Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2776-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (2) 2026, Page: 34995-35006

Implementing the Two-Way Symmetrical Communication Model in Public Relations Campaigns of Disperkim South Sumatera

Dwi Safitri[1], Bunga Putri Adinda[2], Fitriyani[3], Annisa Febriyanti[4], Abdur Razzaq[5]
[1,2,3,4,5]Universitas Islam Negeri Raden Fatah, Palembang, Indonesia
Email: 23041310090@radenfatah.ac.id
No HP/WA: 08315508647

Published: June , 2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the two-way communication practices implemented by the Public Relations of UPTD PIP2B in bridging the government and society, as well as to identify its effectiveness and challenges. The research method used is a qualitative approach with in-depth interviews with UPTD PIP2B PR officers, supported by observations of socialization, training, and project supervision activities. The results show that two-way communication is carried out through field socialization, needs-based training, and the participation of 11 community stakeholders. This approach enhances human resource capacity, builds public trust, and ensures services and regulations are effectively conveyed. Despite challenges such as limited resources and diverse stakeholder needs, two-way communication remains a key strategy for community empowerment, improving service quality, and supporting sustainable construction sector development.

Keywords: Two-Way Symmetrical, Government Public Relation, Campaign

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis praktik komunikasi dua arah yang diterapkan Humas UPTD PIP2B dalam menjembatani pemerintah dan masyarakat, serta mengidentifikasi efektivitas dan tantangannya. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kualitatif dengan wawancara mendalam terhadap pihak Humas UPTD PIP2B, dilengkapi observasi kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pengawasan proyek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi dua arah dilakukan melalui sosialisasi lapangan, pelatihan berbasis kebutuhan, dan partisipasi 11 unsur masyarakat. Pendekatan ini meningkatkan kapasitas SDM, membangun kepercayaan publik, dan memastikan layanan serta regulasi tersampaikan secara efektif. Meskipun terdapat tantangan seperti keterbatasan sumber daya dan variasi kebutuhan masyarakat, komunikasi dua arah tetap menjadi strategi penting untuk pemberdayaan masyarakat, peningkatan kualitas layanan, dan keberlanjutan pembangunan sektor konstruksi.

Kata kunci: Komunikasi Dua Arah, Public Relation Pemerintah, Kampanye

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Perkembangan administrasi publik dewasa ini menunjukkan adanya transformasi paradigma yang signifikan dari model birokrasi konvensional menuju pendekatan yang lebih responsif yang partisipatif terhadap kebutuhan masyarakat. Paradigma birokrasi tradisional yang sebelumnya menempatkan pemerintah sebagai aktor dominan dalam proses pengambilan keputusan secara bertahap mulai ditinggalkan, seiring dengan meningkatnya tuntutan masyarakat terhadap pelayanan publik yang lebih transparan, akuntabel, dan inklusif. Pergeseran ini sejalan dengan berkembangnya konsep *good governance* yang menekankan pentingnya keterbukaan informasi, partisipasi publik, serta akuntabilitas dalam setiap proses penyelenggaraan pemerintahan.

Dalam kerangka *good governance*, masyarakat tidak lagi diposisikan sebagai objek pelayanan semata, melainkan sebagai subjek yang memiliki hak untuk memperoleh informasi, menyampaikan aspirasi, serta berpartisipasi aktif dalam proses penyelenggaraan pelayanan publik. Hal ini menuntut adanya perubahan dalam pola hubungan antara pemerintah dan masyarakat, dari yang semula bersifat hierarkis menjadi lebih egaliter dan kolaboratif. Dengan demikian, pemerintah dituntut untuk mampu membangun mekanisme komunikasi yang tidak hanya bersifat satu arah, tetapi juga mampu memfasilitasi terjadinya interaksi timbal balik yang konstruktif antara kedua belah pihak.

Sejalan dengan perubahan tersebut, komunikasi publik mengalami transformasi fungsi yang sangat signifikan. Komunikasi publik tidak lagi dipandang sebagai aktivitas administratif yang bersifat pelengkap, melainkan telah berkembang menjadi instrumen strategis dalam membangun hubungan yang harmonis antara pemerintah dan masyarakat. Dalam konteks ini, komunikasi publik berperan sebagai media untuk menyampaikan informasi, membangun pemahaman bersama, serta menciptakan ruang dialog yang memungkinkan terjadinya pertukaran gagasan dan aspirasi. Dengan demikian, kualitas komunikasi publik menjadi salah satu faktor penentu dalam keberhasilan penyelenggaraan pelayanan publik. Komunikasi publik yang efektif merupakan prasyarat utama dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik. Melalui komunikasi yang terbuka, transparan, dan interaktif, masyarakat tidak hanya memperoleh informasi terkait layanan yang tersedia, tetapi juga memiliki kesempatan untuk menyampaikan kebutuhan, harapan, serta evaluasi terhadap kinerja pemerintah. Interaksi semacam ini menjadi penting dalam menciptakan pelayanan publik yang responsif, karena memungkinkan pemerintah untuk menyesuaikan kebijakan dan program yang dijalankan dengan kebutuhan riil masyarakat.

Lebih lanjut, komunikasi publik yang efektif juga berperan dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap institusi pemerintah. Kepercayaan publik (*public trust*) merupakan salah satu elemen penting dalam keberhasilan penyelenggaraan pemerintahan, karena dapat memengaruhi tingkat partisipasi masyarakat serta legitimasi kebijakan yang dihasilkan. Dalam konteks ini, komunikasi yang terbuka dan dialogis mampu menciptakan transparansi serta mengurangi kesenjangan informasi antara pemerintah dan masyarakat, sehingga dapat memperkuat hubungan yang saling percaya.

Namun demikian, dalam praktiknya, masih terdapat berbagai tantangan dalam penyelenggaraan komunikasi publik di lingkungan pemerintahan. Salah satu tantangan utama adalah masih dominannya pola komunikasi satu arah (*one-way communication*), di mana pemerintah lebih berperan sebagai penyampai informasi, sementara masyarakat hanya ditempatkan sebagai penerima informasi. Pola komunikasi semacam ini cenderung kurang efektif dalam membangun keterlibatan publik, karena tidak memberikan ruang yang memadai bagi masyarakat untuk menyampaikan aspirasi dan umpan balik. Selain itu, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga membawa dinamika baru dalam praktik komunikasi publik. Masyarakat saat ini semakin mudah mengakses informasi serta memiliki berbagai saluran untuk menyampaikan pendapat, baik melalui media sosial maupun platform digital lainnya. Kondisi ini menuntut instansi pemerintah untuk mampu beradaptasi dengan perubahan tersebut dengan mengembangkan strategi komunikasi yang lebih inovatif, interaktif, dan berbasis teknologi. Dengan kata lain, komunikasi publik tidak lagi dapat dilakukan secara konvensional, melainkan harus mampu mengikuti perkembangan zaman serta kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks.

Oleh karena itu, instansi pemerintah dituntut untuk mengembangkan pola komunikasi yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga dialogis, partisipatif, dan berorientasi pada pembangunan hubungan jangka panjang dengan masyarakat. Pendekatan komunikasi semacam ini diharapkan mampu menciptakan interaksi yang lebih seimbang antara pemerintah dan masyarakat, serta meningkatkan efektivitas penyelenggaraan pelayanan publik secara keseluruhan. Dengan demikian, komunikasi publik menjadi salah satu aspek yang tidak dapat dipisahkan dari upaya mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik serta pelayanan publik yang berkualitas. Dalam dinamika komunikasi publik yang semakin kompleks, peran hubungan masyarakat (humas) pemerintah menjadi semakin strategis dalam menjembatani hubungan antara organisasi pemerintah dan masyarakat. Humas tidak lagi hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga berperan sebagai pengelola komunikasi yang bertugas membangun, memelihara, dan mengembangkan hubungan yang harmonis antara pemerintah dan publik. Dalam konteks ini, humas memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan tidak hanya akurat dan tepat waktu, tetapi juga mampu dipahami serta diterima dengan baik oleh masyarakat.

Secara konseptual, humas pemerintah memiliki fungsi yang mencakup komunikasi, publikasi, manajemen isu, serta pembentukan citra dan reputasi institusi. Humas juga berperan dalam mengidentifikasi persepsi publik, mengelola opini masyarakat, serta menjembatani kepentingan antara pemerintah dan berbagai kelompok pemangku kepentingan (*stakeholders*). Dengan demikian, humas tidak hanya berperan secara reaktif dalam menyampaikan informasi, tetapi juga secara proaktif dalam merancang strategi komunikasi yang mampu menciptakan hubungan yang saling menguntungkan (*mutual relationship*) antara organisasi dan publik.

Seiring dengan perkembangan teori komunikasi, pendekatan dalam praktik humas mengalami pergeseran yang cukup signifikan. Model komunikasi yang sebelumnya bersifat satu arah, seperti *press agentry* dan *public information*, dinilai tidak lagi memadai dalam menjawab tuntutan komunikasi publik yang semakin dinamis. Model tersebut cenderung menempatkan organisasi sebagai pihak dominan yang mengontrol arus informasi, sementara publik hanya berperan sebagai penerima pesan. Kondisi ini seringkali menimbulkan kesenjangan komunikasi serta kurangnya keterlibatan masyarakat dalam proses penyelenggaraan pelayanan publik. Sebagai respons terhadap keterbatasan tersebut, berkembanglah model komunikasi yang lebih interaktif dan partisipatif, salah satunya adalah *Two-Way Symmetrical Communication Model* yang diperkenalkan oleh Grunig dan Hunt. Model ini menekankan pentingnya komunikasi dua arah yang seimbang antara organisasi dan publik, di mana kedua belah pihak memiliki kesempatan yang sama untuk menyampaikan informasi, bernegosiasi, serta menyesuaikan kepentingan masing-masing guna mencapai kesepahaman bersama (*mutual understanding*). Dalam model ini, komunikasi tidak lagi dipandang sebagai alat untuk mempengaruhi publik semata, tetapi sebagai proses dialog yang bertujuan untuk membangun hubungan jangka panjang yang berkelanjutan.

Pendekatan *Two-Way Symmetrical Communication* memiliki karakteristik utama berupa keterbukaan informasi, adanya umpan balik (*feedback*), serta kesediaan organisasi untuk mendengarkan dan merespons kebutuhan publik secara konstruktif. Model ini juga menekankan pentingnya penelitian komunikasi (*communication research*) sebagai dasar dalam merancang strategi komunikasi yang efektif, sehingga setiap pesan yang disampaikan dapat disesuaikan dengan kondisi, kebutuhan, dan karakteristik publik sasaran. Dengan demikian, komunikasi yang terbangun tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga adaptif dan responsif terhadap dinamika sosial yang berkembang. Dalam instansi pemerintahan, penerapan model komunikasi dua arah simetris menjadi semakin relevan, terutama dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan publik. Masyarakat saat ini tidak lagi bersifat pasif, melainkan aktif dalam mencari informasi, menyampaikan pendapat, serta menuntut transparansi dan akuntabilitas dari pemerintah. Oleh karena itu, instansi pemerintah dituntut untuk mampu membangun komunikasi yang tidak hanya bersifat satu arah, tetapi juga mampu memfasilitasi interaksi yang dialogis dan partisipatif.

Namun demikian, implementasi model *Two-Way Symmetrical Communication* dalam praktik humas pemerintah masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama adalah adanya kecenderungan organisasi untuk tetap mempertahankan kontrol terhadap informasi yang disampaikan, sehingga komunikasi yang terbangun belum sepenuhnya bersifat terbuka dan seimbang. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya pemanfaatan teknologi komunikasi secara optimal, serta budaya birokrasi yang masih hierarkis juga menjadi faktor yang menghambat penerapan komunikasi dua arah secara efektif. Di sisi lain, perkembangan teknologi digital sebenarnya memberikan peluang yang besar bagi instansi pemerintah untuk mengembangkan komunikasi dua arah yang lebih interaktif. Media sosial, platform digital, serta berbagai aplikasi komunikasi memungkinkan terjadinya interaksi secara real-time antara pemerintah dan masyarakat. Jika dimanfaatkan secara optimal, teknologi ini dapat menjadi sarana yang efektif dalam menerapkan prinsip-prinsip *Two-Way Symmetrical Communication*, khususnya dalam meningkatkan partisipasi masyarakat serta memperkuat hubungan antara pemerintah dan publik.

Dengan demikian, penerapan model *Two-Way Symmetrical Communication* dalam praktik humas pemerintah tidak hanya menjadi kebutuhan, tetapi juga menjadi tuntutan dalam menghadapi dinamika komunikasi publik yang semakin kompleks. Model ini diharapkan mampu menciptakan komunikasi yang lebih dialogis, transparan, dan partisipatif, sehingga dapat meningkatkan kualitas hubungan antara pemerintah dan masyarakat serta mendukung terciptanya pelayanan publik yang lebih responsif dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat. Dalam upaya menjawab tantangan komunikasi publik yang semakin kompleks, instansi pemerintah dituntut untuk mengembangkan strategi komunikasi yang tidak hanya efektif, tetapi juga inovatif dan adaptif terhadap dinamika masyarakat. Salah satu strategi yang

banyak digunakan dalam praktik komunikasi publik adalah pelaksanaan *campaign*humas sebagai instrumen komunikasi yang terencana, sistematis, dan berkelanjutan. *Campaign* dalam konteks hubungan masyarakat tidak sekadar dimaknai sebagai kegiatan penyebarluasan informasi, melainkan sebagai rangkaian aktivitas komunikasi yang dirancang secara strategis untuk mencapai tujuan tertentu dalam kurun waktu tertentu.

Secara konseptual, *campaign* dapat dipahami sebagai serangkaian kegiatan komunikasi yang memiliki tujuan spesifik, dilakukan secara terstruktur, serta berfokus pada isu atau program tertentu. Dalam praktiknya, *campaign* humas mencakup berbagai bentuk kegiatan, seperti sosialisasi langsung kepada masyarakat, pemanfaatan media massa, penggunaan media sosial, hingga kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan. Tujuan utama dari pelaksanaan *campaign* ini tidak hanya untuk meningkatkan penyebaran informasi, tetapi juga untuk membangun kesadaran (*awareness*), pemahaman (*understanding*), serta keterlibatan (*engagement*) masyarakat terhadap program atau layanan yang disediakan oleh pemerintah. Dalam perspektif komunikasi modern, keberhasilan suatu *campaign* tidak hanya diukur dari seberapa luas informasi yang dapat disebarluaskan, tetapi juga dari sejauh mana *campaign* tersebut mampu menciptakan interaksi yang bermakna antara organisasi dan publik. Oleh karena itu, *campaign* humas idealnya tidak hanya bersifat persuasif, tetapi juga dialogis, di mana masyarakat diberikan ruang untuk berpartisipasi aktif dalam proses komunikasi. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip *Two-Way Symmetrical Communication* yang menekankan pentingnya komunikasi dua arah yang seimbang antara organisasi dan publik.

Integrasi antara *campaign* humas dengan pendekatan *Two-Way Symmetrical Communication* menjadi sangat penting dalam menciptakan komunikasi publik yang lebih efektif dan berkelanjutan. Melalui integrasi ini, *campaign* tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan pesan, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun hubungan yang lebih erat antara pemerintah dan masyarakat. Dengan adanya komunikasi dua arah, organisasi tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mampu mendengarkan, memahami, serta merespons aspirasi masyarakat secara lebih tepat. Hal ini pada akhirnya dapat meningkatkan kualitas interaksi serta memperkuat kepercayaan publik terhadap institusi pemerintah.

Pada penelitian ini, UPTD PIP2B Disperkim sebagai unit pelaksana teknis memiliki peran penting dalam penyelenggaraan pelayanan publik yang berorientasi pada masyarakat. Sebagai garda terdepan dalam pelayanan, UPTD PIP2B Disperkim dituntut untuk mampu menjangkau masyarakat secara luas melalui strategi komunikasi yang efektif dan berkelanjutan. Dalam praktiknya, humas UPTD PIP2B Disperkim telah melaksanakan berbagai bentuk *campaign* sebagai upaya untuk menyosialisasikan layanan kepada masyarakat, baik melalui media langsung seperti sosialisasi tatap muka maupun melalui media tidak langsung seperti platform digital dan media sosial.

Namun demikian, efektivitas pelaksanaan *campaign* tersebut tidak hanya ditentukan oleh intensitas dan frekuensi penyampaian informasi, tetapi juga oleh kualitas komunikasi yang terbangun antara organisasi dan publik. Dalam hal ini, penerapan prinsip *Two-Way Symmetrical Communication* menjadi aspek yang krusial, karena memungkinkan terjadinya komunikasi yang lebih dialogis, responsif, dan partisipatif. Dengan adanya komunikasi dua arah, masyarakat tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga berperan sebagai mitra aktif dalam memberikan umpan balik yang dapat digunakan sebagai dasar evaluasi dan perbaikan pelayanan publik.

Di sisi lain, kajian mengenai implementasi *Two-Way Symmetrical Communication Model* dalam *campaign* humas pemerintah, khususnya pada tingkat unit pelaksana teknis daerah, masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada komunikasi organisasi secara umum atau pada instansi pemerintah di tingkat pusat, sehingga belum banyak yang mengkaji secara spesifik praktik komunikasi dua arah dalam *campaign* humas di tingkat operasional. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*) yang perlu diisi, terutama dalam memahami bagaimana model komunikasi dua arah dapat diimplementasikan secara konkret dalam kegiatan *campaign* humas di lingkungan pemerintahan daerah.

Kemudian, penelitian mengenai implementasi model Two-Way Symmetrical Communication dalam konteks campaign humas pemerintah, khususnya pada tingkat unit pelaksana teknis daerah, masih relatif terbatas. Sebagian besar kajian sebelumnya lebih berfokus pada komunikasi organisasi secara umum atau pada instansi pemerintah di tingkat pusat, sehingga menyisakan celah penelitian (research gap) yang perlu diisi, khususnya terkait praktik komunikasi publik di tingkat operasional. Sebagai contoh, penelitian Maulida dan Nugraha (2024) menunjukkan bahwa humas pemerintah menggunakan strategi

edukatif-persuasif, strategi kerja sama, serta pendekatan integratif dan koordinatif dalam mensosialisasikan layanan digital kepada masyarakat. Strategi tersebut dilaksanakan melalui sosialisasi langsung, pemanfaatan media, dan kolaborasi dengan berbagai pihak, tetapi implementasinya dinilai belum optimal dalam menumbuhkan pemahaman dan partisipasi masyarakat. Meskipun demikian, efektivitas campaign humas dalam menjangkau masyarakat tidak hanya ditentukan oleh intensitas penyampaian informasi, tetapi juga oleh kualitas interaksi yang terbangun antara organisasi dan publik. Dalam hal ini, penerapan prinsip *Two-Way Symmetrical Communication* menjadi aspek yang krusial, karena memungkinkan terjadinya komunikasi yang lebih dialogis, responsif, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat. Namun, sejauh mana prinsip tersebut telah diimplementasikan secara optimal dalam praktik campaign humas UPTD PIP2B Disperkim masih belum banyak dikaji secara mendalam.

Kedua, penelitian oleh Annisa (2023) mengkaji implementasi model *Two-Way Symmetrical Communication* dalam aktivitas public relations pada Sekretariat DPRD Provinsi Jawa Barat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model komunikasi dua arah simetris telah diterapkan dalam kegiatan humas, khususnya dalam menyampaikan informasi kepada publik serta menjalin hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan. Penerapan model ini ditunjukkan melalui adanya interaksi timbal balik, keterbukaan informasi, serta upaya membangun hubungan yang saling menguntungkan antara lembaga dan publik. Kelebihan penelitian ini terletak pada fokusnya yang spesifik dalam mengkaji model *Two-Way Symmetrical Communication* dalam konteks humas pemerintah. Namun demikian, penelitian tersebut masih memiliki keterbatasan karena belum mengaitkan secara mendalam penerapan model komunikasi dua arah tersebut dengan strategi campaign sebagai media komunikasi publik. Selain itu, penelitian ini lebih menekankan pada fungsi komunikasi organisasi secara umum, tanpa mengkaji secara spesifik dampaknya terhadap peningkatan jangkauan atau efektivitas pelayanan publik. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji implementasi *Two-Way Symmetrical Communication Model* dalam campaign humas UPTD PIP2B Disperkim serta kontribusinya dalam meningkatkan jangkauan pelayanan publik.

Ketiga, penelitian oleh Permatasari, Majid, dan Syamsidar (2025) mengkaji optimalisasi peran Media Center Humas Pemerintah Kabupaten Majene sebagai media komunikasi publik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Media Center telah berperan secara cukup optimal dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat melalui berbagai platform, baik digital seperti website, media sosial, dan layanan pengaduan SPAN LAPOR, maupun media konvensional seperti radio. Media Center juga berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara pemerintah dan masyarakat, terutama dalam menyampaikan informasi strategis dan menampung aspirasi publik. Kelebihan penelitian ini terletak pada analisis yang komprehensif terhadap peran Media Center serta kemampuannya menggambarkan praktik komunikasi publik yang adaptif terhadap kondisi geografis dan sosial masyarakat. Sayangnya, penelitian tersebut masih memiliki keterbatasan karena belum secara spesifik mengkaji model komunikasi yang digunakan, khususnya dalam perspektif *Two-Way Symmetrical Communication*. Selain itu, penelitian ini lebih berfokus pada optimalisasi media sebagai saluran komunikasi, tanpa mengaitkan secara mendalam dengan strategi campaign humas sebagai bentuk komunikasi yang terencana dan berkelanjutan. Hambatan yang ditemukan juga lebih menekankan pada faktor eksternal seperti rendahnya literasi digital dan keterbatasan akses, tanpa mengkaji secara mendalam kualitas interaksi dua arah antara pemerintah dan masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis implementasi *Two-Way Symmetrical Communication Model* dalam campaign humas untuk meningkatkan jangkauan pelayanan publik.

Keempat, penelitian oleh Majid dan Fitri mengkaji peran humas pemerintahan dalam meningkatkan penyebaran informasi pembangunan di Kabupaten Batang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi kepustakaan (*library research*) dengan mengkaji berbagai literatur terkait fungsi dan peran humas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas memiliki peran penting sebagai komunikator, mediator, dan fasilitator antara pemerintah dan masyarakat, serta berfungsi dalam menyampaikan kebijakan, membangun citra positif, dan menjembatani kepentingan publik. Selain itu, penelitian ini juga menekankan pentingnya peningkatan kualitas sumber daya manusia, sarana prasarana, serta koordinasi dalam mendukung efektivitas kinerja humas pemerintahan. Kelebihan penelitian ini terletak pada

pemaparan yang komprehensif mengenai fungsi, peran, dan tugas humas dalam konteks pemerintahan secara konseptual. Namun demikian, penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena bersifat konseptual dan berbasis studi pustaka, sehingga belum menggambarkan secara empiris praktik komunikasi humas di lapangan. Selain itu, penelitian ini belum mengkaji secara spesifik model komunikasi yang digunakan, khususnya dalam perspektif *Two-Way Symmetrical Communication*, serta belum mengaitkan peran humas dengan strategi campaign sebagai bentuk komunikasi publik yang terencana. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis implementasi *Two-Way Symmetrical Communication Model* dalam campaign humas UPTD PIP2B Disperkim untuk meningkatkan jangkauan pelayanan publik.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna mengkaji bagaimana implementasi *Two-Way Symmetrical Communication Model* dalam *campaign* humas UPTD PIP2B Disperkim, serta bagaimana praktik tersebut berkontribusi dalam meningkatkan jangkauan pelayanan publik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai praktik komunikasi publik di tingkat operasional, sekaligus menjadi referensi dalam pengembangan strategi komunikasi humas yang lebih efektif, partisipatif, dan berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena implementasi *Two-Way Symmetrical Communication Model* dalam *campaign* humas UPTD PIP2B Disperkim, khususnya dalam konteks interaksi komunikasi antara organisasi dan masyarakat. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggali makna, proses, serta dinamika komunikasi yang terjadi secara lebih komprehensif dan kontekstual.

Lokasi penelitian dilaksanakan di UPTD PIP2B Disperkim sebagai unit pelaksana teknis yang memiliki peran dalam penyelenggaraan pelayanan publik. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada relevansi objek penelitian dengan fokus kajian, yaitu implementasi komunikasi dua arah dalam *campaign* humas. Selain itu, lokasi ini dipilih karena adanya aktivitas komunikasi publik yang dilakukan secara aktif melalui berbagai media dan kegiatan sosialisasi kepada masyarakat.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan informan yang dianggap memiliki pengetahuan dan keterlibatan dalam pelaksanaan *campaign* humas, seperti pihak humas UPTD PIP2B Disperkim serta pihak terkait lainnya. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui studi dokumentasi, seperti laporan kegiatan, arsip, serta literatur yang relevan dengan penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara mendalam untuk memperoleh informasi terkait implementasi komunikasi dua arah dalam *campaign* humas. Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung proses pelaksanaan komunikasi dan interaksi antara organisasi dan masyarakat. Sedangkan dokumentasi digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh dari wawancara dan observasi, serta sebagai bahan pendukung dalam analisis penelitian.

Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Kriteria informan dalam penelitian ini adalah individu yang memiliki peran atau keterlibatan langsung dalam pelaksanaan *campaign* humas, serta memiliki pemahaman terhadap strategi komunikasi yang diterapkan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif yang terdiri dari tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyederhanakan dan mengelompokkan data yang relevan dengan fokus penelitian. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif untuk memudahkan pemahaman terhadap temuan penelitian. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan dengan menginterpretasikan data yang telah dianalisis untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan, sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan data

hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dengan demikian, data yang diperoleh diharapkan memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang tinggi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kajian komunikasi publik, teori komunikasi publik dialogis (Public Dialogue Communication) menekankan pentingnya interaksi timbal balik antara pihak penyampai pesan (komunikator) dan penerima pesan (komunikan) agar tercipta pemahaman bersama dan keterlibatan aktif. Menurut Kent & Taylor (2002), komunikasi yang efektif bukan hanya aliran satu arah, melainkan proses pertukaran informasi yang memungkinkan kedua belah pihak saling memberi masukan, mendiskusikan isu, dan mencari solusi bersama. Model ini menekankan prinsip responsivitas komunikator terhadap kebutuhan audiens, sehingga pesan yang disampaikan tidak hanya informatif, tetapi juga relevan dengan konteks dan kebutuhan publik.

Selain itu, konsep stakeholder engagement menegaskan bahwa setiap kebijakan atau program pembangunan harus melibatkan semua pihak yang memiliki kepentingan (Freeman, 1984). Prinsip ini menuntut agar pemerintah, melalui humas, melibatkan berbagai unsur masyarakat yang terkait langsung maupun tidak langsung dalam proses komunikasi. Pendekatan ini memungkinkan pengambilan keputusan dan implementasi kebijakan menjadi lebih tepat sasaran, karena aspirasi dan masukan stakeholder dapat diakomodasi sejak tahap awal.

Teori partisipasi masyarakat juga relevan. Arnstein (1969) menyatakan bahwa tingkat partisipasi dapat dilihat dari sejauh mana masyarakat diberi ruang untuk memberikan masukan, memengaruhi keputusan, dan berpartisipasi dalam proses pembangunan. Partisipasi aktif publik dapat meningkatkan efektivitas program dan memastikan bahwa kebijakan atau layanan publik dapat diterima dengan baik.

Berdasarkan wawancara dengan Humas UPTD PIP2B, prinsip-prinsip teori tersebut diterapkan dalam praktik komunikasi dua arah. Informan menjelaskan bahwa *"kegiatan kami untuk komunikasi dua arah di Humas itu terkait jasa konstruksi. Kami menjadi wadah komunikasi antara pemerintah dan unsur masyarakat"*. Pernyataan ini menegaskan bahwa humas berperan sebagai fasilitator komunikasi publik, bukan sekadar penyampai pesan. Dengan demikian, interaksi antara pemerintah dan masyarakat dapat berjalan secara timbal balik, memungkinkan aspirasi masyarakat tersampaikan sekaligus informasi pemerintah diterima dengan jelas.

Komunikasi ini melibatkan 11 unsur masyarakat, antara lain akademisi/perguruan tinggi, mahasiswa, pekerja konstruksi, pelaku rantai pasok, pengguna jasa atau pemilik proyek (pemerintah maupun swasta), serta penyedia jasa seperti kontraktor dan konsultan. Informan menekankan: *"unsur masyarakat di sini ada 11 unsur… termasuk asosiasi perusahaan, asosiasi profesi, lembaga pendidikan, tenaga kerja, dan lain-lain"*. Pendekatan ini menunjukkan bahwa komunikasi yang dijalankan bersifat inklusif dan partisipatif, karena melibatkan berbagai pemangku kepentingan yang memiliki peran berbeda namun saling terkait dalam sektor konstruksi dan infrastruktur.

Tujuan komunikasi dua arah ini fokus pada koordinasi antar pihak, penyampaian informasi yang jelas, penyelesaian masalah, dan peningkatan kualitas tenaga kerja. Informan menjelaskan: *"tujuannya antara lain koordinasi antar berbagai pihak di bidang konstruksi, memberikan masukan, membantu memberikan solusi, meningkatkan kualitas tenaga kerja, serta melakukan koordinasi dan komunikasi antar pihak-pihak di 11 unsur masyarakat tadi"*. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi bukan hanya bersifat informatif, tetapi juga strategis dan fungsional dalam mendukung pembangunan sektor konstruksi.

Pelaksanaan komunikasi dua arah paling sering dilakukan melalui kegiatan lapangan, karena interaksi langsung dianggap lebih efektif dalam memahami kebutuhan masyarakat. Contohnya, Humas melakukan sosialisasi Forum Jasa Konstruksi ke lembaga pendidikan, termasuk Universitas Muhammadiyah, dengan melibatkan akademisi dan mahasiswa Teknik Sipil. Informan menegaskan: *"melalui sosialisasi tersebut, kami juga menampung aspirasi mahasiswa di kampus, khususnya terkait kebutuhan mereka untuk masuk ke dunia kerja setelah lulus"*. Kegiatan ini tidak hanya memberikan informasi mengenai layanan dan kinerja, tetapi juga menjaring aspirasi mahasiswa terkait pelatihan dan sertifikasi yang diperlukan.

Selain sosialisasi, Humas menyelenggarakan pelatihan dan sertifikasi sesuai kebutuhan proyek atau masyarakat. Hal ini ditegaskan oleh informan: *"Kalau kebutuhannya dari mahasiswa adalah pelatihan-pelatihan konstruksi, kami berikan. kami terjun langsung ke proyek sesuai kebutuhan yang ada"*. Strategi ini menunjukkan

penerapan prinsip komunikasi adaptif, di mana metode dan materi komunikasi disesuaikan dengan kebutuhan audiens, sesuai dengan teori Grunig (2009) tentang public relations yang responsif terhadap audiens.

Pelaksanaan komunikasi dua arah telah dilakukan sejak diberlakukannya Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2017 tentang Jasa Konstruksi. Sejak itu, Humas melaksanakan sosialisasi, pelatihan, dan pengawasan kepada masyarakat jasa konstruksi, berlandaskan regulasi yang berlaku. Informan menyatakan: *"setelah undang-undang itu terbit, kami melaksanakan pelatihan, pengawasan, dan sosialisasi kepada masyarakat jasa konstruksi"*. Dengan landasan hukum ini, kegiatan komunikasi dijalankan secara sistematis, profesional, dan sesuai standar, sehingga interaksi antara pemerintah dan masyarakat lebih terarah dan efektif.

Dalam kajian komunikasi publik, teori komunikasi publik dialogis menekankan pentingnya interaksi timbal balik antara komunikator dan komunikan, sehingga tercipta pemahaman bersama dan keterlibatan aktif. Kent & Taylor (2002) menyatakan bahwa komunikasi efektif bukan sekadar penyampaian pesan satu arah, melainkan proses pertukaran informasi yang memungkinkan audiens menyampaikan aspirasi, pertanyaan, maupun kritik. Prinsip ini sangat relevan dengan praktik Humas UPTD PIP2B, di mana informasi mengenai jasa konstruksi dan regulasi harus tersampaikan secara jelas, sekaligus kebutuhan dan aspirasi masyarakat dapat diterima dan direspons. Informan menegaskan: *"penting karena kami ingin memastikan informasi dan sosialisasi, terutama terkait peraturan pemerintah dan layanan kami betul-betul tersampaikan… sehingga manfaatnya bisa dirasakan masyarakat"*.

Selain itu, teori *stakeholder engagement* menekankan bahwa setiap program pembangunan harus melibatkan semua pihak yang memiliki kepentingan atau terpengaruh oleh kebijakan (Freeman, 1984). Dalam praktiknya, Humas melibatkan 11 unsur masyarakat, mulai dari akademisi dan mahasiswa hingga pekerja konstruksi, pelaku rantai pasok, pengguna jasa, dan penyedia jasa seperti kontraktor dan konsultan. Pendekatan ini memungkinkan Humas menyerap aspirasi dan kebutuhan spesifik tiap kelompok sehingga program atau kebijakan yang dijalankan lebih tepat sasaran. Informan menegaskan: *"unsur masyarakat di sini ada 11 unsur. termasuk asosiasi perusahaan, asosiasi profesi, lembaga pendidikan, tenaga kerja, dan lain-lain"*.

Lebih lanjut, teori partisipasi masyarakat dari Arnstein (1969) menekankan bahwa keterlibatan publik yang efektif tercapai bila masyarakat bukan hanya didengar, tetapi juga memiliki kesempatan untuk memengaruhi keputusan dan hasil program. Dalam konteks Humas UPTD PIP2B, prinsip ini diterapkan melalui kegiatan lapangan yang memungkinkan mahasiswa, pekerja konstruksi, dan unsur masyarakat lainnya berpartisipasi aktif. Contohnya, dalam sosialisasi Forum Jasa Konstruksi di Universitas Muhammadiyah, mahasiswa diberikan kesempatan untuk menyampaikan pertanyaan terkait jenjang karier, peluang kerja, dan kebutuhan pelatihan. Informan menyatakan: *"melalui sosialisasi tersebut, kami juga menampung aspirasi mahasiswa di kampus, khususnya terkait kebutuhan mereka untuk masuk ke dunia kerja setelah lulus"*.

Selain sosialisasi, Humas juga memberikan pelatihan dan sertifikasi sesuai kebutuhan audiens. Hal ini ditegaskan oleh informan: *"Kalau kebutuhannya dari mahasiswa adalah pelatihan-pelatihan konstruksi, kami berikan. kami terjun langsung ke proyek sesuai kebutuhan yang ada"*. Strategi ini mencerminkan komunikasi adaptif, di mana metode dan materi komunikasi disesuaikan dengan kebutuhan audiens, sejalan dengan teori Grunig (2009) tentang public relations responsif terhadap kebutuhan publik.

Efektivitas komunikasi dua arah juga terlihat dari strategi pelaksanaan di lapangan, di mana Humas turun langsung ke kabupaten/kota untuk melakukan sosialisasi, koordinasi, dan pengawasan proyek sesuai kebutuhan tiap daerah. Informan menekankan: *"Biasanya itu bukan soal 'kapan'-nya saja… kami turun langsung mendatangi kabupaten/kota. jika di kabupaten/kota tersebut ada kegiatan atau proyek tertentu, kebutuhan pelatihannya apa, kami sediakan di tempat mereka, di lokasi kerja mereka"*. Pendekatan ini memastikan bahwa komunikasi publik tidak hanya formal di kantor atau lewat media sosial, tetapi menyentuh langsung masyarakat sesuai konteks lokal.

Selain itu, komunikasi dua arah yang dijalankan Humas berlandaskan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2017 tentang Jasa Konstruksi, sehingga semua kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pengawasan memiliki dasar hukum yang kuat. Informan menyatakan: *"setelah undang-undang itu terbit, kami melaksanakan pelatihan, pengawasan, dan sosialisasi kepada masyarakat jasa konstruksi"*. Hal ini menambah legitimasi program, sehingga interaksi antara pemerintah dan masyarakat menjadi lebih terstruktur, efektif, dan kredibel.

Secara analitis, kombinasi komunikasi publik dialogis, partisipasi masyarakat, dan stakeholder engagementmenghasilkan manfaat nyata. Masyarakat lebih sadar terhadap layanan dan regulasi, Humas mampu menyesuaikan pelatihan dan layanan sesuai kebutuhan spesifik, serta membangun kepercayaan publik karena aspirasi mereka didengar dan ditindaklanjuti. Strategi komunikasi ini juga memperkuat kapasitas SDM di sektor konstruksi, menyiapkan tenaga kerja yang lebih kompeten, dan memastikan pembangunan jasa konstruksi berjalan berkelanjutan.

Meskipun Humas UPTD PIP2B telah menerapkan komunikasi dua arah yang efektif dan partisipatif, wawancara menunjukkan adanya beberapa tantangan signifikan yang perlu diperhatikan. Tantangan-tantangan ini muncul karena interaksi dengan berbagai unsur masyarakat memiliki kompleksitas tersendiri, baik dari sisi kapasitas sumber daya, perbedaan kebutuhan, maupun tingkat pemahaman masyarakat terhadap layanan dan regulasi pemerintah.

Pertama, terdapat keterbatasan sumber daya manusia dan waktu untuk menjangkau seluruh kabupaten/kota secara rutin. Humas tidak hanya bertugas menyampaikan informasi, tetapi juga melakukan sosialisasi, pelatihan, pengawasan proyek, dan menampung aspirasi masyarakat. Hal ini menjadi beban tersendiri karena setiap lokasi memiliki kebutuhan yang berbeda-beda. Informan menekankan: *"Biasanya itu bukan soal 'kapan'-nya saja. kami turun langsung mendatangi kabupaten/kota, jika di kabupaten/kota tersebut ada kegiatan atau proyek tertentu, kebutuhan pelatihannya apa, kami sediakan di tempat mereka, di lokasi kerja mereka"*. Pernyataan ini menegaskan bahwa strategi komunikasi harus sangat fleksibel, tetapi tetap membutuhkan koordinasi dan alokasi sumber daya yang matang.

Kedua, perbedaan kebutuhan tiap unsur masyarakat menjadi tantangan tersendiri. Misalnya, mahasiswa memerlukan pelatihan teknis dan sertifikasi untuk mempersiapkan karier, sedangkan pekerja konstruksi atau kontraktor mungkin memerlukan informasi terkait regulasi atau pengawasan proyek. Variasi kebutuhan ini menuntut Humas mampu menyesuaikan metode komunikasi, materi sosialisasi, dan jenis pelatihan yang berbeda-beda. Strategi ini sejalan dengan teori komunikasi adaptif (Grunig, 2009), di mana efektivitas hubungan publik diukur dari sejauh mana audiens merasa kebutuhan mereka diperhatikan dan dipenuhi.

Ketiga, tantangan muncul dari tingkat pemahaman masyarakat yang berbeda. Masih banyak masyarakat awam yang belum mengetahui keberadaan UPTD PIP2B dan layanan jasa konstruksi yang tersedia. Informan menyatakan: *"Masih banyak masyarakat awam yang belum tahu tentang UPTD PIP2B dan jasa konstruksi… sehingga manfaatnya bisa dirasakan masyarakat"*. Tantangan ini menuntut Humas menggunakan strategi komunikasi edukatif dan mudah dipahami, agar pesan tersampaikan dengan jelas, sekaligus membangun kesadaran publik terhadap regulasi dan layanan yang ada.

Keempat, terdapat tantangan terkait koordinasi antar stakeholder. Dengan melibatkan 11 unsur masyarakat, Humas harus mampu mengelola berbagai kepentingan dan memastikan tidak ada pihak yang merasa diabaikan. Hal ini menuntut keahlian diplomasi dan manajemen komunikasi yang baik agar setiap aspirasi dapat diterima dan ditindaklanjuti secara adil.

Analisis tantangan ini menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi dua arah tidak hanya bergantung pada keberanian atau niat baik humas, tetapi juga pada perencanaan strategis, adaptasi metode komunikasi, dan alokasi sumber daya yang tepat. Dengan memahami tantangan ini, Humas dapat terus menyempurnakan mekanisme komunikasi, meningkatkan efektivitas, dan memastikan setiap unsur masyarakat mendapatkan perhatian yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Analisis komunikasi dua arah Humas UPTD PIP2B menunjukkan bahwa pendekatan ini memiliki sejumlah implikasi strategis yang penting bagi efektivitas layanan publik, pengembangan kapasitas masyarakat, dan keberlanjutan pembangunan sektor konstruksi. Pertama, komunikasi dua arah berperan sebagai alat pengembangan kapasitas sumber daya manusia. Dengan menyesuaikan pelatihan, sertifikasi, dan sosialisasi sesuai kebutuhan audiens, Humas tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga meningkatkan kompetensi mahasiswa, pekerja konstruksi, dan pelaku industri. Sebagaimana disampaikan informan: *"Kalau kebutuhannya dari mahasiswa adalah pelatihan-pelatihan konstruksi, kami berikan… kami terjun langsung ke proyek sesuai kebutuhan yang ada"*. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi publik menjadi instrumen pemberdayaan, mempersiapkan tenaga kerja yang kompeten dan siap bersaing di sektor konstruksi.

Kedua, komunikasi dua arah memiliki implikasi peningkatan efektivitas layanan dan implementasi regulasi. Dengan melibatkan 11 unsur masyarakat dari akademisi, mahasiswa, pekerja konstruksi, hingga

kontraktor dan pelaku rantai pasok. Humas dapat memastikan informasi dan kebijakan tersampaikan secara tepat sasaran. Partisipasi aktif publik memungkinkan Humas menyesuaikan program dengan kebutuhan nyata masyarakat, sehingga pelatihan, pengawasan proyek, dan sosialisasi regulasi lebih relevan. Informan menegaskan: *"penting karena kami ingin memastikan informasi dan sosialisasi… betul-betul tersampaikan… sehingga manfaatnya bisa dirasakan masyarakat"*.

Ketiga, strategi komunikasi dua arah memiliki implikasi pembangunan kepercayaan publik. Dengan memberikan ruang bagi masyarakat untuk menyampaikan aspirasi dan menindaklanjuti masukan mereka, Humas membangun hubungan saling percaya antara pemerintah dan masyarakat. Kepercayaan ini penting dalam konteks sektor konstruksi, di mana transparansi informasi, kepatuhan regulasi, dan kualitas layanan menjadi kunci keberhasilan proyek. Teori komunikasi publik dialogis menegaskan bahwa hubungan yang berbasis dialog dan responsivitas audiens meningkatkan legitimasi dan penerimaan publik terhadap kebijakan (Kent & Taylor, 2002).

Keempat, pendekatan ini memiliki implikasi penguatan partisipasi masyarakat. Mengacu pada teori Arnstein (1969), komunikasi dua arah memungkinkan masyarakat untuk berperan lebih dari sekadar penerima informasi; mereka dapat memengaruhi keputusan dan program yang dijalankan. Hal ini terlihat dalam praktik sosialisasi di kampus dan proyek konstruksi, di mana mahasiswa dan pekerja diberikan kesempatan untuk mengekspresikan kebutuhan pelatihan, aspirasi karier, serta feedback terkait proyek. Dengan demikian, partisipasi masyarakat menjadi instrumen strategis dalam pengambilan keputusan yang tepat dan responsif.

Kelima, komunikasi dua arah juga berdampak pada efisiensi pengelolaan proyek dan layanan publik. Dengan menyesuaikan metode komunikasi dan jenis layanan berdasarkan kebutuhan tiap kabupaten/kota, Humas dapat mengoptimalkan alokasi sumber daya, meminimalkan kesalahan atau miskomunikasi, dan meningkatkan kualitas output proyek. Hal ini menegaskan bahwa komunikasi publik bukan sekadar kegiatan administratif, tetapi bagian integral dari manajemen proyek dan pembangunan sektor konstruksi.

Terakhir, implikasi strategis ini menekankan pentingnya kesinambungan dan adaptasi komunikasi. Dengan tantangan seperti keterbatasan sumber daya, variasi kebutuhan masyarakat, dan tingkat pemahaman yang berbeda, Humas perlu terus menyempurnakan metode komunikasi, mengembangkan materi edukatif, dan memastikan setiap unsur masyarakat tersentuh sesuai konteks lokal. Informan menegaskan: *"Masih banyak masyarakat awam yang belum tahu tentang UPTD PIP2B dan jasa konstruksi… sehingga manfaatnya bisa dirasakan masyarakat"*. Hal ini menegaskan bahwa strategi komunikasi yang adaptif dan inklusif adalah kunci keberhasilan jangka panjang.

Secara keseluruhan, implikasi strategis komunikasi dua arah Humas UPTD PIP2B mencakup pemberdayaan masyarakat, peningkatan kapasitas SDM, efektivitas regulasi, penguatan kepercayaan publik, optimalisasi layanan, dan kesinambungan strategi komunikasi. Pendekatan ini menunjukkan bahwa komunikasi publik bukan sekadar penyampaian informasi, tetapi instrumen strategis yang mendukung pembangunan sektor konstruksi yang berkelanjutan dan partisipatif.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa komunikasi dua arah merupakan strategi utama yang dijalankan oleh Humas UPTD PIP2B dalam menjembatani interaksi antara pemerintah dan masyarakat. Praktik ini mencerminkan prinsip komunikasi publik dialogis, di mana informasi tidak hanya disampaikan satu arah, tetapi terjadi pertukaran aktif antara komunikator dan komunikan, sehingga aspirasi, pertanyaan, dan kebutuhan masyarakat dapat diterima dan direspons dengan tepat (Kent & Taylor, 2002). Informan menegaskan: *"Biasanya, kegiatan kami untuk komunikasi dua arah di Humas itu terkait jasa konstruksi. Kami menjadi wadah komunikasi antara pemerintah dan unsur masyarakat"*. Pernyataan ini menunjukkan bahwa Humas tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai fasilitator partisipasi masyarakat dalam sektor konstruksi.

Temuan berikutnya menunjukkan bahwa Humas melibatkan 11 unsur masyarakat yang beragam, mulai dari akademisi dan mahasiswa hingga pekerja konstruksi, pelaku rantai pasok, pengguna jasa, serta kontraktor dan konsultan. Informan menyatakan: *"Unsur masyarakat di sini ada 11 unsur… termasuk asosiasi perusahaan, asosiasi profesi, lembaga pendidikan, tenaga kerja, dan lain-lain"*. Pendekatan ini sesuai dengan teori stakeholder engagement, di mana keterlibatan semua pihak yang terpengaruh oleh kebijakan memungkinkan program yang dijalankan lebih relevan dan tepat sasaran.

Selain itu, komunikasi dua arah dilakukan melalui kegiatan lapangan yang langsung menyentuh masyarakat. Sosialisasi di kampus, seperti Universitas Muhammadiyah, memungkinkan mahasiswa untuk menyampaikan aspirasi terkait jenjang karier dan kebutuhan pelatihan. Informan menyebutkan: *"Melalui sosialisasi tersebut, kami juga menampung aspirasi mahasiswa di kampus, khususnya terkait kebutuhan mereka untuk masuk ke dunia kerja setelah lulus"*. Praktik ini menunjukkan bahwa metode komunikasi adaptif, yang menyesuaikan lokasi, waktu, dan materi, lebih efektif dibandingkan komunikasi yang hanya dilakukan di kantor atau melalui media sosial.

Humas juga menerapkan pendekatan pelatihan dan sertifikasi berbasis kebutuhan audiens. Hal ini ditegaskan oleh informan: *"Kalau kebutuhannya dari mahasiswa adalah pelatihan-pelatihan konstruksi, kami berikan… kami terjun langsung ke proyek sesuai kebutuhan yang ada"*. Praktik ini mencerminkan penerapan teori komunikasi responsif, di mana kebutuhan masyarakat menjadi acuan utama dalam menyusun strategi komunikasi, sehingga interaksi publik tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga memberdayakan.

Semua kegiatan komunikasi dua arah ini berlandaskan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2017 tentang Jasa Konstruksi, yang memberikan legitimasi hukum bagi sosialisasi, pelatihan, dan pengawasan proyek. Informan menegaskan: *"Setelah undang-undang itu terbit, kami melaksanakan pelatihan, pengawasan, dan sosialisasi kepada masyarakat jasa konstruksi"*. Dengan adanya dasar hukum ini, interaksi antara pemerintah dan masyarakat menjadi lebih terstruktur, kredibel, dan memiliki acuan yang jelas dalam pelaksanaan program.

Namun, wawancara juga mengungkap beberapa tantangan yang dihadapi Humas. Salah satunya adalah keterbatasan sumber daya manusia dan waktu untuk menjangkau seluruh kabupaten/kota secara rutin. Variasi kebutuhan tiap unsur masyarakat juga menjadi tantangan, karena mahasiswa, pekerja, dan kontraktor memiliki fokus yang berbeda. Selain itu, masih banyak masyarakat awam yang kurang memahami layanan dan regulasi yang ada. Informan menyatakan: *"Masih banyak masyarakat awam yang belum tahu tentang UPTD PIP2B dan jasa konstruksi… sehingga manfaatnya bisa dirasakan masyarakat"*. Tantangan ini menekankan perlunya strategi komunikasi yang adaptif, edukatif, dan inklusif, agar seluruh masyarakat dapat tersentuh secara efektif.

Meski demikian, komunikasi dua arah memberikan manfaat nyata. Pertama, Humas mampu meningkatkan kapasitas SDM melalui pelatihan dan sertifikasi yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja. Kedua, komunikasi dua arah memastikan regulasi dan layanan pemerintah tersampaikan secara efektif kepada masyarakat, sehingga kebijakan menjadi lebih mudah diterima dan diikuti. Ketiga, partisipasi aktif masyarakat membangun kepercayaan publik, karena aspirasi mereka didengar dan ditindaklanjuti dengan tindakan nyata. Keempat, pendekatan ini mendukung efisiensi dan efektivitas pengelolaan proyek konstruksi, dengan program yang disesuaikan kebutuhan tiap wilayah.

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa Humas UPTD PIP2B berhasil menerapkan komunikasi dua arah yang partisipatif, responsif, dan berbasis kebutuhan masyarakat, selaras dengan prinsip komunikasi publik dialogis, stakeholder engagement, dan partisipasi masyarakat. Komunikasi publik yang dijalankan tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga memberdayakan masyarakat, meningkatkan kapasitas SDM, memperkuat kepercayaan, serta memastikan pembangunan sektor konstruksi berjalan berkelanjutan dan inklusif.



Sumber: Hasil penelitian

Gambar 1. Kegiatan wawancara in-depth interview

SIMPULAN

Komunikasi dua arah yang dijalankan Humas UPTD PIP2B berperan penting dalam menjembatani interaksi antara pemerintah dan masyarakat. Melalui sosialisasi langsung di lapangan, pelatihan berbasis kebutuhan, serta partisipasi 11 unsur masyarakat, Humas mampu menyerap aspirasi, menjawab kebutuhan spesifik, dan memastikan layanan jasa konstruksi tersampaikan dengan efektif. Pendekatan ini memperkuat kapasitas sumber daya manusia, memfasilitasi keterlibatan aktif publik, serta membangun kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah. Semua kegiatan ini berlandaskan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2017 tentang Jasa Konstruksi, sehingga komunikasi publik memiliki legitimasi hukum yang jelas. Meskipun menghadapi tantangan seperti keterbatasan sumber daya, variasi kebutuhan tiap unsur masyarakat, dan tingkat pemahaman publik yang berbeda, strategi komunikasi dua arah tetap menjadi instrumen penting untuk pemberdayaan masyarakat, peningkatan kualitas layanan, optimalisasi proyek konstruksi, serta mendukung pembangunan sektor konstruksi yang berkelanjutan dan partisipatif.

REFERENSI

Grunig, J. E. (2024). Public relations management in government and business. In *Handbook of administrative communication* (pp. 241-284). Routledge.

Grunig, J. E. (2009). Paradigms of global public relations in an age of digitalisation. *PRism*, *6*(2), 1–19. https://www.prismjournal.org/uploads/1/2/5/6/125661607/v6-no2-a1.pdf

Majid, N. A., & Fitri, A. N. (2022). TUGAS HUMAS PEMERINTAHAN DALAM MENINGKATKAN PENYEBARAN INFORMASI PEMBANGUNAN DI LEMBAGA PEMERINTAHAN. *Uin Walisogo Semarang*.

Maulida, R. W., & Nugraha, A. R. (2024). Strategi Humas Pemerintah Kabupaten Sumedang Dalam Mensosialisasikan Layanan Digital" Wa Kepo". *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, *1*(12)

Rustiana, E., Hamidah, H., & Duku, S. (2020). Strategi Pengelolaan Berita Website UIN Raden Fatah Palembang Sebagai Media Informasi Universitas. *TABAYYUN*, *1*(1), 8-24.

Samsudin, D., Kamar, H., & Sukri, A. (2023). Pemberdayaan hubungan masyarakat aparatur pemerintah berbasis teknologi komunikasi. *GERVASI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, *7*(1), 450-462.

Selim, N., Jeljeli, R., Farhi, F., & Hassan, D. (2024). Role of Two-Way Asymmetrical Communication in Sustaining Public Relations. *Available at SSRN 5150223*.

Silverman, D. A., & Smith, R. D. (2024). *Strategic planning for public relations*. Routledge.