

Komunikasi Strategis *Special Event* Kompetisi TIK dalam Membangun Citra Inklusif BAKTI Komdigi

Salsabila Shafa Widhi Sunoto*, Nada Putri Naila, Anita Rosana

LSPR Institute of Communication and Business, Jakarta, Indonesia

*22110260290@lspr.edu

Abstract

This study analyzes the role of a special event as a tool of government strategic communication in building an inclusive institutional image and supporting digital inclusion, through the 2025 ICT Competition for people with disabilities organized by BAKTI Komdigi. The study uses a qualitative approach with a case study method to understand how communication strategies are applied in a real context. Data were collected through interviews with key informants using purposive sampling. The results show that the special event was designed with clear communication goals to improve access, expand opportunities, and increase the confidence of people with disabilities in using digital technology. The meaning of inclusivity is built through participatory experiences, disability representation, and equal participation among stakeholders. As a result, an inclusive image is formed through real and continuous communication practices. The findings also show a clear division of stakeholder roles and the use of communication media to support public engagement, although there are still challenges in coordination and feedback management. This study fills a research gap, as most previous studies focus on the corporate sector, while this study highlights a government context. Theoretically, this study enriches strategic communication by showing that an inclusive image is shaped by the alignment of messages, actions, and stakeholder experiences.

Keywords: Strategic Communication; Special Event; Digital Inclusion; Government Reputation; Disabilities

Abstrak

Penelitian ini menganalisis peran special event sebagai medium komunikasi strategis pemerintah dalam membangun citra institusi yang inklusif dan berorientasi pada inklusi digital melalui penyelenggaraan Kompetisi Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) bagi penyandang disabilitas tahun 2025 oleh BAKTI Komdigi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memahami secara mendalam bagaimana strategi komunikasi dijalankan dalam konteks nyata. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan narasumber kunci menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa special event dirancang dengan sasaran komunikasi yang terarah untuk meningkatkan akses, memperluas peluang, serta mendorong kepercayaan diri penyandang disabilitas dalam memanfaatkan teknologi digital. Makna inklusivitas dibangun melalui pengalaman partisipatif, representasi disabilitas, dan kesetaraan partisipasi antar pemangku kepentingan, sehingga citra inklusif tumbuh dari praktik komunikasi yang nyata dan berkelanjutan. Temuan juga menunjukkan adanya pembagian peran stakeholder yang terstruktur serta pemanfaatan media komunikasi dalam mendukung keterlibatan publik, meskipun masih terdapat tantangan dalam koordinasi dan pengelolaan umpan balik. Penelitian ini mengisi kesenjangan kajian yang selama ini lebih berfokus pada sektor korporasi, dengan menghadirkan konteks lembaga pemerintah. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya konsep komunikasi strategis dengan menegaskan bahwa pembentukan citra inklusif ditentukan oleh keselarasan antara pesan, praktik, dan pengalaman stakeholder.

Kata Kunci: Komunikasi Strategis; *Special Event*; Inklusi Digital; Citra Institusi Pemerintah; Penyandang Disabilitas

PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) pada era digital telah mendorong perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam tata kelola pemerintahan dan pelayanan publik. Pemanfaatan teknologi digital tidak hanya meningkatkan efisiensi dan akses informasi, tetapi juga menjadi instrumen strategis dalam mendukung pembangunan yang inklusif luas

(Estawara, 2021; Poerwanti et al., 2024). Digitalisasi juga diyakini mampu mendukung pencapaian pembangunan berkelanjutan.

Dampaknya bukan hanya pada percepatan inovasi teknologi, tetapi juga memberikan landasan bagi pengambilan keputusan yang lebih cepat, transparan, dan berbasis data (Apriliani, 2022). Studi di Uni Eropa menunjukkan bahwa digitalisasi sektor publik berkontribusi positif terhadap inovasi teknologi yang mendorong praktik berkelanjutan di berbagai bidang pembangunan, mencakup dimensi sosial, ekonomi, hingga lingkungan. Dalam konteks ini, teknologi tidak hanya dipandang sebagai alat teknis, tetapi juga sebagai instrumen strategis yang berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat (Gariba et al., 2024, Nopiah & Pangaribowo, 2023). Dalam konteks ini, inklusi digital menjadi penting untuk memastikan bahwa seluruh lapisan masyarakat, termasuk kelompok rentan, memiliki akses yang setara terhadap teknologi dan peluang yang dihasilkannya (Ariansyah et al., 2024).

Di Indonesia, meskipun telah terdapat komitmen regulatif melalui ratifikasi *Convention on the Rights of Persons with Disabilities* (CRPD) serta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas, realitas menunjukkan bahwa penyandang disabilitas masih menghadapi ketimpangan dalam akses dan partisipasi, khususnya dalam bidang ekonomi dan teknologi (Thohari, 2022; Hutagalung & Faedlulloh, 2021). Realitas sosial menunjukkan bahwa penyandang disabilitas masih menghadapi ketimpangan struktural (Hulinggato, 2025). Data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024 mencatat bahwa jumlah penyandang disabilitas di Indonesia mencapai lebih dari 17.8 juta jiwa, namun tingkat partisipasi kerja baru mencapai 23,94 persen, dengan tingkat kemiskinan yang lebih tinggi dibandingkan rata-rata nasional (Lasiyono et al., 2024). Kondisi ini menegaskan bahwa upaya inklusi tidak hanya memerlukan program afirmatif, tetapi juga pendekatan yang partisipatif dan berkelanjutan (Tan, 2021). Pemerintah dituntut untuk menghadirkan program yang tidak hanya afirmatif, tetapi juga partisipatif dan berkelanjutan, sehingga penyandang disabilitas dapat berpartisipasi aktif dalam kehidupan sosial dan ekonomi serta memperoleh kehidupan yang layak (Silva & Alonso, 2025).

Dalam konteks tersebut, pemerintah melalui Kementerian Komunikasi dan Digital (Komdigi) dan Badan Aksesibilitas Telekomunikasi dan Informasi (BAKTI) menjalankan Program Inklusi Digital sebagai bagian dari strategi transformasi digital nasional (Haryanto, 2025). Salah satu implementasinya adalah penyelenggaraan special event Kompetisi TIK bagi penyandang disabilitas tahun 2025. Program ini tidak hanya bertujuan meningkatkan kapasitas teknis, tetapi juga menjadi sarana untuk menunjukkan komitmen pemerintah terhadap inklusivitas dan kesetaraan akses (Kolang et al., 2024).

Namun, tantangan ini tidak hanya terletak pada pelaksanaan program, melainkan juga pada bagaimana nilai dan komitmen inklusivitas tersebut dikomunikasikan kepada publik. Komunikasi publik pemerintah yang masih cenderung informatif dan satu arah berpotensi kurang efektif dalam membangun keterlibatan dan persepsi publik secara mendalam (Damayanti et al., 2020). Dalam konteks ini, diperlukan pendekatan komunikasi yang lebih strategis, partisipatif, dan mampu menghadirkan pengalaman langsung bagi publik. *Special event* menjadi salah satu bentuk komunikasi strategis yang memungkinkan institusi tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga menghadirkan pengalaman yang mempresentasikan nilai organisasi.

Dalam konteks ini, penelitian ini menggunakan Teori Komunikasi Strategis sebagai kerangka utama. Hallahan et al. (2007) mendefinisikan komunikasi strategis sebagai penggunaan komunikasi yang terencana untuk mencapai tujuan organisasi melalui pengelolaan pesan, relasi, dan makna. Dalam sektor publik, komunikasi strategis tidak hanya berfungsi menyampaikan kebijakan, tetapi juga membangun legitimasi, kepercayaan publik, dan juga nilai bersama.

Selanjutnya, untuk mendukung kerangka tersebut, efektivitas komunikasi strategis dalam *special event* juga dipengaruhi oleh penerapan model komunikasi dua arah simetris yang menekankan dialog, partisipasi, dan hubungan timbal balik antara organisasi dan publik (Grunig & Hunt, 1984). Pendekatan ini menempatkan publik sebagai mitra dalam proses penciptaan makna, bukan sekadar objek komunikasi. Dalam hal ini, keterlibatan *stakeholder* menjadi elemen penting, di mana

stakeholder dipahami sebagai pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi yang berdasarkan Freeman (as cited in Ismail et al., 2022). Dalam konteks penelitian ini, penyandang disabilitas berperan sebagai *stakeholder* kunci yang penting dalam pembentukan makna dan persepsi terhadap citra inklusif bagi lembaga pemerintah (Sentanu & Yustiari, 2024).

Dengan demikian, penelitian ini mengintegrasikan komunikasi strategis sebagai kerangka utama dengan konsep komunikasi dua arah simetris dan juga *stakeholder* untuk menganalisis bagaimana *special event* dimanfaatkan sebagai strategi komunikasi pemerintah dalam membangun citra institusi yang inklusif. Melalui pendekatan ini, publik tidak hanya memahami pesan secara kognitif, tetapi juga mengalami secara langsung praktik inklusivitas yang dijalankan. Hal ini sejalan dengan konsep komunikasi strategis yang menekankan pengelolaan pesan, relasi, dan makna secara terencana untuk mencapai tujuan organisasi. Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada bagaimana *special event* dimanfaatkan sebagai strategi komunikasi pemerintah dalam membangun citra institusi yang inklusif.

Namun, kajian akademik yang secara khusus membahas peran komunikasi strategis melalui *special event* dalam membangun citra inklusif lembaga pemerintah masih terbatas. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa *event* telah banyak dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi, terutama dalam konteks korporasi dan komunitas, namun fokusnya cenderung pada aspek pemberdayaan sosial, advokasi disabilitas, dan tanggung jawab sosial organisasi. Penelitian yang dilakukan oleh Hamsinah et al. (2021) mengenai event BRI Run menunjukkan bahwa *event* non-komersial dapat menjadi strategi komunikasi yang efektif dalam membangun citra dan reputasi perusahaan melalui keterlibatan publik dan konsistensi penyelenggaraan. Penelitian ini menunjukkan bahwa *event* non-komersial dapat menjadi strategi komunikasi yang efektif dalam membangun citra dan reputasi perusahaan. Melalui *event* olahraga, PT Bank Rakyat Indonesia berhasil membangun citra positif yang dekat dengan masyarakat serta menegaskan kepedulian perusahaan terhadap gaya hidup sehat. Keberhasilan *event* tersebut didukung oleh strategi komunikasi yang terencana, kolaborasi dengan berbagai *stakeholder*, serta konsistensi penyelenggaraan *event* sebagai agenda tahunan. Pada penelitian ini, makna dan pengalaman publik ditempatkan sebagai pusat analisis hubungan organisasi dan masyarakat (Rayhan & Muksin, 2015). Temuan ini sejalan dengan penelitian Ghassania & Naryoso (2021) yang menyoroti terkait program CSR Difablepreneur PT Pertamina sebagai media komunikasi strategis untuk memperkuat reputasi sekaligus memberdayakan penyandang disabilitas.

Demikian pula, penelitian Rohman et al. (2025) dan Agusman & Hidayat (2023) menekankan bahwa *event* partisipatif mampu mendorong inklusi sosial dan meningkatkan kesadaran terhadap hak disabilitas. Meskipun demikian, studi-studi tersebut cenderung menempatkan *event* sebagai instrumen pemberdayaan dan keterlibatan sosial, belum secara spesifik mengkaji perannya sebagai strategi komunikasi dalam membentuk citra institusi, khususnya dalam konteks sektor publik. Di sisi lainnya, penelitian Pudrianisa et al. (2024) menunjukkan bahwa aksesibilitas layanan digital pemerintah masih rendah akibat kurangnya pendekatan inklusif, sehingga menegaskan pentingnya komunikasi yang lebih partisipatif dan berorientasi pada kebutuhan penyandang disabilitas. Sementara itu, Amalia & Heriyanto (2025) menegaskan bahwa keterbukaan informasi dan partisipasi publik berperan dalam memperkuat citra, namun belum mengaitkannya dengan praktik komunikasi melalui *special event*. Sedangkan menurut Pudrianisa et al. (2024) pemberdayaan digital penyandang disabilitas pada aksesibilitas platform dan dukungan sosial dapat dikaji melalui *Social Support Theory* serta komunikasi interpersonal. Sebagian besar penelitian berfokus pada pemberdayaan dan dukungan sosial, sementara dimensi *image-building communication* dalam komunikasi publik pemerintah belum banyak dieksplorasi. Padahal, dalam konteks transformasi *digital* nasional, pemerintah dituntut tidak hanya menghadirkan program inklusif, tetapi juga mengkomunikasikan nilai, komitmen, dan legitimasi kebijakan secara strategis kepada publik, khususnya kepada penyandang disabilitas sebagai *stakeholder* utama (Ismail et al., 2022).

Sehingga, terdapat kesenjangan penelitian pada kajian yang mengintegrasikan *special event*, komunikasi strategis, dan pembentukan citra inklusif dalam konteks lembaga pemerintah. Penelitian

ini memposisikan diri untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis bagaimana *special event* dimanfaatkan sebagai strategi komunikasi pemerintah dalam membangun citra institusi yang inklusif, khususnya dalam konteks inklusi digital bagi penyandang disabilitas.

Penelitian ini menggunakan Komunikasi Strategis dari Hallahan et al. (2007) sebagai teori utama yang memandang komunikasi sebagai pengelolaan makna yang dilakukan secara terencana untuk mencapai tujuan organisasi. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi dirancang dan diimplementasikan melalui *special event*, serta bagaimana keterlibatan penyandang disabilitas serta *stakeholder* lainnya berkontribusi terhadap pembentukan citra inklusif BAKTI Komdigi. Sejalan dengan itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis peran *special event* sebagai medium komunikasi strategis pemerintah dalam membangun citra institusi yang partisipatif, inklusif, dan berorientasi pada inklusi digital. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam bidang komunikasi strategis dan hubungan masyarakat sektor publik.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memahami secara mendalam strategi komunikasi dalam penyelenggaraan *Special Event* Kompetisi TIK bagi Penyandang Disabilitas tahun 2025 (Yin & Campbell, 2018). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti menjawab pertanyaan *how* dan *why* dalam konteks nyata. Penelitian ini berlandaskan paradigma konstruktivisme yang memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi makna oleh para aktor yang terlibat, sehingga sesuai untuk memahami perspektif penyelenggara dan peserta dalam memaknai komunikasi strategis pada *special event* tersebut (Creswell, 2018).

Informan penelitian berjumlah enam orang yang dipilih secara *purposive sampling*, terdiri atas satu ketua pelaksana, satu tim Humas BAKTI Komdigi, dua perwakilan Yayasan Paradifa selaku mitra penyelenggara, satu juri kompetisi, dan satu peserta penyandang disabilitas. Pemilihan informan didasarkan pada keterlibatan langsung dalam perencanaan, pelaksanaan, komunikasi program, serta pengalaman terlibat dalam pelaksanaan *special event*. Unit analisis dijabarkan ke dalam empat aspek yaitu tujuan komunikasi, pesan utama, dan sasaran audiens sebagai *purposeful communication*; kesesuaian antara tujuan institusi, pesan publik, dan pelaksanaan kegiatan sebagai *strategic alignment*; pemaknaan inklusivitas, disabilitas, inklusi digital, dan citra institusi sebagai *meaning management*; serta keterlibatan peserta, mitra, juri, dan tim internal sebagai bentuk partisipasi *stakeholder* (Freeman, 2010; Grunig & Hunt, 1984; Hallahan et al., 2007).

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam secara semi-terstruktur, studi dokumentasi meliputi materi publikasi, pemberitaan media daring, dan konten media sosial. Analisis data menggunakan model interaktif yang dikemukakan oleh Miles et al. (2014) yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses *coding* dilakukan dari transkrip wawancara untuk mengidentifikasi tujuan komunikasi, perencanaan program, pesan, koordinasi, serta persepsi lalu dikelompokkan ke dalam kategori komunikasi strategis dan ditelaah secara silang dengan data dokumentasi. Keabsahan data mengacu pada kriteria Lincoln & Guba (1990), meliputi kredibilitas melalui triangulasi sumber dan pengecekan ulang informasi, transferabilitas melalui penyajian konteks penelitian secara rinci, dependabilitas dengan pencatatan proses penelitian secara sistematis, dan konfirmabilitas melalui interpretasi temuan pada data wawancara dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Special event Kompetisi TIK bagi Penyandang Disabilitas diselenggarakan dengan tujuan membuka akses, memperluas kesempatan, dan juga mendukung potensi para penyandang disabilitas dalam pemanfaatan teknologi *digital*. Kegiatan ini menunjukkan keselarasan antara komunikasi melalui *special event* dan mandat BAKTI Komdigi sebagai lembaga publik dalam mendorong inklusi *digital*, sekaligus menekankan komitmen tersebut kepada publik. Makna inklusivitas dibangun melalui pengalaman langsung peserta dalam ruang partisipasi yang setara, sehingga citra inklusif tumbuh dari

interaksi yang nyata dan berkelanjutan. Komitmen tersebut juga tampak dalam gambar satu pada momen penyerahan penghargaan kepada para pemenang oleh Menteri Komunikasi dan Digital, Meutya Hafid, yang memperlihatkan dukungan institusi terhadap penyandang disabilitas.



Gambar 1. Dokumentasi Penyelenggaraan Program
Sumber: Instagram @bakti.komdigi, 2026.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *special event* Kompetisi TIK bagi Penyandang Disabilitas tahun 2025 ini tidak hanya dirancang sebagai agenda kompetisi, tetapi juga sebagai medium komunikasi publik yang membawa pesan inklusivitas secara nyata. Penyelenggaraan kompetisi ini diarahkan untuk membuka akses, memperluas kesempatan, serta mendorong kepercayaan diri penyandang disabilitas khususnya pada pemanfaatan teknologi digital. Dalam konteks tersebut, *special event* menjadi ruang yang mempertemukan tujuan institusi dengan pengalaman langsung peserta. Pesan tentang komitmen BAKTI Komdigi terhadap inklusi digital tidak berhenti pada narasi, melainkan dihadirkan melalui bentuk kegiatan yang memungkinkan peserta merasakan dukungan, pendampingan, dan akses yang lebih terbuka. Dengan demikian, kegiatan ini memperlihatkan adanya keselarasan antara *special event* sebagai strategi komunikasi BAKTI Komdigi sebagai lembaga publik yang mendorong transformasi digital yang lebih inklusif. Citra inklusif dalam kompetisi ini tumbuh bukan semata karena pesan yang disampaikan kepada publik, tetapi karena peserta dapat mengalami langsung bagaimana nilai inklusivitas diterjemahkan dalam penyelenggaraan kegiatan.

Temuan berikutnya menunjukkan bahwa komunikasi program dibangun melalui pembagian peran *stakeholder* yang terstruktur. BAKTI Komdigi menempati posisi sebagai penanggung jawab utama yang mengarahkan kebijakan, menyusun narasi komunikasi publik, serta sebagai penanggung jawab utama program melalui pengawasan selama pelaksanaan kegiatan. Di sisi lain, Yayasan Paradifa berperan pada aspek teknis operasional, termasuk menjangkau komunitas sasaran dan sebagai jembatan kebutuhan antara peserta dan instansi. Tim Humas BAKTI Komdigi juga terlibat terutama pada produksi dokumentasi, pemberitaan, dan amplifikasi pesan kepada publik. Pola ini memperlihatkan bahwa penyelenggaraan *special event* tidak dijalankan secara tunggal, melainkan terdapat kolaborasi antaraktor yang memiliki fungsi berbeda namun saling terkait. Dalam praktiknya, pembagian ini membantu program berjalan lebih fokus dan terarah. Penyebaran informasi juga dilakukan melalui kanal komunikasi yang saling melengkapi, seperti Instagram, situs web resmi, serta dibantu oleh jejaring Pemerintah Daerah. Mobilisasi audiens dan penyebaran informasi juga didukung oleh komunitas penyandang disabilitas dan jejaring yang dimiliki oleh Yayasan Paradifa. Selain memperluas jangkauan audiens, publikasi juga dilakukan untuk memperkuat kredibilitas pesan dan visibilitas di ruang publik.

Pada level pelaksanaan, hasil penelitian menunjukkan bahwa makna inklusivitas dibangun melalui pengalaman partisipatif peserta. Inklusivitas tidak hanya dikomunikasikan dalam bentuk narasi atau materi publikasi, tetapi juga terlihat pada penyediaan dukungan aksesibilitas secara langsung. Bentuk dukungan tersebut berupa penyediaan juru bahasa isyarat, penyesuaian tata ruang, penggunaan *signage* berukuran besar, serta pengaturan jalur mobilitas yang lebih ramah terhadap ragam kebutuhan peserta. Ketua Pelaksana Kompetisi TIK bagi Penyandang Disabilitas tahun 2025 yang menjadi salah satu narasumber kunci menekankan pentingnya pengulangan instruksi dan pendampingan personal, khususnya agar peserta dengan kebutuhan yang berbeda tetap dapat

mengikuti alur program secara nyaman. Hal ini menunjukkan bahwa pesan institusional tentang inklusi menjadi lebih bermakna ketika diikuti dengan pengalaman yang nyata. Bagi peserta, nilai inklusivitas tidak hanya dipahami sebagai slogan, tetapi dirasakan dalam cara program dirancang dan dijalankan. Dari sini terlihat bahwa citra inklusif institusi tumbuh melalui hubungan yang erat antara pesan, tindakan, dan pengalaman langsung yang diperoleh publik selama *special event* berlangsung.

Selain menunjukkan kekuatan pada tujuan komunikasi, kolaborasi *stakeholder*, dan pengalaman aksesibilitas, penelitian ini juga menemukan adanya tantangan dalam pengelolaan komunikasi program. *Special event* telah menyediakan ruang partisipasi dan umpan balik bagi peserta, juri, mitra pelaksana, serta pihak lain yang terlibat, termasuk melalui kanal komunikasi seperti *Direct Message* Instagram. Kehadiran ruang tersebut menunjukkan bahwa penyelenggara telah berupaya membangun komunikasi yang tidak sepenuhnya satu arah. Namun demikian, hasil penelitian juga memperlihatkan bahwa alur koordinasi antar *stakeholder* belum sepenuhnya terintegrasi dalam satu sistem komunikasi yang sederhana dan responsif. Di saat yang sama, kontrol pesan program masih berpusat pada BAKTI Komdigi sebagai pengatur utama narasi komunikasi. Seluruh materi program pada dasarnya harus melalui persetujuan agar tetap sejalan dengan visi, misi, dan citra institusi. Mekanisme ini berfungsi untuk menjaga konsistensi pesan, meminimalisir terjadinya penyimpangan narasi, dan memastikan bahwa pesan yang disampaikan mencerminkan nilai inklusivitas yang ingin dibangun. Namun di sisi lain, sistem kontrol yang kuat berpotensi memperlambat respons ketika diperlukan penjelasan atau penyesuaian yang cepat. Dengan demikian, temuan penelitian menunjukkan bahwa konsistensi pesan dan komitmen inklusivitas menjadi kekuatan program, sementara tantangannya berada pada kecepatan dan fleksibilitas koordinasi komunikasi.

Pembahasan

Tabel 1. Ringkasan Temuan Penelitian Berdasarkan Dimensi Komunikasi Strategis

Dimensi Komunikasi Strategi	Temuan Utama	Indikator Empiris	Makna Terhadap Citra Inklusif
Purposeful Communication	<i>Special event</i> dirancang sebagai implementasi kebijakan, memperluas kesempatan, dan membangun kepercayaan diri penyandang disabilitas	Penyediaan juru Bahasa isyarat, penyesuaian tata ruang, <i>signage</i> berukuran besar, jalur mobilitas yang aksesibel, serta pendampingan peserta selama kegiatan	Menunjukkan pesan inklusivitas bukan hanya sekedar narasi, tetapi diwujudkan dalam pengalaman yang langsung dirasakan oleh peserta
Strategic Alignment	Komunikasi program dilakukan melalui pembagian peran yang terstruktur dan kontrol pesan yang terpusat serta selaras	BAKTI Komdigi berperan dalam kebijakan, kontrol pesan, dan pengawasan dan Yayasan Paradifa menangani teknis pelaksanaan	Konsistensi identitas institusi sebagai penyelenggara, meskipun terdapat tantangan dalam kecepatan dan koordinasi komunikasi
Meaning Management	Makna inklusivitas dibangun melalui pengalaman peserta, komunikasi yang disesuaikan dengan ragam disabilitas, dan penggunaan kanal komunikasi yang variatif untuk memaksimalkan kredibilitas program	Pengulangan instruksi, pendampingan personal, pemanfaatan media sosial sebagai ruang umpan balik, jejaring Pemda, dan komunitas	Membentuk persepsi tentang institusi yang menghadirkan praktik komunikasi yang bermakna dan diakui publik

Sumber: Hasil Penelitian, 2026.

Special Event sebagai Medium Komunikasi Strategis Pemerintah

Merujuk pada tabel satu, temuan penelitian menunjukkan bahwa *Special Event* Kompetisi TIK bagi Penyandang Disabilitas tahun 2025 tidak hanya berfungsi sebagai agenda kompetisi, tetapi sebagai medium komunikasi strategis pemerintah yang dirancang untuk membuka akses, memperluas kesempatan, dan membangun kepercayaan diri penyandang disabilitas dalam bidang digital. Temuan ini memperlihatkan bahwa *special event* ditempatkan sebagai ruang komunikasi publik yang menghubungkan pesan institusi dengan pengalaman langsung peserta. Dalam perspektif Hallahan et al. (2007), kondisi tersebut mencerminkan *purposeful communication*, yaitu komunikasi yang dijalankan secara terarah untuk mendukung tujuan organisasi. Pada konteks ini, tujuan komunikasi BAKTI Komdigi tidak berhenti pada penyampaian komitmen inklusi digital, tetapi diterjemahkan ke dalam bentuk kegiatan yang memungkinkan peserta mengalami sendiri dukungan instansi. Karena itu, *special event* tidak hanya menjadi saluran informasi, melainkan tindakan komunikatif yang memperlihatkan bagaimana mandat inklusi digital dijalankan di ruang nyata. Implikasinya, citra inklusif BAKTI Komdigi tidak hanya dibangun dari pesan simbolik semata, tetapi dari kejelasan tujuan komunikasi yang diwujudkan dalam pelaksanaan program yang nyata dan terarah. Temuan ini juga memperlihatkan bahwa citra menjadi lebih kredibel ketika nilai inklusivitas tidak hanya sekedar narasi, tetapi dihadirkan melalui bentuk kegiatan yang dapat dilihat, diikuti, dan dirasakan langsung oleh publik.

Pada aspek *purposeful communication*, pembentukan citra inklusif dalam penelitian ini berangkat dari sasaran komunikasi yang jelas, yakni memperluas peluang, menyediakan akses, dan mendukung kapasitas peserta. Data temuan menunjukkan bahwa tujuan tersebut tidak bersifat umum, melainkan diarahkan pada kebutuhan sosial yang spesifik, yaitu menghadirkan ruang digital yang lebih setara bagi penyandang disabilitas. Dengan kata lain, tujuan komunikasi program bukan hanya sebagai latar belakang penyelenggaraan, tetapi juga sebagai fondasi dalam mengarahkan pesan, desain kegiatan, dan pengalaman peserta. Dalam kerangka Hallahan et al. (2007), tujuan komunikasi yang jelas menjadi penentu apakah pesan organisasi dapat dipahami sebagai komitmen lembaga yang konsisten dan benar-benar dijalankan. Hal ini sejalan dengan pandangan Cornelissen (2004) mengenai komunikasi strategis yang efektif harus mencerminkan identitas dan nilai organisasi secara terpadu. Pada penelitian ini, nilai inklusivitas tidak berhenti pada narasi, tetapi hadir dalam bentuk layanan pengaturan kegiatan yang dapat langsung dirasakan oleh peserta. Karena itu, citra inklusif BAKTI Komdigi terbentuk bukan semata hanya institusi yang menyatakan dukungannya kepada penyandang disabilitas, tetapi karena tujuan komunikasi tersebut tampak selaras dengan praktik yang dijalankan. Implikasinya, citra dalam *special event* ini dibangun melalui kesesuaian antara maksud komunikasi dan realitas pengalaman peserta, sehingga pesan institusi diterima sebagai sesuatu yang meyakinkan, bukan sekedar pencitraan.

Peran Stakeholder dalam Menjaga Arah Komunikasi Program

Dalam aspek *strategic alignment*, temuan utama memperlihatkan bahwa komunikasi program dijalankan melalui pembagian peran stakeholder yang terstruktur, disertai kontrol pesan yang terpusat. Data menunjukkan bahwa BAKTI Komdigi berperan dalam membuat kebijakan, kontrol pesan, dan pengawasan, sedangkan Yayasan Paradifa menangani aspek teknis pelaksanaan dan menjembatani kebutuhan para *stakeholders* terutama peserta. Tim Humas berfungsi sebagai amplifikasi pesan yakni melakukan dokumentasi dan publikasi, sementara kanal formal institusi, jejaring Pemerintah Daerah, komunitas disabilitas, dan media nasional membantu penyebaran informasi program. Artinya, komunikasi strategis dalam *special event* ini tidak dijalankan oleh satu aktor secara tunggal, melainkan melalui kerja sama kolaboratif yang tetap memiliki pusat kendali. Dalam perspektif Freeman (2010), *stakeholder* bukan sekedar pihak yang terlibat dalam program, melainkan aktor yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi. Karena itu, analisis *stakeholder* dalam penelitian ini melihat bagaimana pembagian fungsi masing-masing dapat menjaga arah komunikasi program tetap selaras dengan tujuan institusi. Temuan ini memperlihatkan

bahwa kolaborasi yang terjadi memang memperkuat kredibilitas program, tetapi relasi antaraktor tidak sepenuhnya berada dalam posisi yang setara karena pusat kendali narasi berada pada BAKTI Komdigi.

Kondisi ini menunjukkan adanya *strategic alignment*, yaitu keselarasan antara tujuan kelembagaan, pesan publik, dan pelaksanaan kegiatan. Kontrol pesan yang terpusat dapat dibaca sebagai upaya untuk menjaga konsistensi identitas institusi agar seluruh materi komunikasi tetap sejalan dengan nilai inklusivitas yang dikomunikasikan program. Namun, data juga menunjukkan bahwa mekanisme ini menimbulkan konsekuensi praktis berupa lambatnya respons ketika dibutuhkan penjelasan atau penyesuaian secara cepat. Di titik ini, teori *stakeholder* berfungsi sebagai alat analisis yang lebih kritis. Keterlibatan banyak aktor memang memperluas jangkauan komunikasi, tetapi efektivitasnya tetap dipengaruhi oleh distribusi peran dan kuasa komunikasi di dalamnya. Implikasinya, citra inklusif dalam *special event* ini dibentuk oleh konsistensi arah komunikasi dan kerja sama multiaktor, tetapi kekuatan tersebut masih perlu didukung oleh koordinasi yang fleksibel agar kebutuhan peserta maupun *stakeholder* lainnya dapat direspon secara cepat dan tepat.

Inklusivitas yang Dibangun melalui Pengalaman dan Partisipasi

Pada aspek *meaning management*, makna inklusivitas tampak dibangun melalui pengalaman peserta, penyesuaian komunikasi terhadap ragam disabilitas, dan penggunaan kanal komunikasi yang variatif. Data temuan menunjukkan adanya juru bahasa isyarat, penyesuaian tata ruang, *signage* berukuran besar, pengaturan mobilitas, pengulangan instruksi, pendampingan para peserta, serta pemanfaatan media sosial dan jejaring komunitas untuk mendukung program. Artinya, inklusivitas dalam penelitian ini tidak hanya dibentuk melalui narasi atau publikasi saja, tetapi melalui pengalaman yang langsung dirasakan peserta selama mengikuti program. Dalam pandangan Hallahan et al. (2007), temuan ini mencerminkan *meaning management*, yaitu bagaimana organisasi mengelola makna yang diterima publik melalui pesan, tindakan, dan pengalaman yang saling mendukung. Pada konteks ini, makna inklusivitas menjadi kuat karena peserta tidak hanya mendengar pesan tentang komitmen institusi, tetapi mengalami secara langsung bagaimana komitmen tersebut diwujudkan dalam praktik komunikasi yang lebih ramah dan aksesibel. Implikasinya, citra inklusif BAKTI Komdigi tumbuh dari kemampuan institusi menghadirkan pengalaman yang sesuai dengan nilai yang dikomunikasikan.

Akan tetapi, tabel satu juga menunjukkan bahwa makna tersebut tidak hanya dibentuk oleh aksesibilitas, tetapi juga oleh ruang partisipasi yang diberikan kepada publik. Temuan penelitian memperlihatkan adanya ruang umpan balik, termasuk melalui Direct Message Instagram dan Yayasan Paradifa, yang menandakan bahwa komunikasi program tidak sepenuhnya satu arah. Jika dibaca melalui model komunikasi dua arah simetris Grunig & Hunt (1984), kondisi ini menunjukkan adanya kecenderungan dialogis karena peserta dan pihak lain yang terlibat memiliki ruang untuk bertanya, menyampaikan kebutuhan, dan memberi masukan. Meski demikian, partisipasi tersebut belum sepenuhnya berjalan optimal karena alur koordinasi masih berlapis dan respons belum selalu cepat. Artinya, komunikasi inklusif dalam *special event* ini sudah bergerak menuju pola partisipatif, tetapi masih dibatasi oleh sistem komunikasi yang cenderung terpusat. Implikasinya, inklusivitas tidak cukup hanya dibangun melalui kehadiran fasilitas dan niat baik penyelenggara, tetapi juga memerlukan mekanisme komunikasi yang lebih responsif agar partisipasi publik benar-benar berfungsi sebagai bagian dari pembentukan makna. Dengan demikian, citra inklusif dalam penelitian ini lahir dari pertemuan antara pengalaman aksesibel dan ruang partisipasi, meskipun keduanya masih perlu diperkuat melalui koordinasi komunikasi yang lebih sederhana dan terintegrasi.

Citra Inklusif sebagai Hasil dari Tujuan, Pengalaman, dan Relasi

Secara keseluruhan, narasi pada tabel satu memperlihatkan bahwa citra inklusif BAKTI Komdigi dibentuk melalui tiga unsur yang saling terkait, yaitu tujuan komunikasi yang jelas, relasi *stakeholder* yang menjaga arah program, dan pengalaman partisipatif yang membentuk makna inklusivitas. Interpretasinya, citra institusi dalam penelitian ini tidak lahir dari publikasi program semata, tetapi dari

kesesuaian antara apa yang ingin disampaikan, apa yang dikerjakan, dan apa yang dirasakan langsung oleh peserta. Temuan ini sekaligus memperjelas kontribusi penelitian, yakni bahwa *special event* lembaga pemerintah dapat berfungsi sebagai medium komunikasi strategis yang efektif ketika tujuan komunikasi, *alignment stakeholder*, dan pengelolaan makna berjalan secara selaras. Namun, penelitian ini juga menunjukkan bahwa efektivitas tersebut masih dibatasi oleh koordinasi komunikasi dan pengelolaan umpan balik yang belum sepenuhnya responsif.

Dalam konteks lembaga pemerintah, temuan ini penting karena menunjukkan bahwa citra institusi tidak dibentuk terutama oleh intensitas publikasi saja, melainkan oleh kemampuan program menghadirkan nilai kebijakan dalam pengalaman yang dapat dirasakan langsung oleh publik. Pada penelitian ini, *special event* juga berfungsi sebagai ruang wujud kebijakan dan komitmen inklusivitas yang dapat langsung dilihat oleh publik. Temuan ini juga menunjukkan bahwa efektivitas *special event* dalam konteks pemerintah tidak hanya ditentukan oleh keberhasilan penyelenggara kegiatan, tetapi oleh kemampuan institusi mengubah nilai kebijakan menjadi pengalaman yang berdampak langsung. Pada titik ini komunikasi strategis bekerja bukan sekedar melalui pesan yang disampaikan, tetapi melalui kesesuaian antara tujuan, pelaksanaan, dan respons yang diterima peserta. Karena itu, nilai inklusivitas dalam penelitian ini memperoleh makna bukan hanya sebagai narasi institusional, tetapi sebagai pengalaman yang ikut membentuk legitimasi citra institusi di mata publik.

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, hasil penelitian ini menunjukkan titik persinggungan sekaligus perbedaan. Temuan ini sejalan dengan studi oleh Hamsinah et al. (2021), Ghassania & Naryoso (2021), serta Rohman et al. (2025) yang melihat *special event* sebagai medium strategis untuk membangun citra, reputasi, dan keterlibatan *stakeholder*. Penelitian ini juga dekat dengan Agusman & Hidayat (2023) serta Pudrianisa et al. (2024) yang menekankan pentingnya partisipasi dan aksesibilitas dalam pemberdayaan penyandang disabilitas. Namun, penelitian ini memperluas diskusi tersebut ke konteks komunikasi institusional pemerintah, sehingga *special event* tidak hanya dipahami sebagai sarana pemberdayaan sosial, tetapi juga sebagai medium komunikasi strategis untuk membangun citra institusi yang inklusif dan berorientasi pada inklusi digital. Oleh karena itu, implikasi konseptual dari penelitian ini adalah citra inklusif lembaga pemerintah utamanya tidak dibangun oleh intensitas publikasi saja, tetapi oleh kemampuan institusi menyelaraskan tujuan, pengalaman, dan relasi dalam praktik komunikasi yang konsisten. Di titik inilah *special event* menjadi penting, bukan hanya sebagai kegiatan, tetapi sebagai ruang komitmen kebijakan diuji dan diterima publik dalam bentuk pengalaman yang nyata.

SIMPULAN

Special event Kompetisi TIK bagi Penyandang Disabilitas tahun 2025 terbukti berfungsi sebagai medium komunikasi strategis BAKTI Komdigi dalam menyampaikan dan merealisasikan komitmen inklusi digital melalui pengalaman program yang aksesibel, partisipatif, dan bermakna bagi peserta. Penelitian ini menegaskan bahwa citra inklusif institusi tidak dibentuk oleh publikasi semata, melainkan oleh keselarasan antara tujuan komunikasi yang jelas, praktik aksesibilitas yang nyata, pengalaman partisipatif peserta, serta relasi *stakeholder* yang menjaga arah program tetap sejalan dengan nilai inklusivitas. Dengan demikian, pada konteks lembaga pemerintah, *special event* tidak hanya menjadi kegiatan semata, tetapi juga ruang komunikasi strategis tempat komitmen kebijakan diterjemahkan ke dalam pengalaman publik yang nyata. Meskipun demikian, efektivitas komunikasi masih menghadapi tantangan pada aspek koordinasi antar *stakeholder*, kecepatan respons, dan pengelolaan umpan balik yang belum sepenuhnya optimal. Oleh karena itu, penguatan komunikasi strategis pada *special event* selanjutnya perlu diarahkan pada sistem koordinasi yang lebih terintegrasi, responsif, dan adaptif, disertai pengelolaan umpan balik yang lebih terstruktur, aksesibel, dan pelibatan fungsi humas secara lebih strategis dan tidak berfungsi sebagai amplifikasi pesan saja agar pesan inklusivitas tersampaikan secara konsisten, juga semakin kuat diterima dan dimaknai oleh audiens.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusman, M. F., & Hidayat, L. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program RINDI (Rintisan Desa Inklusi) dalam Pemenuhan Hak Disabilitas. *EDUKATIF: JURNAL ILMU PENDIDIKAN*, 5(5), 2148–2159. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v5i5.5675>
- Amalia, A., & Heriyanto, Y. (2025). Strategi Public Relations dalam Membangun Citra Pemerintah: Studi Kasus BAPPEDALITBANG Kabupaten Banyumas. In *Journal Media Public Relations* (Vol. 5, Number 1).
- Apriliani, R. (2022). Gaining Public Trust Through Digital Media By Public Relations Of The Government Of Sleman Yogyakarta. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 15(1), 34–47. <https://doi.org/10.14421/pjk.v15i1.2212>
- Ariansyah, A., Prayogi, S., Kurnia, N., Bilad, M. R., & Sutarto, S. (2024). Digital Technology to Support Sustainable Development Goals (SDGs): Literature Review. *Lensa: Jurnal Kependidikan Fisika*, 12(2), 315. <https://doi.org/10.33394/j-lkf.v12i2.13557>
- Cornelissen, J. (2004). *Corporate Communication Theory and Practice*. SAGE Publications Ltd.
- Creswell, J. W. ., & Creswell, J. David. (2018). *Research design : qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE Publications, Inc.
- Damayanti, N., Cakra Ningsih, dan, & Moestopo, U. (2020). *Digital Humas Pemerintah Dalam Menyampaikan Informasi Edukasi Pencegahan Covid-19 Di Indonesia*. <http://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom>
- Estawara, H. (2021). Strategic Communication dalam Perspektif Ilmu Komunikasi. In *CoverAge : Journal of Strategic Communication* (Vol. 11, Number 2).
- Freeman, R. Edward. (2010). *Strategic management : a stakeholder approach*. Pitman.
- Gariba, M. I., Arthur, E. E., & Odei, S. A. (2024). Assessing the impact of public digitalization on sustainability: the mediating role of technological innovation in the context of the EU. *Discover Sustainability*, 5(1), 204. <https://doi.org/10.1007/s43621-024-00397-x>
- Ghassania, S. F., & Naryoso, A. (2021). Pemanfaatan Kegiatan Corporate Social Responsibility Difablepreneur Sebagai Media Untuk Membangun Reputasi Bisnis Pertamina. *E-Journal UNDP*, 9(2), 53–74. <http://www.fisip.undip.ac.id>
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. CBS College Publishing.
- 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>
- Hamsinah, Yolanda, & Toruan, R. R. M. L. (2021). Penyelenggaraan Event BRI Run Dalam Membangun Citra PT. Bank Rakyat Indonesia. In *Jurnal Cyber PR* (Vol. 1, Number 1).
- Haryanto, A. T. (2025, August). Menkomdigi: Penyandang Disabilitas Punya Peran Strategis di Era Digital. *Detikinet*.
- Hulinggato, Z. (2025). Peran Negara Indonesia dalam Mewujudkan Kesetaraan Bagi Penyandang Disabilitas (Different Ability). *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(1), 179–187.
- Ismail, I., Hartati, S., Adhania, D., & Salam, A. (2022). Analysis of Stakeholders Regional Innovation Based on Government Collaboration in Indragiri Hilir Regency. *Journal of Governance*, 7(4), 903–911.
- Komang, N., Noriska, S., & Rosdaliva, M. (2024). Digital Economy For Users With Disabilities: Impact Of Innovation, Opportunities And Challenges Ekonomi Digital Untuk Pengguna Dengan Disabilitas: Dampak Inovasi, Peluang, Dan Tantangan. *Costing: Journal of Economic, Business, and Accounting*, 7(4), 9285–9286.
- Lasiyono, U., Ula, F. N. R., Sari, L., & Ngadas, P. (2024). Partisipasi ekonomi penyandang disabilitas: Hambatan dan solusi di pasar kerja Indonesia. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 9(4), 581–590.

- Lestari Giza Pudrianisa, S., Wening Astari, D., & Pela Agustina, D. (2024). Inclusive Disability Empowerment: Utilization of Digital Applications in Accessing Information for People With Disabilities. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 12(2), 143–151. <https://doi.org/10.12928/channel>
- Lincoln, Y. S. ., & Guba, E. G. (1990). *Naturalistic inquiry*. Sage.
- Miles, B. M., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis – A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Nopiah, R., & Pangaribowo, E. H. (2023). Determinants of labor participation and wages toward People with Disabilities in Indonesia. *Indonesian Journal of Disability Studies*, 10(2), 287–303.
- Rayhan, A., & Muksin, N. N. (2015). Manajemen Public Relations dalam Mengelola Reputasi pada Organisasi PERHUMAS. *Filosofi: Publikasi ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 2(2), 87–88.
- Rohman, S. M. K., Khonita, I., Puspitasari, N., Farihah, A. M., & Mufidah, S. N. S. (2025). Advokasi Sosial Berbasis Asset Based Community Development dalam Mewujudkan Inklusi Sosial Melalui Promahadesa pada Kedai Susu Tuli (K-SULI). *RISOMA: Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 3(2), 133–147.
- Sentanu, I. G. E. P. S., Yustiari, S. H., & S AP, M. P. A. (2024). *Mengelola Kolaborasi Stakeholder Dalam Pelayanan Publik*. PT Indonesia Delapan Kreasi Nusa.
- Silva, T. N. R. da, & Alonso, C. M. do C. (2025). People with disabilities, sustainable development and work: from invisibility to priority? *Revista Brasileira de Saúde Ocupacional*, 50.
- Tan, W. (2021). *Kondisi Tenaga Kerja Penyandang Disabilitas : Tantangan Dalam Mewujudkan Sustainable Development Goals*.
- Thohari, S. (2022, December 10). Membumikan Hak Penyandang Disabilitas. *Kompas*.
- Yin, R. K. ., & Campbell, D. T. . (2018). *Case study research and applications : design and methods*. SAGE Publications, Inc.