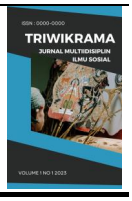
Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12, Number 1, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



KINERJA PUBLIC RELATIONS POLITIK KANTOR STAF PRESIDEN (KSP)

Nur Aisyah Puteri Hastura, Dafa Firdaus, Jessica Sutanto, Aisyah Ramadhani Juliardi, Ahmad Maylandri Ar Rasyid, Muhamad Pahri Isti

UIN Syarif Hidayatullah Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

ARTICLE INFO

Article history:
Received Juli, 2026
Revised Juli, 2026
Accepted Jui, 2026
Available online Juli, 2026

aisyahhastura@gmail.com,
dafafirdaus363@gmail.com,
r.aisyah1110@gmail.com,
yuhuujessica@gmail.com,
melandriars@gmail.com,
mfahriisti2003@gmail.com

This is an open access article under the CC BY-SA license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

A B S T R A K

Perubahan regulasi melalui Perpres Nomor 82 Tahun 2024 telah mereposisi fungsi komunikasi politik Kantor Staf Presiden (KSP), di mana fungsi komunikasi makronya kini dialihkan ke Kantor Komunikasi Kepresidenan. Penelitian kualitatif deskriptif ini bertujuan untuk menganalisis kinerja Public Relation Politik KSP pasca-reposisi tersebut, khususnya terkait pembentukan citra, strategi komunikasi, dan kendalanya. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pihak Tenaga Ahli KSP serta Redaktur Eksekutif Rakyat Merdeka, ditambah observasi multikanal secara siber dan luring. Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan pendekatan komunikasi di dua ruang yang berbeda. Pada ranah digital, KSP cenderung menerapkan Two-Way Asymmetrical Model yang bersifat persuasif. Sementara pada ranah luring, KSP bertransisi menggunakan Mixed-Motive Model yang lebih dialogis melalui program "KSP Mendekat" untuk mengurai hambatan kebijakan.

Kata Kunci: Public Relations Politik, Kantor Staf Presiden, Citra Pemerintah, Mixed-Motive Model, KSP Mendekat.

Abstract

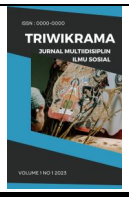
The regulatory amendment under Presidential Regulation Number 82 of 2024 has repositioned the politic communication functions of the Executive Office of the President (KSP), transferring its macro communication responsibilities to the Presidential Communication Office. This descriptive qualitative research aims to analyze the performance of KSP's political public relations following this repositioning, focusing on image formation, communication strategies, and their constraints. Data were gathered through in-depth interviews with a KSP Senior Advisor and the Executive Editor of Rakyat Merdeka, supplemented by multi-channel online and offline observations. The results indicate a divergence in communication approaches across two distinct environments. In the digital realm, KSP tends to employ a persuasive Two-Way Asymmetrical Model. Conversely, in the offline sphere, KSP is transitioning toward a more dialogic Mixed-Motive Model through the "KSP Mendekat" program to resolve policy and bureaucratic bottlenecks in the field.

Keywords: *Political Public Relations, Office of the Presidential Staff, Government Image, Mixed-Motive Model, KSP Mendekat*

PENDAHULUAN

Perubahan tata kelola komunikasi pemerintahan di Indonesia mengalami dinamika yang cukup signifikan setelah diterbitkannya Peraturan Presiden Nomor 82 Tahun 2024 tentang Kantor

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12, Number 1, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



Komunikasi Kepresidenan. Regulasi tersebut mengubah pembagian kewenangan komunikasi publik di lingkungan kepresidenan, termasuk mengalihkan sebagian fungsi komunikasi politik yang sebelumnya dijalankan oleh Kantor Staf Presiden (KSP). Perubahan tersebut menuntut adanya penyesuaian strategi komunikasi pemerintah agar penyampaian kebijakan tetap berjalan efektif di tengah meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap informasi yang cepat, akurat, dan transparan. *Public relations* politik merupakan bagian penting dari praktik komunikasi politik yang berfungsi membangun hubungan antara pemerintah dan masyarakat melalui proses komunikasi yang terencana. Dalam penyelenggaraan pemerintahan demokratis, komunikasi tidak hanya berperan sebagai sarana penyampaian informasi mengenai kebijakan publik, tetapi juga menjadi instrumen untuk membangun kepercayaan, memperoleh legitimasi, serta menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara pemerintah dan publik (Heryanto & Zarkasy, 2012). Oleh karena itu, keberhasilan suatu kebijakan tidak hanya ditentukan oleh kualitas substansinya, tetapi juga oleh kemampuan pemerintah mengelola komunikasi publik secara efektif.

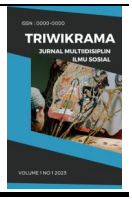
Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi pemerintahan dari model komunikasi satu arah menuju komunikasi yang lebih terbuka dan interaktif. Website resmi, media sosial, platform pengaduan publik, hingga berbagai forum dialog dimanfaatkan pemerintah sebagai media penyebarluasan informasi sekaligus ruang interaksi dengan masyarakat. Perubahan tersebut menuntut lembaga pemerintah untuk mengembangkan strategi *public relations* politik yang adaptif agar mampu menjawab kebutuhan informasi publik secara cepat, akurat, transparan, serta responsif terhadap dinamika isu yang berkembang di ruang digital.

Dalam konteks pemerintahan Indonesia, Kantor Staf Presiden (KSP) memiliki posisi strategis sebagai lembaga yang bertugas mengawal pelaksanaan program prioritas nasional, mengidentifikasi hambatan implementasi kebijakan, serta menjembatani komunikasi antara pemerintah dan masyarakat. Sebelum diterbitkannya Peraturan Presiden Nomor 82 Tahun 2024, KSP juga menjalankan fungsi komunikasi politik kepresidenan, termasuk penyusunan strategi komunikasi dan diseminasi informasi kebijakan kepada publik. Namun, setelah dibentuknya Kantor Komunikasi Kepresidenan melalui Peraturan Presiden Nomor 82 Tahun 2024, sebagian fungsi komunikasi tersebut dialihkan sehingga KSP lebih berfokus pada pengawalan program prioritas, penyelesaian *bottleneck*, serta penyerapan aspirasi masyarakat. Perubahan tersebut menuntut adanya penyesuaian strategi komunikasi agar KSP tetap mampu mendukung komunikasi publik pemerintah secara efektif.

Dalam kajian *public relations*, James E. Grunig dan Todd Hunt (1984) mengemukakan Four Models of Public Relations, yaitu *Press Agentry/Publicity*, *Public Information*, *Two-Way Asymmetrical*, dan *Two-Way Symmetrical*. Keempat model tersebut menjelaskan karakteristik hubungan antara organisasi dan publik berdasarkan tujuan, pola komunikasi, serta tingkat keseimbangan interaksi yang dibangun. Seiring perkembangan praktik *public relations*, Grunig kemudian mengembangkan Mixed-Motive Model, yaitu model komunikasi yang menggabungkan kepentingan organisasi dan publik melalui proses negosiasi, dialog, dan pencarian solusi bersama. Kedua pendekatan tersebut menjadi landasan analisis dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi kecenderungan strategi *public relations* politik yang diterapkan oleh Kantor Staf Presiden dalam membangun komunikasi publik.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa strategi *public relations* pemerintah memiliki peran penting dalam meningkatkan efektivitas komunikasi publik, membangun legitimasi, serta memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap kebijakan pemerintah. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada implementasi *government public relations*, komunikasi krisis, atau pemanfaatan media sosial oleh instansi pemerintah secara umum. Kajian yang secara khusus menganalisis strategi *public relations* politik Kantor Staf Presiden setelah perubahan kelembagaan melalui Peraturan Presiden Nomor 82 Tahun 2024 masih relatif terbatas. Selain itu, penelitian yang menggunakan perspektif Four Models of Public Relations dan Mixed-Motive Model untuk menganalisis strategi komunikasi KSP juga belum banyak ditemukan.

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12, Number 1, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis peran *public relations* politik Kantor Staf Presiden dalam membangun komunikasi publik, mengidentifikasi strategi komunikasi yang diterapkan dalam penyampaian kebijakan pemerintah, serta menganalisis implementasi strategi tersebut berdasarkan perspektif Four Models of Public Relations dan Mixed-Motive Model. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian *public relations* politik, khususnya mengenai strategi komunikasi pemerintah pada era digital dan dinamika kelembagaan pasca diterbitkannya Peraturan Presiden Nomor 82 Tahun 2024.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena memberikan ruang yang luas bagi peneliti untuk memahami secara mendalam dan kontekstual fenomena komunikasi politik pemerintah, khususnya strategi *public relations* politik yang dijalankan oleh Kantor Staf Presiden (KSP) pasca diterbitkannya Peraturan Presiden Nomor 82 Tahun 2024. Metode studi kasus memungkinkan peneliti mengeksplorasi fenomena tersebut dalam konteks nyata melalui pengkajian terhadap berbagai aktivitas komunikasi yang dilakukan KSP, sehingga mampu menggambarkan bagaimana lembaga tersebut menjalankan fungsi komunikasi publik dalam membangun citra pemerintah. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai implementasi strategi *public relations* politik yang dilakukan oleh Kantor Staf Presiden. Penelitian dilaksanakan dengan memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi makna yang dibentuk melalui interaksi antara aktor, institusi, dan masyarakat. Dalam paradigma ini, komunikasi pemerintah dipahami tidak hanya sebagai proses penyampaian informasi, tetapi juga sebagai proses pembentukan makna, persepsi, dan legitimasi publik terhadap kebijakan pemerintah.

Objek penelitian ini berfokus pada implementasi strategi *public relations* politik Kantor Staf Presiden pasca diterbitkannya Peraturan Presiden Nomor 82 Tahun 2024. Fokus penelitian diarahkan pada berbagai aktivitas komunikasi publik yang dilakukan KSP melalui media digital, meliputi website resmi, akun Instagram, kanal YouTube, serta publikasi digital lainnya yang digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai kebijakan dan program pemerintah. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi nonpartisipan. Wawancara dilakukan terhadap dua narasumber yang dipilih secara berdasarkan relevansi dan kompetensinya terhadap fokus penelitian. Narasumber pertama adalah Bambang Dirgantoro selaku Tenaga Ahli Kantor Staf Presiden yang dipilih karena memiliki keterlibatan langsung dalam pelaksanaan komunikasi publik dan implementasi strategi *public relations* politik di lingkungan KSP. Narasumber kedua adalah Rusma Muhammad Rusmadi selaku Executive Editor Harian *Rakyat Merdeka* yang dipilih untuk memberikan perspektif eksternal mengenai efektivitas komunikasi politik pemerintah serta bagaimana strategi komunikasi KSP dipersepsikan dari sudut pandang media massa. Kedua narasumber tersebut dipandang mampu memberikan informasi yang saling melengkapi sehingga penelitian memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai implementasi komunikasi politik pemerintah.

Observasi dilakukan secara nonpartisipan dengan mengamati berbagai aktivitas komunikasi digital yang dipublikasikan melalui website resmi, akun Instagram, kanal YouTube, serta platform SP4N-LAPOR! milik Kantor Staf Presiden. Pengamatan difokuskan pada karakteristik pesan, bentuk penyajian informasi, penggunaan elemen visual, pola interaksi dengan masyarakat, serta respons publik yang tercermin melalui kolom komentar pada sejumlah unggahan terkait isu ketahanan pangan, pelayanan publik, krisis energi, dan program prioritas pemerintah. Proses analisis data dilakukan secara induktif dengan menelaah seluruh data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi. Data kemudian dikelompokkan berdasarkan fokus penelitian untuk memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi keterkaitan antartemuan mengenai implementasi strategi *public relations* politik Kantor Staf Presiden. Selanjutnya, data disajikan secara sistematis

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12, Number 1, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

dalam bentuk narasi sehingga memberikan gambaran yang utuh mengenai strategi komunikasi publik yang dijalankan oleh KSP. Tahap akhir dilakukan dengan menginterpretasikan seluruh temuan penelitian berdasarkan konsep *public relations* politik dan kerangka teori yang digunakan sehingga diperoleh kesimpulan yang mampu menjawab fokus penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Peran Public Relations Politik Kantor Staf Presiden (KSP) dalam Membentuk Citra Pemerintah

Kantor Staf Presiden (KSP) secara strategis berfungsi sebagai pusat orkestrasi narasi politik eksekutif. Merujuk Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 83 Tahun 2019, tupoksi Public Relations (PR) politik KSP mencakup pengawalan program prioritas, pengelolaan isu (issue manager) guna memitigasi krisis, serta penerjemah arahan Presiden menjadi pesan strategis yang persuasif dan mudah dipahami bagi publik.

Namun, fungsi tersebut mengalami pergeseran pasca-terbitnya Peraturan Presiden Nomor 82 Tahun 2024. Pasal 48 regulasi ini menegaskan bahwa fungsi strategi komunikasi politik dan diseminasi informasi yang sebelumnya menjadi mandat KSP dialihkan kepada Kantor Komunikasi Kepresidenan (Bakom), dengan proses pengalihan yang dikoordinasikan oleh kementerian yang menyelenggarakan urusan kesekretariatan negara bersama kementerian/lembaga terkait. Ketentuan ini diperkuat melalui Pasal 52, yang secara eksplisit mencabut ketentuan mengenai fungsi pengelolaan strategi komunikasi politik dalam Perpres Nomor 83 Tahun 2019.

Bambang Dirgantoro, Tenaga Ahli KSP, menjelaskan bahwa fungsi komunikasi politik telah dialihkan kepada Bakom, sementara KSP kini menjalankan fungsi yang berbeda[1]. Ia menyampaikan bahwa perubahan tersebut tidak berhenti pada tataran normatif, tetapi telah diwujudkan dalam pembagian tugas dan fungsi kelembagaan sehari-hari. Dengan demikian, fokus KSP saat ini bergeser ke arah pengawalan program prioritas nasional, pemantauan pelaksanaan kebijakan, dan penyelesaian hambatan strategis pemerintah, alih-alih berperan sebagai aktor utama dalam komunikasi politik.

Gambar 1. Postingan Instagram @kantorstafpresidenri mengenai citra positif presiden pada 11 April 2026

[1] [1] Wawancara dengan Bambang Dirgantoro, Tenaga Ahli Kantor Staf Presiden (KSP), melalui G-meet, 12 Juni 2026, pukul 14.00 WIB.

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12, Number 1, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

Meskipun fungsi diseminasi informasi telah beralih, komunikasi digital tetap dipertahankan sebagai instrumen pendukung tugas inti KSP dalam mengelola isu strategis dan mengawal program prioritas Presiden. Hal ini tampak pada unggahan akun Instagram resmi @kantorstafpresidenri yang merespons krisis pasokan energi global. Hasil observasi menunjukkan bahwa KSP memanfaatkan Instagram sebagai salah satu media utama dalam menyampaikan informasi mengenai kebijakan strategis pemerintah. Konten yang dipublikasikan tidak hanya berisi dokumentasi kegiatan Presiden, tetapi juga dikemas dalam bentuk infografis, visual singkat, dan narasi persuasif agar lebih mudah dipahami oleh masyarakat.

Melalui visual yang menampilkan Presiden berpidato dengan latar infrastruktur energi serta framing tekstual "kondisi Indonesia tetap aman", KSP berupaya membangun keyakinan publik atas efektivitas kebijakan, otoritas, dan kontrol pemerintah dalam situasi krisis. Penggunaan visual yang dominan, dikombinasikan dengan kalimat yang singkat dan mudah dipahami, menunjukkan bahwa strategi komunikasi KSP tidak hanya berorientasi pada penyampaian informasi, tetapi juga pada pembentukan persepsi publik terhadap keberhasilan pemerintah dalam menjaga stabilitas energi nasional. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial dimanfaatkan sebagai instrumen public relations politik untuk membangun kepercayaan publik melalui penyampaian pesan yang cepat, mudah dipahami, dan memiliki daya tarik visual.

Gambar 2. Unggahan akun Instagram resmi Kantor Staf Presiden mengenai Buku Saku 0% Kemiskinan Ekstrem sebagai media diseminasi informasi kebijakan pemerintah (21 April 2026). Sumber: Instagram @kantorstafpresidenri, diakses pada 16 Juni 2026

Berdasarkan hasil observasi, akun Instagram resmi Kantor Staf Presiden tidak hanya digunakan sebagai media publikasi kegiatan pemerintahan, tetapi juga sebagai sarana edukasi publik terhadap program prioritas pemerintah. Salah satu contohnya terlihat pada unggahan mengenai Buku Saku 0% Kemiskinan Ekstrem yang dipublikasikan pada 21 April 2026 (Gambar 2). Melalui konten tersebut, KSP menyampaikan informasi mengenai program penanggulangan kemiskinan ekstrem dengan menggunakan desain visual yang sederhana, bahasa yang mudah dipahami, serta penekanan pada pesan utama *"Dukungan Kesejahteraan Sepanjang Hayat di Era Presiden Prabowo Subianto."* Penyampaian informasi dalam bentuk infografis semacam ini menunjukkan upaya KSP untuk menyederhanakan substansi kebijakan yang bersifat teknis agar lebih mudah dipahami oleh masyarakat luas.

Selain berfungsi sebagai media penyebaran informasi, unggahan tersebut juga memperlihatkan peran *public relations* politik dalam membangun pemahaman dan citra positif terhadap kebijakan pemerintah. Informasi yang disampaikan tidak hanya menjelaskan keberadaan program, tetapi juga berusaha menunjukkan komitmen pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penyajian narasi yang terstruktur dan berbasis data. Dengan demikian, komunikasi yang

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12, Number 1, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

dilakukan KSP tidak berhenti pada penyampaian informasi, melainkan juga diarahkan untuk membangun kepercayaan publik terhadap kebijakan yang sedang dijalankan pemerintah. Secara keseluruhan, KSP berperan sebagai mediator yang menerjemahkan pernyataan Presiden menjadi pesan komunikatif yang mudah disebarluaskan melalui media sosial. Peran ini kemudian didukung oleh berbagai strategi komunikasi digital yang dijalankan KSP untuk menjangkau masyarakat secara lebih luas.

2. Strategi Komunikasi Politik KSP dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat terhadap Pemerintah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kantor Staf Presiden (KSP) memanfaatkan berbagai media komunikasi untuk menyampaikan informasi sekaligus membangun hubungan dengan masyarakat. Media yang digunakan meliputi website resmi, Instagram, YouTube, SP4N-LAPOR!, serta program KSP Mendekat.

Tabel 1. Strategi *public relations* politik yang diterapkan oleh Kantor Staf Presiden

No	Strategi	Bentuk Komunikasi	Temuan
1	Portal Website ksp.go.id	Berita, siaran pers, artikel, laporan	
2	Pendekatan Komunikasi Melalui Instagram	Infografis, reels, carousel, poster	
3	Pendekatan Komunikasi Melalui Youtube	Video, podcast, konferensi pers	

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12, Number 1, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

No	Strategi	Bentuk Komunikasi	Temuan
4	Layanan Aspirasi dan Pengaduan Online Rakyat (LAPOR!)	Pengaduan dan aspirasi masyarakat	
5	Program KSP Mendekat sebagai Strategi Komunikasi Dua Arah	Diskusi, kunjungan lapangan, forum masyarakat	

Website resmi KSP dimanfaatkan sebagai pusat informasi yang memuat berita, siaran pers, dokumentasi kegiatan, dan informasi mengenai kebijakan pemerintah. Berdasarkan hasil observasi, informasi yang tersedia disusun secara sistematis sehingga masyarakat dapat memperoleh penjelasan yang lebih lengkap dibandingkan melalui media sosial.

Bambang Dirgantoro menyampaikan bahwa website menjadi bagian dari strategi komunikasi digital KSP untuk memperluas akses masyarakat terhadap informasi resmi dan meminimalkan kesalahpahaman terhadap kebijakan pemerintah. Selain website, Instagram menjadi media yang aktif digunakan untuk menyampaikan informasi melalui foto, infografis, dan video singkat. Hasil observasi menunjukkan bahwa unggahan KSP tidak hanya berisi dokumentasi kegiatan, tetapi juga penjelasan mengenai isu-isu yang sedang berkembang. Menurut Bambang Dirgantoro, media sosial memiliki peran penting karena mampu menjangkau masyarakat dengan cepat, namun penyampaian informasi tetap perlu menggunakan bahasa yang mudah dipahami. Kolom komentar juga dimanfaatkan masyarakat untuk menyampaikan pertanyaan, kritik, dan tanggapan terhadap informasi yang dipublikasikan.

KSP juga menggunakan YouTube sebagai media penyampaian informasi yang lebih lengkap, seperti konferensi pers, diskusi, dan penjelasan mengenai kebijakan pemerintah. Berdasarkan keterangan Bambang Dirgantoro, platform ini dipilih karena mampu menyajikan informasi secara lebih rinci dibandingkan media sosial yang berfokus pada konten singkat. Selain itu, KSP memanfaatkan SP4N-LAPOR! sebagai saluran penyampaian aspirasi dan pengaduan masyarakat. Temuan penelitian menunjukkan bahwa setiap laporan diteruskan kepada instansi yang berwenang

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12, Number 1, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

sesuai dengan kewenangannya. Bambang Dirgantoro menjelaskan bahwa platform tersebut menjadi salah satu upaya pemerintah dalam membuka ruang komunikasi dengan masyarakat melalui mekanisme pelayanan publik.

Tidak hanya melalui media digital, KSP juga menjalankan program KSP Mendekat sebagai bentuk komunikasi langsung dengan masyarakat. Hasil observasi menunjukkan bahwa program ini menjadi wadah bagi masyarakat untuk menyampaikan aspirasi dan berbagai persoalan secara langsung. Bambang Dirgantoro menjelaskan bahwa kegiatan tersebut bertujuan mendengarkan aspirasi masyarakat sekaligus memperkuat koordinasi penyelesaian berbagai permasalahan dengan instansi terkait.

3. Kendala yang Dihadapi KSP dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat terhadap Pemerintah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa KSP masih menghadapi sejumlah kendala dalam pelaksanaan komunikasi politik. Meskipun telah memanfaatkan berbagai saluran komunikasi, interaksi dua arah dengan masyarakat belum berjalan secara optimal. Berdasarkan hasil observasi, masih ditemukan komentar dan aspirasi masyarakat di media sosial yang belum memperoleh tanggapan secara langsung. Penelitian juga menemukan adanya perbedaan antara informasi yang disampaikan pemerintah dengan pengalaman yang dirasakan sebagian masyarakat. Hal tersebut terlihat dari berbagai tanggapan terhadap beberapa program pemerintah yang menunjukkan masih adanya kritik mengenai manfaat kebijakan, kondisi ekonomi, serta pelaksanaan program di lapangan. Selain itu, masih banyak masyarakat yang meminta penjelasan lebih rinci mengenai informasi yang dipublikasikan pemerintah.

Bambang Dirgantoro menjelaskan bahwa salah satu tantangan komunikasi pemerintah adalah penggunaan bahasa birokrasi yang masih terlalu teknis sehingga tidak selalu mudah dipahami masyarakat. Ia juga menyampaikan bahwa perbedaan antara proses birokrasi dan harapan masyarakat terhadap penyelesaian yang cepat sering kali memunculkan kesalahpahaman dalam komunikasi. Selain itu, perkembangan informasi di ruang digital turut menjadi tantangan bagi KSP. Penyebaran informasi yang tidak akurat menuntut pemerintah untuk memberikan klarifikasi secara cepat. Rusma Muhammad Rusmadi juga menyampaikan bahwa akses media kepada KSP cukup terbuka, namun konsistensi informasi tetap perlu dijaga agar tidak menimbulkan perbedaan persepsi di tengah masyarakat.

Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, strategi komunikasi yang dijalankan oleh Kantor Staf Presiden (KSP) menunjukkan kecenderungan menerapkan Model Two-Way Asymmetrical sebagaimana dikemukakan oleh James E. Grunig dan Todd Hunt. Temuan ini terlihat dari pemanfaatan berbagai platform digital sebagai sarana penyampaian informasi sekaligus pembentukan persepsi publik terhadap kebijakan pemerintah. Walaupun tersedia ruang bagi masyarakat untuk memberikan tanggapan melalui media digital, umpan balik tersebut lebih banyak dimanfaatkan sebagai bahan penyempurnaan strategi komunikasi dibandingkan sebagai dasar perubahan substansi kebijakan. Hasil wawancara dengan Bambang Dirgantoro memperkuat temuan tersebut. Menurutnya, setiap materi komunikasi yang dipublikasikan oleh KSP disusun berdasarkan data yang telah diverifikasi sehingga informasi yang disampaikan memiliki dasar yang dapat dipertanggungjawabkan. Prinsip komunikasi berbasis data tersebut terlihat pada berbagai publikasi mengenai program prioritas pemerintah, seperti penyampaian data ketahanan energi nasional, optimalisasi penerimaan negara, maupun penyusunan Buku Saku 0 Persen Kemiskinan Ekstrem yang menggunakan Data Tunggal Sosial Ekonomi Nasional (DTSEN). Berdasarkan hasil

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12, Number 1, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

observasi, penyajian informasi tersebut dikemas melalui infografis, video singkat, dan narasi persuasif yang bertujuan meningkatkan pemahaman sekaligus membangun kepercayaan masyarakat terhadap kebijakan pemerintah.

Dalam perspektif Two-Way Asymmetrical Model, pola tersebut menunjukkan bahwa komunikasi memang berlangsung dua arah karena masyarakat diberikan ruang untuk menyampaikan tanggapan melalui berbagai platform digital. Namun, hubungan yang terbentuk belum sepenuhnya bersifat seimbang karena umpan balik publik lebih banyak dimanfaatkan sebagai dasar penyusunan strategi komunikasi agar pesan pemerintah lebih mudah diterima. Dengan kata lain, komunikasi yang dibangun masih berorientasi pada efektivitas persuasi dibandingkan proses negosiasi kebijakan. Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa KSP tidak mengedepankan pendekatan Press Agentry/Publicity Model yang menitikberatkan pada propaganda dan publisitas semata. Berdasarkan hasil wawancara, penyusunan pesan komunikasi dilakukan dengan mengacu pada data dan fakta yang telah diverifikasi sehingga aspek akurasi informasi menjadi perhatian utama. Hal tersebut menunjukkan adanya upaya menjaga kredibilitas komunikasi publik sekaligus menghindari penyebaran informasi yang tidak memiliki dasar empiris. Karakteristik Public Information Model juga tidak sepenuhnya ditemukan dalam praktik komunikasi KSP saat ini. Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 82 Tahun 2024, sebagian fungsi komunikasi publik yang sebelumnya berada di bawah KSP telah dialihkan kepada Kantor Komunikasi Kepresidenan. Perubahan kelembagaan tersebut menyebabkan fokus komunikasi KSP bergeser pada pengelolaan isu strategis (*issue management*) dan penyelesaian hambatan implementasi kebijakan (*bottleneck*), bukan lagi sebagai lembaga utama yang bertugas melakukan diseminasi informasi kepada masyarakat secara luas. Jika ditinjau dari perspektif Two-Way Symmetrical Model, hasil observasi menunjukkan bahwa implementasinya masih belum optimal. Walaupun masyarakat memiliki ruang untuk memberikan tanggapan melalui media sosial, interaksi yang berlangsung masih didominasi oleh penyampaian informasi dari pemerintah kepada masyarakat. Berbagai komentar yang berisi kritik maupun aspirasi belum seluruhnya memperoleh respons secara langsung sehingga proses dialog yang setara belum sepenuhnya terwujud. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa komunikasi digital KSP masih lebih berfungsi sebagai media penyampaian informasi daripada ruang deliberasi publik.

Tabel 2. Implementasi KSP pada Model Public Relation

No	Model PR	Konsep	Implementasi KSP	Tingkat Implementasi
1	Press Agentry	Komunikasi satu arah, fokus pada publisitas dan pencitraan tanpa mementingkan akurasi mendalam.	KSP secara aktif mempublikasikan kegiatan Presiden, melalui website, Instagram, dan YouTube.	Tidak Menjadi Pendekatan Utama, karna masih berbasis data
2	Public Information	Satu arah, namun lebih faktual dan objektif (pemerintah sebagai sumber informasi tanpa mengharap feedback).	Website resmi dan YouTube digunakan untuk menyampaikan informasi, berita, siaran pers, dan dokumentasi kegiatan pemerintah.	Tinggi

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12, Number 1, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

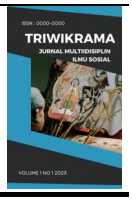
No	Model PR	Konsep	Implementasi KSP	Tingkat Implementasi
3	Two-Way Asymmetrical	Dua arah tapi tidak seimbang, organisasi meriset publik hanya untuk mengubah sikap masyarakat agar sesuai kepentingan lembaga.	Instagram dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi, melakukan klarifikasi isu.	Sangat Dominan
4	Two-Way Symmetrical	Komunikasi dua arah yang seimbang, organisasi dan publik saling mendengarkan, berdialog, dan menyesuaikan diri untuk mencapai saling pengertian (mutual understanding).	Mulai terlihat melalui SP4N-LAPOR! dan program KSP Mendekat yang membuka ruang penyampaian aspirasi masyarakat.	Belum Optimal
5	Mixed-Motive	Model komunikasi mengombinasikan kepentingan organisasi dan publik melalui negosiasi untuk mencapai solusi yang saling menguntungkan	KSP Mendekat, SP4N-LAPOR!, serta koordinasi penyelesaian bottleneck.	Berkembang menuju komunikasi yang kolaboratif

Implementasi *public relations* politik Kantor Staf Presiden menunjukkan bahwa strategi komunikasi KSP tidak mengacu pada satu model *public relations* secara tunggal, melainkan mengombinasikan beberapa model sesuai karakteristik media dan tujuan komunikasinya. Aktivitas publisitas dan penyebaran informasi tetap dilakukan melalui website, Instagram, dan YouTube. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa *Two-Way Asymmetrical Model* menjadi pendekatan yang paling dominan dalam komunikasi digital KSP karena umpan balik masyarakat lebih banyak dimanfaatkan untuk meningkatkan efektivitas penyampaian pesan pemerintah. Di sisi lain, karakteristik *Two-Way Symmetrical* dan *Mixed-Motive Model* mulai terlihat melalui program KSP Mendekat dan SP4N-LAPOR! yang memberikan ruang dialog serta penyerapan aspirasi masyarakat, meskipun implementasinya belum sepenuhnya optimal.

Temuan penelitian memperlihatkan adanya upaya KSP mengembangkan pola komunikasi yang lebih dialogis melalui program KSP Mendekat, forum diskusi terbuka, serta pemanfaatan platform SP4N-LAPOR!. Ketiga instrumen tersebut menunjukkan adanya kecenderungan menuju *Mixed-Motive Model*, yaitu model komunikasi yang menempatkan proses negosiasi dan pencarian solusi bersama sebagai tujuan utama hubungan antara organisasi dan publik. Berdasarkan hasil wawancara, berbagai forum tersebut dimanfaatkan untuk menyerap aspirasi masyarakat sekaligus mengidentifikasi hambatan implementasi kebijakan yang memerlukan koordinasi lintas kementerian dan lembaga. Meskipun demikian, penerapan *Mixed-Motive Model* masih menghadapi sejumlah kendala. Temuan penelitian menunjukkan bahwa mekanisme dialog yang efektif lebih banyak berlangsung melalui forum tatap muka dibandingkan media digital. Sementara itu, pengelolaan aspirasi secara daring masih bergantung pada koordinasi antarinstansi sehingga respons terhadap berbagai isu belum selalu dapat diberikan secara cepat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa upaya mewujudkan komunikasi yang benar-benar kolaboratif masih memerlukan penguatan mekanisme koordinasi serta integrasi strategi komunikasi antar lembaga pemerintah.

Berdasarkan keseluruhan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi *public relations* politik Kantor Staf Presiden saat ini berada pada fase transisi. Di satu sisi, pola komunikasi digital masih menunjukkan karakteristik Two-Way Asymmetrical Model yang

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12, Number 1, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



berorientasi pada persuasi berbasis data. Di sisi lain, berbagai program seperti KSP Mendekat dan SP4N-LAPOR! mengindikasikan adanya upaya menuju Mixed-Motive Model melalui penguatan dialog dan penyelesaian masalah secara kolaboratif. Dengan demikian, strategi komunikasi KSP tidak hanya berfungsi sebagai instrumen penyampaian informasi pemerintah, tetapi juga mulai berkembang sebagai mekanisme pengelolaan isu dan pembangunan hubungan yang lebih partisipatif dengan masyarakat.

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi public relations politik Kantor Staf Presiden (KSP) dijalankan melalui pemanfaatan berbagai kanal komunikasi, yaitu website resmi, Instagram, YouTube, SP4N-LAPOR!, dan program KSP Mendekat. Setiap media memiliki fungsi yang berbeda namun saling melengkapi, mulai dari penyebaran informasi, edukasi publik, pengelolaan isu strategis, hingga penyerapan aspirasi masyarakat. Strategi tersebut menunjukkan bahwa KSP tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi pemerintah, tetapi juga sebagai penghubung antara pemerintah dan masyarakat dalam membangun komunikasi publik.

Berdasarkan analisis menggunakan teori Empat Model Public Relations James E. Grunig dan Todd Hunt, strategi komunikasi KSP lebih dominan mencerminkan Model Two-Way Asymmetrical, yaitu komunikasi dua arah yang tetap berorientasi pada persuasi publik melalui penyampaian informasi berbasis data. Di sisi lain, keberadaan program KSP Mendekat dan SP4N-LAPOR! menunjukkan adanya upaya menuju Mixed-Motive Model melalui penyediaan ruang dialog dan penyerapan aspirasi masyarakat. Namun, implementasi komunikasi yang benar-benar dialogis masih menghadapi tantangan, terutama pada media digital yang belum sepenuhnya mampu memfasilitasi interaksi dan respons secara optimal.

Kantor Staf Presiden diharapkan dapat memperkuat komunikasi dua arah, khususnya pada media digital, dengan meningkatkan respons terhadap aspirasi masyarakat serta memperkuat koordinasi komunikasi antarlembaga pemerintah. Sementara itu, penelitian selanjutnya dapat mengembangkan kajian mengenai *public relations* politik dengan melibatkan perspektif masyarakat sebagai penerima pesan sehingga efektivitas strategi komunikasi pemerintah dapat dianalisis secara lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

Heryanto, G. G., & Zarkasy, I. (2012). Public Relations Politik (Cet. 1). Bogor: Ghalia Indonesia.

Jefkins, F. (2003). Public Relations. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Strömbäck, J., & Kiousis, S. (2011). Political Public Relations: Principles and Applications. New York: Routledge.

Kriyantono, R. (2014). Teori-Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Grunig, J. E. (2005). Situational Theory of Publics. Dalam R. L. Heath (Ed.), Encyclopedia of Public Relations (hlm. 778-780). Thousand Oaks: SAGE Publications.

Nurlita, R., & Heryanto, G. G. (2022). Komunikasi Kebijakan Infrastruktur Era Pemerintahan Joko Widodo: Studi Kasus di Kantor Staf Presiden (KSP). Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi, 5(1),

Samsudin, W. P. (2024). Excellence Theory of Public Relations dalam Meningkatkan Literasi Data Statistik Provinsi Jawa Tengah pada Humas Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).