, H. (2019). Efektivitas Program Keluarga Harapan (Pkh) Di Kelurahan Rowosari Kecamatan Tembalang Kota Semarang. *Journal of Public Policy and Management Review*, 8(2), 69–87.
- Nasrullah. (2018). Riset Khalayak Digital: Perspektif Khalayak Media Dan Realitas Virtual Di Media Sosial Public Digital Research: Media Perspective and Virtual Reality in Social Media. *Jurnal Sioteknologi*, Volume 17, 271–287.
- Sari. (2022a). *Terhadap Penyebaran Informasi Publik Dalam*. 2(2), 18–36.
- Sari, R. I. (2022b). Efektivitas Akun Instagram @kominfodiy Terhadap Penyebaran Informasi Publik Dalam Perspektif Islam. *Selasar KPI*, 2(2).