
PENERAPAN MANAJEMEN HUMAS DIGITAL DALAM KOMUNIKASI PUBLIK DI INSTANSI ARSIP NASIONAL REPUBLIK INDONESIA

THE PRACTICE OF DIGITAL PUBLIC RELATION IN PUBLIC COMMUNICATION AT NATIONAL ARCHIVES OF REPUBLIC INDONESIA

Tiara Kharisma¹, Lidya Agustina²

¹Arsip Nasional Republik Indonesia

Jl. Ampera Raya No.7, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12560

²Puslitbang Aptika dan IKP, Kementerian Komunikasi dan Informatika RI

Jl. Medan Merdeka Barat No. 9, Jakarta Pusat, DKI Jakarta, 10110

Email: tiarakharisma@yahoo.com¹, lidy001@kominfo.go.id²

Naskah diterima: 6 Februari 2019, direvisi: 19 September 2019, disetujui: 30 September 2019

Abstrak – Perkembangan teknologi internet menjadi salah satu alasan suatu organisasi, termasuk instansi pemerintahan, mengalami transformasi dalam praktik kehumasannya. Penggunaan media digital dalam praktik kehumasan pemerintah saat ini sudah menjadi hal yang umum dilakukan. Instansi Arsip Nasional (ANRI) termasuk salah satu instansi pemerintah yang menggunakan media digital dalam praktik kehumasannya. Tulisan ini merupakan suatu studi kualitatif yang menggunakan konsep humas digital untuk mengetahui praktik humas digital di instansi pemerintah, khususnya di ANRI. Hasil studi ini menunjukkan bahwa *website* dan media sosial merupakan media digital yang digunakan dalam praktik humas digital. Namun, meskipun penggunaan media digital di humas pemerintah sudah merupakan hal yang umum, ternyata ada beberapa kendala yang masih dihadapi seperti belum adanya kebijakan yang mendukung dan kurangnya SDM yang memiliki kompetensi terkait.

Kata Kunci: e-government, humas digital, manajemen humas digital.

Abstract – *The growth of internet use in Indonesia has become one of the reasons why public relations practices in Indonesian organizations, including government organizations, transformed. Nowadays, the use of digital media in government public relations practices has become a common practice. The National Archives of Republic of Indonesia (ANRI) is one of the government organizations that use digital media in their government public relations practice. This paper is a qualitative study that used a digital public relations concept to find out the practice of government digital public relations in ANRI. The results show that website and social media are the main of digital media that have been used by ANRI's public relations in their government digital public relations activities. However, even though the use of digital media in government public relations practice has become a common thing, there are still some obstacles in the implementation, such as the lack of employees with related competencies and the absence of policies that support government digital public relations practices.*

Keywords: e-government, digital public relation, government public relation.

PENDAHULUAN

Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi memberikan dampak yang luar biasa bagi berbagai aspek kehidupan masyarakat di dunia, salah satunya termasuk di Indonesia. Dampak tersebut dapat membuat masyarakat yang awalnya hanya menggunakan perangkat teknologi informasi untuk perangkat pendukung pekerjaan, menjadi menggunakan perangkat teknologi informasi tersebut untuk semua aktivitas yang mereka lakukan. Salah satu bagian dari teknologi informasi yang menyebabkan hal tersebut adalah teknologi internet.

Perkembangan teknologi informasi tidak hanya berdampak pada kehidupan masyarakat, tetapi juga organisasi yang ada pada era saat ini. Organisasi, mau tidak mau, dituntut untuk menyesuaikan diri dan mengimbangi penggunaan teknologi informasi, termasuk teknologi internet. Penggunaan internet telah merubah cara suatu organisasi berinteraksi dengan publik, hal ini karena kehadiran internet mampu menyediakan akses tanpa batas bagi publik terhadap organisasi maupun sebaliknya. Hal ini juga merupakan suatu bentuk penyesuaian diri organisasi dengan

lingkungan eksternal dan menjadi sebuah syarat agar organisasi tetap mampu menjaga eksistensinya.

Perkembangan teknologi informasi juga dapat memengaruhi cara bekerja dan memiliki peranan penting dalam transformasi sebuah organisasi. Bagi organisasi pemerintahan, penggunaan teknologi informasi dalam aktivitas bekerja seiring dengan konsep *electronic government (e-government)*. Di Indonesia sendiri regulasi terkait *e-government* sudah ditetapkan oleh Presiden melalui Instruksi Presiden Nomor 3 Tahun 2003 tentang Kebijakan dan Strategi Nasional Pengembangan *E-Government*. Pemanfaatan teknologi informasi pada organisasi pemerintahan ditujukan untuk mencapai penyelenggaraan pemerintahan yang baik (*good governance*), peningkatan layanan public, pengaksesan, pengelolaan dan pendayagunaan informasi publik yang efektif dan efisien.

Perkembangan teknologi informasi juga telah mengantarkan kita saat ini pada era digital, yang mana pada era ini telah terjadi komunikasi digital yang menciptakan suatu dunia yang lebih global, yang memungkinkan beberapa saluran media saling bersaing untuk dianggap sebagai sumber informasi (Kovacs, 2006;. Signitzer & Wamsler, 2005 dalam Hopkins, 2015). Lingkungan digital ini menghadirkan istilah baru seperti *good collective* dan kepentingan umum, yang kemudian memiliki pengertian yang ambigu, terutama ketika menentukan siapa penyampai pesannya. Apakah pemerintah atau organisasi luar yang menyampaikan pesan tersebut (Gregory, 2005; Kovacs, 2006 dalam Hopkins, 2015). Karena itu, organisasi pemerintahan juga harus ikut hadir dalam lingkungan digital dan menyampaikan informasi yang terverifikasi dari pemerintahan.

Seperti data yang disampaikan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2016 penetrasi pengguna internet Indonesia mencapai 132,7 juta orang pengguna internet atau sebanyak 51,79% dari jumlah penduduk secara keseluruhan (APJII, 2016). Dari jumlah tersebut, sebesar 25,3% di antaranya menggunakan internet untuk melakukan pencarian informasi. Hal ini dapat dijadikan salah satu alasan yang mewajibkan organisasi pemerintahan untuk siap mengelola informasi pemerintah dan menyampaikannya kepada masyarakat melalui media digital.

Salah satu organisasi pemerintah yang sudah mulai memanfaatkan teknologi internet untuk

penyampaian informasi adalah organisasi Arsip Nasional Republik Indonesia (ANRI). Sebagai salah satu organisasi pemerintahan yang tetap bertahan dan eksis di era digital ini, ANRI harus siap untuk menghadapi berbagai perubahan dan menyesuaikan diri dengan menerapkan interaksi dan komunikasi publik dengan masyarakat melalui media digital. Hal ini menunjukkan bahwa ANRI, dengan tugas pokok di bidang kearsipan Negara, harus siap bertransformasi menggunakan media digital sebagai salah satu bagian dari saluran komunikasi publiknya.

Perubahan dan transformasi yang dilakukan oleh ANRI untuk tetap dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi informasi yang ada tentunya tidak mudah. Ada banyak hal yang dilakukan oleh ANRI untuk melaksanakan komunikasi publik yang termediasi melalui media digital. Hal tersebut kemudian yang akan di bahas secara mendetail dalam tulisan ini. Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran yang mendetail tentang pelaksanaan komunikasi publik, khususnya praktik humas digital, yang dilakukan oleh organisasi pemerintahan ANRI.

Komunikasi Publik dan Hubungan Masyarakat

Kegiatan komunikasi publik oleh suatu organisasi pemerintahan melalui berbagai media kerap menjadi tugas yang diemban praktisi hubungan masyarakat (humas). Hal ini terlihat, di mana beberapa tahun terakhir, telah banyak divisi humas pemerintah di Indonesia yang berganti nomenklatur unit kerja. Semula nomenklatur tersebut Biro Humas, perlahan beberapa sudah ada yang menggantinya menjadi Biro/Pusat Komunikasi Publik. Meskipun nomenklatur ini tidak baku dan belum seluruhnya sama di tiap organisasi pemerintahan.

Komunikasi publik dalam suatu pemerintahan melibatkan pertukaran pesan atau informasi dari organisasi ke suatu khalayak atau publik, baik pihak yang bersifat internal ataupun eksternal dalam suatu organisasi (Goldhaber, 1993). Komunikasi publik dalam suatu organisasi (termasuk pemerintahan) biasanya sangat berkaitan dengan humas. Jika merujuk (Lee, 2012) dikemukakan bahwa humas dalam suatu organisasi pemerintahan dapat membantu pimpinan untuk melakukan pekerjaan yang lebih baik dalam hal melaksanakan misi utama organisasi dan memenuhi tanggung jawab demokratis yang melekat dalam pemerintahan.

Humas dalam pemerintahan juga sangat membantu para pejabat/administrator publik karena mampu mengidentifikasi teknik komunikasi tertentu yang tepat untuk digunakan dalam mencapai tujuan program ataupun penyampaian kebijakan publik. Banyak *tools* yang dapat digunakan humas untuk membantu para pejabat publik menyampaikan informasi tentang kebijakan organisasi pemerintahan, seperti melalui siaran pers, *website*, media sosial, manajemen krisis komunikasi, kampanye informasi publik dan lain-lain (Lee, 2012)

Jika menghubungkan konteksnya era digital saat ini, maka kegiatan pengelolaan informasi melalui media digital menjadi bagian komunikasi publik organisasi pemerintahan, yang dijalankan melekat pada tugas dan fungsi humas pemerintahan. Dalam konteks tulisan ini, peneliti akan menekankan pada pengelolaan informasi dalam kegiatan humas digital sebagai bagian komunikasi publik di ANRI.

Sebagai organisasi pemerintahan yang memiliki tugas negara di bidang kearsipan, ANRI memiliki peran strategis salah satunya dalam melakukan pengelolaan arsip negara yang memiliki pertanggungjawaban nasional. Selain itu, arsip yang dikelola pun mengandung informasi bernilai guna sejarah dan menjadi memori kolektif bangsa Indonesia. Tak hanya melestarikan arsip bernilai guna sejarah, ANRI juga berkewajiban untuk memberikan akses informasi tersebut kepada masyarakat. Hal tersebut sesuai sebagaimana poin kelima misi ANRI, yaitu memberikan akses arsip kepada publik untuk kepentingan pemerintahan, pembangunan, penelitian, dan ilmu pengetahuan untuk kesejahteraan rakyat sesuai peraturan perundang-undangan dan kaidah-kaidah kearsipan demi kemaslahatan bangsa.

Merujuk pada (Gray, 2002) menyatakan bahwa bahwa informasi yang berkaitan dengan masa lalu memiliki nilai guna yang tinggi saat ini, sejauh informasi terdahulu tersebut ditransformasi secara aktif menjadi informasi yang disajikan dengan detail, berguna, mudah diakses sehingga dapat merespon atau menjawab kebutuhan saat ini. Di samping itu, sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya bahwa kini organisasi pemerintahan harus mulai bertransformasi diri melakukan komunikasi publik melalui media digital, maka penyampaian informasi yang berkaitan masa lalu pun harus turut aktif disajikan di media digital. Selain melakukan pengelolaan informasi yang berkaitan dengan sejarah bangsa, ANRI juga memiliki

potensi untuk melakukan pengelolaan informasi kearsipan lainnya kepada masyarakat, seperti halnya tata cara tertib arsip di lingkungan keluarga dan masyarakat, penyelamatan arsip akibat bencana alam serta berbagai hal lainnya.

Melakukan pengelolaan informasi yang bersumber dari arsip sejarah bangsa melalui media digital memang tidak semudah membalikkan telapak tangan. Ada berbagai aspek yang harus dipertimbangkan, baik dari segi keamanan informasi, peraturan perundang-undangan maupun etika berkomunikasi publik di media sosial. Kendati demikian, tuntutan kehadiran ANRI untuk turut aktif di dunia digital tak dapat dielakkan. Apalagi pada era pemerintahan Presiden Joko Widodo saat ini yang mengharuskan humas pemerintahan bekerja cepat dan tepat dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat (Detik.com, 2017)

Pada era digital, sebagaimana yang disampaikan Freddy H. Tulung yang pernah menjabat sebagai Dirjen Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Koinfo, ada beberapa cara yang dapat digunakan humas organisasi pemerintahan untuk mengakselerasi transformasi kegiatan komunikasi publik dalam pengelolaan informasi di era digital, yakni dengan membuat konten interaktif, memanfaatkan media sosial, dan transparansi informasi (mediaindonesia.com,10/06/2015). Ketiga hal tersebut harus menjadi perhatian bagi praktisi humas pemerintahan di ANRI dan pimpinan selaku pengambil kebijakan, ketika mempertimbangkan penetapan kebijakan dalam hal pengelolaan informasi kearsipan melalui media digital.

Dalam tulisan ini, penulis akan lebih banyak mengulas bagaimana media sosial sebagai bagian dari media digital yang saat ini dikelola ANRI, potensi dan tantangan apa yang dihadapi untuk mensyiarkan arsip melalui media sosial yang dikelola Humas ANRI. Humas di ANRI memiliki peranan penting dalam mensyiarkan arsip, sebagaimana diungkapkan Wosh (2016) bahwa konsep *public relations* dan *marketing* dapat digunakan untuk membangun hubungan antara bidang kearsipan dengan komunitas eksternal serta dapat membuat bagaimana bidang kearsipan dapat lebih terlihat eksistensinya dengan pemanfaatan teknologi yang baru (Society of American Archivist, 2016).

METODE PENELITIAN

Tulisan ini menggunakan pendekatan kualitatif yang memungkinkan penulis untuk dapat menggali informasi dari suatu isu secara mendalam karena pengumpulan data tidak hanya dibatasi pada kategori tertentu (Patton, 2002). Patton (2002) juga menyebutkan bahwa dengan menggunakan metode kualitatif, penulis dapat memahami dengan jelas realitas dan kondisi di kehidupan nyata. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dengan beberapa informan. Menurut Patton (2002) pengumpulan data melalui wawancara dapat menghasilkan data primer yang berasal dari pengalaman informan yang bersangkutan terkait isu yang diteliti. Data primer yang berhasil dikumpulkan kemudian diperkaya dengan data sekunder yang diperoleh dari studi literatur. Organisasi ANRI dipilih karena organisasi tersebut telah memiliki tugas dan fungsi yang jelas, yaitu untuk menyimpan dan menyampaikan informasi-informasi yang ada di arsip-arsip milik negara. Adapun informan terpilih dalam penelitian ini adalah informan yang memiliki pengalaman sebagai humas di ANRI.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kedudukan Humas di ANRI

Humas pemerintah sangat penting di semua level. Humas pemerintah fokus pada penggunaan fungsi humas oleh organisasi publik untuk mencapai visi dan misi organisasi pemerintahan (Grunig, 2009). Grunig (2009) menyatakan bahwa kedudukan humas yang paling efektif dalam organisasi pemerintahan ialah di mana humas terlibat dalam partisipasi, konsultasi, atau pembuatan keputusan strategis dalam organisasi. Jika humas dalam suatu organisasi telah berada pada posisi tersebut, maka humas telah berada dalam posisi strategis sehingga dapat mengidentifikasi pemangku kepentingan yang akan terpengaruh oleh keputusan organisasi atau siapa yang akan mempengaruhi keputusan tersebut (Grunig, 2009). Dengan kata lain, ini adalah yang disebut kedudukan humas berada di “leher” struktur organisasi.

Secara struktur, kedudukan humas di ANRI telah mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Berdasarkan kebijakan internal yang dituangkan dalam Peraturan Kepala ANRI Nomor 14 Tahun 2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja ANRI, nomenklatur humas melekat pada fungsi unit kerja Biro Perencanaan dan Humas (eselon II). Kendati

demikian, fungsi teknis humas berada pada level eselon III yaitu Bagian Humas dan Tata Usaha Pimpinan, di mana ada dua eselon IV yang dinilai mengemban tugas kehumasan, yaitu Subbagian Hubungan Antar Lembaga dan Protokol serta Subbagian Publikasi dan Dokumentasi.

Berdasarkan penuturan informan di lapangan, saat ini Humas di ANRI masih harus terlibat dalam tugas keprotokolan dan layanan tata usaha pimpinan. Hal ini dinilai menjadikan tugas humas di ANRI tidak fokus dalam melaksanakan tugas yang murni bersifat kehumasan. Jika melihat hal tersebut, maka kedudukan humas di ANRI masih bersifat pekerjaan teknis dan belum bersifat strategis seperti halnya disampaikan Grunig (2009), di mana posisi Humas yang strategis sudah mampu melaksanakan tugas untuk berpartisipasi, konsultasi, atau terlibat dalam pembuatan keputusan strategis dalam organisasi atau dengan kata lain berada dalam posisi di “leher” struktur organisasi.

Akan tetapi, beberapa praktisi humas di level teknis sudah menyadari bahwa seharusnya unit kerja humas berdiri sendiri, tidak disatukan dengan kegiatan yang berada di luar tugas humas. Bahkan seorang informan sudah memahami adanya aturan yang dikeluarkan Kementerian PANRB yang mengatur bahwa secara struktur humas harus berdiri sendiri, tetapi informan mengakui tidak memiliki kemampuan untuk mewujudkannya.

Dengan melihat pada struktur organisasi yang ada, pola kerja humas di ANRI, khususnya dalam pengelolaan informasi dari berbagai unit kerja, masih bersifat terpusat di Bagian Humas dan TU Pimpinan. Padahal, jika kita melihat beberapa organisasi pemerintahan lain, mereka telah mulai menempatkan pegawai yang cakap di bidang kehumasan atau komunikasi (sebagai ambassador) di setiap unit kerja eselon II untuk mengelola informasi di unitnya dan selanjutnya menyampaikan ke humas untuk disampaikan kepada publik. Hal tersebut mungkin tidak dapat terlaksana di ANRI karena sampai saat ini, di unit kerja humas ANRI sendiri masih memiliki sumber daya manusia yang terbatas.

Kendati demikian, hal tersebut tidak menjadi pengecualian bagi humas ANRI untuk tidak turut aktif dalam melakukan pengelolaan informasi tentang kearsipan di media digital, termasuk di media sosial. Apalagi berdasarkan data APJII 2016, konten media sosial menjadi konten yang paling sering diakses oleh

pengguna internet Indonesia yang jumlahnya mencapai 97,4% pengguna internet di Indonesia. Ini artinya, media sosial menjadi ruang baru yang harus dimanfaatkan dan tidak dapat dihindarkan bagi organisasi pemerintahan termasuk ANRI untuk mengelola informasi dan membina hubungan dengan publik.

Humas Digital dan Media Sosial di ANRI

Cutlip, Center dan Broom (2006) mengungkapkan bahwa internet merupakan revolusi komunikasi yang sangat luas dan mendalam. Bagi praktisi kehumasan, penggunaan internet juga membawa dampak dalam membina hubungan dengan publik dan melakukan pengelolaan informasi suatu organisasi, melalui media sosial misalnya. Pemanfaatan teknologi internet untuk kegiatan kehumasan, dikenal juga dengan humas digital (*cyber public relations* atau *public relations on the net*)

Berdasarkan hasil riset Laksamana (2015) ditemukan bahwa keberadaan media sosial telah mengubah cara humas bekerja. Media sosial, seperti halaman website lembaga pemerintahan atau platform lainnya dapat menyediakan akses bagi warga negara. Ini menjadikan cara untuk menciptakan dengan cepat jaringan sosial yang mendukung untuk menumbuhkan kepercayaan terhadap pemerintahan. Media sosial sangat mendukung dibangunnya jaringan komunikasi dan memungkinkan pemerintah untuk berkomunikasi lebih baik kepada beberapa jaringan di luar pemerintah dan organisasi informal dalam pemerintahan (Landsbergen, 2010).

Situs web kelembagaan di ANRI telah aktif online pada 26 September 2002 dengan alamat domain www.anri.go.id. Pada awalnya, pengelolaan situs web menjadi tugas Kedeputian Bidang Informasi dan Sistem Kearsipan, baru sekitar tahun 2007-an pengelolaan situs web menjadi tugas Humas ANRI. Sampai saat ini, situs web ANRI telah mengalami berbagai pengembangan, bahkan terakhir penulis melihat informasi online sedang diujicoba. Berdasarkan penelusuran penulis, dalam pengelolaan situs web ANRI masih terlihat berbagai kendala, di antaranya keterbatasan sumber daya manusia bidang IT di humas, sistem *security* di situs web, konten yang belum diperbaharui secara konsisten serta perbedaan gaya penyajian berita (terlihat seperti tidak ada ciri khas/standar).

Selain itu, humas ANRI juga telah melakukan pengelolaan media sosial dalam platform microblogging dan jejaring sosial. Terdapat dua akun yang kerap menyampaikan informasi, yaitu facebook (*social network*), twitter (*microblogging*), untuk instagram dan youtube masih baru dan belum terkelola. Aktifnya akun resmi facebook dan twitter ANRI telah dilakukan pada awal tahun 2014. Menurut informan, kedua media sosial dipilih karena dinilai menjadi media sosial yang banyak digunakan masyarakat, ini sejalan dengan hasil riset Wright&Hinson (dalam Laksamana, 2015) yang mengungkapkan bahwa media sosial yang kerap digunakan humas adalah facebook dan twitter. Tetapi seharusnya, pemilihan jenis platform media sosial juga harus mempertimbangkan segmentasi publik mana yang akan menjadi sasaran ANRI untuk menyampaikan suatu informasi. Misalnya, saat ini generasi milenial lebih sering menggunakan instagram, maka jika ANRI akan menyampaikan informasi mengenai Diorama Sejarah Perjalanan Bangsa, dapat dipertimbangkan pula instagram sebagai media yang tepat. Dalam mengelola informasi melalui media sosial juga tetap harus mempertimbangkan prinsip kredibilitas, konteks, isi, kejelasan, kontinuitas dan konsistensi, saluran serta kemampuan khalayak (Cutlip, Center, & Broom, 2006). Bahkan prinsip tersebut hendaknya menjadi kesepakatan tim pengelola, sehingga gaya penyampaian pesan dapat lebih konsisten.

Di samping itu, penulis memandang bahwa sdm yang ditugaskan menjadi tim yang bertugas untuk mengelola media sosial, khususnya yang bukan berlatar pendidikan ilmu komunikasi, hendaknya diberikan pengetahuan atau dilakukan *knowledge sharing* tentang pengelolaan informasi di akun media sosial organisasi pemerintahan serta memahami jumlah dan karakteristik publik yang akan terlibat/tergabung dalam suatu media sosial yang dikelola (Laksamana, 2015). Jika sudah terdapat kesamaan sudut pandang, maka tim pengelola harus memiliki kerangka acuan kerja yang menjadi kesepakatan tim yang di dalamnya tertuang milestone kegiatan sebagai bagian dari *agenda setting* yang dilakukan dalam pengelola informasi di media sosial. Berdasarkan data di lapangan, diketahui bahwa sampai saat ini belum ada pedoman pengelolaan media sosial yang berlaku di lingkungan internal ANRI. Oleh karenanya, tak jarang di tahap pelaksana

hal ini menjadi sebuah kendala tersendiri. Peneliti memandang harus ada komitmen pimpinan di level pengambil kebijakan (minimal Kepala Biro yang menerima masukan/telaah mengenai pengelolaan media sosial organisasi pemerintahan) untuk merumuskan kebijakan internal pengelolaan media sosial dan konsisten untuk menjalankannya. Ini menjadi krusial, karena kebijakan dan dukungan organisasi terhadap praktisi humas sangat penting untuk memanfaatkan media sosial (Laksamana, 2015). Dengan adanya kebijakan internal, informan menyatakan bahwa sebagai pelaksana menjadi jelas dalam mengelola informasi di media sosial, minimal untuk yang aktif saat ini, facebook dan twitter.

Sampai saat ini terdapat 5.976 *followers* di twitter dan penyuka di facebook mencapai 7.425 akun (per 16 Desember 2017). Jika dibandingkan dengan follower media sosial organisasi publik lain, maka jumlah tersebut masih terbilang kecil, apalagi dibandingkan dengan jumlah penduduk Indonesia yang menggunakan internet. Adapun konten informasi yang kerap disampaikan dalam sebagian besar berkaitan dengan kegiatan seremoni lembaga yang terhubung secara otomatis dengan unggahan facebook. Informasi yang disampaikan didominasi dengan bahasa yang kurang interaktif, hanya bersifat menyampaikan informasi dengan gaya yang berbeda (ada yang singkat dan panjang) dan didominasi oleh penggunaan kalimat pejabat ANRI (seperti Kepala/Deputi/Sestama) yang sedang membuka seremoni atau sedang turut serta dalam suatu kegiatan. Kendati demikian, penulis juga menemukan beberapa konten informasi yang tidak hanya bersifat seremonial dan bahkan mencapai *social engagement* yang lebih besar dibandingkan biasanya. Konten informasi tersebut di antaranya berkaitan dengan pameran Hari Lahir Pancasila, peringatan Hari Kemerdekaan, film Konferensi Asia Afrika, kegiatan perbaikan arsip warga, kesultanan dan korban bencana. Selain itu, pada tahun 2015 dan 2016 telah ada beberapa kegiatan yang terlihat interaktif, seperti kuis, *live tweet* kegiatan dan tanya jawab berbagai isu kearsipan serta berbagai layanan informasi kelembagaan. Tetapi saat ini hal tersebut masih belum konsisten dijalankan.

Sebenarnya terdapat beberapa praktisi humas yang menyadari bahwa seharusnya media sosial dikelola secara interaktif sehingga partisipasi masyarakat terhadap penyelenggaraan pemerintahan dapat dilakukan melalui media sosial. Informan juga

mengakui bahwa memang seharusnya konten informasi di media sosial lebih bervariasi, menyesuaikan dengan isu dan konteks kekinian serta memiliki *agenda setting* dalam pengelolannya. Akan tetapi fakta di lapangan, hal tersebut terbentur berbagai hambatan, seperti kebijakan internal, keterbatasan sdm, dan komitmen pimpinan.

Pengelolaan informasi di ANRI termasuk yang menggunakan media sosial akan sangat kental dengan bidang kearsipan dan sejarah bangsa, maka praktisi humas di ANRI, selain memiliki keterampilan berkomunikasi yang baik juga harus mau belajar tentang arsip dan melakukan komunikasi internal yang efektif dengan unit kerja terkait yang menguasai atas suatu informasi. Karena pada prinsipnya, komunikasi internal yang efektif sangat bermanfaat untuk membangun jaringan yang solid dan konsonan dalam suatu sistem komunikasi di organisasi pemerintahan. Penulis memandang bahwa untuk mempermudah aliran informasi yang akan dikelola di media sosial yang berasal dari unit kerja ke Biro Perencanaan dan Humas, pengambil kebijakan dapat membentuk sebuah tim *cyber*, sebagai tim yang terdiri dari praktisi humas dan perwakilan unit kerja yang akan memiliki tugas untuk menetapkan agenda setting komunikasi publik di media sosial, menyediakan materi informasi yang disampaikan serta membantu konten informasi yang disampaikan menjadi viral. Di awal pembentukan, tim *cyber* juga dapat membantu merumuskan telaah tentang kebijakan internal pengelolaan media sosial di ANRI.

Tak lupa, pemilihan sdm yang akan terlibat dalam tim ini pun setidaknya mempertimbangkan pemahaman dan kemampuan individu yang dapat beradaptasi secara cepat terhadap perkembangan teknologi terbaru, *gadget* dan aplikasinya dan memahami jumlah dan karakteristik publik yang tergabung dalam suatu media sosial. Jika tim *cyber* telah dibentuk, maka pimpinan harus rutin melakukan monitoring baik secara hierarkis maupun langsung turun lapangan (*managing by walking around*). Hal tersebut penting untuk memastikan kebijakan yang telah dibuat dapat dilaksanakan dan mengetahui serta cepat mengatasi permasalahan yang ditemukan di lapangan.

Media Sosial untuk Mensyiarkan Kearsipan

Penulis memandang bahwa ada beberapa hal yang menjadi alasan mengapa pelaksanaan humas

digital terutama pengelolaan informasi di media sosial menjadi penting, antara lain karena dapat menjangkau publik suatu organisasi yang lebih luas dan beragam (Hotlz, 2002 dalam Nasrullah, 2015); menyajikan informasi yang terverifikasi dan menjaga eksistensi suatu organisasi di dunia maya; menggunakan biaya lebih murah dibandingkan dengan *placement* di media *mainstream*, dapat membangun hubungan yang lebih akrab/dekat dengan publik karena adanya karakteristik khas media digital khususnya media sosial yakni interaktivitas dan aliran informasi yang sangat cepat (*real time*) dalam satu waktu ke khalayak luas memungkinkan menciptakan informasi yang viral.

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan langsung, penulis melihat bahwa dengan segala keterbatasan yang ada saat ini, media sosial yang dikelola ANRI harus sebisa mungkin lebih interaktif. Ini harus menjadi renungan bersama antara pengambil kebijakan dengan tim pengelola. Konten informasi kearsipan yang disajikan pun hendaknya lebih mengedepankan dan menyesuaikan kebutuhan publik sehingga publik memiliki ketertarikan untuk mengikuti atau mengunjungi media sosial yang dikelola ANRI. Jika publik sudah memiliki ketertarikan, barulah perlahan secara terstruktur menyampaikan kebijakan organisasi. Hal tersebut sebagaimana dikemukakan Grunig bahwa kehadiran media sosial memaksa organisasi, termasuk di pemerintahan untuk menerapkan model humas yang simetris dua arah (Grunig, 2009). Model simetris dua arah ini berorientasi di mana organisasi dan publik saling menyesuaikan diri. Model ini berfokus untuk memperoleh rasa saling pengertian serta komunikasi dua arah antara publik.

Konten informasi kearsipan di media sosial juga harus menarik, inovatif dan interaktif (dapat berbentuk foto, video, infografis dan lain-lain), mempertimbangkan keterkaitan informasi dengan isu terkini, berorientasi pada kebutuhan publik, bersifat humanis dan memiliki nilai guna sejarah yang cukup tinggi. Ini bukan berarti konten informasi yang bersifat seremoni tidak boleh disampaikan melalui media sosial. Tetapi, dibutuhkan kemasan konten informasi yang kreatif, inovatif dan mengandung ketertarikan dari perspektif publik, dengan tetap memperhatikan prinsip pengelolaan pesan yang memiliki kredibilitas, konteks, isi, kejelasan, kontinuitas dan konsistensi, saluran serta kemampuan khalayak.

Dengan demikian kesan organisasi pemerintahan yang kaku, hierarkies dan birokratis tidak terlalu menonjol ketika berinteraksi di media sosial. Cutlip, Center, dan Broom (2006) menyebutkan bahwa dalam praktik *public relations* harus mempertimbangkan aspek *public interest*, sehingga komunikasi yang dilakukan tidak akan terasa kaku. Seperti halnya yang dilakukan salah satu organisasi militer di Indonesia, yakni Tentara Nasional Indonesia Angkatan Udara (TNI AU). TNI AU dinilai mampu mengadaptasi dirinya dengan jauh dari kesan kaku dan tampak begitu akrab dengan publik di media sosial. Bahkan pengelolaan informasi yang dilakukan airmin (admin twitter TNI AU) mempertimbangkan aspek humanis dan tak jarang menjadi viral.

Fenomena di atas bukan menjadi hal yang tidak mungkin dilakukan oleh ANRI dalam upayanya mensyiarkan kearsipan, sepanjang ada pendekatan strategis baik dari sisi pengambil kebijakan maupun tim pelaksana, sebagai wujud perbaikan dan pengembangan pengelolaan media sosial. Hal tersebut dapat dilakukan antara lain dengan penyusunan dan penetapan kebijakan internal organisasi dalam pengelolaan media sosial, penetapan standar operasional prosedur penggunaan media sosial, peningkatan pengetahuan dan pemahaman media sosial bagi para praktisi humas (khususnya yang tidak memiliki latar belakang pendidikan komunikasi) tetapi bertugas dalam mengelola informasi di media sosial, pembentukan tim *cyber*, penyediaan infrastruktur penunjang, komitmen pimpinan humas untuk menyusun kesepakatan dan kerangka kerja bagi tim pengelola media sosial dan konsisten dalam pelaksanaan kesepakatan tersebut, melakukan riset berkala dari setiap kegiatan pengelolaan media sosial, serta mempertimbangkan penggunaan konsultan komunikasi eksternal untuk melakukan pengelolaan media sosial. Dengan demikian, melalui pengelolaan informasi di media sosial yang dua arah diharapkan dapat lebih luas mensyiarkan kearsipan kepada publik dengan biaya murah dan menjaga eksistensi ANRI di dunia maya. Bahkan dalam jangka panjang dapat berimplikasi dalam membangun reputasi, citra, dan brand ANRI, serta terwujudnya *open government* dan penyelenggaraan pemerintahan yang partisipatif.

KESIMPULAN

Sebagai salah satu instansi pemerintahan yang memiliki tugas untuk melaksanakan komunikasi publik, instansi Arsip Nasional (ANRI) melakukan transformasi dengan menggunakan media digital sebagai media untuk melaksanakan aktivitas komunikasi publik, seperti yang dilakukan oleh pranata humas saat ini. Dalam pelaksanaannya, pranata humas di ANRI memanfaatkan *website* dan media sosial untuk mendiseminasikan informasi yang mereka miliki. Adapun media sosial yang digunakan adalah Facebook, Twitter, Instagram dan Youtube. Namun, ternyata pelaksanaan humas digital di ANRI mengalami beberapa hambatan seperti kurangnya SDM yang memiliki kompetensi untuk mengelola akun publik di media sosial sehingga akun yang ada belum dikelola secara optimal. Selain itu, belum ada peraturan atau kebijakan terkait pengelolaan informasi publik melalui media sosial yang diterapkan di ANRI. Hal ini tentu membuat pelaksanaan humas digital di menjadi terhambat. Namun, meski mengalami beberapa kendala, praktik humas digital di ANRI tetap dilaksanakan dan kedepannya akan tetap bertransformasi untuk menghasilkan *output* dan *outcome* yang lebih baik.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada para informan yang terlibat dalam penelitian ini, juga pada organisasi Arsip Nasional Republik Indonesia (ANRI) yang telah memberikan izin untuk penulisan dan pengumpulan data terkait penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2016). Infografis Survey Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia.

Cutlip, SM., A.H. Center dan G.M. Broom. (2006). *Effective Public Relations edisi sembilan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Detik.com. (2016). Jokowi Minta Praktisi Humas di Indonesia Contoh AS dan India. Diakses di <https://news.detik.com/berita/3134710/jokowi-minta-praktisi-humas-di-indonesia-contoh-as-dan-india> pada 14 Desember 2017.

Goldhaber, G. M. (1993). *Organizational Communication Sixth Edition*. Madison: Brown & Benchmark.

Gray, Vic. (2002). *Developing the Corporate Memory: The Potential of Bussines Archives*. Jurnal Bussines Information Review (1) hal 32-37.

Grunig, J. E. (2009). *Paradigms of global public relations in an age of digitalization*. PRism, 6(2). http://praxis.massey.ac.nz/prism_online_journ.html

Hopkins, Alexander. E. (2015). "Government Public Relations: Public Diplomacy or Propaganda?" *Inquiries Journal/Student Pulse*, 7(03).

Instruksi Presiden Nomor 3 Tahun 2003 tentang tentang Kebijakan dan Strategi Nasional Pengembangan E-Government.

Laksamana, Agung. (2015). *Profesi Public Relations Indonesia dalam Era Digital*. Jurnal Public Relations Indonesia Vol.2 No.3 hal. 6-16.

Landsbergen, D. (2010). *Government as Part of the Revolution: Using Social Media to Achieve Public Goals*. *Electronic Journal of e-Government* Volume 8 Issue 2, (pp135-147),.

Lee, Mordecai. (2012). *Government Public Relations: What Is It Good For?* Mordecai Lee, Grant Neeley, Kendra Stewart (ed). *The Practice of Government Public Relations*. New York: CRC Press.

Peraturan Kepala ANRI Nomor 14 Tahun 2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja ANRI.

Society of American Archivist. (2016). *Public Relations and Marketing for Archives: an Interview with Peter Wosh*. Diakses dari <https://archivesaware.archivists.org/2016/05/02/public-relations-and-marketing-for-archives-an-interview-with-peter-wosh/> pada 12 Desember 2017.