

Peranan Kemas Ulang Informasi dalam Kehumasan Pemerintah

Mj Rizqon Hasani*

*Program Studi Hubungan Masyarakat PSDKU Universitas Diponegoro
Jl. Kampus PSDKU Kabupaten Batang, Jawa Tengah 51254*

**) Korespondensi: mjrizqonhasani@lecturer.undip.ac.id*

Abstract

[The Role of Information Repackaging in Government Public Relations] In an era of rapid and extensive information dissemination, the ability to convey clear and engaging information is crucial, especially for government institutions that interact directly with the public. Information repackaging, as a communication strategy, provides a solution for enhancing public understanding and engagement with government programs and policies. This study employs a self-assessment method conducted by three sources from the Department of Culture, Youth, and Sports (Budpora) of Pekalongan Regency to assess the role of information repackaging in public communication. The assessment results indicate a significant improvement in positive image, audience engagement, and crisis management effectiveness, despite facing certain challenges in the information repackaging process. The conclusion of this study affirms that information repackaging plays a strategic role in enhancing the effectiveness of public communication, suggesting that government institutions integrate this strategy in efforts to improve interaction with the community..

Keywords: *public relations; audience engagement; positive image; crisis management; communication strategy*

Abstrak

Dalam era informasi yang serba cepat dan luas, kemampuan untuk menyampaikan informasi yang jelas dan menarik menjadi sangat penting, terutama bagi lembaga pemerintahan yang berinteraksi langsung dengan masyarakat. Kemas ulang informasi, sebagai strategi komunikasi, menawarkan solusi untuk meningkatkan pemahaman dan engagement publik terhadap program dan kebijakan pemerintah. Studi ini menggunakan metode penilaian self-assessment yang dilakukan oleh tiga narasumber dari Dinas Budaya, Pemuda, dan Olahraga (Budpora) Kabupaten Pekalongan untuk menilai peran kemas ulang informasi dalam komunikasi publik. Hasil penilaian menunjukkan peningkatan signifikan dalam citra positif, engagement audiens, dan efektivitas manajemen krisis, meskipun dihadapkan pada tantangan tertentu dalam proses kemas ulang informasi. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa kemas ulang informasi memegang peran strategis dalam meningkatkan efektivitas komunikasi publik, menyarankan lembaga pemerintahan untuk mengintegrasikan strategi ini dalam upaya peningkatan interaksi dengan masyarakat.

Kata kunci: *hubungan masyarakat; keterlibatan audiens; citra positif; manajemen krisis; strategi komunikasi*

1. Pendahuluan

Dalam konteks Public Relations (PR) pemerintahan, komunikasi efektif berperan sebagai tulang punggung dalam membangun dan memelihara hubungan antara pemerintah dan publiknya. Signifikansi komunikasi efektif dalam ranah ini tidak hanya terbatas pada diseminasi informasi, melainkan juga pada pembentukan persepsi dan kepercayaan publik terhadap lembaga pemerintahan. Dengan kemampuan untuk menyampaikan pesan yang jelas, akurat, dan relevan, PR pemerintahan dapat memfasilitasi dialog dua arah yang konstruktif, dimana feedback dari masyarakat diperhitungkan untuk meningkatkan kebijakan dan layanan publik.

Komunikasi efektif dalam PR pemerintahan juga berfungsi sebagai sarana strategis untuk mengatasi misinformasi dan mencegah terjadinya krisis komunikasi. Di era digital saat ini, di mana informasi menyebar dengan cepat melalui berbagai saluran, pemerintah harus mampu mengelola narasi dan menjaga agar informasi yang akurat terus berada di depan. Hal ini membutuhkan kemampuan untuk tidak hanya

bereaksi terhadap perkembangan situasi, tetapi juga untuk proaktif dalam menyampaikan informasi yang dapat membantu masyarakat memahami tindakan dan kebijakan pemerintah.

Lebih jauh, komunikasi efektif membuka jalan bagi partisipasi publik yang lebih luas dalam proses pembuatan kebijakan. Dengan menyajikan informasi yang dapat diakses dan dipahami oleh berbagai segmen masyarakat, PR pemerintahan mendorong warga negara untuk berpartisipasi dalam diskusi publik, memberikan masukan, dan bahkan terlibat langsung dalam inisiatif pemerintah. Partisipasi semacam ini memperkuat demokrasi, meningkatkan legitimasi kebijakan, dan memastikan bahwa keputusan yang dibuat mencerminkan kebutuhan dan keinginan masyarakat.

Mengaitkan bidang Public Relations (PR) dengan teknik-teknik information science menghadirkan perspektif baru dalam upaya memperkuat komunikasi efektif pemerintahan. Persinggungan antara dua domain ini menandai evolusi strategis dalam pendekatan komunikasi, di mana integrasi metodologi information science ke dalam praktik PR dilihat sebagai langkah esensial untuk menavigasi kompleksitas informasi di era digital. Dalam kerangka akademis, transisi ini menggarisbawahi pentingnya analisis data dan pengelolaan informasi yang cermat dalam menyusun dan menyebarkan pesan kepada masyarakat dengan cara yang lebih tersegmentasi dan personal.

Penerapan teknik information science dalam PR, terutama melalui analitik data, memungkinkan praktisi untuk mengidentifikasi pola perilaku audiens dengan presisi yang lebih tinggi, memberikan dasar yang kuat untuk pengambilan keputusan strategis. Analisis ini tidak hanya mencakup pemilihan waktu dan media yang tepat untuk komunikasi tetapi juga adaptasi pesan sesuai dengan preferensi dan ekspektasi audiens yang beragam. Dengan demikian, pendekatan berbasis data ini membuka jalan untuk sebuah komunikasi yang lebih dinamis dan responsif, menguatkan hubungan antara pemerintah dan publik melalui interaksi yang berarti dan berkelanjutan.

Lebih lanjut, pemanfaatan teknologi informasi dalam PR pemerintahan memfasilitasi penciptaan saluran komunikasi yang lebih interaktif dan inklusif. Inovasi dalam alat digital, seperti platform online dan aplikasi mobile, tidak hanya memperluas jangkauan komunikasi tetapi juga memperkaya cara pemerintah berinteraksi dengan warganya. Teknik visualisasi data dan pemodelan informasi, sebagai contoh, menyederhanakan penyajian informasi kompleks, menjadikannya tidak hanya lebih aksesibel tetapi juga lebih menarik bagi audiens yang lebih luas. Kemajuan ini, dalam konteks akademis, menekankan pergeseran dari model komunikasi satu arah tradisional ke paradigma baru yang mendorong dialog dua arah antara pemerintah dan masyarakat.

Integrasi antara PR dan information science, oleh karena itu, mencerminkan sebuah perjalanan menuju peningkatan transparansi, akuntabilitas, dan partisipasi dalam tata kelola pemerintahan. Dalam analisis akademis, kemitraan strategis ini tidak hanya menunjukkan sebuah evolusi dalam teknik komunikasi tetapi juga membuktikan komitmen pemerintah dalam memenuhi kebutuhan informasional masyarakat dengan cara yang paling efisien dan efektif. Pendekatan holistik ini, yang menggabungkan keahlian komunikasi dengan inovasi teknologi, menawarkan jalur baru untuk membangun kepercayaan dan mendukung keterlibatan publik dalam proses demokrasi.

Mengenalkan konsep kemas ulang informasi dalam kerangka strategi komunikasi pemerintah memperluas wawasan tentang bagaimana informasi dapat disampaikan kepada publik dengan lebih efektif. Kemas ulang informasi tidak sekadar mengubah format atau medium pesan, melainkan melibatkan pemikiran mendalam tentang cara terbaik untuk membuat informasi tersebut resonan dengan berbagai audiens. Ini mencakup penyesuaian bahasa untuk memastikan kejelasan, menggunakan analogi untuk memperkuat pemahaman, dan menyajikan data dalam format yang lebih interaktif dan menarik, seperti infografis atau video. Tujuannya adalah untuk membuat informasi yang mungkin kompleks atau teknis menjadi mudah diakses dan dimengerti oleh seluruh lapisan masyarakat.

Dalam konteks ini, kemas ulang informasi menjadi sebuah pendekatan yang berorientasi pada audiens, di mana pemahaman dan kebutuhan informasional mereka menjadi pusat perhatian. Dengan demikian, strategi ini memungkinkan PR pemerintahan untuk menjangkau kelompok-kelompok target dengan cara yang lebih personalisasi dan efektif. Hal ini sangat penting dalam era saat ini, di mana demografi audiens sangat beragam, dan cara orang mengonsumsi informasi terus berubah. Oleh karena itu, kemas ulang informasi bukan hanya tentang penyederhanaan, tetapi tentang pemilihan dan adaptasi pesan untuk menciptakan resonansi maksimal.

Proses kemas ulang informasi juga mencerminkan komitmen pemerintah terhadap transparansi dan akuntabilitas. Dengan berusaha keras untuk memastikan bahwa informasi publik dapat dipahami oleh semua, pemerintah menunjukkan dedikasi untuk inklusivitas dan mempromosikan literasi informasi di antara warganya. Ini penting tidak hanya untuk mendidik publik tetapi juga untuk mendorong keterlibatan aktif dalam urusan sipil dan pemerintahan. Ketika informasi disajikan dengan cara yang dapat diakses, publik lebih cenderung untuk terlibat dengan materi tersebut, memberikan feedback, dan berpartisipasi dalam diskusi yang konstruktif.

Selain itu, kemas ulang informasi membantu dalam mengelola persepsi dan membangun kepercayaan. Dalam situasi krisis atau ketika menghadapi isu kontroversial, kemampuan untuk mengkomunikasikan kompleksitas dengan jelas dan dengan empati dapat membantu meredakan ketegangan dan membangun pemahaman bersama. Dengan fokus pada kebutuhan informasional dan preferensi audiens, PR pemerintah dapat merumuskan pesan yang tidak hanya informatif tetapi juga menenangkan dan meyakinkan, sehingga membantu memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat.

Kemas ulang informasi, oleh karena itu, merupakan alat strategis dalam arsenal PR pemerintahan, memungkinkan untuk komunikasi yang lebih dinamis, responsif, dan berorientasi pada audiens. Ini adalah proses yang membutuhkan kejelian, kreativitas, dan pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan preferensi publik, tetapi manfaatnya terhadap pembangunan hubungan yang kuat dan positif antara pemerintah dan warganya tidak terukur.

2. Landasan Teori

Dalam kerangka tinjauan pustaka, teori dan prinsip Public Relations (PR) mendapatkan interpretasi yang khusus ketika diterapkan dalam konteks pemerintahan. Pemerintahan, sebagai institusi yang beroperasi dalam lingkup publik, memerlukan strategi komunikasi yang tidak hanya informatif tapi juga inklusif dan transparan. Teori-teori PR, seperti Model Two-Way Symmetrical yang dikemukakan oleh Grunig dan Hunt, menekankan pentingnya dialog dua arah antara organisasi dan publiknya. Dalam konteks pemerintahan, model ini menyarankan adanya pertukaran informasi dan pendapat yang konstan antara pemerintah dan warganya, mendorong partisipasi publik dalam proses pembuatan kebijakan. Selanjutnya, teori Excellence in Public Relations, juga dari Grunig, memberikan kerangka kerja untuk praktik PR yang efektif dalam organisasi, termasuk lembaga pemerintah. Teori ini mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang berkontribusi pada program PR yang sukses, seperti komitmen manajemen terhadap PR, peran PR dalam manajemen strategis, dan adanya sistem komunikasi dua arah. Dalam konteks pemerintahan, aplikasi prinsip-prinsip ini membantu memastikan bahwa komunikasi pemerintah tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan tetapi juga pada mendengarkan dan merespons kebutuhan serta kekhawatiran publik.

Konsep Public Sphere Habermas memberikan wawasan tambahan tentang pentingnya ruang publik yang aktif dan dinamis untuk diskusi publik. Teori ini relevan dalam PR pemerintahan karena menyoroti kebutuhan akan transparansi dan dialog terbuka antara pemerintah dan warga negara, yang merupakan fondasi dari demokrasi yang sehat. Komunikasi dalam konteks ini bertujuan untuk mendukung proses deliberasi publik dan memungkinkan warga negara untuk berpartisipasi dalam pembentukan kebijakan publik. Prinsip Situational Crisis Communication Theory (SCCT) oleh Coombs, yang berfokus pada pengelolaan krisis, juga sangat relevan untuk PR pemerintahan. Teori ini menguraikan strategi komunikasi yang harus diadopsi berdasarkan jenis krisis dan tingkat tanggung jawab yang dirasakan oleh organisasi. Dalam penerapannya pada pemerintahan, SCCT dapat membantu dalam merancang respons komunikasi yang tepat saat menghadapi krisis publik, mengurangi potensi kerusakan pada kepercayaan publik. Akhirnya, teori Diffusion of Innovations oleh Rogers memberikan insight tentang bagaimana informasi dan ide baru tersebar di antara populasi, yang bisa sangat berguna dalam merencanakan dan menerapkan inisiatif komunikasi pemerintah. Dengan memahami karakteristik adopsi inovasi, praktisi PR pemerintahan dapat merancang kampanye yang lebih efektif untuk mendorong adopsi kebijakan dan program baru.

Dalam sintesis, tinjauan pustaka ini mengungkap bagaimana teori dan prinsip PR memberikan kerangka kerja untuk membangun dan menjaga hubungan antara pemerintah dan publik. Dengan menerapkan teori-teori ini, pemerintah dapat mengembangkan strategi komunikasi yang tidak hanya meningkatkan kesadaran dan pemahaman publik tentang kebijakan dan programnya tetapi juga memperkuat partisipasi dan kepercayaan publik dalam proses pemerintahan.

Dalam tinjauan pustaka mengenai strategi komunikasi, khususnya mengenai kemas ulang informasi, literatur relevan menyoroti berbagai pendekatan dan metodologi yang diterapkan untuk membuat informasi lebih dapat diakses dan menarik bagi audiens yang beragam. Konsep kemas ulang informasi, yang berakar dalam disiplin ilmu komunikasi dan information science, merujuk pada proses adaptasi dan penyajian ulang

konten informasi untuk memaksimalkan pemahaman dan keterlibatan audiens. Penelitian dalam bidang ini menunjukkan bahwa efektivitas penyampaian pesan dapat signifikan meningkat melalui penyesuaian strategis terhadap bahasa, format, dan saluran komunikasi yang digunakan.

Salah satu sumber literatur penting dalam konteks ini adalah karya Entman (1993) tentang framing dalam komunikasi. Entman membahas bagaimana pemilihan aspek tertentu dari informasi yang disampaikan dapat mempengaruhi persepsi dan interpretasi audiens. Dalam konteks kemas ulang informasi, prinsip framing ini dapat digunakan untuk menonjolkan elemen-elemen yang paling relevan dan menarik bagi audiens target, memfasilitasi pemahaman yang lebih dalam terhadap materi.

Studi oleh Norman dan Spohrer (1996) tentang teknologi informasi dan dukungan untuk pembelajaran memperluas pemahaman tentang bagaimana informasi harus disusun dan disajikan untuk memaksimalkan pembelajaran dan retensi. Mereka menekankan pentingnya desain informasi yang user-friendly, yang menggabungkan prinsip-prinsip ergonomi kognitif untuk meningkatkan aksesibilitas informasi. Dalam kemas ulang informasi, aplikasi praktis dari prinsip-prinsip ini termasuk penggunaan visualisasi data yang intuitif dan narasi yang menarik untuk memperkuat pesan dan memudahkan ingatan.

Lebih lanjut, Fogg (2002) dalam karyanya tentang Persuasive Technology mengeksplorasi bagaimana teknologi digital dapat dirancang untuk mengubah sikap atau perilaku melalui persuasi dan motivasi sosial. Konsep ini relevan untuk strategi kemas ulang informasi dalam PR pemerintahan karena menyoroti potensi alat digital untuk mempengaruhi persepsi publik dan mendorong keterlibatan dengan isu-isu pemerintah.

Penelitian oleh Kahneman (2011), mengenai pemikiran cepat dan lambat, juga memberikan wawasan berharga tentang bagaimana informasi diproses oleh otak manusia dan implikasinya bagi desain komunikasi. Pemahaman tentang bias kognitif dan heuristik dapat membantu praktisi PR dalam merancang pesan yang lebih mudah diterima dan dipahami oleh audiens, dengan menyesuaikan tingkat kompleksitas informasi sesuai dengan kapasitas pemrosesan audiens.

Akhirnya, literatur dari Rowley (1998) tentang prinsip-prinsip organisasi pengetahuan memberikan panduan tentang bagaimana mengelola informasi secara efektif untuk meningkatkan akses dan pemahaman. Dalam kemas ulang informasi, pengorganisasian ulang konten berdasarkan tema, relevansi, atau tingkat kesulitan dapat memudahkan navigasi dan penemuan informasi oleh audiens.

Secara keseluruhan, tinjauan literatur ini menunjukkan bahwa strategi kemas ulang informasi memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap bagaimana informasi disusun, disajikan, dan disampaikan. Dengan menggabungkan wawasan dari berbagai disiplin ilmu, praktisi PR pemerintahan dapat meningkatkan keterlibatan dan pemahaman publik terhadap informasi pemerintah, sehingga memperkuat komunikasi publik dan mendorong partisipasi aktif dalam proses demokrasi.

Kemas ulang informasi dalam Public Relations (PR) merupakan pendekatan strategis yang melibatkan transformasi data menjadi format yang lebih dapat diakses, menarik, dan relevan bagi audiens target. Proses ini sangat penting untuk memastikan transfer, ketersediaan, dan pemanfaatan informasi yang efektif (Uhegbu & Okereke, 2006). Dengan mengemas ulang informasi ke dalam narasi vernakular dan

non-ilmiah yang resonan dengan pengalaman sehari-hari masyarakat lokal, praktisi PR dapat meningkatkan diseminasi pesan kritis, seperti yang terkait dengan perubahan iklim di Kenya (Ageyo & Muchunku, 2020).

Dalam konteks krisis kesehatan publik seperti pandemi COVID-19, respons psikologis langsung di antara populasi umum dipengaruhi oleh cara informasi disajikan dan dikomunikasikan (Wang et al., 2020). Oleh karena itu, mengemas ulang informasi dengan cara yang jelas, ringkas, dan sensitif secara budaya sangat penting untuk mengatasi kecemasan, masalah kesehatan mental, dan mempromosikan pemahaman yang akurat selama masa-masa menantang tersebut.

Selain itu, penggunaan media sosial dalam aktivitas PR menjadi semakin umum, menyoroti kebutuhan untuk memahami manfaat dan tantangan yang dirasakan yang terkait dengan platform ini (Mavimbela et al., 2018). Mengemas ulang informasi untuk diseminasi media sosial dapat membantu mengoptimalkan keterlibatan dan jangkauan, dengan demikian meningkatkan efektivitas strategi PR.

Di era digital, di mana ketidakseimbangan informasi menjadi perhatian yang lazim, etika PR dalam manajemen informasi memainkan peran kritis (Jakopović, 2020). Dengan mempertahankan standar etis dan memastikan praktik komunikasi yang transparan, profesional PR dapat membangun kepercayaan dan kredibilitas dengan audiens mereka, pada akhirnya berkontribusi pada strategi pengemasan ulang dan diseminasi informasi yang lebih efektif.

Secara keseluruhan, pengemasan ulang informasi dalam PR adalah proses multifaset yang memerlukan pertimbangan cermat terhadap audiens target, saluran komunikasi, dan pedoman etis. Dengan mengemas ulang informasi secara bijaksana dan strategis, praktisi PR dapat meningkatkan dampak dan jangkauan pesan mereka, mendorong keterlibatan, pemahaman, dan hubungan yang lebih baik dengan pemangku kepentingan.

3. Metode Penelitian

3.1 Seleksi dan Pendekatan Studi Kasus

Studi kasus akan dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang mencakup keberhasilan dalam implementasi strategi kemas ulang informasi, diversifikasi inisiatif komunikasi, dan potensi dampak sosial dari program yang dikomunikasikan. Fokus akan diberikan pada dinas-dinas yang programnya mencakup isu-isu penting seperti kesehatan masyarakat, pendidikan, lingkungan, atau pembangunan sosial.

3.2 Deskripsi Konteks Dinas

Pada bagian awal dari setiap studi kasus, akan disediakan latar belakang mengenai dinas yang dipilih, termasuk visi, misi, dan objektif spesifik terkait komunikasi publik. Bagian ini juga akan mengeksplorasi tantangan-tantangan yang dihadapi dalam komunikasi dengan publik, serta motivasi di balik penerapan strategi kemas ulang informasi.

3.2 Pendekatan Penelitian dan Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menangkap nuansa dan kedalaman pengalaman hidup anggota komunitas DSM. Metodologi ini dipilih karena kemampuannya dalam menggali makna dan pemahaman yang dibangun oleh individu dalam konteks sosial dan kultural mereka.

Data utama dikumpulkan melalui serangkaian wawancara mendalam dengan informan kunci, yaitu Praningsih, ketua kelompok teman tuli, dan Khambali, ketua komunitas DSM. Wawancara ini dirancang untuk mendapatkan insight tentang cara anggota komunitas berkomunikasi, mengidentifikasi praktik literasi yang mereka gunakan, dan memahami jenis peristiwa literasi yang berlangsung dalam komunitas. Selain wawancara, observasi partisipatif dilakukan selama kegiatan komunitas untuk merekam interaksi alami antar anggota dan mengamati penerapan praktik literasi dalam konteks nyata.

3.3.1 Pernyataan 1 : Kemas Ulang Informasi Berperan dalam Strategi Public Relation

Pilihan Respon Pernyataan 1

Sangat Tidak Setuju: Anda percaya bahwa kemas ulang informasi tidak memberikan nilai tambah atau perbaikan dalam proses komunikasi PR. Indikator: Tidak ada permintaan atau feedback dari audiens yang menunjukkan kebutuhan untuk informasi yang lebih terkemas.

Tidak Setuju: Anda merasa upaya kemas ulang informasi terkadang tidak relevan dengan kebutuhan atau tidak efisien. Indikator: Sedikit atau tidak ada perbedaan dalam tingkat engagement atau pemahaman audiens setelah informasi dikemas ulang.

Netral: Anda belum yakin tentang efek kemas ulang informasi terhadap efektivitas PR. Indikator: Belum ada cukup bukti atau pengalaman pribadi yang menunjukkan manfaat konkret dari kemas ulang informasi.

Setuju: Anda mengakui bahwa kemas ulang informasi seringkali meningkatkan kualitas komunikasi PR. Indikator: Ada beberapa contoh di mana informasi yang dikemas ulang mendapat respons positif dari audiens.

Sangat Setuju: Anda yakin bahwa kemas ulang informasi adalah inti dari strategi PR yang sukses. Indikator: Banyak contoh konkret dan feedback positif dari audiens yang menunjukkan peningkatan signifikan dalam engagement dan pemahaman berkat kemas ulang informasi.

3.3.2 Pernyataan 2 : Kemas Ulang Informasi Berperan dalam Meningkatkan Pemahaman Publik

Pilihan Respon Pernyataan 2

Sangat Tidak Setuju: Tidak ada bukti bahwa pemahaman publik meningkat setelah informasi dikemas ulang. Indikator: Kegagalan dalam meningkatkan pemahaman publik meskipun telah dilakukan kemas ulang informasi.

Tidak Setuju: Pemahaman publik hanya sedikit meningkat atau tidak konsisten. Indikator: Perubahan pemahaman yang minim atau sporadis terkait informasi yang disampaikan.

Netral: Tidak yakin atau tidak memiliki cukup data untuk menilai dampaknya terhadap pemahaman publik.

Indikator: Ketidakpastian tentang seberapa jauh informasi yang dikemas ulang berdampak pada pemahaman audiens.

Setuju: Terdapat peningkatan yang jelas dalam pemahaman publik setelah informasi dikemas ulang.
Indikator: Feedback dan interaksi yang meningkat dari publik yang menunjukkan pemahaman yang lebih baik.

Sangat Setuju: Pemahaman publik meningkat secara signifikan setelah kemas ulang informasi.

Indikator: Banyak bukti dan contoh konkret yang menunjukkan peningkatan pemahaman publik yang substansial.

3.3.3 Pernyataan 3 : Kemas Ulang Informasi Berperan dalam Membangun Citra Positif Instansi

Pilihan Respon Pernyataan 3

Persepsi publik tetap tidak berubah atau bahkan negatif meskipun telah dilakukan kemas ulang informasi.

Tidak Setuju: Sedikit atau tidak ada peningkatan dalam citra positif dinas di mata publik.

Indikator: Upaya kemas ulang informasi yang dilakukan tidak berhasil memperbaiki atau membangun citra positif dinas.

Netral: Tidak yakin tentang pengaruh kemas ulang informasi terhadap citra dinas.

Indikator: Ketidakjelasan tentang dampak kemas ulang informasi pada persepsi publik terhadap dinas.

Setuju: Kemas ulang informasi membantu memperkuat citra positif dinas.

Indikator: Peningkatan feedback positif dan pemahaman publik yang menunjukkan citra yang lebih baik.

Sangat Setuju: Kemas ulang informasi sangat berkontribusi pada pembentukan dan penguatan citra positif.

Indikator: Banyak contoh konkret dan feedback positif dari audiens yang menunjukkan peningkatan signifikan dalam citra positif dinas.

3.3.4 Pernyataan 4 : Kemas Ulang Informasi Berperan dalam Peningkatan Engagement Audiens

Pilihan Respon Pernyataan 4

Sangat Tidak Setuju: Tidak ada peningkatan engagement audiens setelah informasi dikemas ulang.

Indikator: Tidak ada kenaikan jumlah interaksi, seperti komentar, likes, atau shares dari audiens.

Tidak Setuju: Sedikit peningkatan engagement yang tidak signifikan. Indikator: Peningkatan interaksi yang minimal dan tidak konsisten dari audiens dengan konten yang dikemas ulang.

Netral: Tidak yakin atau belum melihat bukti yang cukup tentang dampak kemas ulang informasi terhadap engagement audiens. Indikator: Ketidakpastian atau kekurangan data untuk menilai apakah kemas ulang informasi berdampak pada engagement audiens.

Setuju: Terdapat peningkatan engagement audiens yang jelas setelah informasi dikemas ulang.

Indikator: Peningkatan yang nyata dan konsisten dalam interaksi audiens dengan konten, menunjukkan keterlibatan yang lebih tinggi.

Sangat Setuju: Kemas ulang informasi menyebabkan peningkatan signifikan dalam engagement audiens. Indikator: Lonjakan besar dalam jumlah interaksi audiens, menunjukkan tingkat engagement yang sangat tinggi.

3.3.5 Pernyataan 5 : Kemas Ulang Informasi Berperan dalam Manajemen Krisis

Pilihan Respon Pernyataan 5

Sangat Tidak Setuju: Kemas ulang informasi tidak efektif dalam manajemen krisis. Indikator: Krisis berlanjut atau memburuk meskipun ada upaya kemas ulang informasi.

Tidak Setuju: Efektivitas kemas ulang informasi dalam manajemen krisis minimal. Indikator: Sedikit perbaikan dalam situasi krisis yang mungkin tidak secara langsung atribut kepada kemas ulang informasi.

Netral: Tidak yakin tentang efektivitas kemas ulang informasi dalam manajemen krisis. Indikator: Ketidakjelasan atau kurangnya bukti mengenai dampak kemas ulang informasi selama krisis.

Setuju: Kemas ulang informasi berkontribusi pada manajemen krisis yang efektif. Indikator: Perbaikan dalam penanganan krisis yang dapat dikaitkan dengan cara informasi dikemas ulang dan disampaikan.

Sangat Setuju: Kemas ulang informasi sangat efektif dalam manajemen krisis. Indikator: Penyelesaian atau penanganan krisis yang signifikan, didukung oleh strategi komunikasi yang efektif melalui kemas ulang informasi.

3.3.6 Pernyataan 6 : Kemas Ulang Informasi Membantu Optimasi Media dan Saluran Komunikasi

Pilihan Respon Pernyataan 6

Sangat Tidak Setuju: Penggunaan media dan saluran komunikasi tidak efektif meskipun ada kemas ulang informasi. Indikator: Tidak ada peningkatan dalam jangkauan atau efektivitas komunikasi melalui media dan saluran yang digunakan.

Tidak Setuju: Sedikit perbaikan dalam efektivitas penggunaan media dan saluran komunikasi. Indikator: Perbaikan minimal yang tidak signifikan dalam jangkauan atau dampak komunikasi.

Netral: Tidak yakin tentang dampak kemas ulang informasi pada efektivitas penggunaan media dan saluran komunikasi. Indikator: Ketidakpastian tentang apakah perubahan cara informasi disampaikan meningkatkan efektivitas media dan saluran.

Setuju: Penggunaan media dan saluran komunikasi menjadi lebih efektif dengan adanya kemas ulang informasi. Indikator: Peningkatan jelas dalam jangkauan dan dampak pesan yang disampaikan melalui media dan saluran yang dipilih.

Sangat Setuju: Kemas ulang informasi menyebabkan peningkatan signifikan dalam efektivitas penggunaan media dan saluran komunikasi. Indikator: Lonjakan besar dalam efektivitas dan jangkauan komunikasi, didorong oleh strategi kemas ulang informasi yang cerdas.

3.3.7 Pernyataan 7 : Tantangan dalam Kemas Ulang Informasi

Pilihan Respon Pernyataan 7

Sangat Setuju: Menghadapi banyak tantangan yang signifikan dalam proses kemas ulang informasi. Indikator: Kesulitan besar dalam memahami kebutuhan audiens, mengidentifikasi pesan kunci, atau menggunakan teknologi dan alat yang tepat.

Setuju: Tantangan tertentu muncul dalam proses kemas ulang informasi, tetapi bisa diatasi. Indikator: Hambatan dalam memilih format yang tepat, menyesuaikan tingkat bahasa, atau menghadapi keterbatasan sumber daya, meskipun tidak menghentikan proses.

Netral: Tidak yakin tentang tingkat tantangan yang dihadapi dalam kemas ulang informasi. Indikator: Ketidakpastian atau kurangnya pengalaman langsung dalam mengidentifikasi atau mengatasi tantangan kemas ulang informasi.

Tidak Setuju: Tantangan dalam kemas ulang informasi minimal dan mudah diatasi. Indikator: Masalah kecil yang sesekali muncul tapi cepat terselesaikan tanpa mengganggu proses secara keseluruhan.

Sangat Tidak Setuju: Tidak menghadapi tantangan signifikan dalam proses kemas ulang informasi. Indikator: Proses berjalan lancar tanpa hambatan berarti, menunjukkan kemampuan adaptasi dan keahlian yang tinggi dari tim PR.

Analisis Tematik dan Sintesis Temuan

Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan pendekatan analisis tematik untuk mengidentifikasi tema-tema utama, pelajaran yang bisa dipetik, dan praktik terbaik. Sintesis ini akan membantu dalam memahami faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kesuksesan strategi kemas ulang informasi di tingkat kabupaten dan akan menawarkan insight yang bisa diterapkan oleh dinas-dinas lain.

4. Hasil Penelitian

Instrumen penilaian self-assessment telah diisi oleh tiga narasumber yang berbeda di Dinas Budpora Kabupaten Pekalongan, dengan latar belakang sebagai berikut: Narasumber 1: Kepala Bidang Kebudayaan, Narasumber 2: Kepala Bidang Pemuda dan Olahraga Narasumber 3: Staf Komunikasi dan Informasi.

Berikut adalah ringkasan skor yang diberikan oleh masing-masing narasumber untuk instrumen penilaian self-assessment (dengan skala 1 sampai 5, dimana 5 adalah "Sangat Setuju"):

No	Pernyataan	Narasumber 1	Narasumber 2	Narasumber 3
1	Kontribusi terhadap Citra Positif	5	4	5
2	Peningkatan Engagement Audiens	5	5	4
3	Efektivitas dalam Manajemen Krisis	4	4	5
4	Keefektifan dalam Menggunakan Media dan Saluran Komunikasi	5	5	4
5	Tantangan dalam Kemas Ulang Informasi	3	2	3

Dari data di atas, kita dapat melihat bahwa semua narasumber memberikan skor yang tinggi pada pernyataan yang berkaitan dengan kontribusi kemas ulang informasi terhadap citra positif, peningkatan

engagement audiens, efektivitas dalam manajemen krisis, dan keefektifan dalam menggunakan media dan saluran komunikasi. Skor yang relatif lebih rendah pada pernyataan tentang tantangan dalam kemas ulang informasi menunjukkan bahwa meskipun ada beberapa hambatan, mereka tidak cukup signifikan untuk mengurangi pandangan positif terhadap pentingnya kemas ulang informasi.

Simpulan

Berdasarkan temuan dari pengisian instrumen penilaian self-assessment oleh tiga narasumber di Dinas Budpora Kabupaten Pekalongan, kita dapat menyimpulkan bahwa kemas ulang informasi memiliki peran yang sangat penting dalam berbagai aspek PR dinas. Kemas ulang informasi secara signifikan berkontribusi terhadap pembentukan citra positif, meningkatkan engagement audiens, efektif dalam manajemen krisis, dan memaksimalkan penggunaan media dan saluran komunikasi. Meskipun terdapat tantangan dalam proses kemas ulang, mereka tidak mengurangi pandangan bahwa kemas ulang informasi adalah inti dari strategi komunikasi yang efektif.

Daftar Pustaka

- Belényi, E. and Gábor, F. (2020). Linguistic socialization and identity in ethnic hungarian deaf families in romania. *Central European Journal of Educational Research*, 2(3), 46-54. <https://doi.org/10.37441/cejer/2020/2/3/8529>
- Cooper, A. C. and Nguyễn, T. T. T. (2015). Signed language community-researcher collaboration in viet nam: challenging language ideologies, creating social change. *Journal of Linguistic Anthropology*, 25(2), 105-127. <https://doi.org/10.1111/jola.12081>.
- Effendi, M. (2009). *Pengantar Psikopedagogik Anak Bekelainan*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Geukes, C., Bröder, J., & Latteck, Ä.-D. (2019). Health Literacy and People with Intellectual Disabilities: What We Know, What We Do Not Know, and What We Need: A Theoretical Discourse. In *International Journal of Environmental Research and Public Health* (Vol. 16, Issue 3, p. 463). MDPI AG. <https://doi.org/10.3390/ijerph16030463>
- Geukes, C., Bruland, D., & Latteck, Ä.-D. (2018). Health literacy in people with intellectual disabilities: A mixed-method literature review. In *Kontakt* (Vol. 20, Issue 4, pp. e416–e423). University of South Bohemia in Ceske Budejovice. <https://doi.org/10.1016/j.kontakt.2018.10.008>
- Gunawan, D. (2012). Model Bimbingan Pengembangan Karir. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 13 No. 2 Oktober. 2012 1-12.
- Jacob, S. A., Palanisamy, U. D., Napier, J., Verstegen, D., Dhanoa, A., & Chong, E. Y. (2022). Health care needs of deaf signers: the case for culturally competent health care providers. *Academic Medicine*, 97(3), 335-340. <https://doi.org/10.1097/acm.0000000000004181>

- Kusuma, Meilania, Adi Bayu, Nofha. (2019). *Jurnal Widya Komunika*. Vol. 9 No.2. Purwokerto: Universitas Jenderal Soedirman ISSN 0216-7239.
- Lee, W. Y., Tan, J. T. A., & Kok, J. K. (2022). The struggle to fit in: a qualitative study on the sense of belonging and well-being of deaf people in ipoh, perak, malaysia. *Psychological Studies*, 67(3), 385-400. <https://doi.org/10.1007/s12646-022-00658-7>
- Liliweri, Alo. (2014). *Sosiologi & Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Marschark, M., Zettler, I., & Dammeyer, J. (2017). Social dominance orientation, language orientation, and deaf identity. *The Journal of Deaf Studies and Deaf Education*, 22(3), 269-277. <https://doi.org/10.1093/deafed/enx018>
- Mulyana, Deddy. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rowley, K., Snoddon, K., & O'Neill, R. (2022). Supporting families and young deaf children with a bimodal bilingual approach.. <https://doi.org/10.32920/21596736>
- Somantri, S. (2006). *Psikologi Anak Luar Biasa*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Street, B. V. (2014). *Social Literacies*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315844282>
- Trezek, B. J. and Mayer, C. (2019). Writing and deafness: state of the evidence and implications for research and practice. *Education Sciences*, 9(3), 185. <https://doi.org/10.3390/educsci9030185>
- Wasita, A. (2012). *Seluk Beluk Tuna Rungu & Tuna Wicara Serta Strategi Pembelajarannya*. Yogyakarta: Javalitera.