



Strategi Humas Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan dalam Pengelolaan Informasi Publik di Era Digital

Nabilah Mufidah Hudaya¹, Diana Amalia²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

E-mail: 20043010198@student.upnjatim.ac.id

Article Info	Abstract
<p>Article History Received: 2024-11-11 Revised: 2024-12-23 Published: 2025-01-03</p> <p>Keywords: <i>Public Information;</i> <i>Public Relations Strategy;</i> <i>Government Public Relations.</i></p>	<p>This research aims to analyze how government public relations of Financial and Development Supervisory Agency (Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan) in carrying managing public communication and public information in digital era. This research was conducted based on the four step Public Relations concept by Cutlip & Center. This research uses a qualitative method and the data which are obtained in this research are primary data through interviews with 5 (five) key informants from the Communication and Information Department. The results showed that the public relations of Financial and Development Supervisory Agency applies the four steps of public relations in managing public communication and public information. In fact finding, the public relations of Financial and Development Supervisory Agency gathers information and data through media monitoring. After the data are gathered, the public public relations of Financial and Development Supervisory Agency then move to the planning and organizing step to plan the public relations program to manage public communication and public information. After that, the public public relations of Financial and Development Supervisory Agency continue to actuate the program. After the program was actuated, , the public public relations of Financial and Development Supervisory Agency does evaluation step to evaluate the program through surveys.</p>

Artikel Info	Abstrak
<p>Sejarah Artikel Diterima: 2024-11-11 Direvisi: 2024-12-23 Dipublikasi: 2025-01-03</p> <p>Kata kunci: <i>Informasi Publik;</i> <i>Strategi Humas;</i> <i>Humas Pemerintah.</i></p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana strategi hubungan masyarakat (humas) pemerintah yaitu humas Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP) dalam mengelola informasi publik di era digital. Penelitian ini dilakukan berdasarkan teori manajemen humas yang dikemukakan oleh Cutlip & Center. Metode penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dengan perolehan data primer melalui metode wawancara mendalam dengan 5 (lima) <i>key informan</i> dari humas BPKP. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa humas BPKP menerapkan manajemen humas dalam beberapa tahapan yaitu, <i>fact finding, planning and organizing, action and communicating, serta evaluating</i> dalam merancang dan menerapkan strategi pengelolaan informasi publik di era digital. Dalam proses <i>fact finding</i> humas BPKP menggunakan Media Monitoring untuk mendapatkan data-data dari media sosial, media cetak, dan media <i>online</i> mengenai instansi dan isu pengawasan. Kemudian data tersebut digunakan untuk tahap selanjutnya yaitu perencanaan program, humas BPKP merencanakan program pengelolaan komunikasi dan informasi publik untuk 1 (satu) tahun. Selanjutnya, humas BPKP melakukan tahapan <i>action and communicating</i>, humas BPKP melaksanakan pengelolaan komunikasi dan informasi publik. Humas BPKP dalam melaksanakan pengelolaan komunikasi dan informasi publik melibatkan khalayak internal dan eksternal instansi. Setelah pengelolaan komunikasi dan informasi publik dilakukan, humas BPKP melakukan evaluasi di akhir tahun dengan metode survei yaitu Survei Indeks Pengelolaan Reputasi untuk khalayak eksternal dan Survei Indeks Kualitas Layanan untuk khalayak internal untuk mengetahui capaian Indikator Kinerja Utama.</p>

I. PENDAHULUAN

Pemerintah memiliki tanggung jawab yang penting dalam aspek kenegaraan khususnya dalam aspek komunikasi dan informasi. Hubungan masyarakat (humas) pemerintah merupakan bagian dari sebuah instansi untuk dapat menjembatani instansi dan khalayaknya. Keberadaan humas pemerintah dalam suatu

instansi penting untuk mengkomunikasikan informasi serta memberikan pengertian kepada masyarakat tentang visi, misi, tujuan, maupun program juga kebijakan instansi (Sandyakala, 2020). Humas pemerintah menyediakan informasi dan penjelasan kepada khalayak mengenai kebijakan serta tindakan yang diambil oleh pemerintah. Humas pemerintah melaksana-

kan fungsi manajemen komunikasi yang di dalamnya terdapat kegiatan perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, serta pemberian masukan dalam pengelolaan informasi. Humas pemerintah bertugas untuk dapat merancang kemudian menerapkan strategi yang tepat agar tercapai tujuan dari kegiatan kehumasan yang dapat menguntungkan instansi. Humas pemerintah juga harus cepat tanggap dalam menyikapi suatu isu dan krisis yang dapat mengancam keberlangsungan program yang sedang diselenggarakan (Cahayani & Amalia, 2023).

Menurut Tubb dan Moss dalam Sidiq *et al.* (2023), terdapat beberapa faktor yang menentukan berjalannya komunikasi secara efektif yaitu, penerima memahami pesan yang tersampaikan, informasi mampu berdampak positif bagi pihak-pihak yang berkomunikasi, proses komunikasi mampu mempengaruhi sikap komunikan, proses komunikasi dapat memperbaiki hubungan, dan proses komunikasi mampu memberikan hasil yang sesuai dengan tujuan dilakukannya komunikasi yang dapat dinilai dari respon komunikan. Humas pemerintah perlu beradaptasi agar mampu melakukan pendekatan komunikasi yang tepat sasaran kepada masyarakat. Seorang praktisi humas harus pandai berkomunikasi sehingga tujuan dari dilakukannya komunikasi dapat tercapai dengan efektif. Hal yang terpenting dalam proses penyampaian informasi adalah bagaimana cara humas agar mampu menyesuaikan pesan dengan menyusun redaksi kalimat menggunakan kosakata yang familier di khalayak.

Disahkannya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik dengan jelas menyatakan bahwa setiap kementerian, lembaga, dan instansi pemerintah wajib menyediakan informasi publik yang dapat diakses oleh masyarakat dan harus transparan. Pengertian informasi publik yang tertera dalam Undang-Undang ialah informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan/atau diterima oleh suatu badan publik yang berkaitan dengan penyelenggara serta penyelenggaraan negara. Artinya, instansi pemerintah sebagai badan publik memiliki tanggung jawab untuk memberikan informasi publik (Almaarif & Wargadinata, 2022).

Pada tahun 2023, humas Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan meraih beberapa penghargaan kehumasan dalam bidang informasi publik. Adapun penghargaan tersebut ialah,

Penghargaan Badan Publik Informatif tahun 2023 dari Komisi Informasi Pusat, Silver Winner Kategori Lembaga Sub-Kategori Media Sosial dari PR Indonesia, Bronze Winner Kategori Pelayanan Informasi Publik Sub-Kategori Pengelolaan dan Penyajian Informasi Publik dari Anugerah Humas Indonesia (AHI). Dan Predikat A- dengan nilai 4,47 kepada Biro Hukum dan Komunikasi BPKP berdasarkan Hasil Pemantauan dan Evaluasi Kinerja Penyelenggaraan Pelayanan Publik di Kementrian, Lembaga, dan Pemerintahan Daerah 2023 dari Kementrian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi.

Penghargaan-penghargaan tersebut adalah bukti nyata bahwa humas BPKP telah melaksanakan tugas serta tanggung jawabnya untuk menyediakan informasi publik kepada khalayak dengan cepat, tepat, dan transparan. Hal ini juga menunjukkan bahwa humas BPKP berupaya penuh untuk memenuhi standar badan publik untuk menyampaikan informasi publik sebagaimana yang tertuang dalam UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

Seiring berkembangnya zaman, humas pemerintah dituntut untuk komunikasi publik dilakukan dengan menggunakan media sosial sehingga informasi dapat diakses dengan mudah dan cepat. Kini humas pemerintah menggunakan media sosial sebagai kanal utama untuk menyampaikan informasi. Pengelolaan media sosial mempermudah humas pemerintah untuk menjangkau khalayak instansi yang luas pun mempermudah publik untuk menyampaikan aspirasi, keluhan, saran, protes, maupun kejelasan informasi mengenai suatu hal atau isu (Khotimah, 2021). Media sosial membantu humas pemerintah untuk memenuhi hak masyarakat mendapatkan informasi publik dengan tujuan untuk memajukan kinerja pemerintah. Kini humas pemerintah sudah merambah ke media sosial sebagai kanal utama sebagai media penyampaian informasi publik.

Untuk dapat menyajikan informasi publik yang baik tentunya humas perlu mempersiapkan program dengan matang sehingga tujuan dari penyampaian informasi dapat tercapai. Maka dari itu, humas perlu menerapkan strategi yang matang. Untuk melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan referensi dari penelitian yang sebelumnya sudah dilakukan yaitu penelitian oleh Dionty dan Lestari (2022) yang berjudul Analisis Proses Komunikasi Publik Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) PT. Kereta Api Indonesia Persero dalam

Meningkatkan Pelayanan Informasi Publik dan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi dan Fitriani (2021) yang berjudul *Government Public Relations* pada Diskominfo Kota Depok dalam Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik untuk Mencapai *Good Governance*. Penelitian-penelitian ini membantu penulis membuat alur dari penelitian ini. Penelitian ini menggunakan teori manajemen humas Cutlip dan Center yaitu tahapan *fact finding, planning and organizing, action and communicating, serta evaluating*.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti melakukan penelitian mengenai humas pemerintah khususnya humas Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP) dalam mengelola informasi publik di era digital. Peneliti ingin mengetahui bagaimanana humas BPKP dalam mengelola informasi publik dengan media sosial sebagai kanal utamanya.

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif adalah penelitian yang berasal dari disiplin ilmu pengetahuan serta ilmu sosial yang meneliti kompleksnya perilaku manusia (Zakariah *et al.*, 2020). Pengambilan data dalam penelitian ini adalah dengan wawancara. Informan dari wawancara ini dilakukan dengan *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan suatu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini diambil 5 (lima) informan dengan kriteria sebagai berikut: merupakan bagian dari humas BPKP; memiliki pengetahuan dan pengalaman tentang pengelolaan informasi dan komunikasi publik.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Humas BPKP menerapkan tahapan manajemen humas dalam mengelola informasi publik agar proses pengelolaan dapat tercapai sesuai dengan tugas pokok humas BPKP yaitu untuk menyiapkan bahan pembinaan, pelayanan, dan pengoordinasian, serta pengendalian informasi publik internal dan eksternal.

A. *Fact finding*

Dalam tahapan ini humas BPKP mengumpulkan data-data dengan bantuan aplikasi Media Monitoring, aplikasi ini mampu mengumpulkan data-data maupun isu strategis harian yang beredar di media cetak, media online, media sosial, dan media televisi. Humas BPKP juga memasukkan beberapa kata kunci dari data yang ingin didapatkan. Humas

BPKP akan mendapatkan laporan dari Media Monitoring setiap paginya lengkap beserta *tone* dari isu, pemberitaan, maupun persepsi khalayak yang berkaitan dengan BPKP juga isu pengawasan. Kemudian humas BPKP mulai menganalisa isu mulai dari bagaimana kronologi timbulnya suatu isu lalu menganalisis posisi BPKP dalam isu tersebut. Pemantauan isu ini dilakukan secara rutin yaitu harian, mingguan, dan triwulanan. Isu yang dipantau mingguan dianalisis kemudian disampaikan kepada pimpinan, hal ini dilakukan agar jika ada pemberitaan dengan *tone* yang negatif dalam dilakukan manajemen isu dengan cepat.

Dalam tahapan ini humas BPKP juga memantau informasi publik apa yang perlu ditambahkan dalam kanal-kanal yang dikelolanya seperti *website* PPID, *website* resmi BPKP, dan media sosial BPKP. Humas BPKP juga melakukan pemantauan terhadap *website* yang dikelola sehingga ketika terdapat gangguan atau masalah dapat diidentifikasi dan ditindaklanjuti.

B. *Planning and organizing*

Dalam tahapan ini humas BPKP menggunakan data-data yang didapat dari tahapan sebelumnya untuk merancang program kehumasan yang akan dilaksanakan selama 1 (satu) tahun ke depan. Program ini dibuat untuk mempublikasikan Agenda Prioritas Pengawasan. Agenda Prioritas Pengawasan merupakan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan oleh BPKP selama 1 (satu) tahun ke depan yang dibuat berdasarkan Rencana Kerja Pemerintah. Humas BPKP melakukan analisis SWOT, analisis lingkungan internal (ALI), dan analisis lingkungan eksternal (ALE) untuk dapat memetakan faktor-faktor internal serta eksternal. Program kehumasan yang dirancang berkaitan dengan Agenda Prioritas Pengawasan. Dalam tahapan perencanaan humas BPKP melakukan *stakeholders mapping*, terdapat 3 (tiga) kategori pemangku kepentingan BPKP yaitu *key player* (mitra kerja BPKP), *keep satisfied* (media), dan *keep informed* (masyarakat). Humas BPKP juga menentukan ekspektasi presiden dan ekspektasi masyarakat.

Pendekatan komunikasi yang akan digunakan dalam program kehumasan BPKP ditentukan berdasarkan AIDA (*awareness, interest, desire, dan action*). Kemudian humas BPKP menentukan linimasa dari berjalannya

kegiatan-kegiatan yang dimuat dalam program kehumasan. Dalam proses perencanaan humas BPKP perjenjangan surat melibatkan Kepala Biro dan Kepala Bagian untuk mendapatkan persetujuan. Anggota yang termasuk ke dalam Bagian Komunikasi dan Informasi kemudian dibagi ke dalam beberapa tim untuk mendukung berjalannya program ini, yaitu tim sosial media, tim berita dan rilis, tim PPID, serta tim pendukung.

Program pengelolaan komunikasi dan informasi publik yang dirancang oleh BPKP yaitu *media gathering*, *company visit*, *press release*, Rapat Dengan Pendapat dengan DPR, penyelenggaraan acara webinar yang berkaitan dengan keterbukaan informasi publik, pengelolaan media sosial, serta pengelolaan *website* resmi PPID. Pada tahapan perencanaan, humas BPKP menentukan target publikasi pada tiap media sosial yang dikelola. Humas BPKP juga membuat

C. *Action and communicating*

Dalam tahapan *action and communicating*, humas BPKP melaksanakan kegiatan-kegiatan dalam program komunikasi dan informasi publik. Humas BPKP menggunakan media sosial dan media cetak untuk mempublikasikan informasi publik. Humas BPKP menggunakan media sosial sebagai salah satu *leading channel* komunikasi publik karena media sosial dinilai efektif dalam menyampaikan informasi publik kepada masyarakat luas. Media sosial yang dikelola oleh humas BPKP ialah Tiktok (@btkp_id), Instagram (@btkp_id), Twitter (@btkp_id), laman Facebook (Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan), dan *website* PPID (<https://eos.btkp.go.id/ppid>), sedangkan media cetak yang dibuat oleh humas BPKP untuk mempublikasikan informasi publik ialah majalah Warta Pengawasan dan Buku Tahunan.

Publikasi yang dimuat pada media sosial BPKP terbagi ke dalam beberapa segmen yaitu segmen hiburan, inspirasi, edukasi, dan informasi. Humas BPKP memanfaatkan fitur-fitur yang ada di setiap media sosial untuk memaksimalkan penyampaian informasi publik. Humas BPKP dalam mengelola komunikasi dan informasi publik juga membangun *media relations* dengan melibatkan media massa ke dalam kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh BPKP seperti Rakornas

Wasin dan *media gathering*. Humas BPKP juga bergabung ke dalam Forum Kehumasan.

D. *Evaluating*

Pada tahapan *evaluating*, humas BPKP melakukan evaluasi terhadap kegiatan-kegiatan pengelolaan komunikasi dan informasi publik yang telah dilaksanakan. Pada tahapan ini humas BPKP mengevaluasi kegiatan di akhir tahun dengan melakukan survei yang melibatkan publik eksternal dan internal yaitu Survei Indeks Pengelolaan Reputasi dan Indeks Kualitas Layanan Biro Komunikasi untuk mengukur pengaruh serta capaian target kinerja yang diatur dalam Indikator Kinerja Utama.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. *Simpulan*

Humas BPKP dalam menjalankan tugasnya sebagai *government public relations* berkewajiban untuk lakukan komunikasi publik dengan tujuan untuk memenuhi hak publik mendapatkan informasi. Humas BPKP menerapkan tahapan manajemen humas dalam mengelola komunikasi dan informasi publik. Humas BPKP melakukan tahapan *fact finding* untuk mendapatkan data-data yang digunakan pada tahapan selanjutnya yaitu *planning and programming*. Kemudian, pada tahapan *planning and programming* humas BPKP merancang program pengelolaan komunikasi dan informasi publik untuk 1 tahun ke depan. Setelah program dirancang, humas BPKP melakukan tahapan *action and communicating* yaitu dengan mengelola komunikasi dan informasi publik menggunakan kanal-kanal komunikasi yang dikelola oleh humas BPKP. Setelah pengelolaan komunikasi dan informasi publik selesai dilaksanakan, humas BPKP melakukan tahapan *evaluating* untuk mengukur capaian target pengelolaan komunikasi dan informasi publik.

B. *Saran*

Berdasarkan analisis terhadap pengelolaan komunikasi dan informasi publik yang dilakukan oleh humas BPKP, saran yang dapat diusulkan adalah humas BPKP dapat membangun interaksi kepada publik dengan melakukan respon terhadap komentar-komentar maupun pertanyaan yang diajukan publik di kolom komentar secara aktif.

DAFTAR RUJUKAN

- Almaarif, A., & Wargadinata, E. L. (2022). Adopting Open Government in Local Development Planning: A Study on Bekasi Regency. *JKAP (Jurnal Kebijakan dan Administrasi Publik)*, 26(1), 18-32.
- Cahayani, F. Y., & Amalia, D. (2023). Peran Public Relations Dalam Implementasi Program CSR PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(3), 1160-1171.
- Dionty, M. E., & Lestari, M. T. (2022). Analisis Proses Komunikasi Publik Pejabat Pengelola Informasi Dan Dokumentasi (Ppid) Pt. Kereta Api Indonesia Persero Dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Publik. 9(2), 945-956.
- Khotimah, N. K. (2021). *Pemanfaatan media sosial oleh praktisi humas pemerintah di Indonesia*. Jejak Pustaka.
- Pratiwi, D. A., & Fitriani, D. R. (2021). Government Public Relations Pada Diskominfo Kota Depok Dalam Pengelolaan Informasi Dan Komunikasi Publik Untuk Mencapai Good Governance. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 79-90.
- Sandyakala, M. C. (2020). Peran Public Relations dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan. *Jurnal at-Tadbir: Media Hukum dan Pendidikan*, 30(2), 184-198.
- Sidiq, F., Rizal, S., & Sukmarini, A. V. (2023). Efektivitas Penggunaan New Media Oleh Ombudsman RI Sulsel dalam Pengelolaan Pengaduan Masyarakat Pasca Pandemi Covid-19. *Journals of Social, Science, and Engineering*, 2(2), 137-146.