

DAFTAR PUSTAKA

- Argenti, P. A. (2016). *Corporate communication*. McGraw-Hill Education.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik (Edisi revisi)*. Rineka Cipta.
- Aula, P., & Mantere, S. (2013). *Strategic reputation management*. Routledge.
- Balmer, J. M. T. (2001). Corporate identity, corporate branding and corporate marketing: Seeing through the fog. *European Journal of Marketing*, 35(3/4), 248–291.
- Botsman, R. (2017). *Who can you trust? How technology brought us together and why it might drive us apart*. PublicAffairs.
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society (2nd ed.)*. Wiley-Blackwell.
- Chadwick, A. (2009). Web 2.0: New challenges for the study of e-democracy in an era of informational exuberance. *I/S: A Journal of Law and Policy for the Information Society*, 5(1), 9–41.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective public relations (9th ed.)*. Pearson Education.
- Gil-Garcia, J. R. (2012). *Digital government: Technology and public sector performance*. Routledge.
- Hallahan, K., Holtzhausen, D., van Ruler, B., Verčič, D., & Sriramesh, K. (2007). Defining strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1(1), 3–35. <https://doi.org/10.1080/15531180701285244>
- Heath, R. L., & Johansen, W. (2018). *The international encyclopedia of strategic communication*. Wiley-Blackwell.
- Herdiansyah, H. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif: Untuk ilmu-ilmu sosial*. Salemba Humanika.
- Hood, C. (1991). A public management for all seasons? *Public Administration*, 69(1), 3–19.

- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Karkin, N., & Janssen, M. (2014). Evaluating websites from a public value perspective: A review of Turkish local government websites. *International Journal of Information Management*, 34(3), 351–363.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251.
- Kiousis, S. (2001). Public trust or mistrust? Perceptions of media credibility in the information age. *Mass Communication & Society*, 4(4), 381–403. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0404_4
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Pearson Education.
- Layne, K., & Lee, J. (2001). Developing fully functional e-government: A four-stage model. *Government Information Quarterly*, 18(2), 122–136. [https://doi.org/10.1016/S0740-624X\(01\)00066-1](https://doi.org/10.1016/S0740-624X(01)00066-1)
- Lember, V., Kattel, R., & Tõnurist, P. (2019). *Digital government and public sector innovation*. Springer.
- Lewis, L. K. (2011). *Organizational change: Creating change through strategic communication*. Wiley-Blackwell.
- Lindgaard, G., Fernandes, G., Dudek, C., & Brown, J. (2006). Attention web designers: You have 50 milliseconds to make a good first impression! *Behaviour & Information Technology*, 25(2), 115–126.
- Macnamara, J. (2018). *Evaluating communication: Exploring new models, standards, and best practices*. Routledge.
- McKnight, D. H., Carter, M., Thatcher, J. B., & Clay, P. F. (2011). Trust in a specific technology: An investigation of its components and measures. *ACM Transactions on Management Information Systems (TMIS)*, 2(2), 1–25. <https://doi.org/10.1145/1985347.1985353>

- Mergel, I. (2016). *Social media in the public sector: A guide to participation, collaboration, and transparency in the networked world*. Jossey-Bass.
- Mergel, I. (2020). *Digital transformation in government: The path to public value*. Springer.
- Moon, M. J. (2002). The evolution of e-government among municipalities: Rhetoric or reality? *Public Administration Review*, 62(4), 424–433. <https://doi.org/10.1111/0033-3352.00196>
- Muzellec, L., & Lambkin, M. (2006). Corporate rebranding: Destroying, transferring or creating brand equity? *European Journal of Marketing*, 40(7/8), 803–827. <https://doi.org/10.1108/03090560610670007>
- Nielsen, J. (2012). *Usability 101: Introduction to usability*. Nielsen Norman Group.
- Norman, D. A. (2013). *The design of everyday things: Revised and expanded edition*. Basic Books.
- Peraturan Komisi Informasi (PERKI) No. 1 Tahun 2012 tentang Standar Layanan Informasi Publik.
- Setyawan, A. (2014). *Metodologi penelitian untuk ilmu sosial*. Pustaka Ilmu.
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode penelitian komunikasi*. Alfabeta.
- Tapscott, D. (2015). *The digital economy: Rethinking promise and peril in the age of networked intelligence (Rev. ed.)*. McGraw-Hill Education.
- UU Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP) No. 14 Tahun 2008.
- West, D. M. (2004). E-government and the transformation of service delivery and citizen attitudes. *Public Administration Review*, 64(1), 15–27. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6210.2004.00343.x>
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading digital: Turning technology into business transformation*. Harvard Business Review Press.

Informan: PPID

Transparency – Penyajian Informasi Publik

1. Apa tujuan utama penyajian informasi publik melalui laman **komdigi.go.id**?
2. Bagaimana kementerian menentukan jenis informasi publik yang wajib dan perlu ditampilkan di website?
3. Apakah ada pedoman resmi atau regulasi yang menjadi acuan dalam penyajian informasi publik?
4. Siapa saja pihak yang terlibat dalam merumuskan strategi penyajian informasi di laman ini?
5. Sejauh mana transformasi kelembagaan dari Kominfo ke Komdigi memengaruhi strategi penyajian informasi publik di website?

Accessibility – Pengelolaan Website dan Teknis

1. Bagaimana proses perencanaan dan implementasi desain laman **Komdigi.go.id** dilakukan agar memudahkan akses informasi publik?
2. Siapa yang menentukan struktur navigasi dan tampilan visual website, dan apakah melibatkan masukan dari pengguna?
3. Apakah dilakukan usability testing atau survei pengguna terkait kebutuhan informasi publik?
4. Apakah terdapat kendala teknis dalam menampilkan dan memperbarui informasi publik di laman Komdigi.go.id?
5. Bagaimana kementerian menangani keterlambatan atau kendala dalam memperbarui informasi publik?
6. Apa langkah yang diambil untuk memastikan keamanan data dan keandalan website?

Participation – Interaksi dan Koordinasi

1. Bagaimana koordinasi dilakukan antara unit PPID, kehumasan, pengelola website, dan tim teknis dalam penyajian informasi publik?
2. Apakah tersedia forum koordinasi khusus atau sistem komunikasi internal untuk memastikan informasi yang disajikan akurat dan konsisten?
3. Apa tantangan terbesar dalam menjaga konsistensi penyajian informasi publik di laman Komdigi.go.id?
4. Bagaimana pelibatan pemangku kepentingan eksternal (misalnya lembaga lain, mitra, masyarakat) dalam proses penyediaan informasi publik?
5. Bagaimana koordinasi antar-unit dilakukan dalam rangka mendukung transformasi kelembagaan dari Kominfo ke Komdigi melalui laman Komdigi.go.id?
6. Apakah tersedia strategi komunikasi krisis jika terjadi misinformasi terkait informasi publik?

Credibility – Citra dan Kepercayaan Publik

1. Bagaimana mekanisme pemeliharaan dan pembaruan konten dilakukan pasca peluncuran website?
2. Apakah ada sistem monitoring atau feedback publik untuk menilai efektivitas penyajian informasi publik?
3. Bagaimana strategi digital website mendukung citra baru kementerian setelah transformasi dari Kominfo menjadi Komdigi?
4. Bagaimana kementerian menghadapi tantangan teknis dan non-teknis terkait perubahan identitas dari Kominfo ke Komdigi pada laman digital?

Evaluasi dan Respons Publik

1. Apakah kementerian melakukan monitoring terhadap respons publik atas penyajian informasi di laman **Komdigi.go.id** (melalui media sosial, komentar, survei)?
2. Bagaimana hasil monitoring digunakan untuk meningkatkan kualitas informasi publik?
3. Apakah ada rencana evaluasi jangka panjang terkait efektivitas laman Komdigi.go.id dalam mendukung keterbukaan informasi publik?
4. Bagaimana kementerian menilai peran laman Komdigi.go.id dalam membangun citra kelembagaan baru setelah transformasi?

Informan: Masyarakat Umum

1. Apa kesan pertama Anda terhadap tampilan dan isi informasi di laman Komdigi.go.id? Informasi dari halaman utama lebih jelas, desainnya kurang memanjakan mata, kurang interaktif, tata letak tidak sesuai, ada komponen tidak perlu ditampilkan(kategori)
2. Apakah menurut Anda informasi yang tersedia mudah dipahami dan relevan dengan kebutuhan publik?
Isi pemberitaan belum detail dan jelas, setiap post masih dengan sedikit paragraf, dan tidak menu kolom komentar di setiap post.
3. Apakah Anda merasa informasi yang Anda butuhkan mudah ditemukan di laman Komdigi.go.id?
Dari fitur pencarian ketika mengetik satu kata hanya beberapa hasil yang ditemukan.
4. Bagaimana pengalaman Anda dalam mengakses laman Komdigi.go.id (navigasi, kecepatan, kejelasan)?
Kecepatanya perlu optimasi konten yang ditampilkan tidak semuanya harus ditampilkan sekaligus, navigasi kaku bisa lebih smooth dengan memberikan animasi pengarahan ke menu atau ke halaman artikel,

informasi salah satu artikel tidak memberikan link atau informasi lebih lanjut (seperti informasi siaran pers)

<https://www.komdigi.go.id/berita/siaran-pers/detail/keluarkan-instruksi-menteri-menkomdigi-tindak-tegas-pegawai-kemkomdigi-yang-terlibat-perjudian-online>

5. Apakah menurut Anda laman Komdigi.go.id sudah mencerminkan perubahan kelembagaan dari Kominfo ke Komdigi?
Masih belum mencerminkan, karena tidak menggambarkan perubahan yang update atau kekinian (terlalu banyak tampilan konten)
6. Apa saran Anda agar penyajian informasi publik di laman Komdigi.go.id lebih efektif dan bermanfaat?
Menyesuaikan dengan media yang saat ini lebih ramai digunakan, tidak hanya berupa teks, namun lebih interaktif, seperti infografis, dll

Petunjuk:

Beri penilaian sesuai pengalaman Anda mengakses laman **komdigi.go.id**.

Skala jawaban:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

A. Transparency (Transparansi Informasi Publik)

1. Informasi publik di laman Komdigi.go.id disajikan secara **jelas, terbuka, dan mudah dipahami**.
2. Informasi yang tersedia di website **relevan dengan kebutuhan masyarakat umum**.
3. Website menampilkan **data dan dokumen resmi** (misalnya peraturan, laporan, kebijakan) yang **mudah diunduh dan diverifikasi**.
4. Informasi di laman Komdigi.go.id **selalu diperbarui secara rutin**.
5. Bahasa yang digunakan dalam penyampaian informasi **sederhana dan tidak berbelit**.

B. Accountability (Akuntabilitas dan Keandalan Layanan Publik)

1. Informasi yang disajikan di laman Komdigi.go.id **akurat dan dapat dipercaya**.
2. Website menampilkan **identitas resmi Komdigi** yang jelas (logo, kontak, profil lembaga, struktur organisasi).
3. Website menyediakan **saluran resmi** untuk masyarakat **menyampaikan pengaduan, masukan, atau klarifikasi**.
4. Website **jarang mengalami gangguan teknis** dan dapat diakses secara stabil.
5. Saya **percaya terhadap informasi** yang dipublikasikan melalui laman Komdigi.go.id.

C. Participation (Partisipasi dan Keterlibatan Publik)

1. Website menyediakan **fitur umpan balik** (formulir, survei, kolom komentar, dsb.) bagi masyarakat.
2. Saya **didorong untuk berpartisipasi** dalam kegiatan atau konsultasi publik melalui laman Komdigi.go.id.
3. Website menampilkan **informasi hasil partisipasi publik**, seperti laporan tanggapan atau kegiatan kolaborasi.

4. Saya **merasakan kesempatan untuk menyampaikan pendapat atau saran** melalui kanal resmi Komdigi.
 5. Website **mudah digunakan** untuk mengakses layanan publik digital yang melibatkan masyarakat.
-

D. Communication (Komunikasi dan Identitas Digital)

1. Tampilan dan desain website **mencerminkan identitas baru Komdigi** dengan jelas dan konsisten.
 2. Tata letak (layout), warna, font, dan ikon **menunjang komunikasi visual yang profesional dan menarik**.
 3. Struktur navigasi dan menu **mudah dipahami dan memudahkan menemukan informasi**.
 4. Website **berfungsi baik di perangkat desktop maupun mobile**, dengan ukuran teks dan gambar yang ramah pengguna.
 5. Website **secara efektif menyampaikan pesan kelembagaan** tentang peran dan fungsi baru Komdigi.
-

E. Kepuasan dan Persepsi Umum

1. Saya merasa **puas dengan kualitas dan kejelasan informasi** yang disajikan di laman Komdigi.go.id.
2. Saya akan **mengunjungi kembali website Komdigi.go.id** jika membutuhkan informasi publik di masa depan.
19. Informasi di laman Komdigi.go.id bermanfaat untuk praktisi IT atau profesional.
20. Informasi publik yang disediakan sesuai dengan peran Komdigi sebagai kementerian digital.

F. Kecepatan dan Keandalan Website

23. Kecepatan akses laman Komdigi.go.id cukup baik.
24. Website jarang mengalami error atau gangguan teknis saat diakses.
25. Laman Komdigi.go.id memiliki performa yang stabil saat diakses banyak pengguna.

G. Transformasi Kelembagaan (Kominfo ke Komdigi)

26. Laman Komdigi.go.id mencerminkan perubahan kelembagaan dari Kominfo ke Komdigi.
27. Informasi yang disajikan di laman ini menjelaskan peran baru Komdigi secara jelas.
28. Website berhasil menampilkan identitas digital baru kementerian.

Dokumen penelitian

- Surat keputusan atau peraturan internal tentang perubahan nomenklatur kementerian.
- Press release resmi terkait perubahan dari Kementerian Kominfo menjadi Kementerian Komunikasi dan Digital.
- Salinan desain lama dan baru dari website resmi (kominfo.go.id / komdigi.go.id)
- Data statistik pengunjung sebelum dan sesudah perubahan website.
- Dokumen perencanaan strategi komunikasi digital (jika tersedia).