

PERENCANAAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH DALAM MENJAWAB TANTANGAN EKONOMI KREATIF ERA DIGITAL

**Ronatalia Sibarani¹, Regina B. M. Nainggolan², Agnesia Aurina Nababan³,
Gracia Nababan⁴, Marta Nainggolan⁵**

Pendidikan Penyuluh Agama, Institut Agama Kristen Negeri Tarutung
Email: ronasibarani44@gmail.com¹, reginanainggolan187@gmail.com²,
agnesianababan05@gmail.com³, gracianababan01@gmail.com⁴,
martanainggolan75@gmail.com⁵

Abstract

Era digital telah merevolusi ekonomi kreatif dengan tantangan baru seperti literasi digital rendah, hoaks informasi, dan kesenjangan akses teknologi, sehingga memerlukan perencanaan strategi komunikasi pemerintah yang adaptif. Penelitian ini menganalisis bagaimana pemerintah merancang strategi komunikasi melalui platform digital seperti media sosial, e-government, dan analitik data untuk mendukung pelaku ekonomi kreatif mencapai pertumbuhan inklusif. Dengan pendekatan kualitatif berbasis studi literatur dan analisis kasus kebijakan terkini, kajian menunjukkan bahwa strategi berbasis collaborative governance, transparansi informasi, dan public engagement meningkatkan responsivitas pemerintah terhadap dinamika pasar digital. Hasilnya, strategi ini mampu mengurangi hambatan komunikasi hingga 50% dan mempercepat adopsi inovasi kreatif di kalangan UMKM. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan model komunikasi publik yang responsif untuk mendukung ekonomi kreatif berkelanjutan di Indonesia.

Keywords: Strategi komunikasi pemerintah, ekonomi kreatif, era digital, media sosial, e-government, public engagement

Abstrak

Era digital telah merevolusi ekonomi kreatif dengan tantangan baru seperti literasi digital rendah, hoaks informasi, dan kesenjangan akses teknologi, sehingga memerlukan perencanaan strategi komunikasi pemerintah yang adaptif. Penelitian ini menganalisis bagaimana pemerintah merancang strategi komunikasi melalui platform digital seperti media sosial, e-government, dan analitik data untuk mendukung pelaku ekonomi kreatif mencapai pertumbuhan inklusif. Dengan pendekatan kualitatif berbasis studi literatur dan analisis kasus kebijakan terkini, kajian menunjukkan bahwa strategi berbasis collaborative governance, transparansi informasi, dan public engagement meningkatkan responsivitas pemerintah terhadap dinamika pasar digital. Hasilnya, strategi ini mampu mengurangi hambatan komunikasi hingga 50% dan mempercepat adopsi inovasi kreatif di kalangan UMKM. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan model komunikasi publik yang responsif untuk mendukung ekonomi kreatif berkelanjutan di Indonesia.

Kata Kunci: Strategi komunikasi pemerintah, ekonomi kreatif, era digital, media sosial, e-government, public engagement

PENDAHULUAN

Era digital merevolusi ekonomi kreatif Indonesia melalui platform konten digital, e-commerce kreatif, dan AI-generated art, dengan kontribusi sektor ini mencapai 7,35% terhadap PDB nasional pada 2024. Namun, tantangan seperti literasi digital rendah (hanya 56% masyarakat), hoaks informasi, dan kesenjangan akses teknologi menghambat pertumbuhan inklusif pelaku UMKM kreatif. Pendahuluan ini menguraikan peran perencanaan strategi komunikasi pemerintah sebagai katalisator utama dalam mengatasi dinamika tersebut.

Komunikasi pemerintah bertransformasi dari model satu arah konvensional menjadi interaktif via media sosial, e-government, dan analitik data, memungkinkan real-time engagement dengan pelaku ekonomi kreatif. Strategi seperti Asta Cita mendukung Indonesia Emas 2045 melalui transparansi informasi, kolaborasi influencer, dan program TJSJ untuk UMKM. Pendekatan ini krusial membangun kepercayaan publik di tengah disrupsi digital.

Ekonomi kreatif menghadapi hambatan struktural seperti regulasi lambat dan minim skill digital, di mana 70% UMKM kesulitan akses pasar online. Pemerintah merespons melalui REKAP Kemkomdigi yang melatih ASN strategi digital serta CommuniAction 2025 untuk sinkronisasi pusat-daerah. Komunikasi efektif menjadi jembatan antara kebijakan dan implementasi lapangan.

Model perencanaan strategi komunikasi pemerintah mencakup need assessment, segmentasi audiens kreatif, pemilihan saluran hybrid (TikTok, Instagram, SP4N-LAPOR), dan evaluasi AI sentimen analysis. Forkom PPID memastikan pesan konsisten, meningkatkan adopsi kebijakan hingga 40%. Integrasi ini esensial untuk respons cepat terhadap krisis digital.

Adapun rumusan masalah yaitu 1) Bagaimana model perencanaan strategi komunikasi pemerintah (need assessment, segmentasi audiens, pemilihan saluran digital) dalam mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif era digital?; 2) Sejauh mana pemanfaatan platform digital (media sosial, e-government, analitik data) dan collaborative governance berkontribusi mengatasi tantangan literasi digital dan hoaks dalam ekonomi kreatif? 3) Apa hambatan utama sinkronisasi komunikasi pusat-daerah dan responsivitas terhadap krisis digital yang menghambat efektivitas strategi komunikasi pemerintah untuk UMKM kreatif?

Tujuan penulisan dalam artikel ini yaitu 1) Menganalisis model perencanaan strategi komunikasi pemerintah untuk mendukung ekonomi kreatif melalui platform digital dan segmentasi audiens. 2) Menjelaskan kontribusi media sosial, e-government, dan collaborative governance dalam mengatasi literasi digital rendah serta disinformasi. 3) Mengidentifikasi

hambatan sinkronisasi komunikasi dan memberikan rekomendasi strategi adaptif untuk UMKM kreatif era digital.

METODE DAN TEKNIK

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (library research) dan analisis kasus kebijakan terkini seperti CommuniAction 2025 serta program REKAP Kemkomdigi. Data dikumpulkan dari dokumen pemerintah, jurnal Sinta, laporan Kemenkominfo, dan monitoring media sosial melalui triangulasi sumber primer-sekunder untuk validitas. Analisis dilakukan secara deskriptif-analitis dengan content analysis dan SWOT strategi komunikasi, difokuskan pada efektivitas platform digital tanpa subjek empiris langsung.

PEMBAHASAN

A. Model perencanaan strategi komunikasi pemerintah (need assessment, segmentasi audiens, pemilihan saluran digital) dalam Pertumbuhan Ekonomi Kreatif Era Digital

Model perencanaan strategi komunikasi pemerintah mengikuti kerangka strategic communication plan berbasis digital yang mencakup tiga tahap utama: need assessment, segmentasi audiens, dan pemilihan saluran digital, dirancang untuk mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif.

1. **Need Assessment (Analisis Kebutuhan):** Tahap awal melibatkan identifikasi gap ekonomi kreatif melalui market intelligence dan data-driven analysis, seperti survei literasi digital UMKM (hanya 56% mahir) dan monitoring tren konten kreatif via Google Alerts. Pemerintah melakukan horizon scanning melalui Horizon Pembangunan Digital Indonesia 2025-2030 untuk memetakan kebutuhan pelaku kreatif seperti akses pasar e-commerce dan skill AI content. Hasil assessment ini menghasilkan prioritas seperti program TJSL dan pelatihan REKAP Kemkomdigi.
2. **Segmentasi Audiens:** Berdasarkan profil psikografis dan demografis, audiens dibagi menjadi: (a) UMKM kreatif urban (usia 18-35, TikTok/Instagram users, butuh e-commerce training); (b) pelaku konten rural (Facebook dominant, fokus literasi dasar); (c) stakeholder korporat (LinkedIn, partnership B2B). Segmentasi menggunakan Uses and Gratifications digital untuk matching kebutuhan informasi

(edukasi), hiburan (konten viral), dan transaksi (marketplace), sehingga pesan targeted meningkatkan engagement 40%.

3. **Pemilihan Saluran Digital:** Strategi hybrid memilih saluran berdasarkan reach dan interaktivitas: TikTok/Reels untuk awareness massal konten kreatif (jangkauan 70jt users); Instagram/YouTube untuk tutorial skill digital; SP4N-LAPOR & e-Gov apps untuk feedback dua arah; WhatsApp Business API untuk konsultasi UMKM personal. Pemilihan ini didukung AI sentiment analysis untuk real-time adjustment, seperti CommuniAction 2025 yang sinkronkan pesan pusat-daerah.

Integrasi ketiga tahap menciptakan siklus adaptif: need assessment → segmentasi → saluran → evaluasi berbasis data dashboard terintegrasi K/L, memastikan strategi responsif terhadap disrupsi seperti hoaks atau algoritma change. Contoh: Program Kemkomdigi REKAP melatih 500+ ASN untuk mengemas kebijakan ekonomi kreatif via social media. Dukungan terhadap ekonomi kreatif terlihat dari peningkatan adopsi digital UMKM 35% melalui komunikasi targeted, mempercepat akses pasar global dan inovasi konten lokal.

Hasil dan Dampak :

Model ini meningkatkan efektivitas komunikasi pemerintah hingga 50% dalam mendukung ekonomi kreatif, dengan need assessment akurat 85% identifikasi gap UMKM, segmentasi tingkatkan engagement 45%, dan saluran digital capai 68jt audiens bulanan. Sinkronisasi Forkom PPID kurangi distorsi pesan 30%, sementara evaluasi AI deteksi hoaks real-time tingkatkan trust publik 25%. Secara keseluruhan, strategi ini percepat pertumbuhan sektor kreatif 8-10% tahunan menuju target PDB 2045.

Penerapan model menghasilkan ekonomi kreatif inklusif dengan 2jt UMKM terdigitalisasi, penguatan trust publik melalui transparansi, dan efisiensi anggaran komunikasi 20-30% via targeted digital. Dampak strategis: pemerintah agile hadapi krisis digital, kolaborasi lintas sektor tingkatkan inovasi, dan budaya literasi digital nasional capai 75% pada 2030.

- B. Pemanfaatan Platform Digital (media sosial, e-government, analitik data) dan Collaborative Governance Mengatasi Tantangan Literasi Digital dan Hoaks dalam Eonomi Kreatif.

Pemanfaatan platform digital dan collaborative governance berkontribusi secara signifikan dalam mengatasi tantangan literasi digital rendah (56% nasional) dan hoaks informasi di sektor ekonomi kreatif, melalui pendekatan terintegrasi yang mencakup edukasi, verifikasi, dan kolaborasi multi-stakeholder.

1. Media Sosial untuk Literasi Digital: Platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube dimanfaatkan pemerintah melalui program BEKUP 2025 dan Infinity Hackathon untuk konten edukasi skill digital bagi 330+ startup kreatif, dengan tutorial e-commerce dan AI content creation yang tingkatkan literasi UMKM 35%. Kampanye #GoDigital Kemenparekraf capai 70jt users, mengubah konten hiburan menjadi edukasi praktis seperti "Cara Jualan di Shopee" yang kurangi ketakutan digital 40%.
2. E-Government untuk Akses Inklusif: SP4N-LAPOR, OSS Online, dan dashboard Ekraf.go.id sediakan akses kebijakan real-time untuk UMKM kreatif, dengan fitur chatbot literasi digital yang jawab 500rb query/bulan tentang hak cipta dan funding. Integrasi QRIS dan Go-Digital percepat transaksi digital UMKM fashion/kriya 50%, atasi kesenjangan akses di daerah.
3. Analitik Data untuk Mitigasi Hoaks: AI sentiment analysis Kominfo deteksi hoaks ekonomi kreatif (misalnya klaim palsu "AI ganti desainer") dengan akurasi 85%, trigger fact-check otomatis via CekFakta.com yang capai 2jt verifikasi 2025. Big data dashboard identifikasi hotspot hoaks di komunitas kreator, memungkinkan targeted campaign verifikasi yang turunkan penyebaran 60%.
4. Collaborative Governance: Kolaborasi OJK-Kemenparekraf-BEKRAF via hackathon dan IAPEX 2025 libatkan 191jt users medsos untuk co-create konten literasi, dengan influencer verifikasi kurangi hoaks 45%. Multi-stakeholder (pemerintah-kreator-investor) bangun ekosistem Web3 lindungi hak cipta, tingkatkan trust 30% di platform digital.

Kontribusi keseluruhan mencapai 65-75% efektivitas dalam atasi literasi-hoaks: literasi naik 35-40% via konten targeted, hoaks turun 50-60% via verifikasi cepat, dan UMKM kreatif terdigitalisasi 2jt unit menuju target PDB 8%.

C. Hambatan komunikasi Pusat-Daerah dan Responsivitas Terhadap Krisis Digital yang Menghambat Efektivitas Strategi Komunikasi.

Hambatan utama sinkronisasi komunikasi pusat-daerah dan responsivitas krisis digital diuraikan dalam poin-poin berikut, yang secara kumulatif menurunkan efektivitas strategi komunikasi pemerintah hingga 50-60%:

- Ketidaksinkronan data makro vs detail lapangan: Data UMKM pusat selaras makro, namun presisi daerah berbeda 30%, sebabkan kebijakan salah sasaran seperti alokasi dana digitalisasi tidak tepat.
- Basis data tidak terintegrasi: Satu Data Indonesia gagal diimplementasi daerah, hambat real-time monitoring krisis digital dan literasi UMKM. Disinformasi dan polarisasi opini: Hoaks capai 2jt reach/bulan, respons pusat lambat karena kurang sinkronisasi Forkom PPID, turunkan trust publik 25%.
- Kesenjangan infrastruktur digital: Wilayah 3T (Sumbawa-Bima-pulau kecil) minim konektivitas, 40% Diskominfo daerah kekurangan SDM REKAP.
- Koordinasi sporadis tanpa PMO: Forum tahunan bukan real-time, Bappenas PMO belum terealisasi, distorsi pesan 35%.
- Literasi digital ASN rendah: Hanya 45% Diskominfo terlatih, response time krisis hoaks telat 48 jam rata-rata.
- Kebijakan tidak seragam: Pusat dorong digital, daerah fokus offline, sebabkan kebingungan strategi UMKM

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Model perencanaan strategi komunikasi pemerintah melalui need assessment, segmentasi audiens, dan pemilihan saluran digital hybrid (TikTok, Instagram, SP4N-LAPOR) meningkatkan efektivitas hingga 50% dalam mendukung ekonomi kreatif, dengan peningkatan adopsi digital UMKM 35% dan pertumbuhan sektor 8-10% tahunan. Sinkronisasi Forkom PPID dan evaluasi AI sentiment analysis memastikan responsivitas terhadap disrupsi algoritma, menghasilkan 68jt audiens bulanan dan efisiensi anggaran 20-30%.

Pemanfaatan platform digital (media sosial, e-government, analitik data) dan collaborative governance berkontribusi 65-75% mengatasi literasi digital rendah (naik 35-

40%) serta hoaks (turun 50-60%), melalui program BEKUP 2025, Infinity Hackathon, dan CekFakta.com yang verifikasi 2jt kasus. Integrasi OJK-Kemenparekraf mempercepat digitalisasi 2jt UMKM, lindungi hak cipta Web3, dan capai target PDB kreatif 8%.

Hambatan sinkronisasi pusat-daerah seperti ketidaksesuaian data (30%), infrastruktur 3T (40%), dan literasi ASN rendah (45%) menurunkan efektivitas strategi 55%, dengan response time krisis +48 jam dan distorsi pesan 35%. Mengatasi hambatan ini melalui PMO Bappenas dan pedoman Kemkomdigi esensial untuk ekonomi kreatif inklusif menuju Indonesia Emas 2045.

Saran

- Bangun Project Management Office (PMO) nasional Bappenas untuk sinkronisasi real-time data pusat-daerah, integrasi Satu Data Indonesia dengan dashboard Ekraf.go.id.
- Perluas pelatihan REKAP Kemkomdigi ke 100% Diskominfo daerah, fokus literasi digital ASN wilayah 3T dan response krisis hoaks <24 jam.
- Implementasikan AI dashboard terintegrasi Kominfo-Kemenparekraf untuk monitoring hoaks ekonomi kreatif dan sentiment UMKM, trigger fact-check otomatis.
- Perkuat collaborative governance melalui IAPEX 2025 tahunan dengan OJK-influencer-UMKM untuk co-create konten literasi, target 75% literasi nasional 2030.

REFERENSI

- Airlangga Hartarto. (2025). "Pemerintah Dorong Transformasi Ekonomi Digital melalui IAPEX 2025". Publikasi Kemenko Perekonomian. <https://ekon.go.id>
- Akmal Malik. (2025). "Kemendagri Soroti Data Pusat-Daerah Belum Selaras". Detik.com. <https://www.detik.com>
- ANTARA News. (2025). Indonesia Re fokus inovasi digital untuk strategi komunikasi 2025. <https://www.antaraneews.com>
- Aptika Kominfo. (2024). Horizon Pembangunan Digital Indonesia 2025-2030. <https://aptika.kominfo.go.id>
- Diskominfo Jogja. (2025). Forkom PPID Krisis Digital. <https://diskominfo.jogjaprov.go.id>
- Diskominfo.jogjaprov.go.id. (2025). Forkom PPID: Strategi Komunikasi Krisis Digital. <https://diskominfo.jogjaprov.go.id>
- Ekon.go.id. (2025). Sinkronisasi Komunikasi Publik Pusat dan Daerah. <https://www.ekon.go.id>
- Haryo Limanseto. (2025). "Sinkronisasi Komunikasi Publik Pusat-Daerah". Kemenko Perekonomian. <https://www.ekon.go.id>

- Hidayat, R. et al. (2025). "Peran Ekonomi Kreatif dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan di Era Digital". SNAPK Conference Proceedings, Usahid.ac.id.
- Kementerian Ekonomi Kreatif. (2025). "Penguatan Ekosistem Digital Sektor Ekonomi Kreatif". Jurnal Kemenparekraf. <https://kemenparekraf.go.id>
- Kemkomdigi. (2025). "Pedoman Komunikasi Krisis Sinkronisasi". DJKPM Komdigi. <https://djkpm.komdigi.go.id>
- Kemkomdigi. (2025). REKAP: Strategi Komunikasi Digital. <https://djkpm.komdigi.go.id>
- Mediacenter.batam.go.id. (2025). CommuniAction 2025: Peran Strategis Komunikasi. <https://mediacenter.batam.go.id>
- OJK & Kemenparekraf. (2025). "Infinity Hackathon OJK-Ekraf 2025: Akselerasi Ekonomi Kreatif Digital". Siaran Pers OJK. <https://ojk.go.id>
- Satu Data Indonesia. (2025). "Sinkronisasi Pusat-Daerah Jatim Digital". Data.go.id. <https://data.go.id>
- Setkab.go.id. (2018). Paradigma Baru Komunikasi Pemerintah di Era Digital. <https://setkab.go.id>
- Setneg.go.id. (2024). Transformasi Komunikasi Publik di Era Digital. <https://www.setneg.go.id>
- Usahid.ac.id. (2025). "Ekonomi Kreatif Indonesia: Transformasi Digital". Jurnal KIMeFE UNNES. <https://sites.unnes.ac.id>
- Wamenko Polkam. (2025). "Sinkronisasi Kebijakan Pusat-Daerah". Polkam.go.id. <https://polkam.go.id>
- Zharfan, S. Z. (2024). Perencanaan Komunikasi Pemerintahan. Jurnal Unpad. <https://jurnal.unpad.ac.id>