

JURNAL CYBER PR
Fakultas Ilmu Komunikasi
Univesitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)

**Sosialisasi Perubahan Kebijakan Pencairan Dana APBN Oleh
Humas KPPN Jakarta**

Muhammad Kyss Ervany* , Novalia Agung Wardjito Ardhojo, Gunawan

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)

Jl. Hang Lekir I No 8, Gelora, Jakarta Pusat, Indonesia

*Email koresponden: kysservan@gmail.com

Abstract - *In the Covid-19 pandemic that hit Indonesia, there were many changes and adjustments in various aspects, changes that occurred to be adjusted in the social order were carried out by means of socialization. This study discusses the Public Relations Communication Strategy in Disseminating Policy Changes to the Disbursement of State Budget Funds during the Covid-19 Pandemic. Seeing how Public Relations of a government agency communicates policy changes through outreach activities. The purpose of this study was to find out how the MSKI KPPN Jakarta V PR Strategy in conducting socialization of changes to the policy for disbursing APBN funds during the Covid-19 pandemic This study uses a qualitative approach. The theory used in this study is the theory of Four Steps, 7C's and Excellence, the paradigm used is constructivism and data collection techniques using interviews and literature studies. And the data validity technique uses triangulation. The results of this study indicate that, in conducting the socialization of Public Relations KPPN Jakarta V, the weight of the information to be conveyed is classified, then packaged according to its weight to be conveyed effectively and efficiently. . Not only adjusting to the weight of the message, KPPN Jakarta V also adjusts the packaging of the message to the audience so that the message to be conveyed can be well received and achieve the goals of KPPN Jakarta V.*

Keywords: *Communication Strategy, Public Relations, Socialization*

Abstrak - Dalam pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia, terjadi banyak perubahan dan penyesuaian dalam berbagai aspek, perubahan-perubahan yang terjadi untuk disesuaikan dalam tatanan masyarakat dilakukan dengan cara Sosialisasi. Dalam penelitian ini membahas Strategi Komunikasi Humas dalam Sosialisasi Perubahan Kebijakan Pencairan Dana APBN selama Pandemi Covid-19. Melihat bagaimana Humas Suatu Instansi pemerintahan dalam mengkomunikasikan perubahan kebijakan melalui kegiatan sosialisasi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Strategi Humas MSKI KPPN Jakarta V dalam melakukan sosialisasi perubahan kebijakan pencairan dana APBN selama pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Four Steps, 7C's dan Excellence, Paradigma yang digunakan adalah konstruktivisme dan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan studi pustaka. Dan teknik keabsahan data menggunakan triangulasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, dalam melakukan sosialisasi Humas KPPN Jakarta V mengkalsifikasikan bobot informasi yang akan disampaikan, lalu dikemas sesuai dengan bobotnya untuk disampaikan dengan efektif dan efisien. . Tak hanya menyesuaikan dengan bobot pesannya, KPPN Jakarta V juga menyesuaikan pengemasan pesan tersebut dengan audience sehingga pesan yang akan disampaikan dapat diterima dengan baik dan mencapai tujuan dari KPPN Jakarta V.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Humas , Sosialisasi

PENDAHULUAN

Pada bulan Desember 2019 muncul kasus penyakit misterius yang menyerang paru-paru di kota Wuhan, China. Kasus ini diduga berkaitan dengan pasar hewan Huanan di Wuhan yang menjual berbagai jenis daging binatang, termasuk yang tidak biasa dikonsumsi, misal ular, kelelawar, dan berbagai jenis tikus. Hal ini merupakan titik awal ditemukan virus baru yakni virus Covid-19, sebelum menjadi pandemik seperti sekarang ini. Virus ini sudah menyebar hampir ke seluruh penjuru dunia, termasuk Indonesia (bbc.com, 2020).

Virus Covid-19 sendiri sangat mempengaruhi negara Indonesia. Dapat dilihat dari upaya pemerintah melakukan PSBB dan gerakan WFH bagi warganya yang bekerja setelah kasus pertama Covid-19 ada di Indonesia yang menyebabkan munculnya kasus-kasus baru. Tidak hanya bagi warga pekerjanya, namun juga berdampak pada siswa sekolah maupun mahasiswa perkuliahan, yang menyebabkan mereka untuk belajar di rumah (Hill et al., 2020).

Dengan masifnya penyebaran virus tersebut dalam waktu yang cepat, membuat seluruh masyarakat diwajibkan untuk beradaptasi terhadap gaya hidup baru, yakni untuk terus dirumah aja. Hal ini juga mempengaruhi berbagai bidang, salah satunya adalah bidang keuangan negara yang pada proses pencairan APBN nya dilakukan oleh Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara atau biasa disebut KPPN. Pada proses pencairan, KPPN, salah satunya KPPN Jakarta V mengalami banyak penyesuaian dalam masa pemberlakuannya PSBB di Jakarta karna menyebabkan proses pencairan yang sebelumnya mengahruskan untuk dari pihak Satuan Kerja Kementerian datang langsung menjadi full melalui sistem online berdasarkan hadirnya surat keputusan dengan nomor S-597/WPB.12/KP.05/2020. Oleh sebab itu untuk mengatasi transisi perubahan proses tersebut Humas KPPN Jakarta V melakukan serangkaian sosialisasi dengan tujuan mengedukasi Satuan Kerja Kementerian dan menekan Jumlah penolakan Surat Perintah Membayar (SPM) dimasa Pandemi.

Adapun objek penelitian dilakukan di KPPN Jakarta V bidang keuangan negara yang pada proses pencairan APBN nya dilakukan oleh Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara atau biasa disebut KPPN. Pada proses pencairan, KPPN, salah satunya KPPN Jakarta V mengalami banyak penyesuaian dalam masa pemberlakuannya PSBB di Jakarta karna menyebabkan proses pencairan yang sebelumnya mengahruskan untuk dari pihak Satuan Kerja Kementerian datang langsung menjadi full melalui sistem online berdasarkan hadirnya surat keputusan dengan nomor S-597/WPB.12/KP.05/2020. Oleh sebab itu untuk mengatasi transisi perubahan proses tersebut Humas KPPN Jakarta V melakukan serangkaian sosialisasi dengan tujuan mengedukasi Satuan Kerja Kementerian dan menekan Jumlah penolakan Surat Perintah Membayar (SPM) dimasa Pandemi.

Strategi sebagai arah yang dipilih organisasi untuk diikuti dalam mencapai misinya'. Strategi terdiri dari pola atau rencana yang terintegrasi dengan tujuan utama organisasi, kebijakan, dan urutan tindakan yang melebur menjadi satu kesatuan secara menyeluruh (Anshar, 2019). Hubungan masyarakat adalah proses komunikasi strategis yang membangun hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publik mereka yang sangat bagus (Rahmawati, 2014). *Public Relations* adalah upaya yang direncanakan dan berkelanjutan untuk membangun dan mempertahankan niat baik dan pemahaman antara organisasi dan publiknya' (Ruslan, 2018).

Sosialisasi dapat dicirikan sebagai siklus atau bentuk kolaborasi untuk memberikan standar, atau tentang aktivitas publik di arena publik. Sosialisasi adalah interaksi belajar yang dilakukan oleh seorang individu dalam merenungkan kehidupan di masyarakat umum untuk diterapkan pada dirinya sendiri, baik secara terpisah maupun sebagai bagian dalam suatu perkumpulan untuk mengembangkan potensinya sesuai dengan standar, nilai, atau kecenderungan dalam masyarakat itu (Priatama, 2013). Sosialisasi adalah siklus di mana anggota masyarakat baru memperoleh kemahiran dengan standar dan kualitas masyarakat umum di mana mereka tergabung.

Penelitian ini menggunakan *excellence theory* menekankan bahwa *public relations* harus berusaha memberikan kepuasan yang saling menguntungkan baik kepada organisasinya maupun publiknya yang mana hal itu merupakan tujuan utamanya. *Public relations* yang efektif memberikan kontribusi terhadap manajemen strategis dengan membangun hubungan baik dengan publik yang mempengaruhi atau dipengaruhi oleh publik yang mendukung misi organisasi atau yang dapat mengalihkan misinya. Berdasarkan uraian pernyataan di atas, dapat dianalisis sebagai berikut mengenai teori keunggulan (*excellence theory*) yakni *public relations* yang *excellence* (unggul) memiliki kompetensi pengetahuan dan keprofesionalisme dalam mengelola manajemen strategi komunikasi di dalam organisasinya. Manajer *public relations* yang *excellence* mampu mempengaruhi pendapat pucuk pimpinan organisasi untuk mempergunakan pendapat gagasan dari manajer *public relations*nya. Selanjutnya, Manajer *public relations* yang *excellence* juga mendapat kebebasan (otonomi) dalam membuat kebijakan organisasi tanpa harus *direview* oleh pucuk pimpinan organisasi dalam jangka waktu yang lama (Putriani & Dharmawan, 2020).

Public relations adalah strategi yang direncanakan dan berkelanjutan untuk membangun dan memelihara hubungan baik, saling pengertian, simpati dan niat baik kepada publik, khalayak atau *stakeholder*. Menurut Model Cutlip and Center menyatakan bahwa proses perencanaan strategi *public relations* terdiri dari empat langkah, yang meliputi: mendefinisikan problem, perencanaan dan pemrograman, mengambil tindakan dan berkomunikasi, mengevaluasi program. Cutlip, Center and Brush dalam Morissan (Morissan, 2013) mengatakan bahwa pelaksanaan teknik PR dalam menyampaikan dikenal dengan “7-Cs PR Correspondences”, Cutlip, Center and Brush dalam Morissan mengatakan bahwa pelaksanaan teknik PR dalam menyampaikan dikenal dengan “7-Cs PR Correspondences” (Bajri, 2019).

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka peneliti mengangkat judul penelitian Strategi Komunikasi Humas Kppn Jakarta V Dalam Mensosialisasikan Perubahan Kebijakan. Adapun pertanyaan penelitian ini sebagai berikut: Bagaimana Strategi MSKI KPPN Jakarta V dalam mensosialisasikan Kerubahan kebijakan pencairan dana APBN? dan Apa saja masalah yang dihadapi dalam menjalankan startegi KPPN Jakarta V?

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan paradigma Post- Positivisme dengan pendekatan kualitatif (Salim&Syahrums, 2012). Pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang atau gejala yang diamati (Herdiansyah, 2019). Jenis penelitiannya bersifat deskriptif dengan metode penelitian adalah studi kasus (Yin, 2018). Objek penelitiannya adalah Humas MSKI KPPN Jakarta V. Subjek penelitian melibatkan dua partisipan yakni Kepala Kantor KPPN Jakarta V, Kepala Seksi MSKI KPPN Jakarta V. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan studi kepustakaan. Teknik analisis data secara kualitatif dengan teknik teknik *filling system*. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teori.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam kepada narasumber Ibu Dewi Yanti selaku Kepala KPPN Jakarta V dan Bapak Marjanto selaku Kepala Seksi MSKI KPPN Jakarta V.

Penelitian ini mengangkat judul “Strategi Komunikasi Humas Kppn Jakarta V Dalam Mensosialisasikan Perubahan Kebijakan”. Dari hasil temuan wawancara penelitian, maka dapat diuraikan hasil penelitiannya sebagai berikut:

Pada tahapan pertama pada Four Steps yang dikemukakan oleh Cutlip, Center dan Broom yaitu Defining problems atau fact finding. pada tahapan ini mencakup pengumpulan data dan pengkajian opini yang dilakukan sebuah organisasi (Rimayanti et al., 2018). Pada tahap ini yang dilakukan oleh KPPN Jakarta V adalah seperti yang disampaikan oleh ibu Dewi Yanti selaku Kepala KPPN Jakarta V dalam menjawab pertanyaan peneliti terkait keadaan saat awal ibu Dewi Yanti menjabat seperti apa ialah:

“Keadaanya waktu itu masih awal sekali kita masih normal jd pencairan masih seperti biasa dan satker masih datang membawa invoice untuk di serahkan ke front office kita, yang mau konsul ke cso, sampai kemudian kita mulai rame karna pandemi, mulai keluar peraturan dari kantor pusat bahwa pelayanan tidak boleh offline. Dan mengalami kesulitan saat masa transisi karna sudah ada perintah untuk online namun satker masih tetap datang untuk dilayanin secara offline.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut analisa peneliti mendapati bahwa Bentuk pengumpulan data yang dilakukan oleh Ibu dewi sebagai kepala kantor adalah dengan melihat keadaan yang terjadi dan mencari permasalahan serta kesulitan yang dialami oleh pegawai KPPN Jakarta V.

Masih pada tahap pengumpulan data, peneliti menanyakan terkait latar belakang yang menyebabkan terjadinya perubahan kebijakan pencairan dana APBN selama pandemi Covid-19 kepada ibu Dewi Yanti. Berikut jawab dari Ibu Dewi Yanti selaku kepala KPPN Jakarta V: *“Meledaknya kasus covid-19 yang menyebabkan proses pencairan yang dijalankan secara offline menjadi online untuk mengurangi resiko terpapar covid-19, ada peraturan peraturan pembatasan yang diberlakukan di jakarta juga menjadi penyebab munculnya perubahan kebijakan tersebut”*

Hasil analisa peneliti terhadap jawaban dari ibu Dewi Yanti adalah Salah satu fakta yang digali merupakan penyebab dari perubahan kebijakan yang diberlakukan yaitu dikarenakan oleh meledaknya kasus Covid-19

Tahapan selanjutnya setelah fact finding dalam four steps ialah planning dan programming. Pada tahap ini melibatkan hal hal yang ditemukan dari tahap pertama, kemudian diwujudkan ke dalam kebijakan-kebijakan dan program organisasi. Pada tahap ini, yang dilakukan oleh KPPN Jakarta V berdasarkan jawaban dari ibu Dewi Yanti yang menjawab pertanyaan peneliti tentang hasil analisis pertama saat ibu melihat keadaan KPPN Jakarta di masa Transisi ialah:

“Saat masa transisi ada penolakan yang datang tak hanya dari pihak satker namun juga terjadi penolakan oleh pihak internal karna masih tidak yakin karan merasa belum yakin dan mampu memproses pencairan secara online. Sehingga kami harus melakukan komunikasi yang intensif kedalam dan keluar.”

Berdasarkan jawaban tersebut, hasil analisa peneliti adalah: Dewi Yanti selaku Kepala KPPN Jakarta V mendiskusikan data data yang telah dikumpulkan kepada pihak internal perusahaan yakni pada pihak kanwil dan kantor pusat selaku pengambil kebijakan yang menghasilkan dibuatnya aplikasi untuk mendukung proses pencairan dana secara online tidak menggunakan email namun menggunakan aplikasi resmi dari dirjen perbendaharaan.

Pada tahapan ketiga pada Four Steps adalah taking action and communicating. Pada tahap ini adalah perwujudan tindakan dan komunikasi yang dirancang untuk mencapai tujuan pencapaian dari sasaran suatu organisasi. KPPN Jakarta V, pada tahap ini yang dilakukan berdasarkan jawaban ibu Dewi Yanti pada pertanyaan peneliti terkait tindakan yang diambil dalam menanggapi analisa tersebut ialah:

“saat itu saya harus melakukan briefing dan meyakinkan teman teman di front office bahwa kita harus melakukan ini secara online dan itu aman, kemudian kita diskusikan supaya aman bagaimana ke internal dan ke kantor pusat. Sampai akhirnya kita sepakati beberapa langkah yang harus dilakukan agar proses tersebut dapat berjalan aman. “

Hasil analisa peneliti terhadap jawaban dari ibu Dewi yanti adalah pada tahapan communicating atau pengambilan tindakan, kepala KPPN Jakarta V yaitu ibu Dewi yanti melakukan diskusi kembali secara intens kepada pegawai untuk meyakinkan bahwa mereka mampu untuk menjalankan kebijakan yang sudah ditetapkan oleh kantor pusat dan Kanwil.

Bentuk tahapan taking action and communicating yang dilakukan KPPN Jakarta V berikutnya berdasarkan jawaban Ibu Dewi Yanti yang berisi:

“Dengan Meningkatkan jam layanan dan tidak hanya berkomunikasi 24 jam serta dihari libur, waktu normal pelayanan yang tadinya hanya sampai jam 3, saat pandemi menjadi sampai jam 5 dan kita melakukan inovasi inovasi untuk berkomunikasi dengan satker, beberapa inovasi yang sudah berjalan membuat KPPN Jakarta V talk show dan ngopi sore, kita lakukans ecara rutin agar komunikasi anantara kppn dan satker berjalan secara kontinyu kita mengemas bentuk komunikasi ada yang berbentuk formal ada yang informal.”

Jawaban Ibu Dewi Yanti selaku kepala KPPN Jakarta V tersebut menghasilkan analisa peneliti bahwa yang dijalankan oleh KPPN V adalah dengan membuka saluran informasi semudah mungkin untuk khalayaknya. Kemudahan mengakses informasi memiliki tujuan untuk meningkatkan kredibilitas dan meyakinkan bahwa khalayak kppn jakarta V berhasil tersuasi sesuai dengan harapan KPPN Jakarta V.

Tahap terakhir yaitu Evaluating the Program yaitu melakukan penilaian atas serangkaian proses sebelumnya dan hasil. Penyesuaian akan dilakukan seraya program diimplementasikan dan didasarkan pada evaluasi atas umpan balik tentang berhasil atau tidaknya suatu program yang dijalankan organisasi. Pada tahap ini jawaban ibu Dewi yanti terhadap pertanyaan peneliti terkait indikator keberhasilan dari eksekusi rencana adalah:

“Indikator keberhasilannya misal teman teman menolak untuk melakukan pencairan secara online lalu kita berdiskusi sama sama dan kita sepakati merka menjadi mau, karna cukup berat bagi kami untuk melakukan proses pencairan secara online karna beresiko tinggi, disaat teman teman sudah menjadi mau dan saat ini sudah berjalan itu merupakan bentuk indikator keberhasilan juga. Lalu indikator berikutnya adalah dengan pihak kantor pusat sebagai pengambil keputusan dengan diakomodirnya akan dibuat aplikasi, kemudian untuk publik indikatornya adalah dilakukan survey kepuasan oleh pihak eksternal biasanya dari perguruan tinggi seperti ipb dan unpad, dan juga bisa dilihat dari banyaknya jumlah aduan yang kiat terimaterkait pelayan KPPN yang online ini. Setelah kita menjalankan dengan aktif dan menyesuaikan jumlah aduan tersebut semakin menurun dan survey kepuasan meningkat.”

Analisa peneliti terhadap jawaban tersebut adalah Indikator yang dipakai oleh KPPN Jakarta V, berdasarkan pemaparan Ibu Dewi Yanti selaku kepala KPPN adalah meliha dari banyaknya keluhan yang mereka dapat selama proses transisi sampai saat ini serta melakukan survey layanan yang menjadi patokan sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan layanan yang akan diberikan terhadap satuan kerja kementerian.

Narasumber kedua adalah bapak Marjanto yang menjabat sebagai Kepala Seksi MSKI atau Manajemen Satuan Kerja dan Kepatuhan Internal. Pada narasumber kedua, peneliti melakukan wawancara menggunakan 7 C's yang dikemukakan oleh Cutlip, Center and Broom sebagai landasan.

C yang pertama dalam 7C's adalah Credibility. Credibility yang dimaksud ialah Komunikasi dimulai dari suasana saling percaya yang diciptakan oleh pihak komunikator secara sungguh – sungguh. Bentuk credibility pertama yang diwujudkan oleh KPPN Jakarta V melalui jawaban bapak Marjanto sebagai Kepala Seksi MSKI dalam menanggapi pertanyaan peneliti terkait siapa yang menjadi komunikator dalam melakukan komunikasi, mengapa dipilih dan adalah klasifikasi dalam pemilihannya adalah:

“Yang menyampaikan adalah teman teman pegawai KPPN yang mempunyai kompetensi terkait dengan peraturan yang akan disampaikan, bisa kepala seksi dan teman teman lainnya”
Dari jawaban tersebut peneliti mengalisa bahwa Pada penyampaian sosialisasi KPPN Jakarta V memilih komunikator yang memiliki kompetensi dibidang yang sesuai dengan peraturan yang akan disampaikan yang berdasarkan analisa peneliti adalah komunikator yang memiliki kredibilitas dibidangnya.

“Dipilih karena sesuai dengan kompetensi yang dimiliki dan peraturan yang terkait.”
Dengan memiliki kompetensi tersebut berarti komunikator tersebut bisa dikatakan kredibel untuk menyampaikan pesan terhadap komunikannya yaitu satuan kerja

“Klasifikasinya si tidak harus kepala seksi, biasanya kita melihat dari jobdesc yang dilakukan temanteman yang sesuai dengan pemberlakuan perubahan kebijakan tersebut, kurang lebih yang menguasai bidangnya juga bisa kita pilih sebagai penyampai pesan”

Dengan menentukan klasifikasi penyampai pesan atau komunikator, KPPN Jakarta V memperhatikan Kredibilitas dari komunikator yang akan menyampaikan pesan terhadap Komunikasikan.

“C” yang kedua adalah Context. Context adalah sesuatu yang berhubungan dengan lingkungan kehidupan sosial, pesan harus disampaikan dengan jelas serta sikap partisipatif. Pada kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh KPPN Jakarta V dalam menjawab pertanyaan peneliti terkait lingkungan seperti apa yang dituju oleh KPPN Jakarta V dalam menyampaikan pesan adalah:

“Kalo kami di KPPN prinsipnya bagaimana pesan yang ingin disampaikan bisa sampai dan satker bisa mengikuti atau melaksanakan ketentuan ketentuan dan kebijakan yang disampaikan, dengan tujuan tersebut kami ingin membentuk lingkungan yang lebih cair dengan Satuan kerja agar proses penyampaian sosialisasi bisa lebih efektif”

Peneliti menganalisa berdasarkan jawaban bapak Marjanto mendapati bahwa Lingkungan yang ingin diciptakan atau dituju oleh KPPN Jakarta V ialah lingkungan yang cair atau berdasarkan analisa peneliti adalah lingkungan yang tidak terlalu formal dan terlalu birokratif sehingga menghindari proses komunikasi yang terkesan sulit untuk memperoleh informasi.

Berikutnya adalah Content. Content adalah Isi pesan dalam strategi ini, pesan harus menyangkut kepentingan orang banyak sehingga informasi dapat diterima sebagai sesuatu yang bermanfaat secara umum bagi masyarakat. Jawaban Kepala MSKI saat diwawancara oleh peneliti dengan pertanyaan “Apakah Pesan yang disampaikan menyentuh banyak pihak?” jawaban dari bapak Marjanto Adalah:

“Jika dibilang menyentuh banyak pihak, sebenarnya sosialisasi ini tidak hanya semata mata untuk satuan kerja namun juga untuk menguatkan pengetahuan dari kami KPPN Jakarta V selaku penyampai informasi dari Kanwil dan kantor pusat”

Berdasarkan jawaban tersebut, analisa peneliti mendapati bahwa Konten yang dibuat oleh KPPN Jakarta tidak hanya ditujukan untuk memperoleh pengertian dan pemahaman daripada satuan kerja namun juga untuk memperkuat pemahaman terhadap pegawai KPPN Jakarta V itu sendiri.

Berikutnya adalah Clarity. Clarity adalah pengemasan pesan yang disusun dengan kata – kata yang jelas, mudah dimengerti serta memiliki pemahaman yang sama (maksud, tema dan tujuan) antara komunikator dan komunikasikan. Peneliti menanyakan adakah pengemasan khusus dalam pesan yang disosialisasikan kepada bapak Marjanto, berikut jawabannya:

“Ada tema tema khusus yang menyangkut dengan survey biasanya kita mengemas dengan lebih cair seperti coffee morning yang formatnya santai untuk informasi yang bisa dikatakan ringan. Saat pandemi juga ada pengemasan khusus kita juga mengemas beberapa informasi dengan kosep talkshow untuk meningkatkan ketertarikan satuan kerja”

Dengan jawaban tersebut peneliti menyimpulkan bahwa KPPN Jakarta V memperhatikan pengemasan pesan untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan bisa diterima dengan jelas dan dimengerti. Untuk itu KPPN Jakarta V mengemas beberapa informasi yang bisa dikatakan ringan dengan konsep konsep yang lebih ringan pula dan informal seperti penyampaian pesan dengan bentuk Talk Show.

Adapun pertanyaan peneliti terkait Clarity yaitu menanyakan tujuan dalam menyampaikan sosialisasi dan adakah hasil yang dituju? Berikut jawaban dari Kepala MSKI KPPN Jakarta V: *“Tujuan kami dalam menyampaikan sosialisasinya tentu agar satuan kerja dapat menegerti dan mengikuti perubahan peraturan yang sudah diberlakukan.”*

Hasil analisa penlitu adalah Tujuan dari penyampaian sosialisasi dari KPPN Jakarta V ialah Satuan kerja dapat menerima pesan dengan jelas sehingga dapat di mengerti dan mampu mengikuti perubahan peraturan yang sudah diberlakukan.

Berikutnya adalah Continuity and consistency yang memiliki arti proses yang tidak pernah berakhir, oleh karena itu dilakukan secara berulang – ulang dengan berbagai variasi pesan yang konsisten. Peneliti mengemas dengan pertanyaan “Adakah bentuk berkelanjutan dari sosialisasi tersebut?” Jawaban dari Bapak Marjanto selaku Kepala MSKI KPPN Jakarta V adalah:

“Kita melakukan sosialisasi dengan rutin yang mempunyai batas minimal dengan 1 triwulan kita juga wajib minimal melkaukan 1 kali sosialisasi, saat pandemi karna relatif mudah untuk melakukan sosialisasi saat ini kita menjadi cukup sering melakukan sosialisasi”

Peneliti menemukan bahwa Sosialisasi yang dilakukan KPPN Jakarta V tidak hanya dilakukan sesekali, ada kontinuitas yang diberlakukan selama melakukan sosialisasi yaitu dengan rutin melakukan sosialisasi seminimalnya ialah 1 kali dalam kurun waktu 1 triwulan

“C” Berikutnya adalah Channel. Channel memiliki maksud Menggunakan saluran media yang tepat dan terpecaya serta dipilih oleh khalayak sebagai target sasaran. Pemakaian saluran media yang berbeda, akan berbeda pula efeknya. Apakah media yang dipilih oleh KPPN Jakarta V dan mengapa? Berikut Jawaban yang dipaparkan;

“Media kami selalu pakai zoom terus., Karna media yang kita punya itu zoom dan lebih mudah serta satuan kerja juga sudah terbiasa dengan aplikasi zoom”

KPPN Jakarta V memilih media atau Channel zoome sebagai alat atau medium dalam menyampaikan pesan atau sosialisasi. Pemilihan media zoom ialah dikarenakan zoom merupakan media yang dimiliki oleh KPPN Jakarta V dan Satuan kerja sudah cukup familiar dengan penggunaan aplikasi Zoom tersebut

Yang terakhir dari 7C’s adalah Capability of audience yang memiliki arti Memperhitungkan kemampuan yang dimiliki oleh khalayak komunikasi akan efektif bila berkaitan dengan faktor – faktor seperti kebiasaan dan peningkatan kemampuan membaca dan pengembangan pengetahuan.pertanyaan yang dikemukakan peneliti untuk menggali capability of audience kepada Bapak marjanto adalah “ Apakah pesan yang disampaikan kepada satuan kerja kemeterian sudah sesuai dengan kemampuan dari satuan kerja? Dan apakah dalam pengemasan pesan memperhatikan karakterisitik dari audience?” berikut jawabannya:

“Pada dasarnya kita beranggapan satker sudah satu frekuensi dengan kita. Jadi misal kita mau menyampaikan sesuatu ttema, kita mintakan agar yang mengikuti sosialisasi juga sesuai dengan bidang yang akan kita sampaikan”

Dalam menyampaikan pesan, KPPN Jakarta V menganggap Satuan Kerja sudah mengerti bahwa jika suatu tema akan disampaikan oleh KPPN Jakarta V, satuan kerja akan mengirim pegawai dengan bidang yang sesuai dengan tema yang akan disampaikan.

“Secara umum kita melakukan biasanya mengadakan sesi tanya jawab untuk beberapa satuan kerja yang mungkin kita anggap biasanya agak kurang mengerti untuk bisa memperdalam dan menanyakan kemabali ke kita bagian mana yang perlu kita perdalam atau jelaskan kembali.

Atau kita bisa menyediakan sesi khusus bagi satker yang masih belum mengerti atau bisa langsung menghubungi ke bagian CSO kami.

Atas jawaban tersebut, peneliti mendapati KPPN Jakarta V memperhatikan dan mengantisipasi berbagai karakteristik audience atau pada penelitian ini adalah satuan kerja, setelah mengadakan sosialisasi, untuk satuan kerja yang masih perlu memperdalam atau perlu penjelasan ulang terhadap materi yang disampaikan, KPPN Jakarta V membuka sesi tanya jawab setelah sosialisasi, membuka pula sesi khusus dan membuka saluran bagi yang ingin bertanya melalui CSO KPPN Jakarta V.

Pembahasan

Setelah melakukan, wawancara dan mengumpulkan data-data sekunder. Peneliti juga telah melakukan analisis terhadap hasil wawancara yang dikaitkan dengan tujuan dari penelitian ini. Selanjutnya peneliti akan membahas hasil tersebut yang kemudian akan dikaitkan dengan teori-teori yang digunakan.

Temuan pertama peneliti ialah pada saat mewawancarai Ibu dewi Yanti selaku kepala KPPN Jakarta V adalah ibu dewi memilih melakukan komunikasi yang intensif baik kedalam atau internal dan keluar atau eksternal dari KPPN Jakarta V, hal tersebut merupakan tahapan ketiga dari four Steps yang digunakan peneliti sebagai landasan. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tahapan ketiga dari four steps ini yaitu Communicating and taking action yang dilakukan oleh KPPN Jakarta V di implementasikan dengan melakukan Komunikasi yang intensif kedalam serta melakukan sosialisasi dengan konsisten dan berkala dengan tujuan untuk mengedukasi satuan kerja kementerian dalam melakukan pencairan dana APBN secara Online.

KPPN Jakarta V memiliki Strategi komunikasi dalam melakukan sosialisasi tentang perubahan kebijakan pencairan dana APBN selama pandemi ialah dengan mengemas penyampaian pesan dengan berbagai cara. Menurut pakar Humas pemerintahan yang telah peneliti wawancarai yaitu Proffesor Sunarto, ia menyatakan, tindakan tersebut adalah salah satu hal yang baiknya dilakukan humas sebelum melakukan penyampaian informasi, karena akan menentukan efektif dan efisien tidaknya dari proses penyampaian informasi tersebut.

Peneliti menemukan bahwa kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh KPPN Jakarta V ialah merupakan penerapan teori Excellence dengan model two way asymmetric dikarenakan yang disampaikan oleh KPPN Jakarta V adalah sebuah kebijakan yang harus dapat dijalankan oleh khalayak sosialisasi KPPN Jakarta V yaitu Satuan Kerja kementerian. Kebijakan ini disampaikan dengan tujuan mendedukasi satuan kerja agar dapat melakukan pencairan dana sesuai dengan yang tertera didalam kebijakan yang disosialisasikan.

Temuan berikutnya ialah, peneliti menemukan bahwa MSKI memilah bobot informasi yang akan disampaikan dan mengemas dengan sesuai penyampaian pesan tersebut terhadap satuan kerja, seperti contoh untuk informasi yang dikategorikan “ringan” KPPN Jakarta V menyampaikan pesan dengan sosialisasi dengan konsep yang lebih cair seperti Talk Show pada acara Coffee Morning dengan tujuan membuat satuan kerja lebih tertarik untuk mengikuti sosialisasi yang diadakan oleh KPPN Jakarta V.

Selain meningkatkan minat dan membuat satuan kerja lebih tertarik, tujuan pengemasan pesan sosialisasi ini ialah untuk membuat satuan kerja lebih mudah mengerti dan menangkap pesan yang disampaikan serta mampu mengikuti perubahan kebijakan yang sudah diberlakukan. KPPN Jakarta V tak hanya mengemas pesan sosialisasi yang akan disampaikan kepada satuan kerja, namun selama pandemi Covid-19 ini, KPPN Jakarta V juga meningkatkan saluran komunikasi untuk memaksimalkan proses sosialisasi seperti yang disampaikan ibu Dewi Yanti selaku kepala KPPN Jakarta V”

“KPPN Jakarta Meningkatkan jam layanan dan tidak hanya berkomunikasi 24 jam serta dihari libur, waktu normal pelayanan yang tadinya hanya sampai jam 3, saat pandemi menjadi sampai jam 5 dan kita melakukan inovasi inovasi untuk berkomunikasi dengan satker”

Dengan meningkatkan komunikasi tersebut bertujuan memberikan kemudahan kepada satuan kerja untuk memperoleh informasi terkait perubahan kebijakan pencairan APBN lalu sebagai bentuk kelanjutan dari sosialisasi yang telah dilakukan sebelumnya serta merupakan wujud kredibilitas dari KPPN Jakarta V dalam menjalankan tanggung jawabnya untuk melakukan proses pencairan dana APBN.

Dalam prosesnya KPPN Jakarta V juga memiliki penghambat atau masalah, yaitu membangun rasa percaya para pegawai KPPN Jakarta V untuk melakukan pencairan dana APBN secara online. Pada tahap ini ibu Dewi Yanti selaku Kepala KPPN Jakarta V melakukan diskusi secara intens dengan pihak pegawai dan Kanwil serta kantor pusat selaku pengambil kebijakan. Diskusi tersebut menghasilkan dibuatnya aplikasi khusus yang membantu pegawai untuk melakukan pencairan dana secara aman dan mengurangi resiko kebocoran. Disaat pegawai KPPN Jakarta V sudah yakin dan percaya bahwa mereka mampu untuk menjalankan masalah tersebut telah diatasi.

Masalah atau penghambat berikutnya adalah membuat satukerja mau melakukan pencairan dana secara online dan tidak datang ke kantor KPPN Jakarta V. Dalam mengatasi permasalahan tersebut, KPPN Jakarta V terus mengedukasi atau melakukan komunikasi dalam bentuk sosialisasi kepada satuan kerja agar satuan kerja tau, paham dan mampu untuk melakukan pencairan secara online. Tak hanya melakukan Sosialisasi secara rutin, KPPN Jakarta V juga meningkatkan pelayanan dengan menambah jam pelayanan dan terus melakukan inovasi inovasi dalam menyampaikan pesan terhadap satuan kerja agar lebih efektif dan efisien. Hal tersebut memberikan dampak pada survey kepuasan yang menjadi indikator keberhasilan KPPN Jakarta yang tadinya menurun setelah awal diberlakukannya kebijakan menjadi KPPN Jakarta menempati peringkat kedua dari KPPN Jakarta lainnya.

Dari hasil penelitian MSKI KPPN Jakarta V, strategi yang digunakan oleh MSKI KPPN Jakarta V dapat memenuhi konsep yang peneliti pakai yaitu 7^{cs} Communication. hal ini menunjukkan bahwa model 7^{cs} dapat memberikan kemajuan dan dampak yang positif terhadap sebuah lembaga atau organisasi.

SIMPULAN

Humas MSKI KPPN Jakarta V melakukan strategi komunikasi dalam melakukan kegiatan sosialisasi terhadap satuan kerja kementerian terkait perubahan kebijakan pencairan dana APBN dengan mengkalsifikasikan bobot informasi yang akan disampaikan, lalu dikemas sesuai dengan bobotnya untuk disampaikan dengan efektif dan efisien. Tak hanya menyesuaikan dengan bobot pesannya, KPPN Jakarta V juga menyesuaikan pengemasan pesan tersebut dengan audience sehingga pesan yang akan disampaikan dapat diterima dengan baik dan mencapai tujuandari KPPN Jakarta V yaitu Satuan Kerja Kementerian mau, bisa dan mampu untuk melakukan pencairan dana secara online selama pandemi Covid - 19 yang tadinya dilakukan secara offline sebelum pandemi Covid-19 terjadi. Strategi yang juga dilakukan oleh KPPN Jakarta V adalah dengan meningkatkan saluran komunikasi sebagai perwujudan bentuk kelanjutan dari proses sosialisasi menggunakan cara membuka saluran informasi selebar lebarnya sehingga, Satuan kerja bisa lebih mudah untuk mengakses informasi yang dibutuhkan dan dapat melakukan proses pencairan sesuai dengan kebijakan yang baru.

Hambatan yang dihadapi KPPN Jakarta V pada proses Sosialisasi ialah terjadi pada masa transisi perubahan kebijakan tersebut. Hambatan yang didapat KPPN Jakarta V adalah yang pertama mendapati karyawan kurang yakin bahwa mereka mampu melakukan pencairan dana APBN secara online dikarenakan memiliki resiko kebocoran yang tinggi. Hambatan tersebut dapat diatasi oleh KPPN Jakarta V dengan melakukan Komunikasi yang intensif serta melakukan diskusi dengan kantor pusat, kanwil dan krayawan KPPN Jakarta V itu sendir yang membuahkan hasil dibuatnya aplikasi khusus yang membantu pegawai KPPN Jakarta V untuk melakukan proses pencairan dana APBN secara Online. Hamabatan yang kedua adalah

mengedukasi Satuan kerja untuk melakukan pencairan secara online. Proses edukasi ini memiliki hambatan saat pandemi dikarenakan masih banyak dari satuan kerja yang tetap datang ke kantor untuk melakukan pencairan secara offline. Hambatan tersebut diatasi oleh KPPN Jakarta V dengan konsisten melakukan sosialisasi secara berkala dan rutin terhadap satuan kerja agar mereka semakin yakin dan mampu untuk melakukan pencairan secara Online.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshar, M. (2019). Electric Public Relations (E-PR): Strategi Mengelola Organisasi di Era Digital (Muhammad Anshar) Electronic Public Relation (E-PR): Strategi Mengelola Organisasi di Era Digital. *Jurnal Komodifikasi*, 8, 200–2013.
- Bajri, R. A. D. (2019). Tujuh ‘C’ Dalam Program Humas Jakarta Smart City. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 1(1), 48–65. <https://doi.org/10.33376/is.v1i1.349>
- bbc.com. (2020). *Virus corona: Mahasiswa Indonesia di Wuhan ingin dievakuasi, Kemlu tunggu kebijakan pemerintah China*. BBB News Indonesia. <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-51255468>
- Herdiansyah, H. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial* (Second Edi). Salemba Humanika.
- Hill, E., Baird, M., & Seetahul, S. (2020). *Indonesia and COVID-19: Impact on the private sector*. <https://investinginwomen.asia/knowledge/indonesia-covid-19-impact-on-private-sector/>
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi : Individu hingga Massa*. Kencana.
- Priatama, D. (2013). Communication Strategy Of Community Empowerment Institutions In The Socialization Of Community Development Programs In Loa Bakung, Samarinda City. Strategi Komunikasi Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM) Dalam Sosialisasi Program Pembinaan Masyarakat Di . *EJournal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 70–84.
- Putriani, R., & Dharmawan, D. (2020). Dampak kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan hypermart bencoolen mall bengkulu. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 21(3), 12–23. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/dlr/article/download/30806/25899>
- Rahmawati, Y. (2014). Manajemen Public Relations Dalam Bisnis Islam. *Jurnal Filsafat Dan Budaya Hukum*, 95, 181–194.
- Rimayanti, R., Ruhayat, R., & Rasib, A. (2018). Manajemen Humas dalam Memelihara Citra Perusahaan. *Reputation: Jurnal Hubungan Masyarakat*, 2(1), 23–44. <https://doi.org/10.15575/reputation.v2i1.39>
- Ruslan, R. (2018). *Manajemen Publik Relation dan Media Komunikasi* (14th ed.). RajaGrafindo Persada. <https://www.rajagrafindo.co.id/produk/manajemen-publik-relation-dan-media-komunikasi-rosady-ruslan/>
- Salim&Syahrums. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Citrapustaka Media.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (Sixth Edition (ed.)). Sage Publications, Inc.