

PERAN HUBUNGAN MASYARAKAT KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA DALAM DISEMINASI INFORMASI MELALUI MEDIA SOSIAL FACEBOOK

Rizki Amalia

kikiamalia465@gmail.com

IKG Supranata

tsupranata69@gmail.com

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Budi Luhur

ABSTRACT

In the era of Public Information Openness, Public Agencies must provide information openly about their actions and policies. It is also in accordance with the principle of implementing good governance in a government agency. So, the role of the Ministry of Education and Culture Public Relations in disseminating information to the public is very important. Through social media Facebook Public Relations Ministry of Education and Culture can reach wider public and there are two-way communication that is able to support the achievement of mutual understanding between the Ministry of Education and Culture and the public. This study uses a qualitative approach, using qualitative descriptive research methods. In this study using the Concept of the Role of Public Relations by Dozier and Broom, and the Two Way Symmetrical Model by James E. Grunig. Data collection techniques in this study were in-depth interviews, non-participant observations and, documentation with several speakers, library studies, and other data sources. The results of this study indicate that the Public Relations Ministry of Education and Culture in disseminating information to the public through social media Facebook has carried out its role well. The Public Relations Ministry of Education and Culture seeks to always listen and respond to responses given by the public through balanced two-way communication in order to create mutual understanding between the Ministry of Education and Culture and the public. So, the application of Good Governance in the era of Public Information Openness can be applied well.

Keywords: The Role of Public Relations, Information Dissemination, Facebook.

PENDAHULUAN

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) Republik Indonesia adalah organisasi pemerintahan Indonesia yang bergerak di bidang Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan masyarakat serta pengelolaan kebudayaan. Pencapaian visi dan misi yang dimiliki suatu instansi pemerintahan dapat dipengaruhi dengan

diseminasi/penyebaran informasi yang dilakukan oleh hubungan masyarakat (humas) instansi pemerintahan tersebut kepada publiknya. Humas pemerintah mempunyai peran penting dalam membuka ruang untuk publik dalam mendapatkan informasi.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat membuat proses komunikasi begitu mudah. Hal tersebut menjadi tantangan seorang humas dalam

penyebaran informasi kepada publiknya agar informasi yang disampaikan sesuai sasaran dan mencapai saling pengertian. Salah satu teknologi yang mendukung itu semua adalah media baru.

Tujuan Penggunaan Internet pada Katalog Statistik Telekomunikasi Indonesia Tahun 2017 menjelaskan bahwa tujuan penggunaan internet didominasi untuk penggunaan sosial media dan mendapatkan informasi/berita dengan persentase masing-masing sekitar 79,13% dan 65,97% persen. Media sosial mempunyai media yang sangat beragam seperti Facebook, Youtube, Instagram, dan Twitter. Facebook adalah media sosial Kemendikbud yang memiliki pengikut terbanyak sebesar 1.944.542 dibandingkan dengan media sosial lainnya yang dimiliki oleh Kemendikbud.

Facebook sebagai media untuk menyampaikan informasi berupa kebijakan yang dikeluarkan. Diseminasi informasi bukan hanya bertujuan agar masyarakat mengetahui segala kebijakan dan program kerja Kemendikbud, tetapi juga untuk mencapai saling pengertian antara Kemendikbud dengan publik. Hal tersebut dapat dicapai melalui fitur komentar yang terdapat pada *fanspage* Facebook. publik dapat memberikan aspirasi, pengaduan atau informasi pada kolom komentar, dan Kemendikbud dapat memantau dan membalasnya agar hubungan antar Kemendikbud dan publik tetap terjaga dengan baik.

Laporan Media Monitoring Facebook dibuat oleh Humas Kemendikbud untuk memantau setiap komentar yang diberikan oleh publik pada *Fanspage* Facebook Kemendikbud. Komentar terbanyak yang diberikan oleh publik pada bulan Juni 2019 yaitu mengenai PPDB sebesar 52%.

Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) pada tahun 2019 adalah kebijakan untuk pendaftaran pada tingkat TK, SD, SMP, SMA, dan SMK yang memiliki tiga jalur pendaftaran yaitu jalur Zonasi, jalur Prestasi, dan Jalur Perpindahan Tugas Orang Tua. Informasi mengenai PPDB pada

tahun 2019 yang didiseminasikan melalui media sosial Facebook Kemendikbud mendapat tanggapan (*feedback*) yang diberikan oleh publik. Jalur Zonasi memiliki tanggapan berupa komentar negatif terbanyak dibandingkan dengan jalur pendaftaran lainnya untuk PPDB tahun 2019, yaitu sebesar 508 komentar.

Kemendikbud konsisten dalam memaksimalkan manfaat *Facebook* untuk membagikan informasi sesuai fakta yang terkait aktivitas yang dilakukan oleh Kemendikbud RI, kebijakan-kebijakan, dan agenda yang akan dilakukan oleh Kemendikbud RI termasuk mengenai Zonasi yang memiliki tanggapan negatif terbanyak yang diberikan oleh publik melalui media sosial Facebook Kemendikbud dibandingkan dengan jalur pendaftaran lainnya pada PPDB tahun 2019.

Dari penjelasan tersebut, peneliti mendapatkan rumusan masalah pada penelitian ini yaitu Bagaimana Peran Hubungan Masyarakat Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia dalam Diseminasi Informasi Kepada Publik Melalui Media Sosial Facebook. Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Peran Hubungan Masyarakat Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia dalam Diseminasi Informasi Kepada Publik Melalui Media Sosial *Facebook*.

KERANGKA TEORI

Komunikasi Organisasi

Menurut Zelko dan Dance, komunikasi organisasi adalah sebagai berikut:

Organisasi adalah suatu sistem yang saling tergantung mencakup komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Komunikasi internal adalah komunikasi dalam organisasi itu sendiri seperti dari bawahan kepada atasan (*upward communication*), komunikasi dari atasan kepada bawahan

(*downward communication*), komunikasi sesama pegawai yang sama tingkatnya (*horizontal communication*). Sedangkan komunikasi eksternal adalah komunikasi yang dilakukan organisasi terhadap lingkungan luarnya, seperti komunikasi dalam penjualan hasil produksi, pembuatan iklan dan hubungan dengan masyarakat umum.¹

Hubungan Masyarakat

Menurut Scott M. Cutlip, Allen H. Center, Glen M, hubungan masyarakat yaitu:

Hubungan masyarakat merupakan fungsi manajemen dari suatu organisasi atau lembaga yang membentuk dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan masyarakat, yang menjadi sandaran keberhasilan atau kegagalannya.²

Hubungan Masyarakat di Dunia Pemerintahan

Hubungan masyarakat (humas) terdapat pada suatu perusahaan atau organisasi pemerintahan, karena seorang humas dibutuhkan dan sangat penting untuk mencapai tujuan pada suatu perusahaan atau organisasi pemerintahan.

Humas di dunia pemerintahan bertugas menjelaskan kegiatan kebijakan publik dan pelayanan publik. Salah satu kegiatan pemerintahan dalam bidang kebijakan publik adalah

memberikan berbagai informasi tentang kebijakan pemerintah yang mengikat rakyat atau masyarakat. Sedangkan untuk pelayanan publik adalah untuk memberikan pelayanan terbaik dengan birokrasi yang tidak berbelit-belit untuk memberikan kepuasan kepada rakyat atau masyarakat sehingga dunia pemerintahan memperoleh citra positif dari rakyat atau publik.³

Tujuan Hubungan Masyarakat

Menurut Kusumastuti, ada beberapa tujuan Humas, yaitu sebagai berikut :

1. Menjaga dan membentuk saling percaya
2. Terpelihara dan terbentuknya saing pengertian
3. Memelihara dan menciptakan kerjasama.⁴

Fungsi Hubungan Masyarakat

Humas memiliki fungsi manajemen dalam suatu perusahaan atau organisasi guna membantu hubungan antara perusahaan dengan publik. Berikut adalah fungsi manajemen humas ke luar dan ke dalam :

1. Fungsi ke luar
Humas harus mampu mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran/ citra masyarakat yang positif terhadap segala tindakan atau kebijaksanaan organisasi/ lembaga.
2. Fungsi ke dalam

¹ Ardial, Fungsi Komunikasi Organisasi Studi Kasus Tentang Fungsi Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai. (Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI, 2018), Hlm. 12 – 13.

² Firsan Nova, Crisis Public Relations (Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan), (Jakarta : Grasindo, 2009). Hlm. 35.

³ Elvinaro Ardianto dan Bambang Q-Anees, Filsafat Ilmu Komunikasi, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011), Hlm. 239.

⁴ Zainal Mukarom dan Muhibudin Wijaya Laksana, Manajemen Public Relations (Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat. (Bandung: Pustaka Setia, 2015), Hlm. 55.

Humas harus mampu mengenali/mengidentifikasi hal-hal yang dapat menimbulkan sikap/gambaran yang negatif dalam masyarakat sebelum sesuatu tindakan/kebijakan dijalankan.⁵

Peran Hubungan Masyarakat

Dozier & Broom menjelaskan peran *public relations (role of public relations)* yang dibagi dalam empat bagian yaitu:

1. Penasehat ahli (expert prescriber)
2. Fasilitator komunikasi (*communications fasilitator*)
3. Fasilitator proses pemecahan masalah (*problem solving process fasilitator*)
4. Teknisi komunikasi (*technician communications*).⁶

Diseminasi

Menurut Sutirna dalam bukunya *Inovasi dan Teknologi Pembelajaran*, menjelaskan bahwa “Diseminasi adalah proses penyebaran yang direncanakan, diarahkan, dan dikelola”.⁷

Informasi

Menurut Kenneth C. Laudon, “*informations is data that have been shaped into a form that is meaningful and useful to human being*”.⁸

Pengertian tersebut mengandung arti bahwa Informasi adalah data yang sudah dibentuk ke dalam sebuah formulir bentuk yang bermanfaat dan dapat digunakan untuk manusia.

Media Sosial

Pengertian media sosial menurut Shirky

Media sosial dan perangkat lunak sosial adalah alat yang digunakan oleh penggunanya untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to co-operate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi.⁹

Sedangkan pengertian media sosial menurut Meike dan Young yaitu:

Media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (*to be shared one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.¹⁰

Facebook

Facebook adalah salah satu jejaring sosial yang terdapat pada media sosial, Facebook memiliki fitur yang berbagai macam dan memiliki fungsi masing-masing untuk mendukung komunikasi dua arah yang terdapat pada situs jejaring Facebook. Facebook adalah media sosial yang digunakan oleh penggunanya untuk membagikan segala aktifitas dan pendapat pengguna kepada pengguna Facebook lainnya.¹¹

Konsep Peran Humas Dozier dan Broom

Dozier & Broom menjelaskan konsep mengenai peran *public relations (role of public relations)* yang dibagi dalam empat bagian yaitu:

1. Penasehat ahli (expert prescriber)

⁵ Shinta Maharani Trivena dan Fullchis Nurtjahjani, *Public Relations Citra & Praktek*, (Malang : Polinema Press, 2018), Hlm. 13.

⁶ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali, 2010), Hlm. 20.

⁷ Sutirna, *Inovasi dan Teknologi Pembelajaran (Konsep, Dasar, Teori, dan*

Aplikasi), (Sleman: Deepublish, 2018), Hlm. 49.

⁸ Chr Jimmy L Gaol, *Sistem Informasi Manajemen Pemahaman dan Aplikasi*, (Jakarta : Grasindo, 2008), Hlm. 8.

⁹ Rulli Nasrullah. *Media Sosial*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015). Hlm. 11.

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ *Ibid.*, Hlm. 40.

Public relations membantu manajemen dengan pengalaman dan ketrampilan mereka untuk mencari solusi bagi penyelesaian masalah humas yang dihadapi oleh suatu perusahaan, Lembaga atau organisasi. Dalam kondisi ini manajemen percaya bahwa sebagai ahli, praktisi humas akan menemukan solusi yang tepat untuk masalah humas yang dihadapi.

2. Fasilitator komunikasi (*communications fasilitator*)
Public relations berperan sebagai mediator informasi antara perusahaan dengan publiknya.
3. Fasilitator proses pemecahan masalah (*problem solving process fasilitator*)
Public relations membantu manajemen melalui kerjasama dengan bagian lain dalam perusahaan untuk menemukan pemecahan masalah yang terbaik untuk masalah *public relations* secara rasional dan profesional.
4. Teknisi komunikasi (*technician communications*)
Public relations sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi. Praktisi teknisi komunikasi ditujukan untuk menulis dan menyunting majalah karyawan, menulis siaran pers, dan cerita feature, mengembangkan isi situs web, dan berurusan dengan kontak media.¹²

Model *Two Way Symmetrical*

Model komunikasi *Two Way Symmetrical Communication* atau Dua Arah Timbal Balik adalah model yang berasal dari Teori Situasional Publik oleh James E. Grunig. Teori Situasional Publik adalah bagian dari teori Peran *Public Relations*

dalam manajemen strategi yang telah dikemukakan oleh James E. Grunig

Komunikasi dua arah yang terdapat pada Model *Two Way Symmetrical* dilakukan secara seimbang untuk menghindari suatu konflik dengan memperbaiki pemahaman publik agar tercapainya *mutual understanding* antara suatu perusahaan atau organisasi dengan publiknya.

Grunig mengemukakan bahwa tindakan humas yang efektif dilakukan melalui *The Two Way Model*, yaitu:

Public Relations didasarkan pada strategi penggunaan penelitian dan komunikasi untuk mengelola konflik dan meningkatkan pemahaman dengan publik-publik strategis. Dalam bahasa sederhana, *Two Way Symmetrical Model* menjelaskan bahwa lebih baik berbicara dan mendengarkan dibanding hanya berbicara saja, serta lebih baik bernegosiasi dengan publik-publik dibanding mencoba dengan kekuatan untuk mengubah mereka (publik).¹³

Model ini mensyaratkan komunikasi dua arah yang berimbang. Komunikasi yang dijalin antara organisasi dan publik bertujuan untuk menciptakan *mutual understanding*. Dalam model ini, komunikasi dijalankan secara dua arah dengan efek saling memenuhi kebutuhan keduanya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Berikut pemaparan definisi dari Suryabrata:

Menurut Suryabrata, penelitian deskriptif adalah penelitian yang bermaksud untuk membuat pencandraan (deskripsi) mengenai

¹² Rosady Ruslan, Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, (Jakarta: Rajawali, 2010), Hlm. 20.

¹³ Elvinaro, Metode Penelitian untuk Public Relations dan Kualitatif, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2010), Hlm. 96.

situasi-situasi atau kejadian-kejadian. Dalam arti ini penelitian deskriptif itu adalah akumulasi data dasar dalam cara deskriptif semata-mata tidak perlu mencari atau menerangkan saling hubungan, menguji hipotesis, membuat ramalan, atau mendapatkan makna dan implikasi, walaupun penelitian yang bertujuan untuk menemukan hal-hal tersebut dapat mencakup juga metode-metode deskriptif.¹⁴

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran pada peran Humas Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI dalam penyebaran informasi melalui media sosial Facebook

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam kepada Key Informan dan Informan yang berasal dari pihak internal dan eksternal Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI.

Pada penelitian ini, peneliti juga menggunakan observasi non partisipasi karena peneliti hanya mengamati dan menganalisis data. Selain itu, dokumentasi juga dibutuhkan peneliti sebagai data sekunder untuk dijadikan data pendukung pada penelitian ini

Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses pencarian dan pengaturan secara sistematis hasil wawancara, catatan-catatan, dan bahan-bahan yang dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman terhadap semua hal yang dikumpulkan dan memungkinkan menyajikan apa yang ditemukan. Analisis data dapat dilakukan melalui tiga tahap yaitu:

1. Analisis Berbagai Data

Data yang berhasil dikumpulkan oleh peneliti lapangan melalui wawancara mendalam kepada Key

Informan dan Informan, Observasi non partisipasi, maupun dokumen-dokumen pendukung lainnya yang berkaitan dengan Peran Humas Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI dikumpulkan menjadi satu.

2. Klasifikasi Data/Kategorisasi

Dalam hal ini data primer dan data sekunder yang sudah dikumpulkan tersebut diklasifikasikan ke dalam kategori-kategori tertentu, yang dimana data tersebut sebagai jawaban masalah pokok penelitian

3. Pemaknaan/Interpretasi Terhadap Data

Pemaknaan ini merupakan prinsip dasar riset kualitatif. Dalam melakukan pemaknaan atau interpretasi data tersebut, peneliti menganalisis hasilnya secara deskriptif.¹⁵

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Peran Humas Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan pada media sosial Facebook Kemendikbud adalah menyampaikan segala bentuk informasi kepada publik melalui media sosial Facebook Kemendikbud, serta berperan mencapai saling pengertian antara Kemendikbud dengan publik. Bagian ini merupakan menjadi fokus penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Konsep Peran Humas Dozier dan Broom

Penasehat Ahli

Humas Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan melakukan peranan tersebut dalam bentuk membalas komentar yang diberikan oleh publik. Melalui komentar-komentar yang diberikan oleh publik mengenai Zonasi Humas Kemendikbud melakukan media *monitoring* pada media sosial Facebook yang dimiliki

¹⁴ Sumadi Suryabrata, Metodologi Penelitian, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), Hlm. 75.

¹⁵ Emzir, Metode Penelitian Kualitatif Analisis Data, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2018), Hlm. 210.

oleh Kemendikbud dengan memantau dan melakukan klasifikasi setiap harinya. Laporan media *monitoring* pada media sosial Facebook Kemendikbud menjadi bahan evaluasi atau bahan pertimbangan dalam membuat perubahan kebijakan pada Zonasi untuk PPDB tahun selanjutnya.

Fasilitator Komunikasi

Peran humas sebagai fasilitator komunikasi dalam diseminasi informasi kepada publik melalui media sosial Facebook, menurut peneliti Humas Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan melakukan peranan tersebut dalam bentuk mendiseminasi informasi kepada publik melalui media sosial Facebook Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Informasi yang didiseminasi berupa kebijakan dan program termasuk mengenai Zonasi pada PPDB tahun 2019.

Fasilitator Proses Pemecahan Masalah

Komentar negatif mengenai Zonasi pada PPDB tahun 2019 adalah bentuk ketidaksetujuan publik terhadap kebijakan tersebut. Maka, peran Humas sebagai fasilitator pemecahan masalah sangat penting, disaat terdapat komentar negatif pada saat mendiseminasi informasi melalui media sosial Facebook. Dengan begitu Humas Kemendikbud memfasilitasi atau menjembatani bagian-bagian terkait untuk mencari solusi terbaik.

Teknisi Komunikasi

Humas Kemendikbud melakukan berbagai kegiatan seperti merancang *Timeline*, melakukan kegiatan peliputan pada saat acara yang diselenggarakan atau yang terkait oleh Kemendikbud. Lalu diolah menjadi materi diseminasi informasi melalui media sosial Facebook.

Model Two Way Symmetrical

Pada model komunikasi simetris dua arah terdapat elemen sumber, pesan, publik, dan tanggapan. Alur komunikasinya berjalan dengan seimbang antara Humas Kemendikbud dan publik.

Source (Sumber)

Dalam diseminasi informasi kepada publik melalui media sosial Facebook, Humas Kemendikbud secara langsung memberikan informasi dari setiap kebijakan dan program yang dimiliki oleh Kemendikbud serta mencantumkan sumber-sumber yang kompeten.

Tanggapan yang diberikan oleh publik akan dibalas sesuai dengan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki oleh Humas Kemendikbud. Lalu diklasifikasikan untuk Laporan Media *Monitoring* sebagai evaluasi dan bahan pertimbangan dalam membuat segala kebijakan dan program yang akan dikeluarkan selanjutnya oleh Kemendikbud. Humas Kemendikbud terus berupaya untuk menjaga hubungan baik dengan publik agar tercapainya *mutual understanding* atau saling pengertian antara Kemendikbud dengan publik.

Communications (Pesan)

Setiap kegiatan diseminasi akan di *update* sesuai dengan *Timeline* yang sudah dibuat oleh Sub Bagian Layanan Informasi, Tetapi pada informasi yang dinilai genting seperti Zonasi, Humas Kemendikbud dituntut untuk selalu siap dan tanggap dalam mendiseminasi melalui media sosial Facebook, karena informasi terbaru adalah kebutuhan publik.

Sumber informasi berasal dari Unit Utama atau laman Kemendikbud, serta liputan yang dilakukan oleh Humas kemendikbud. Bahasa yang digunakan oleh Humas Kemendikbud dalam diseminasi informasi melalui media sosial Facebook menggunakan bahasa yang ringan dan mudah dipahami. Sebelum Humas Kemendikbud mendiseminasi informasi, informasi tersebut harus melewati proses birokrasi terlebih dahulu.

Receiver (Publik)

Publik yang terdapat pada media sosial Facebook Kemendikbud adalah pemangku kepentingan Kemendikbud, yaitu siswa, guru, orang tua, dan pengamat Pendidikan. Facebook Kemendikbud

memiliki pengikut terbesar dibandingkan dengan media sosial lainnya yang dimiliki oleh Kemendikbud, yaitu sebesar 1.944.542. Informasi yang didiseminasikan bisa dilakukan dengan efektif dan informasi dapat sampai kepada publik secara lebih luas.

Feedback (Tanggapan)

Pada diseminasi di media sosial Facebook tentu saja Humas mengharapkan adanya tanggapan dari publik sebagai bentuk informasi sudah tersampaikan dengan baik atau tidak, tanggapan tersebut berupa *like*, *comment* atau *share*. Publik di media sosial Facebook tidak hanya dapat menjadi komunikan tetapi juga dapat menjadi sumber, karena pada Facebook terdapat fitur-fitur untuk publik memberikan aspirasinya kepada organisasi. Fitur tersebut salah satunya yaitu kolom komentar, publik dapat memberikan komentar pada media sosial Facebook.

Komentar yang diberikan oleh publik terdapat komentar positif dan komentar negatif. Tanggapan berupa komentar negatif akan ditindak lanjuti oleh Humas pengelola media sosial Facebook. Komunikasi dua arah dari saling menanggapi tersebut bertujuan agar tercapainya saling pengertian dan terjaganya hubungan baik antara Kemendikbud dengan publik. Dengan demikian, Kemendikbud dan publik mampu mencapai tujuannya bersama.

Dalam hal Zonasi, Humas Kemendikbud melakukan hal yang lebih nyata seperti menyelenggarakan acara Diskusi Forum dan Bincang Interaktif yang disiarkan pada KBR frekuensi 89,2 FM. Acara tersebut bertujuan untuk menunjukkan bahwa Kemendikbud peduli akan kepentingan publik dan menyesuaikan dengan tujuan yang dimiliki oleh Kemendikbud.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan, maka dapat ditarik

simpulan beberapa hal yaitu sebagai berikut:

1. Humas Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dalam diseminasi informasi kepada publik melalui media sosial Facebook sudah menjalankan perannya dengan baik
2. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan berupaya untuk selalu mendengarkan dan menanggapi tanggapan yang diberikan publik melalui komunikasi dua arah yang seimbang agar terciptanya *mutual understanding* antara Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dengan publiknya. Maka, penerapan *Good Governance* pada era Keterbukaan Informasi Publik dapat diterapkan dengan baik.

SARAN

1. Jumlah Sumber Daya Manusia (SDM) pada bagian Humas Sub Bagian Layanan Informasi sebaiknya ditambah untuk tenaga kerja pengelola media sosial *Facebook* agar kegiatan diseminasi informasi kepada publik melalui media sosial *Facebook* dapat dilakukan dengan maksimal
2. Kerja sama antar Unit Utama dan Bagian lainnya pada Humas Sub Bagian Layanan Informasi khususnya Humas pengelola media sosial *Facebook* dalam penyampaian informasi yang akan didiseminasikan melalui media sosial *Facebook* harus lebih ditingkatkan, agar informasi dapat segera didiseminasikan dan publik selalu mengetahui informasi terbaru terkait Kemendikbud secara cepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardial. 2018. *Fungsi Komunikasi Organisasi Studi Kasus Tentang Fungsi Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Ardianto, Elvinaro & Bambang Q-Anees. 2011. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Emzir. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Cetakan 6. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Gaol, Chr. Jimmy L.. 2008. *Sistem Informasi Manajemen Pemahaman dan Aplikasi*. Jakarta: Grasindo.
- Mukarom, Zainal dan Muhibudin Wijaya Laksana. 2015. *Manajemen Public Relations (Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat*. Bandung: Pustaka Setia.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nova, Firsan. 2009. *Crisis Public Relations (Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan)*. Jakarta : Grasindo.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali.
- Suryabrata, Sumadi. 2015. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sutirna. 2018. *Inovasi dan Teknologi Pembelajaran (Konsep, Dasar, Teori, dan Aplikasi)*. Sleman: Deepublish, 2018.
- Trivena, Shinta Maharani & Fullchis Nurtjahjani. 2018. *Public Relations Citra & Praktek*. Malang: Polinema Press.