

Strategi Komunikasi Publik Kementerian Perindustrian tentang Isu Industri pada Presidensi G20 Indonesia

Gustav Aulia¹, Deddy Irwandy¹,
Grace Heidy Jane Amanda Wattimena^{1*}, Fajar Iqbal Mirza¹

¹Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR
Jl. K.H. Mas Mansyur Kav. 35, Jakarta 10220 – Indonesia

*Corresponding Author: grace.hjaw@lspr.edu

DOI: <http://dx.doi.org/10.25008/jpi.v5i1.121>

Submitted: April 12, 2023; Revised: April 21, 2023; Published: April 30, 2023

Abstract

Indonesia is the first to host the world's main Group of Twenty (G20) cooperation forum. In the G20 Presidency, Indonesia proposed adding industrial issues, so that it became the Trade, Investment, and Industry Working Group (TIIWG). This proposal requires the government to communicate industrial issues to each public in Indonesia. This study aims to discuss the implementation of the Ministry of Industry's public communication strategy to raise industrial issues in the G20 Presidency. Through a qualitative approach, the public communication strategy describes the involvement of each component in the Quadruple Helix model, namely the government, entrepreneurs, academics, and the community, in promoting industrial issues by the Ministry of Industry. The results of implementing the public communication strategy carried out by the Ministry of Industry are carried out on a technical side. Efforts to carry industry issues that are communicated through the main messages that refer to the National Communication Strategy (Strakom) and are segmented according to the interests of the respective public. Thus, the public can be aware of industrial issues in the G20 Presidency.

Keywords: Public Communications; Quadruple helix; Industry; G20 Presidency; National communication strategy

Abstrak

Indonesia menjadi perdana menjadi penyelenggaraan forum kerja sama utama dunia *Group of 20* (G20). Dalam Presidensi G20, Indonesia mengusulkan penambahan isu industri, sehingga menjadi *Trade, Investment, and Industry Working Group* (TIIWG). Usulan ini membuat pemerintah perlu untuk mengkomunikasikan isu industri kepada masing-masing publik di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk membahas tentang implementasi strategi komunikasi publik Kementerian Perindustrian (Kemenperin) untuk mengangkat isu industri dalam Presidensi G20. Melalui pendekatan kualitatif, strategi komunikasi publik menguraikan keterlibatan masing-masing komponen dalam model *Quadruple Helix*, yaitu pemerintah, pengusaha, akademisi, dan masyarakat, dalam penyampaian isu industri oleh Kemenperin. Hasil dari penerapan strategi komunikasi publik yang dilakukan Kemenperin terlaksana pada segi teknis. Upaya mengusung isu industri dikomunikasikan melalui pesan utama yang mengacu pada Strategi Komunikasi (Strakom) Nasional, dan tersegmentasi sesuai dengan kepentingan masing-masing publik. Dengan demikian, publik dapat mengetahui adanya isu industri dalam Presidensi G20.

Kata Kunci: Komunikasi publik; Quadruple helix; Industri; Presidensi G20, Stretegi komunikasi nasional

Pendahuluan

Forum kerja sama 20 ekonomi utama dunia, *Group of Twenty* (G20) untuk

pertama kalinya dipimpin Indonesia pada 2022. Indonesia menerima presidensi G20 dari Italia dalam acara serah terima

keketuaan di KTT G20 Roma, Italia pada 31 Oktober 2021. Presidensi Indonesia ini berlangsung selama satu tahun dan berakhir pada 30 November 2022. G20 mewakili kekuatan ekonomi dan politik dunia dengan komposisi anggotanya mencakup 80% PDB dunia, 75% ekspor global, dan 60% populasi global.

G20 terdiri dari 19 negara dan 1 kawasan, yaitu Rusia, Amerika Serikat, Republik Rakyat Tiongkok (RRT), Arab Saudi, Afrika Selatan, Turki, Inggris, Prancis, Jerman, India, Indonesia, Italia, Jepang, Republik Korea, Meksiko, Argentina, Australia, Brasil, Kanada, dan Uni Eropa. Forum internasional ini berfokus pada koordinasi kebijakan dalam bidang ekonomi dan pembangunan. Selain itu, terdapat 9 negara undangan pada Presidensi G20 Indonesia, yaitu Spanyol, Ketua Uni Afrika, Ketua the African Union Development Agency-NEPAD (AU-NEPAD), Ketua Association of Southeast Asian Nations (ASEAN), Belanda, Singapura, Persatuan Emirat Arab, Ketua The Caribbean Community (CARICOM), dan Ketua Pacific Island Forum (PIF).

G20 juga mengikutseratakan 10 organisasi internasional, yaitu Asian Development Bank (ADB), Financial Stability Board (FSB), International Labour Organization (ILO), International Monetary Fund (IMF), Islamic Development Bank (IsDB), Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), World Bank, World Health Organization (WHO), World Trade Organization (WTO), dan United Nations (UN) (Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, 2022).

Saat terjadi pandemi COVID-19, dunia berada pada masa krisis multidimensional, karena itu G20 mendorong pemulihan dunia keluar dari dampak pandemi. Sebagai pemegang presidensi forum G20 tahun 2022, Pemerintah Indonesia mengusulkan penambahan isu industri dalam *Trade and Investment Working Group* (TIWG) sehingga menjadi *Trade, Investment, and Industry Working Group* (TIIWG). Upaya

ini dimaksudkan agar memacu kinerja dan daya saing sektor industri di tanah air dalam rangka mengakselerasi pemulihan ekonomi nasional.

Menurut Direktur Jenderal Ketahanan, Perwilayahan dan Akses Industri Internasional (KPAII) Kementerian Perindustrian, Eko S.A. Cahyanto, Indonesia mengangkat tema *Recover Together, Recover Stronger* untuk meningkatkan sinergi, aksi kolektif dan kolaborasi inklusif antara anggota G20 dan dunia guna mencapai pemulihan dunia. Pada tiga prioritas yang diangkat Indonesia pada G20, yakni arsitektur kesehatan dunia, transformasi digital, dan transisi energi berkelanjutan atau ekonomi hijau, Indonesia memiliki kepentingan di sektor industri. Dalam aspek kesehatan, Indonesia berharap bisa menghasilkan akses yang adil terhadap industri farmasi dan alat kesehatan, baik dalam hal produksi maupun distribusi. Sementara untuk aspek transformasi digital, Indonesia siap mengadopsi teknologi industri 4.0 yang diwujudkan melalui implementasi peta jalan *Making Indonesia 4.0*. Sedangkan dalam aspek transisi energi, Indonesia berharap sektor industri di tanah air dapat memenuhi standard berkelanjutan agar berdaya saing global (Kementerian Perindustrian, 2022).

Secara khusus, tema TIIWG pada Forum G20 tahun ini adalah "*Collective Economic Recovery: Aligning Trade, Investment and Industry agenda with SDGs*". Ini adalah upaya G20 untuk mendorong pemulihan ekonomi dunia secara kolektif melalui penyesuaian agenda Perdagangan, Investasi, dan Industri dengan SDGs (*Sustainable Development Goals*).

Kerangka Teori

Penelitian ini menggunakan konsep *Quadruple Helix*. Menurut Hudani dan Dewanto dalam Prayudi, Ardhanariswari, dan Probosari (2020), konsep ini merupakan kerangka penelitian yang mengkolaborasi antara akademisi, pengusaha, pemerintah, dan masyarakat. Masing-masing komponen memiliki peran dan identitas; akademisi

sebagai peneliti (pengetahuan), pemerintah sebagai pembuat kebijakan, industri sebagai produsen (ekonomi), dan masyarakat sebagai penyeimbang antara ketiga komponen sebelumnya (penghubung).

Selain itu, Oscar (dalam Setyanti, 2018) juga menyatakan, integrasi dari keempat peran tersebut diwujudkan dalam aktivitas kreativitas dan pengetahuan. Dengan demikian, penelitian ini menggali

bagaimana keterlibatan antara semua komponen dalam konsep *Quadruple Helix* dalam mengomunikasikan isu industri pada Presidensi G20 Indonesia 2022.

Berdasarkan konsep *Quadruple Helix*, maka peran dari komponen pemerintah akademisi, pengusaha, dan masyarakat dalam proposal penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Komponen Utama *Quadruple Helix* dalam isu Industri pada Presidensi G20 Indonesia 2022

Komponen Utama	
Kementerian Perindustrian (pemerintah)	Menjelaskan pada publik pentingnya membahas isu industri pada Presidensi G20 Indonesia 2022 Menyebarkan seluas-luasnya pada publik isu industri pada Presidensi G20 Indonesia 2022 Menjelaskan pada publik tentang <i>Trade, Investment, and Industry Working Group</i> (TIIWG) Memastikan publik mengetahui kinerja Kementerian Perindustrian dalam Presidensi G20 Indonesia 2022 Menjelaskan pada publik manfaat Presidensi G20 Indonesia 2022
Pengusaha	Kontribusi Presidensi G20 Indonesia 2022 terhadap sektor industri Kesiapan industri dalam implementasi hasil Presidensi G20 Indonesia 2022 Kesiapan membantu komunikasi publik terkait isu industri pada Presidensi G20 Indonesia 2022
Akademisi	Argumentasi, pandangan dan tanggapan yang dikemukakan oleh pemerintah baik berupa kutipan atau interpretasi wartawan Memberi masukan tentang strategi komunikasi publik
Masyarakat	Memberikan dukungan terhadap Presidensi G20 Indonesia 2022 Terlibat dalam mensukseskan Presidensi G20 Indonesia 2022

Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah melalui pendekatan kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (1975) dalam Moleong (2017), metode penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata tertulis ataupun lisan dari orang-orang dan juga perilaku yang telah diamati. Data ini diperoleh dengan teknik pengumpulan data primer dan juga data sekunder. Data primer didapat melalui wawancara terstruktur dengan mengajukan beberapa pertanyaan terbuka kepada para narasumber yang bertujuan memberi ruang bagi masing-masing narasumber untuk mendapatkan variasi jawaban (Denzin & Lincoln, 2009).

Narasumber dalam proposal

penelitian ini mengacu pada empat komponen utama dalam *Quadruple Helix*, dan disesuaikan dengan kualifikasi sebagai berikut: (1) Pemerintah, yaitu dari Biro Humas Kementerian Perindustrian, karena mengetahui dan menjalankan secara langsung pembahasan isu industri pada Presidensi G20 Indonesia 2022; (2) Pelaku industri, yaitu dari asosiasi industri, karena memiliki kontribusi dalam implementasi hasil Presidensi G20 Indonesia 2022; (3) Akademisi, yaitu dari pengajar yang mempunyai pengetahuan dan pemahaman mengenai kajian isu industri dan media massa; (4) Masyarakat, yaitu dari pemerhati isu industri yang berfokus pada peran dan aktivitas pemerintah dan pelaku industri.

Hasil dan Pembahasan

Strategi Komunikasi Publik yang dilaksanakan Kementerian Perindustrian mengacu pada Strategi Komunikasi (Strakom) Nasional yang dipimpin Kementerian Komunikasi dan Informatika. Seluruh narasi yang disampaikan melalui berbagai kanal tidak keluar dari narasi utama yang ditetapkan Strakom Nasional. Narasi utama ini dapat dikatakan sebagai bentuk perwujudan dari *principle of one voice* dalam pemerintahan. Dengan demikian, upaya kerja sama strategis yang dilakukan tidak tumpang tindih dalam partisipasi seluruh unsur pelaksana komunikasi publik (Priyatna et al., 2020).

Koordinator Tim Publikasi Pertemuan Pertama TIIWG G20 Direktorat Jenderal Ketahanan, Perwilayahan, dan Akses Industri Internasional KPAIL, Kementerian Perindustrian, Bimo Grahito Wicaksono, mengatakan anggaran di Kementerian Perindustrian sebesar Rp.1,4 miliar dibagi ke dalam pra-acara dan acara untuk strategi komunikasi TIIWG Solo pertama yang diketuai Kementerian

Perindustrian, dengan rincian:

Publikasi Cetak untuk Kantor Pusat dan Satker Kemenperin sebesar Rp.200 juta mencakup Publikasi Luar Ruang (Baliho, *Landscape Banner*, *Extreme Landscape Banner*, *Wall Sticker*), Publikasi Dalam Ruang (*Wall Sticker*, *Hanging Banner*, *Roll-up Banner*);

Publikasi Cetak di Kota Solo sebesar Rp.200 juta mencakup Baliho, *Landscape Banner*, Umbul-Umbul, dan Hanging Banner;

Publikasi Media Sosial sebesar Rp.200 juta mencakup manajemen sosial media, penggunaan SEO (*Search Enginge Optimization*), *promotion ads*, dan pembuatan konten Sosial Media.

Pembuatan Konten Grafis sebesar Rp.200 juta; Media Coverage dan Ads untuk Peliputan dan Publikasi Event TIIWG G20 sebesar Rp.200 juta mencakup penempatan iklan di kanal media utama seperti Kompas.com, Detik.com, Peliputan Event TIIWG G20 oleh Media dan Penayangan Hasil Event TIIWG; Tayangan talkshow senilai Rp.200 juta di stasiun televisi nasional, dan Merchandise sebesar Rp. 200 juta.

Tabel 2. Narasi Utama dan Narasi Turunan dalam Strategi Komunikasi Nasional

Narasi Utama	Narasi Turunan
<p>Agenda prioritas pada TIIWG pertama yang dilaksanakan Kemenperin adalah <i>Inclusive and sustainanle industrialization via Industry 4.0</i>. TIIWG menjadi ajang Indonesia menunjukkan pemulihan yang terjadi di Indonesia dengan dukungan ekosistem industri 4.0.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Menginformasikan apa saja agenda TIIWG di Solo. • Menceritakan Program Making Indonesia 4.0. dalam rangka menarik investasi di sektor industri sekaligus bentuk <i>branding</i>. • Menyampaikan kepada delegasi cakupan Industri 4.0 serta sektor industri yang <i>concern</i> pada seluruh rantai proses industri termasuk keberlanjutannya. • Menjelaskan bagaimana sektor industri berkembang dan perekonomian dunia akan pulih apabila implementasi Industri 4.0 di Indonesia yang mencakup <i>supply chain</i>, <i>sustainability</i>, UMKM, infrastruktur digital, SDM, ekosistem, sinergitas kebijakan, dan lain-lain dilakukan. • Melanjutkan arahan Presiden soal Green Economy dan sejalan dengan salah satu isu prioritas Presidensi G20, yaitu transisi energi berkelanjutan, maka Kemenperin perlu menyampaikan isu industri hijau dalam transisi energi, termasuk <i>climate action</i>, serta Global Eco Industrian Park Programme. • Usulan tagar #G20TWIIGSOLO #TIIWG20Solo #TIIWGSolo #TIWGG20

Selain itu segmentasi publik yang ditargetkan dibagi menjadi 3 yakni di

bawah usia 25 tahun, 25-35 tahun dan di atas 35 tahun. Masing-masing dilandaskan pada kepentingan yang berbeda. Pada segmentasi di bawah 25 tahun, pesan dikomunikasikan berdasarkan apa peluang yang bisa mereka kejar dari sisi pekerjaan maupun pengalaman dari kesepakatan G20. Sedangkan pada segmentasi usia 25–35 tahun, pesan didasarkan pada jaminan terhadap industri yang saat ini sedang berjalan. Kemudian pada segmentasi usia di atas 35 tahun dengan anggapan level manajerial atas bahkan pemilik industri, pesan didasarkan pada peluang apa yang bisa dimasuki dan memiliki potensi di masa depan sebagai dampak dari kesepakatan G20.

Kementerian Perindustrian berharap publik dapat melihat semangat kolaborasi yang ditunjukkan dengan pertemuan negara-negara utama di dunia ini sehingga publik bisa melihat bahwa batasan antar negara makin pudar dan akan menguatkan keterikatan antar masyarakat negara-negara di dunia. Hal ini memungkinkan berbagai jenis pekerjaan dalam berbagai industri di masa depan dapat dilakukan kerja sama secara digital antar negara.

Sementara itu, koordinator Strategi Komunikasi Biro Humas Kementerian Perindustrian, Ilhamullah menegaskan pelibatan berbagai *stakeholders* menjadi bagian dari strategi komunikasi yang dilakukan. Para pengusaha juga dilibatkan dalam pertemuan *working group* sehingga memungkinkan kerja sama dilakukan secara *business to business*.

Masyarakat pun tak lupa dilibatkan dengan memberi ruang bagi para Industri Kecil Menengah (IKM) dalam pertemuan *working group*, terutama IKM tempat berlangsungnya acara. Hal ini dimaksudkan untuk memberi kesan positif bagi para peserta yang datang dengan melihat keanekaragaman dan kekayaan budaya Indonesia serta dapat membawa pulang karya industri tanah air ke negara masing-masing.

Dengan melibatkan para pengusaha dan masyarakat, maka komunikasi publik

sebagai suatu sistem interaksi bisa memunculkan ruang berbagi informasi dan diskusi antar pihak-pihak terkait (Nyarwi, 2021).

Pelibatan ini juga mencakup unsur-unsur budaya yang dilebur ke dalam logo, tampilan *banner*, dan sebagainya. Penyampaian pesan dengan unsur budaya juga dilakukan dengan dekorasi dan pagelaran atau pertunjukkan seni yang ditampilkan saat pertemuan TIIWG G20.

Meski demikian, Kementerian Perindustrian mengakui cakupan secara media masih terbatas. Penyebaran informasi juga dibantu melalui kementerian/lembaga terkait sesuai dengan ruang lingkup pesan. Selain itu, TVRI juga digandeng sebagai mercu suar untuk menyampaikan pesan ke media-media massa lainnya baik lokal, nasional dan internasional.

Pelibatan Pengusaha

Pengusaha menjadi salah satu komponen penting dalam proses pelaksanaan TIIWG. Sektor industri yang dimasukkan sebagai salah satu isu penting yang dibahas di TIIWG pastinya sangat berpengaruh terhadap dunia industri usaha. Oleh karena itu, penting sekali untuk melibatkan pengusaha dalam mengikuti pembahasan-pembahasan dalam forum-forum TIIWG. Bukan hanya dilibatkan sebagai peserta, mestinya pengusaha juga dapat terlibat aktif dalam mengkomunikasikan TIIWG ke kalangan pengusaha maupun publik. Selain itu, penting juga adanya sinergitas yang dapat terjadi antara pemerintah dan juga pengusaha untuk dapat membantu mengkomunikasikan tentang TIIWG.

Wahyuni Bahar, SH, LLM yang menjadi perwakilan Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO) melihat, dimasukkannya industri di TIIWG sebagai salah satu agenda penting sangat relevan terhadap dunia Industri. Tiga isu penting, yakni arsitektur kesehatan, transformasi digital, dan transisi energi berkelanjutan merupakan permasalahan yang sedang

dihadapi bangsa ini dan dunia secara global. Adanya pandemi menunjukkan betapa rentannya daya tahan dunia kesehatan terhadap pandemi, sehingga perlu memfokuskan kepada arsitektur kesehatan. Kemudian transformasi digital sebenarnya merupakan isu yang sudah menjadi tantangan besar bagi pemerintah bahkan sebelum presidensi. Isu energi berkelanjutan juga merupakan isu yang sangat aktual, bukan hanya dikarenakan Presidensi G20, tetapi isu-isu tersebut sudah menjadi isu global.

TIIWG yang membahas isu-isu aktual secara global memiliki dampak terhadap dunia industri menjadi lebih terbuka. Namun demikian, masih terlalu pendek jangka waktu untuk saat ini dalam menilai apa saja dampak positif dari Presidensi G20. APINDO dilibatkan dalam forum konsultasi dengan *working group* di berbagai isu industri. Selain ada forum konsultasi, pengusaha-pengusaha juga terlibat sebagai peserta di berbagai *working groups*.

Selain peran secara langsung sebagai peserta, penting juga untuk melihat bagaimana komunikasi yang terjalin antara *stakeholder* dan keterlibatan pengusaha dalam mengkomunikasikan TIIWG ini kepada publik. Wahyuni Bahar melihat, dengan berbagai rangkaian kegiatan yang ada di G20 komunikasi antara pemerintah dan swasta semakin terjalin. Terlihat banyak yang hadir dalam rangkaian kegiatan dan banyak pembicara dari berbagai kalangan. Namun, berbeda dengan pemerintah yang memiliki ruang lebih luas dalam komunikasi publiknya, ruang pengusaha (APINDO) dalam mengkomunikasikan TIIWG kepada publik terbatas dalam forum konsultasi internal dan juga *working groups*.

Selain itu, dikarenakan APINDO merupakan bagian dari KADIN, maka secara umum APINDO strategi komunikasinya mengikuti KADIN. Wahyuni Bahar menilai *output/product (billboard, promosi media sosial)* komunikasi publik yang dibuat oleh

pemerintah perlu lebih kreatif dan tidak terlalu kaku dalam konten dan tampilan. Meski informasi yang diberikan sudah cukup baik, tetapi konten dan tampilan yang lebih menarik sangatlah penting. Memang pemerintah mengkomunikasikan isu-isu penting kepada publik, tetapi belum optimal dari segi digitalisasi (Aulia et al., n.d.). Bahkan frekuensi promosi dan keberagaman konten di media sosial yang dilakukan oleh pemerintah bisa saja mendapatkan respon pasif dari masyarakat (Kharisma & Agustina, 2019).

Peran IKM dan Akademisi

Indonesia juga memberi ruang bagi masyarakat khususnya para pelaku Industri Kecil dan Menengah untuk ikut serta dalam penyelenggaraan pertemuan TIIWG. Menurut pemilik Uni Batik Solo, Hartini, ia dilibatkan untuk menyediakan seragam bagi para delegasi dari luar maupun dalam negeri pada pertemuan TIIWG kesatu di Solo dan ketiga di Jakarta. Total 160 baju batik khas Solo disajikan bagi para tamu dalam pertemuan tersebut. Hartini memasukkan unsur khas batik Solo ke seluruh baju yang disiapkan sesuai dengan permintaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Solo yang menghubunginya untuk ikut serta.

Selain itu bahan katun primisima dengan keunggulan ketebalan, kehalusan dan ketidaklunturan juga terpilih untuk menunjukkan kualitas terbaik yang dimiliki produk-produk Indonesia. Hal ini menjadi bagian dari strategi komunikasi Indonesia dalam mengkomunikasikan unsur budaya Indonesia dalam pertemuan G20. Hartini juga menambahkan, peran serta masyarakat dalam G20 diharapkan akan menjadi pembuka mata dunia bahwa Indonesia memiliki banyak sisi industri untuk diajak dalam bentuk kerja sama di masa mendatang. Dari sisi publikasi Uni Batik juga dipromosikan dan dilibatkan dalam media sosial di ruang lingkup pemerintah kota Solo, tetapi tidak di ranah kementerian/lembaga.

Menurut akademisi bidang

komunikasi publik dan *branding*, Ulani Yunus, untuk bangkit lebih cepat dan kuat dari pandemi Covid-19 yang melanda dunia perlu sektor industri, karena yang membuat cepatnya roda perekonomian bergerak adalah sektor industri. Dari sisi komunikasi publik yang ditinjau dari *sources/sender* (Kementerian) dan *receiver* (masyarakat), Ulani Yunus berpandangan tidak ada konektivitas yang terjalin dengan baik antar kementerian sehingga terkesan komunikasi publik yang dilakukan berjalan masing-masing. Harus ada komunikasi yang berjalan beriringan antar kementerian. Ketiga isu dalam TIIWG, yakni arsitektur kesehatan, transformasi digital, dan ekonomi berkelanjutan secara komunikasi publik sudah berimbang, tetapi secara implementasi programnya masih berjalan masing-masing.

Ulani Yunus juga menekankan pentingnya untuk kementerian-kementerian melakukan transformasi digital dalam komunikasinya dalam sistem yang terintegrasi agar bisa saling terkoneksi dan dapat mengurai kekacauan komunikasi antar kementerian ini.

Persoalan komunikasi yang terjadi bukan hanya dari sisi pengirim pesan atau *sender*, namun juga ada persoalan dari sisi penerima pesan atau *receiver*. Masyarakat Indonesia dalam menggunakan media sosial masih perlu dididik. Maraknya berbagai informasi di media sosial, termasuk adanya berita hoaks yang tidak terkonfirmasi menyebabkan proses komunikasi publik dari pemerintah kepada masyarakat menjadi terganggu (Fakhrurroji et al., 2020). Banyak respon dari masyarakat terhadap pemerintah dengan menggunakan kata-kata yang buruk dan respon seperti ini secara emosional cenderung mudah menular dibandingkan dengan respon menggunakan kata-kata yang baik.

Dilihat dari catatan terkait pemerintah dan masyarakat ini dalam komunikasi publik khususnya dalam TIIWG ini masih jauh dari berhasil. Hubungan komunikasi antara pemerintah dan masyarakat dalam

komunikasi publik ini sangatlah penting. Ulani Yunus memberikan permisalan pemerintah adalah orang tua dan masyarakat adalah anak. Orang tua memiliki keinginan kepada anaknya dan mengusahakan apa yang mereka inginkan. Kaitannya dengan TIIWG, upaya yang dilakukan pemerintah hari ini sifatnya *top down*. Dengan kata lain, masalah yang dilihat oleh pemerintah masih masalah industri versi pemerintah, bukan masalah teknis yang dirasakan oleh masyarakat sehingga upaya untuk melibatkan semua kalangan (*stakeholder*) tidak *down to earth*.

Dari sisi akademisi pun menurut Ulani Yunus tidak banyak dilibatkan dalam strategi komunikasi publik yang dilakukan pemerintah dalam TIIWG. Walaupun akademisi dilibatkan, mungkin hanya di dalam forum-forum, tetapi hanya beberapa orang saja. Adapun akademisi terlibat dalam forum-forum TIIWG tidak banyak terekspos. Di sisi lain, akademisi pun tidak banyak mengkomunikasikan kepada publik tentang TIIWG, baik dengan mensosialisasikannya ataupun mempublikasikan karya ilmiah tentang ini. Di rumpun ilmu hubungan internasional ada beberapa yang mempublikasikan tulisan, tetapi dari sisi strategi komunikasi belum banyak.

Kesimpulan

Penerapan strategi komunikasi publik oleh Kementerian Perindustrian sudah tersegmentasi sesuai dengan kepentingan masing-masing publik yang mengacu pada Strategi Komunikasi (Strakom) Nasional. Upaya pemerintah dalam mendorong potensi industri usaha di Indonesia dengan mengikutsertakan peran para pengusaha dalam *working groups*, tetapi terbatas dalam ruang gerak di forum internal saja. Keterlibatan masyarakat sebagai publik hanya pada cakupan wilayah Solo saja. Padahal unsur-unsur budaya Indonesia yang diusung dapat lebih menjangkau publik yang lebih luas.

Implementasi komunikasi publik juga masih terbatas pada lingkup

kementerian/lembaga dan media massa saja, sedangkan, pemanfaatan media digital kurang dapat dimaksimalkan dengan baik. Kreativitas dalam penyajian isi dan tampilan pesan kepada publik juga masih kurang.

Daftar Pustaka

- Aulia, G., Irwandy, D., Wattimena, G., Purwanti, S., Pawanbir, K., & Annisa, T. (2022). Upaya Komunikasi Publik Tim Pelaksana Harian Gugus Tugas Migrasi Sistem TV Terrestrial Analog ke Digital. *Jurnal Pewarta Indonesia*. 4(1), 1–11.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Pustaka Pelajar.
- Fakhruroji, M., Tresnawaty, B., Sumadiria, H., & Risdayah, E. (2020). Strategi komunikasi publik penanganan COVID-19 di Indonesia: Perspektif sosiologi komunikasi massa dan agama. *LP2M UIN Sunan Gunung Djati*.
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. (2022, October 1). *Indonesia Usung Semangat Pulih Bersama dalam Presidensi G20 Tahun 2022*. <https://kemlu.go.id/portal/id/read/3288/berita/presidensi-g20-indonesia>
- Kementerian Perindustrian. (2022, January 13). *Kemenperin Angkat Isu Industri Jadi Prioritas di Presidensi G20 Indonesia*. <https://kemenperin.go.id/artikel/23082/Kemenperin-Angkat-Isu-Industri-Jadi-Prioritas-di-Presidensi-G20-Indonesia>
- Kharisma, T., & Agustina, L. (2019). Penerapan Manajemen Humas Digital Dalam Komunikasi Publik Di Instansi Arsip Nasional Republik Indonesia. *Diakom: Jurnal Media dan Komunikasi*, 2(1), 112–119.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Nyarwi, A. (2021). *Dasar Dasar Komunikasi Publik*. Media Pustaka.
- Prayudi, P., Ardhanariswari, K. A., & Probosari, N. (2020). The Quadruple Helix Communication Model in Yogyakarta's Creative City Development. *Jurnal Aspikom*, 5(2).
- Priyatna, C. C., Prastowo, FX. A. A., Syuderajat, F., & Sani, A. (2020). Optimalisasi teknologi informasi oleh lembaga pemerintah dalam aktivitas komunikasi publik. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1). <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i1.26115>
- Setyanti, S. W. L. H. (2018). Peran Quadruple Helix Untuk Meningkatkan. *Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis*.