



KONSEP INFORMASI PUBLIK

KONSEP INFORMASI PUBLIK

- Berdasarkan Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik dalam pasal 1 disebutkan informasi publik adalah informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan/atau diterima oleh suatu badan publik yang berkaitan dengan penyelenggara dan penyelenggaraan negara dan/atau penyelenggara dan penyelenggaraan badan publik lainnya yang sesuai dengan Undang-Undang ini serta informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan publik.

KETERBUKAAN INFORMASI PUBLIK

- Menurut Erlina Hasan (2010:118) berkembangnya semangat keterbukaan dalam masyarakatsetidaknya dipandu oleh kecanggihan sistem komunikasi dan informasi dimana masyarakat dengan mudah mengakses berbagai permasalahan, khususnya bidang pemerintahan dari berbagai belahan dunia yang secara tidak langsung membuka matadan telinga bagaimana negara lain mengelola dan memajukan kesejahteraan masyarakatnya.

JENIS-JENIS INFORMASI PUBLIK

- Informasi yang wajib disediakan dan diumumkan secara berkala: Setiap Badan Publik wajib mengumumkan informasi publik secara berkala yang dilakukan paling singkat enam bulan sekali yang meliputi:
 - a) Informasi yang berkaitan dengan Badan Publik;
 - b) Informasi mengenai kegiatan dan kinerja Badan Publik terkait;
 - c) Informasi mengenai laporan keuangan; dan/atau
 - d) Informasi lain yang diatur dalam peraturan perundang-undangan

LANJUTAN...

- Informasi yang wajib diumumkan secara serta merta: Badan Publik wajib mengumumkan secara serta merta suatu informasi yang dapat mengancam hajat hidup orang banyak dan ketertiban umum
- Informasi yang wajib tersedia setiap saat Badan Publik setiap saat wajib menyediakan informasi publik, meliputi :
 - a) Daftar seluruh informasi publik yang berada di bawah penguasaannya tetapi tidak termasuk informasi yang dikecualikan;
 - b) Hasil keputusan Badan Publik dan pertimbangannya;
 - c) Seluruh kebijakan yang ada berikut dokumen pendukungnya;
 - d) Rencana kerja proyek termasuk di dalamnya perkiraan pengeluaran tahunan Badan Publik;

LANJUTAN...

- e) Perjanjian Badan Publik dengan pihak ketiga;
- f) Informasi dan kebijakan yang disampaikan Pejabat Publik dalam pertemuan yang terbuka dan umum;
- g) Prosedur kerja pegawai Badan Publik yang berkaitan dengan pelayanan masyarakat.
- h) Laporan mengenai pelayanan akses informasi publik



**MANAJEMEN
ORGANISASI**

INFORMASI

PADA

APA ITU MANAJEMEN INFORMASI?

- *“IM is the way in which an organization plans, collects, organizes, maintains, uses, controls, disseminates and disposes of its information, ensuring that the value of that information is identified and exploited to the fullest extent to meet its business objectives as well as to support business activities”* (Mutula and Wamukoya, 2009:33). (cara organisasi merencanakan, mengumpulkan, mengatur, memelihara, menggunakan, mengontrol, menyebarkan, dan membuang informasinya, memastikan bahwa nilai informasi tersebut diidentifikasi dan dimanfaatkan sepenuhnya untuk memenuhi tujuan bisnisnya serta untuk mendukung aktivitas bisnis/keorganisasian)
- Choo (1995:81) defines IM as *“a cycle of processes that supports the organization’s learning activities: identifying information needs, acquiring information, organizing and storing information, developing information products and services, distributing information and using information”* (siklus proses yang mendukung kegiatan pembelajaran organisasi: mengidentifikasi kebutuhan informasi, memperoleh informasi, mengatur dan menyimpan informasi, mengembangkan produk dan layanan informasi, mendistribusikan informasi, dan menggunakan informasi)

PERANAN MANAJEMEN INFORMASI BAGI LEMBAGA PEMERINTAHAN

- Upaya manajemen informasi membantu organisasi untuk mencapai dan mempertahankan kemampuan dalam pengambilan keputusan, baik strategis dan/atau tataran teknis. Ketika organisasi dapat melakukan manajemen setiap informasi akan sangat membantu penyelesaian dengan tujuan organisasi, kualitas, waktu, dan dampak pengambilan keputusan dan mengurangi berbagai faktor yang mengganggu operasional organisasi.

FAKTOR PENGHAMBAT MANAJEMEN INFORMASI PADA KELEMBAGAAN PEMERINTAH

Kategori	Faktor
Orang	Pihak-pihak yang bertanggung jawab dalam pengelolaan informasi Kurangnya panduan dalam pengelolaan informasi
Proses	Kurangnya pengetahuan dalam siklus suatu manajemen informasi
Kebijakan	Kurangnya kebijakan dalam manajemen informasi
Teknologi	Sistem dan Mobilitas

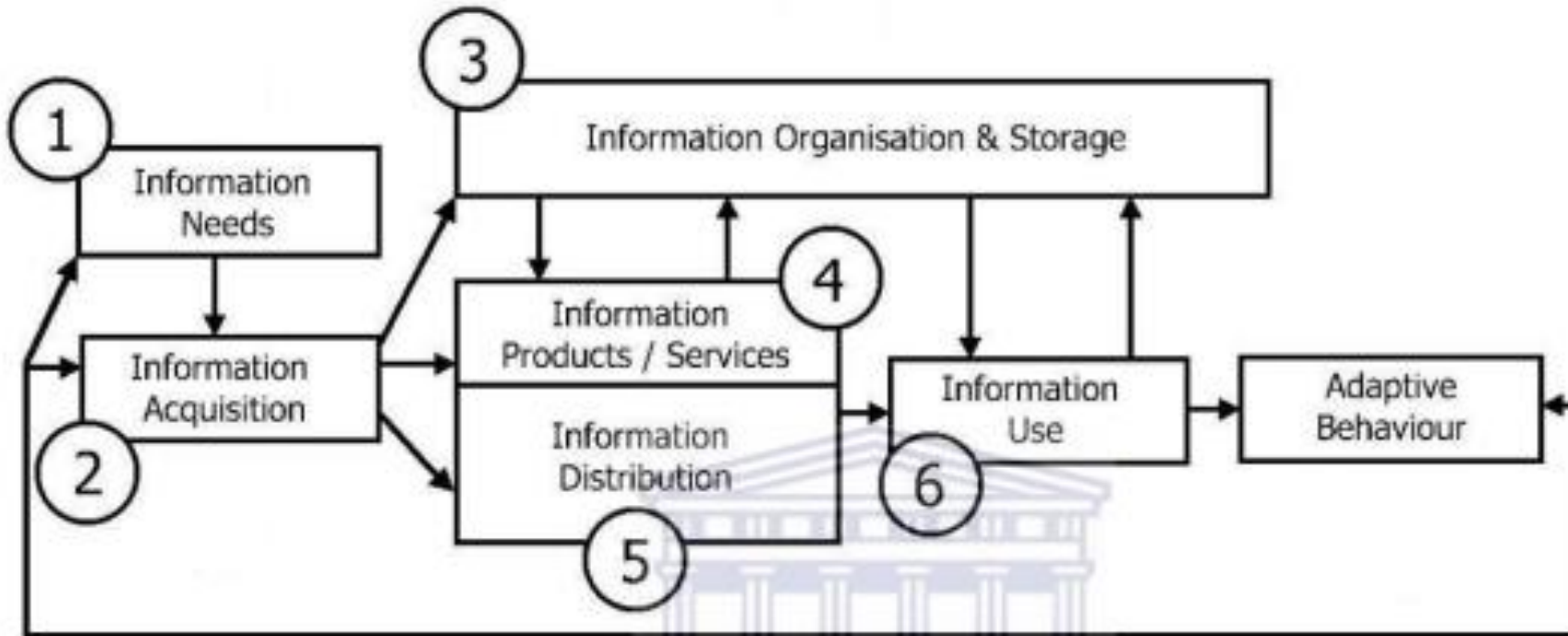


Figure 2.1: *Information Management Cycle adapted from (Choo, 1995)*

SIKLUS MANAJEMEN INFORMASI (CHOO, 1995)

- Identifikasi kebutuhan informasi

- Pada langkah yang mengidentifikasi kebutuhan informasi, menurut Choo (1995), kebutuhan muncul ketika masing-masing anggota organisasi mencari informasi yang relevan untuk mendapatkan wawasan tentang situasi (atau membutuhkan informasi yang berkaitan dengan tugas tertentu); dan setelah itu akan memiliki informasi yang diperlukan untuk membantu pengambilan keputusan atau untuk memecahkan masalah

- Memperoleh Informasi

- Cara memperoleh informasi dikendalikan dengan beragamnya informasi dan keterbatasan kemampuan anggota informasi untuk menerima semua aneka informasi. Oleh karena itu harus melalui 4 tahapan, yakni: melakukan perencanaan informasi yang diinginkan dengan sumber informasi yang jelas, melakukan pemutakhiran informasi dengan sumber yang dipercaya, penilaian setiap informasi terbaru dari sumber-sumber yang akurat; melakukan pencocokan ulang secara rutin terkait suatu informasi

- **Pengorganisasian dan Penyimpanan Informasi**

- Pengorganisasian dan penyimpanan informasi berhubungan dengan kemampuan sarana dan prasarana untuk mendokumentasikan setiap informasi demi menjaga aksesibilitas dan kualitas informasi. Hal ini berguna dengan kehadiran IT untuk membantu penyimpanan informasi dengan sistem informasi manajemen yang baik. Hal ini dikarenakan membantu merampingkan dokumen, menghemat biaya, meningkatkan produktivitas, dan mempercepat penyelesaian masalah. Pada akhirnya setiap anggota dapat lebih mudah untuk mengakses, memproses, mengambil, memperbarui dan mengelola informasi.

- **Produk dan Layanan Informasi**



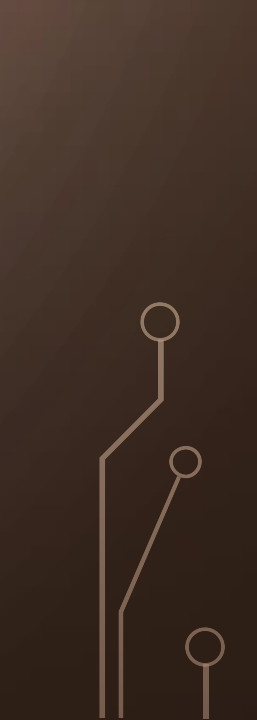
- Setiap anggota organisasi dapat mengakses informasi yang tepat dengan proses konversi dari data yang ada. Hal ini akan memastikan bahwa setiap informasi disimpan dan dipelihara. Hal ini akan mempengaruhi kualitas informasi sebelum mengambil keputusan tertentu.



- **Pendistribusian informasi**

- Dalam upaya melakukan akses layanan informasi, maka penting untuk memberikan spesifikasi jenis informasi yang ingin dicari. Hal ini akan meningkatkan kesadaran dan pengetahuan tentang kebutuhan informasi yang dicari atau masalah yang dihadapi. Cara melakukan spesifikasi distribusi informasi tergantung pada jenis informasi yang menentukan layanan informasi tertentu.

- **Penggunaan Informasi**

- Setiap informasi harus memberikan kontribusi dalam memenuhi kebutuhan pencari informasi dan bahkan membantu dalam menyelesaikan permasalahan yang ada. Setiap informasi yang diterima akan membentuk pengetahuan yang akan memberikan masukan dalam pengambilan suatu keputusan.
- 
- 
- 

KEBIJAKAN DALAM MANAJEMEN INFORMASI

- Manajemen informasi dapat berpengaruh dalam mengontrol panduan dan siklus manajemen informasi suatu organisasi. Setiap kebijakan dapat melindungi informasi di organisasi-organisasi yang berbeda-beda dan memastikan kualitasnya. Hal ini pada akhirnya akan membantu para anggota untuk mengakses informasi secara cepat dan terintegrasi untuk segera berkontribusi dalam pengambilan keputusan.

The background features a complex network of interconnected nodes and lines in shades of gold, brown, and grey. A large, dark brown, brush-stroke-like shape is positioned on the right side, partially overlapping the network. The text is centered within this dark shape.

**INFORMASI PUBLIK
DAN MEDIA ONLINE**

MEDIA ONLINE

- Media sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

ADA ENAM (6) KATEGORI BESAR UNTUK MELIHAT PEMBAGIAN MEDIA SOSIAL, YAKNI:

- a) Blog
 - Blog merupakan media sosial yang memungkinkan pengunanya untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari, dan berbagi, baik tautan web lain, informasi , dan sebagainya. Jenis media sosial ini bisa dibagi menjadi dua: pertama, kategori personal homepages, yaitu pemilik menggunakan nama domain sendiri, seperti .com atau .net. kedua, dengan menggunakan fasilitas penyedia halaman weblog gratis, seperti Wordpress (www.wordpress.com) atau Blogspot (www.blogspot.com)
- b) Microblogging
 - Microblogging merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas serta pendapatnya. Jenis media sosial ini seperti Twitter.

- c) Media Sharing

- Media berbagi atau Media Sharing merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi media, mulai dari dokumentasi (file) video, audio, gambar, dan sebagainya. Beberapa contoh media berbagi ini adalah YouTube, Flickr, Photo bucket, atau Snapfish.

- d) Social Bookmarking

- Penanda Sosial atau Social Bookmarking merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara online. Informasi yang diberikan media sosial ini bukanlah informasi yang utuh. Artinya, pengguna hanya disediakan informasi bisa teks, foto, atau video singkat. Beberapa situs social bookmarking yang populer adalah Delicious.com, StumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com, dan di Indonesia ada LintasMe.

e) Wiki

Wiki merupakan media atau situs web yang secara program memungkinkan para penggunanya berkolaborasi untuk membangun konten bersama. Wiki membagi dua jenis media sosial ini, yakni publik dan privasi. Wikipedia merupakan gambaran wiki publik dimana konten bisa diakses oleh pengguna secara bebas. Sementara wiki jenis yang bersifat privasi atau terbatas yang hanya bisa disunting dan dikolaborasi dengan terbatas.

f) Social Networking

Jejaring sosial atau Social Networking merupakan medium yang paling populer dalam media online. Medium ini merupakan sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut, di dunia virtual. Kehadiran situs jejaring sosial ini seperti Facebook, Instagram dan lainnya.

The background is a solid dark brown color. In the four corners, there are decorative white line-art elements that resemble circuit traces or a stylized tree structure, with small circles at the end of the lines.

MEDIA SOSIAL DAN INFORMASI PUBLIK

- Media sosial dianggap telah membuka kemungkinan baru yang belum pernah terjadi sebelumnya untuk melibatkan publik dalam pekerjaan pemerintah (Lee and Kwak 2012). Senada dengan hal itu, Criado, Sandoval-Almazan, and Gil-Garcia (2013) melihat bahwa penggunaan media sosial di pemerintahan mengubah lanskap lembaga publik dan birokrasi di seluruh dunia melalui dimensi alat (tools), tujuan (goals), dan topik (topics).
- Menurut Mergel and Bretschneider(2013), proses adopsi media sosial pemerintah melewati tahapan-tahapan yang serupa dengan apa yang dilalui oleh semua teknologi informasi dan komunikasi baru ketika diperkenalkan, yaitu tahap eksperimen (experimentation), tahap kekacauan terkoordinasi (coordinated chaos), dan tahap pelembagaan (institutionalization), dengan adanya kemungkinan bahwa beberapa organisasi tidak melalui semua tahapan, atau mungkin melalui tahapan-tahapan tersebut dengan kecepatan yang berbeda.

- Di 2014, Khan membahas mengenai pemerintah berbasis media sosial (social-media-based government), mengusung konsep budaya berbagi/ *sharing* (S), transparansi/ *transparency* (T), keterbukaan/ *openness* (O), dan kolaborasi/ *collaboration* (C) yang kemudian disebutnya sebagai budaya STOC.
- Tanpa budaya ini, menurutnya, penggunaan media sosial pemerintah tidak akan dapat memberikan manfaat secara penuh, seperti mempromosikan transparansi, keterbukaan, memerangi korupsi, dan memberdayakan masyarakat dalam menciptakan layanan publik (Khan, Swar, and Lee 2014; Gohar F. Khan 2017; Khan 2015a)

- Studi dari Song & Lee (2016) menemukan bahwa media sosial merupakan sarana yang efektif bagi pemerintah untuk meningkatkan kepercayaan warga terhadap pemerintah dengan meningkatkan persepsi mereka tentang transparansi pemerintah.
- Sementara itu, DePaula, Dincelli, and Harrison (2018) berpendapat bahwa sebagian besar penggunaan media sosial oleh pemerintah adalah untuk tujuan simbolis dan presentasi, yang dinilai dapat menciptakan ekspektasi tertentu dari masyarakat terhadap pemerintah dari apa yang ditampilkan di media sosial.

MODEL KERANGKA KERJA UNTUK PENGGUNAAN PEMERINTAH WEB 2.0 (FRAMEWORK FOR GOVERNMENT USE OF WEB 2.0)

- Kerangka kerja ini dikembangkan oleh Chang and Kannan (2008) sebagai bagian dari laporan yang diterbitkan IBM Center for The Business of Government, yaitu:
 - Tahap *Communication-Focused Uses*: pada tahap ini, tujuan utama dari media sosial adalah untuk menyebarkan informasi pemerintah kepada masyarakat.
 - Tahap *Interaction-Focused Uses*: difokuskan pada interaksi dua arah dan komunikasi dengan masyarakat. Tujuan utama penggunaan fokus interaksi adalah untuk memanfaatkan "wisdom of the crowd" untuk meningkatkan layanan pemerintah.
 - Tahap *Service-Focused Uses*: menggabungkan efek jaringan dari komputasi sosial dengan peran perantara anggota jaringan untuk memberikan layanan yang disesuaikan kepada masyarakat.

FUNGSI MEDIA SOSIAL

- Mencari berita, informasi dan pengetahuan
 - Media sosial berisi jutaan berita, informasi dan juga pengetahuan hingga kabar terkini yang malah penyebaran hal-hal tersebut lebih cepat sampai kepada khalayak melalui media sosial dari pada media lainnya seperti televisi.
- Mendapatkan Hiburan
 - Kondisi seseorang atau perasaan seseorang tidak selamanya dalam keadaan yang baik, yang ceria, yang tanpa tanpa ada masalah, setiap orang tentu merasakan sedih, stress, hingga kejenuhan terhadap suatu hal. Salah satu hal yang bisa dilakukan untuk mengurangi segala perasaan yang bersifat negatif tersebut adalah dengan mencari hiburan dengan bermain media sosial
- Komunikasi *Online*
 - Mudahnya mengakses media sosial dimanfaatkan oleh para penggunanya untuk bisa melakukan komunikasi secara online, seperti chatting, membagikan status, memberitahukan kabar hingga menyebarkan undangan. Bahkan bagi pengguna yang sudah terbiasa, komunikasi secara online dinilai lebih efektif dan efisien.

• Menggerakkan masyarakat

- Adanya permasalahan-permasalahan kompleks seperti dalam hal politik, pemerintahan hingga suku, agama, ras dan budaya (SARA), mampu mengundang banyak tanggapan dari khalayak. Salah satu upaya untuk menanggapi berbagai masalah tersebut adalah dengan memberikan kritikan, saran, celaan hingga pembelaan melalui media sosial.

• Sarana berbagi

- Media sosial sering dijadikan sebagai sarana untuk berbagi informasi yang bermanfaat bagi banyak orang, dari satu orang ke banyak orang lainnya. Dengan membagikan informasi tersebut, maka diharapkan banyak pihak yang mengetahui tentang informasi tersebut, baik dalam skala nasional hingga internasional.

KARAKTERISTIK MEDIA SOSIAL

• Mendidik

- Mampu mendidik, artinya ada hal tertentu yang disampaikan dan diajarkan kepada pengguna akun lain dan dapat dijadikan sebagai bekal informasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan kampanye yang bersangkutan.

• Menghibur

- Menyajikan informasi yang menarik atau menghibur sehingga informasi yang sampai kepada pengguna akun sosial media tetap terasa menyenangkan. Salah satunya mengkolaborasi teks dan gambar yang menarik sesuai dengan tema yang tepat.

• Persuasive

- Sebuah konten yang tidak menimbulkan daya tarik apalagi tidak mengandung unsur membujuk tidak akan mampu mendapat perhatian dari pengguna akun sosial media. Sehingga peran konten yang membujuk membantu pengguna akun sosial media menghilangkan faktor keberatan-keberatan yang mungkin timbul di dalam benak pelanggan untuk memiliki produk tersebut. Lagi-lagi tampilan visual sangat berperan membantu nilai persuasi pada konten digital.

• Storytelling

- Mengisahkan sebuah cerita, karena kaidah media sosial adalah mendongeng dan bahwa sebuah konten menyajikan informasi yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan tiap-tiap pengguna akun sosial media. Kebutuhan tiap pengguna akun sosial media yang dimaksud adalah kebutuhan pengguna akun sosial media dalam menyelesaikan masalah yang sedang sering dihadapi.

- **Berbagi**

- Dapat dibagikan lagi melalui platform lain, misalnya platform media sosial yang lain. Atau dibagikan secara luas ketika melakukan penyebaran konten media sosial, karena jangkauan menjadi salah satu faktor penting dalam menggapai pelanggan. Apabila konten yang dibuat sudah bagus tetapi tidak dapat dibagikan ke khalayak luas di ruang digital atau ruang publik, maka peran sosial media pun menjadi tidak terasa.

- **Mudah Ditemukan**

- Mudah ditemukan di SEO (Search Engine Optimization), pengguna akun sosial media yang serius dalam membuat konten di dunia digital harus melakukan survey SEO agar konten dengan keyword tertentu menjadi top of topic di mesin pencarian.