

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS BADAN PENGELOLA TRANSPORTASI JABODETABEK-KEMENTERIAN PERHUBUNGAN RI DALAM MEMBENTUK CITRA POSITIF

Iqbal Darminto, Afdal Makkuraga Putra, Heri Budiarto

Afdal.makkuraga@mercubuana.ac.id

Universitas Mercu Buana

Abstrak. Fungsi dasar Public Relations dalam Pemerintah adalah membantu menjabarkan serta tercapainya tujuan program Pemerintah, meningkatkan sikap responsif pemerintah, serta memberi publik informasi yang cukup untuk dapat melakukan pengaturan diri sendiri (Lattimore 2010). Badan Pengelola Transportasi Jabodetabek (BPTJ) pada tahun 2021 berhasil mendapat predikat baik pada survei kepuasan masyarakat elektronik yang diselenggarakan oleh Pusat Pengelolaan Transportasi Berkelanjutan (PPTB) Kementerian Perhubungan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi yang digunakan Humas BPTJ dalam membentuk citra positif. Penelitian ini menggunakan teori strategi komunikasi menurut Onong Uchjana Efendy. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Humas BPTJ dalam menjalankan strategi komunikasi menggunakan metode penyampaian informasi dengan komunikasi dua arah. Humas BPTJ dalam penyampaian informasinya membagi menjadi 3 cara melalui *below the line*, *above the line*, dan *new media*. Kegiatan komunikasi yang menjadi strategi dan diimplementasi oleh Humas BPTJ seperti kampanye jalan hijau, diskusi isu dengan pakar transportasi, *presbackground*, *press tour*, pameran dan jumpa pers akhir tahun. Dengan implementasi strategi komunikasi yang diterapkan BPTJ berhasil mendapatkan predikat sangat baik pada survei kepuasan masyarakat di tahun 2022, ini mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Ini menunjukkan bahwa BPTJ mendapatkan citra positif melalui kegiatan komunikasi yang telah diterapkan Humas BPTJ.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Public Relations, Citra

Abstract. The basic function of Public Relations in the Government is to help describe and achieve the goals of Government programs, increase government responsiveness, and provide the public with sufficient information to be able to self-regulate (Lattimore 2010). Greater Jakarta Transport Authority (Badan Pengelola Transportasi Jabodetabek / BPTJ) in 2021 managed to get a good predicate in the electronic community satisfaction survey organized by the Ministry of Transportation's Center for Sustainable Transportation Management (PPTB). This study aims to describe the communication strategy used by BPTJ Public Relations in forming a positive image. This study uses the theory of communication strategy according to Onong Uchjana Efendy. The results of this study indicate that BPTJ Public Relations in carrying out the communication strategy uses the method of conveying information with two-way communication. BPTJ Public Relations in conveying information divides into 3 ways through *below the line*, *above the line*, and *new media*. Communication activities that become a strategy and are implemented by BPTJ Public Relations such as green road campaigns, discussion of issues with transportation experts, *presbackground*, *press tours*, exhibitions and year-end press conferences. With the implementation of the communication strategy implemented by BPTJ, it managed to get an excellent predicate on the community satisfaction survey in 2022, this has increased from the previous year. This shows that BPTJ gets a positive image through communication activities that have been implemented by BPTJ Public Relations.

Keywords: Communication Strategy, Public Relations, Image

PENDAHULUAN

Keberadaan Public Relation (PR) dalam sebuah lembaga atau instansi dapat menjadi jembatan penghubung antara organisasi tersebut dengan para stakeholder. Pentingnya keberadaan PR ini tidak terlepas dari peran PR yang menjadi penunjang bagi tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh suatu manajemen dalam sebuah organisasi. Praktisi PR dituntut kemampuan untuk mengelola pemanfaatan sumber daya organisasi untuk penyelenggaraan komunikasi dua arah antara organisasi dan stakeholder. Oleh karena itu, diperlukan berbagai macam strategi komunikasi yang tepat demi tercapainya tujuan yang telah ditetapkan.

Fungsi dasar Public Relations dalam Pemerintah adalah membantu menjabarkan serta tercapainya tujuan program Pemerintah, meningkatkan sikap responsif pemerintah, serta memberi publik informasi yang cukup untuk dapat melakukan pengaturan diri sendiri (Lattimore 2010). Dibentuknya unit PR pada setiap instansi pemerintah menunjukkan bahwa kegiatan PR adalah kegiatan yang penting dan fungsional. Pentingnya kegiatan PR disebabkan karena merupakan unit kerja yang berfungsi sebagai mesin penyebar informasi tentang apa dan bagaimana aktivitas suatu instansi. Penyebaran informasi tersebut ditujukan kepada masyarakat seluruh pemangku kepentingan.

Maka dari itu dalam melakukan penelitian harus menggunakan teori yang bisa dijadikan konsep dasar dan dapat digunakan sebagai pendukung strategi komunikasi itu sendiri. Mengutip buku (Effendy 2009) pada pernyataan Lasswell bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan proses komunikasi dalam menjawab pertanyaan: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect* (siapa mengatakan apa melalui saluran apa kepada siapa dengan efek apa). Jawaban bagi pertanyaan paradigmatik Lasswell itu merupakan unsur-unsur proses komunikasi, yaitu Communicator (komunikator), Message (pesan), Media (media), Receiver (penerima/komunikan) dan Effect (efek). Dalam menjalankan strategi komunikasi dengan baik dan sesuai dengan tujuan organisasi, perlu adanya pendukung konsep dari strategi komunikasi itu sendiri diantaranya memilih khlayak, menyusun pesan, metode penyampaian informasi, dan media komunikasi (Effendy 2005).

Meninjau dari laman website BPTJ pada tanggal 5 mei 2021, BPTJ berhasil mendapat predikat baik dengan nilai rata-rata Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) 17.30 dan Indeks Persepsi Korupsi (IPAK) 13.08 dalam hasil survei kepuasan masyarakat elektronik triwulan II per 30 April 2021 yang diselenggarakan oleh Pusat Pengelolaan Transportasi Berkelanjutan (PPTB) Kementerian Perhubungan (BPTJ 2021b). Serta BPTJ juga melakukan survei mandiri pada tanggal 11 Oktober 2021, untuk memberikan masukan dan saran terhadap pelayanan informasi yang diberikan oleh BPTJ serta mencari tahu tingkat kepuasan terhadap pelayanan informasi dengan cara menshare link survei melalui paltform media sosial Twitter (BPTJ 2021a).

Dalam membentuk citra baik atau positif akan menjadi tantangan dan seni tersendiri bagi unit Humas dalam melakukan perencanaan yang matang terlebih lagi BPTJ merupakan sebuah instansi baru di bawah Kementerian Perhubungan, maka dibutuhkan strategi komunikasi yang disusun hendaknya dapat menggambarkan tentang aktivitas apa yang nantinya akan dikerjakan oleh unit Humas. Tujuannya adalah agar mampu membentuk citra BPTJ dikalangan pemangku kepentingan. Membentuk citra dengan ditandai adanya kualitas pelayanan tbaik sehingga memunculkan sikap “trust” masyarakat kepada institusi BPTJ.

Untuk mensikapi hal tersebut, perlu adanya pengembangan strategi komunikasi Humas yang komprehensif, yang melibatkan semua unsur yang ada baik melalui jalur konvensional atau melalui jalur khusus dengan pemanfaatan kemajuan teknologi. Dengan mengoptimalkan media komunikasi yang ada akan berdampak positif dalam membentuk citra BPTJ.

Tugas Humas BPTJ seperti yang tertuang dalam Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 110 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Pengelola Transportasi Jakarta,

Bogor, Depok, Tangerang, Dan Bekasi adalah menyiapkan bahan pelaksanaan kegiatan komunikasi dan informasi publik, edukasi, publikasi dan dokumentasi, serta pelayanan informasi dan dokumentasi.

BPTJ merupakan organisasi yang dekat sekali dengan bentuk pelayanan kepada masyarakat terutama di bidang transportasi tentunya dalam hal ini perencanaan komunikasi, humas menjadi perhatian khusus yang mana memiliki peran penting dalam memberikan pelayanan kepada semua pelaku yang menggunakan jasa transportasi. Dengan kata lain, meningkatnya pelayanan menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan terhadap masyarakat, karena apabila pelayanan yang diberikan buruk maka akan buruk juga citra organisasi tersebut.

Dalam melakukan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena peneliti bermaksud untuk menentukan memahami, menjelaskan dan memperoleh gambaran yang mendalam tentang upaya Humas BPTJ dalam membentuk citra positif. Sejalan dengan pendapat Sugiyono (2010;1) metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting), (Putra 2014).

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana strategi komunikasi Humas Badan Pengelola Transportasi Jabodetabek dalam membentuk citra positif. Karena perencanaan serta implementasi komunikasi yang efektif, efisien dan inovatif dapat membentuk tingkat kepuasan kepercayaan masyarakat terhadap instansi.

METODE

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis yang melihat sebuah realitas tidak dapat digeneralisasikan kepada semua orang sebagaimana yang biasa dilakukan oleh kalangan positivis atau post-positivis. Paradigma konstruktivis menekankan pada konstruksi mental yang didasarkan pada pengalaman sosial, hasil perpaduan interaksi antara peneliti dan subjek yang diteliti, bersifat lokal dan spesifik, serta tergantung pada pihak yang melakukannya.

KAJIAN TEORI

Penelitian tentang strategi komunikasi pernah dilakukan oleh, diantaranya Amri Dunan dan Bambang Mudjiyanto yang menulis jurnal berjudul *The Republic of Indonesia Government Public Relations Communication Strategy in The Era of The Industrial Revolution 4.0* di *Journal Of Southeast Asian Studies*, Juni 2020.

Dalam penelitiannya mereka menjadikan komunikasi internal dan eksternal sebagai dasar penelitian. Penelitian ini membahas era Revolusi Industri 4.0, Humas Pemerintah dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi canggih seperti: Artificial Intelligent (AI), Robotic, Drone dan Big Data Analytics, ini adalah sebuah tantangan bagi humas Pemerintah Republik Indonesia dalam meningkatkan informasi publik pelayanan menjadi lebih cepat dan tepat melalui media online. Artikel ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi komunikasi humas Kementerian Komunikasi dan Teknologi Informasi di era revolusi industri 4.0. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan Focus Group Discussion (FGD) sebagai metode pengumpulan datanya. Hasil data FGD dilakukan untuk menggambarkan kondisi yang ada dan kondisi yang diharapkan dari humas pemerintah di era revolusi industri 4.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia perlu dilengkapi dengan AI dan Big Data Analytics dalam mengimplementasikan komunikasi sistem secara otomatis. Ditemukan bahwa ada dua strategi komunikasi yang dapat digunakan oleh humas Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam era revolusi industri 4.0, yaitu otomatisasi konten dan cerita digitalpemberitaan. Selain

itu juga perlu didukung oleh tenaga ahli di bidangnya Hubungan Masyarakat, Analisis Data dan Pembelajaran Data. Kemampuan humas dilengkapi dengan keterampilan dalam teknologi canggih seperti AI dapat mendukung implementasi strategi komunikasi (Dunan and Mudjiyanto 2020).

Penelitian Anas Y. Alhadid dan Batool Ahmmad Qaddomi dalam jurnal *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, April 2016 yang berjudul "The Role of Public Relations on Company Image: Social Media as a Moderating Variable: A Case Study at the Applied Science Private University at Jordan" yang bertujuan untuk mengklarifikasi peran humas pada citra Perusahaan dalam penggunaan media sosial. Penelitian ini memiliki hasil yang menunjukkan bahwa ada dampak humas terhadap citra perusahaan, dan dampaknya Media Sosial sebagai variabel moderat antara humas dan citra perusahaan (Alhadid and Qaddomi 2016).

Penelitian Tānase Tasente pada tahun 2019 yang berjudul *Social Media Communication in the European Administration. Case study: European Commission* di jurnal *Acta Universitatis Danubius* menjadikan media sosial sebagai strategi komunikasi yang modern dan baru. Media Sosial menghasilkan struktur sosial baru dan yang paling penting memberdayakan "rakyat" untuk memanifestasikan diri mereka dan memaksakan agenda publik, dengan merugikan agenda yang dipaksakan oleh spektrum kelembagaan, politik dan media. Dengan demikian, Media Sosial memiliki membuka mekanisme inovatif baru di mana institusi menjadi pribadi, dan institusional komunikasi menjadi komunikasi antarpribadi (Tasente 2019).

Penelitian yang akan dilakukan peneliti berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu umumnya berfokus pada pemanfaatan teknologi dan media 115ocial sebagai strategi komunikasi. Sedangkan penelitian ini akan membahas strategi komunikasi serta implementasinya dalam pembentukan citra di Badan Pengelola Transportasi Jabodetabek.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian kualitatif lebih mementingkan proses dari pada hasil, karena adanya hubungan pada bagian-bagian yang sedang diteliti akan terlihat jelas apabila diamati langsung dari prosesnya. Dalam penelitian ini, objek yang diteliti adalah mengenai Strategi Komunikasi Humas Badan Pengelola Transportasi Jabodetabek Dalam Membentuk Citra positif. Penelitian ini menganalisis langkah-langkah yang akan dilakukan, strategi komunikasi yang digunakan, proses penerapan strategi komunikasi dalam membentuk citra yang positif.

Peneliti meneliti dengan melakukan wawancara dengan key informan yang terlibat langsung dalam penyusunan strategi komunikasi Humas BPTJ, yakni Ibu Norma Rudiyantri selaku Pejabat Fungsional Sub Koordinator Publikasi dan Pelayanan Informasi di bagian humas yang mendapat disposisi langsung dari Kepala Bagian Humas BPTJ yang pada saat itu berhalangan dikarenakan sedang melakukan dinas luar. Peneliti melakukan wawancara pada hari jumat, 14 Juli 2023 di Kantor Humas BPTJ.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan informan yang merupakan salah satu followers instagram BPTJ, yaitu Andarani Salsini peneliti melakukan wawancara ini untuk melihat bagaimana BPTJ dalam menyampaikan pesan kepada publik. Wawancara dilakukan pada hari selasa, 18 Juli 2023 melalui direct message pada media sosial instagram.

Peneliti memulai penelitian dengan melakukan observasi terdahulu dan mendapat temuan bahwa Humas BPTJ berhasil mendapat predikat baik dengan nilai rata-rata Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) 17.30 dan Indeks Persepsi Korupsi (IPAK) 13.08 dalam hasil survei kepuasan masyarakat elektronik triwulan II per 30 April 2021 yang diselenggarakan oleh Pusat Pengelolaan Transportasi Berkelanjutan (PPTB) Kementerian Perhubungan. Hal ini menunjukkan bahwa Humas BPTJ memiliki citra yang positif.

Analisis Situasi. Dalam menjalankan sebuah strategi untuk mencapai tujuan organisasi, tentunya harus dapat menganalisis situasi yang ada didalam organisasi tersebut agar tepat dalam membuat program-program kerja. Pada penelitian ini yang peneliti temukan bahwa Humas BPTJ sebelum menjalankan kegiatannya menganalisis terlebih dahulu situasinya, mereka menggunakan analisis SWOT.

Strategi Komunikasi Humas BPTJ. Strategi merujuk pada pendekatan komunikasi menyeluruh yang akan diambil dalam rangka menghadapi tantangan yang akan dihadapi selama berlangsungnya proses komunikasi. Maka dari itu, membangun citra yang positif membutuhkan strategi komunikasi dan upaya-upaya untuk mewujudkannya, pelayanan kepada masyarakat juga menjadi penilaian suatu instansi atau perusahaan memiliki citra yang baik juga tercapainya tujuan organisasi. Humas BPTJ dalam membuat strategi terdapat 3 tahapan yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap Perencanaan akan merumuskan dan merancang dasar pelaksanaan/urutan dari suatu kegiatan komunikasi. Kemudian pelaksanaannya dan jika sudah selesai dilaksanakan akan dilakukan evaluasi agar dapat mengukur hasil usaha yang telah dilakukan.

Penyusunan strategi komunikasi ini juga memiliki faktor internal dan eksternal, dari faktor internalnya sendiri adalah unit-unit kerja Badan Pengelola Transportasi Jabodetabek yang ikut menyusun strategi tersebut, hingga faktor eksternal seperti kerjasama dengan stakeholder, Pemerintah Kota/Kabupaten, hingga masyarakat. Faktor-faktor yang mempengaruhi strategi komunikasi juga bisa menjadi penentu keberhasilan strategi tersebut, karena jika strategi dibuat tanpa memperhitungkan faktor-faktor tersebut maka strategi itu tidak dapat diterapkan secara efektif. Selain dari pihak internal yang sudah pasti terlibat dalam penyusunan strategi maupun menjadi pengelola dan pelaksana strategi, kerjasama dengan pihak luar juga harus diperhatikan. Jika kerjasama dengan pihak eksternal tidak dibentuk dan dijaga dengan baik maka penerapan strategi pun sangat sulit dilakukan.

Dalam pelaksanaan strategi komunikasi yang baik dan matang, maka Humas BPTJ memperkuat materi-materi publikasi dengan membuat program kerja, monitoring dan evaluasi kegiatan secara berkala. Dengan adanya program kerja strategis di Badan Pengelola Transportasi Jabodetabek terutama pada unit kerja Direktorat, Humas BPTJ membuat program kerja yang mendukung strategi komunikasi. Untuk mengetahui berjalannya kegiatan-kegiatan ini maka ada evaluasi. Evaluasi pada kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh Humas BPTJ juga berfungsi untuk memonitor berjalannya kegiatan tersebut, sehingga dapat dilihat seberapa optimal kegiatan ini. Jika memang dirasa kurang optimal, maka dengan evaluasi ini dapat ditemukannya solusi untuk kekurangan tersebut dan dapat menjadi acuan dalam perencanaan kedepannya.

Dalam penyusunan strategi komunikasi yang efektif dan tepat sasaran dibutuhkan beberapa faktor pendukung untuk mengoptimalkan strategi tersebut agar tercapainya tujuan organisasi, antara lain ialah memilih khalayak, menyusun pesan, metode penyampaian informasi, dan media komunikasi. dapat dijabarkan sebagai berikut:

Memilih Khalayak: Khalayak yang dipilih untuk kegiatan komunikasi dalam mendukung strategi komunikasi Humas BPTJ ini adalah seluruh pihak internal BPTJ, Satuan Pelayanan di bawah BPTJ dan pihak eksternal terutama pada masyarakat luas.

Menyusun Pesan: Pesan yang disampaikan adalah cara dan upaya untuk membuat seluruh unit BPTJ dapat mengerti dan menjalankan fungsinya dengan baik, mulai dari cara mengelola informasi yang baik, menjawab pertanyaan-pertanyaan publik, hingga cara untuk update informasi di portal milik BPTJ. Semua itu diwadahi oleh Humas BPTJ.

Metode Penyampaian Informasi: Metode komunikasi dua arah dipilih oleh Humas BPTJ sebagai cara untuk menyampaikan pesan dan informasi kepada publik karena metode ini dapat menciptakan kedekatan kepada publik sehingga informasi yang ingin disampaikan akan lebih mudah dipahami secara sederhana dan jelas sehingga cocok digunakan pada khalayak yang beragam.

Humas BPTJ bukan hanya berfokus pada penyampaian informasi saja kepada publik, namun mereka juga menyiapkan wadah resmi pengaduan dan informasi yang berhubungan dengan program kerja, laporan kegiatan dan laporan penggunaan anggaran di BPTJ melalui platform contact center dan PPID.

Media Komunikasi: Humas BPTJ selain menggunakan media komunikasi cetak seperti poster, spanduk dan banner. Tentu saja untuk mendukung kecepatan dalam penyampaian informasi kepada publik mereka juga menggunakan media online secara rutin melalui portal website, platform video youtube dan akun media sosial seperti facebook, twitter, instagram bahkan yang paling terbaru ialah TikTok.

Humas BPTJ dalam membangun kedekatan yang lebih intim kepada publik juga membuat metode penyampaian informasi yang di buat menjadi tiga yaitu melalui below the line, above the line dan new media.

Implementasi Strategi Komunikasi Humas BPTJ, Pelaksanaan strategi komunikasi Humas BPTJ dijabarkan dalam bentuk program kerja. Program kerja yang disusun merupakan dasar utama bagi Humas BPTJ untuk menjalankan kegiatan komunikasi. Berdasarkan penelusuran data dokumen yang peneliti temukan berasal dari Kerangka Acuan Kerja Humas BPTJ yang ditetapkan pada Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran (DIPA) BPTJ tahun 2023. Adapun beberapa program kerja Humas BPTJ, sebagai berikut:

1. Pelayanan Informasi Publik dan Pengaduan Masyarakat;
2. Penyusunan Materi Publikasi (Non Pemberitaan);
3. Kegiatan Penyusunan Dokumentasi;
4. Penyelenggaraan Kegiatan Hubungan Media;
5. Pengelolaan Media Sosial dan Jejaring Komunikasi;
6. Analisis Berita dan Opini Publik;
7. Penyelenggaraan Kegiatan Pengelolaan Website BPTJ;
8. Penyelenggaraan Pelayanan Informasi Publik PPID BPTJ;
9. Gerakan Jalan Hijau.

Citra Badan Pengelola Transportasi Jabodetabek. Citra BPTJ dapat dikatakan positif, hal ini dapat dilihat dari media monitoring yang dilakukan Humas BPTJ dimana pemberitaan yang ada memiliki tone positif. Hal ini terpengaruh dari pelayanan pemberian informasi yang tidak tertutup sehingga apa yang didapat media dan publik jelas. Berdasarkan data yang peneliti temukan dilapangan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas BPTJ cukup efektif, sehingga membuat publik mengetahui akan adanya BPTJ dan juga program didalamnya.

Penyampaian informasi yang mudah dipahami tentunya dapat membuat citra yang positif. Berdasarkan data dalam penelitian ini peneliti menemukan bahwa masyarakat sudah memahami pesan yang disampaikan Humas BPTJ kepada publik, ini dapat dilihat seberapa ingat publik terhadap konten yang disajikan oleh Humas BPTJ pada akun instagramnya.

Berdasarkan data dalam penelitian ini peneliti menemukan bahwa penyampaian informasi yang berhasil dapat ditunjukkan bagaimana komunikasi memahami maksud pesan yang diberikan secara mudah, jelas dan puas akan informasi yang disampaikan, sehingga sang komunikasi bisa ikut menjadi media penyebaran informasi kepada komunikasi lainnya.

Citra yang positif juga tidak lepas dari membangun hubungan yang baik dengan media. Banyak upaya yang dilakukan oleh Humas BPTJ untuk membangun hubungan yang baik dengan media, salah satunya seperti melakukan media relations baik secara formal maupun informal. Memberikan informasi press release setiap ada kebijakan yang dilakukan oleh BPTJ.

Berdasarkan data penelitian yang peneliti temukan dalam menjalankan fungsi humas di BPTJ, tentu saja ada data statistik atau survei kepuasan masyarakat yang menunjukkan bahwa nilai tersebut dinyatakan baik, sehingga menjadi acuan dalam menentukan strategi komunikasi kedepannya. BPTJ berhasil mendapat predikat Sangat Baik dengan nilai rata-rata Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) 92,05 dan Indeks Persepsi Korupsi (IPAK) 95,23 dalam hasil survei kepuasan masyarakat elektronik triwulan II per 19 Mei 2022 yang diselenggarakan oleh Pusat Pengelolaan Transportasi Berkelanjutan (PPTB) Kementerian Perhubungan

Pembahasan. Hasil pembahasan sesuai dengan yang peneliti dapatkan bahwa akan dijelaskan mengenai tujuan diadakannya penelitian ini. Adapun tujuan tersebut yaitu mengetahui, menjelaskan dan mengimplemmentasikan strategi komunikasi Humas Badan Pengelola Transportasi Jabodetabek dalam Membentuk Citra Positif.

Sebelum memulai langkah-langkah dalam merencanakan kegiatan komunikasi Humas BPTJ juga menganalisis terlebih dahulu bagaimana situasi yang ada dilapangan, agar tetap sesuai dengan tujuan organisasi. Humas BPTJ menganalisis situasi dengan menggunakan analisis SWOT.

Strategi Komunikasi merupakan salah satu bagian yang penting dalam menyampaikan informasi kepada publik serta keberhasilan dalam menjalankan aktivitas komunikasi salah satunya digunakan untuk membangun citra yang positif dalam penelitian ini strategi komunikasi yang digunakan oleh Humas BPTJ terbagi menjadi 3 tahapan yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi.

Berdasarkan penelitian diatas peneliti dapat mengetahui strategi komunikasi yang digunakan oleh Humas BPTJ untuk membentuk citra positif adalah dengan kegiatan yang melibatkan stakeholder, media dan masyarakat secara langsung. Dalam penyampaian informasi kepada publik Humas BPTJ membuat program-program kerja sebagai sarana strategi komunikasi diantaranya ialah kampanye jalan hijau, diskusi isu dengan pakar transportasi, presbackground, press tour, pameran dan jumpa pers akhir tahun.

Walaupun sebuah unit Humas telah merencanakan strategi komunikasinya dengan matang, pasti ada saja dalam implementasi terdapat kekurangan sehingga berdampak pada dengan adanya respon yang negatif. Namun sebagai unit Humas di organisasi pemerintahan, Humas BPTJ tentunya melakukan evaluasi terkait respon yang negatif hingga pada akhirnya dapat merubah opini tersebut menjadi positif.

Dalam perencanaan setiap aktivitas komunikasi terdapat strategi, untuk merancang sebuah strategi dilihat dari faktor yang dapat menentukan keberhasilan strategi komunikasi yang pada penelitian ini ditemukan bahwa strategi komunikasinya merupakan kegiatan komunikasi, faktor dari strategi komunikasi antara lain: memilih khalayak, menyusun pesan, metode penyampaian komunikasi dan media komunikasi.

Implementasi merupakan dari perwujudan perencanaan kegiatan komunikasi yang sudah ditetapkan sebagai strategi komunikasi pada sebuah organisasi. Pada pembahasan ini dapat dikatakan telah sesuai pada strategi komunikasi yang akan digunakan dan diimplementasikan pada kegiatan komunikasinya.

Data yang peneliti dapatkan dalam penelitian ini adalah citra BPTJ dapat dikatakan positif, hal ini dapat dilihat dari media monitoring yang dilakukan Humas BPTJ dimana pemberitaan yang ada mayoritas positif, selain itu beberapa pers dari media juga mengatakan bahwa pemberitaan yang berkaitan dengan BPTJ mayoritas positif. Hal ini terpengaruh dari pelayanan pemberian informasi yang tidak tertutup sehingga apa yang didapat media dan publik

jelas.

Penyampaian informasi yang berhasil dapat ditunjukkan bagaimana komunikasi memahami maksud pesan yang diberikan secara mudah, jelas dan puas akan informasi yang disampaikan, sehingga sang komunikasi bisa ikut menjadi media penyebaran informasi kepada komunikasi lainnya.

Citra yang positif juga tidak lepas dari membangun hubungan yang baik dengan media. Banyak upaya yang dilakukan oleh Humas BPTJ untuk membangun hubungan yang baik dengan media, salah satunya seperti melakukan media relations baik secara formal maupun informal. Memberikan informasi seperti press release setiap ada event dan kebijakan yang dibuat BPTJ.

Berdasarkan penelitian yang peneliti temukan bahwa Badan Pengelola Transportasi Jabodetabek, melalui Humasnya dapat dikatakan telah membentuk citra yang positif dengan strategi komunikasi yang diterapkan secara terkonsep serta adanya evaluasi disetiap program kegiatan komunikasinya. Semua ini juga didukung dengan bukti adanya survei kepuasan masyarakat yang dilakukan oleh Pusat Pengelolaan Transportasi Berkelanjutan (PPTB) Kementerian Perhubungan, dimana survei kepuasan masyarakat ini mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya yaitu tahun 2021 BPTJ mendapatkan predikat BAIK dan tahun 2022 meningkat menjadi SANGAT BAIK.

PENUTUP

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh BPTJ direncanakan melalui tahapan yang disusun bersama pihak internal dan dilaksanakan dengan melakukan kerjasama dengan pihak eksternal, perencanaan melibatkan proses pemilihan khalayak, menyusun pesan, menentukan metode penyampaian informasi dan media komunikasi yang digunakan. Strategi Komunikasinya diterapkan berdasarkan prioritas program kerja pada masing-masing Direktorat di BPTJ, lalu diwadahi oleh Humas BPTJ sebagai pendukung program kerja komunikasi dalam penyampaian informasi kepada publik.

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas BPTJ diimplementasikan pada program kerja kegiatan komunikasi diantaranya: Pelayanan Informasi Publik dan Pengaduan Masyarakat, Penyusunan Materi Publikasi (Non Pemberitaan), Kegiatan Penyusunan Dokumentasi, Penyelenggaraan Kegiatan Hubungan Media, Pengelolaan Media Sosial dan Jejaring Komunikasi, Analisis Berita dan Opini Publik, Penyelenggaraan Kegiatan Pengelolaan Website BPTJ, Penyelenggaraan Pelayanan Informasi Publik PPID BPTJ dan Gerakan Jalan Hijau. Kegiatan ini merupakan agenda rutin serta memiliki pemantauan dan evaluasi. Strategi komunikasi yang digunakan Humas BPTJ dalam penyampaian pesan adalah dengan metode komunikasi dua arah.

Dengan adanya dukungan semua elemen dalam melaksanakan strategi komunikasi, BPTJ berhasil mendapatkan predikat sangat baik pada tahun 2023 pada survei kepuasan masyarakat ini mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya dan juga dari tanggapan masyarakat yang peneliti wawancara sudah memahami dengan jelas serta merasa cukup puas dengan penyampaian informasi yang disampaikan oleh Humas BPTJ. Citra yang terbentuk menjadi positif, dinilai dari pengelolaan media monitoring dengan pemberitaan yang positif, memiliki hubungan yang baik dengan media, dan penyampaian informasi yang mudah dipahami serta jelas kepada publik.

DAFTAR RUJUKAN

Alhadid, Anas Y., and Batool Ahmmad Qaddomi. 2016. "The Role of Public Relations on Company Image: Social Media as a Moderating Variable: A Case Study at the Applied

- Science Private University at Jordan.” *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 6(4):310–17. doi: 10.6007/ijarbss/v6-i4/2109.
- BPTJ, Humas. 2021a. “Hasil Polling Kepuasan Pemohon Informasi CC 151 & Medsos BPTJ.” Badan Pengelola Transportasi Jabodetabek. Retrieved October 13, 2021 (<http://bptj.dephub.go.id/hasil-polling-kepuasan-pemohon-informasi-bptj>).
- BPTJ, Humas. 2021b. “Hasil Survei Kepuasan Masyarakat BPTJ.” Badan Pengelola Transportasi Jabodetabek. Retrieved October 13, 2021 (<https://bptj.dephub.go.id/post/read/hasil-survei-kepuasan-masyarakat-tahun-2021>).
- Dunan, Amri, and Bambang Mudjiyanto. 2020. “The Republic of Indonesia Government Public Relations Communication Strategy in the Era of the Industrial Revolution 4.0.” *Journal of Southeast Asian Studies* 25(1):58–78. doi: 10.22452/jati.vol25no1.4.
- Effendy, Onong Uchjana. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *ILMU KOMUNIKASI Teori Dan Praktek*. 22nd ed. edited by T. Surjarman. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Lattimore. 2010. *Public Relation: Profesi Dan Praktek*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Putra, Ardylas Y. 2014. “Strategi Komunikasi BNN (Badan Narkotika Nasional) Kota Samarinda Dalam Mensosialisasikan Bahaya Narkoba.” *EJournal Ilmu Komunikasi* 2(2):78–88.
- Tasente, Tănase. 2019. “Social Media Communication in the European Administration. Case Study: European Commission.” *Acta Universitatis Danubius. Communicatio* 13(2):57–68.