

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS BADAN PUSAT STATISTIK DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT MELALUI KEGIATAN SENSUS EKONOMI DI KABUPATEN BANGKALAN MADURA

Muhammad Hafiddin¹, Fitri Norhabiba, S.I.Kom., M.I.Kom²,
Muchamad Rizqi, S.I.Kom., M.Med.Kom³

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus Surabaya

mohammadhafidin0706@gmail.com¹, fitrinorhabiba@untag-sby.ac.id²,
muchamadrizqi@untag-sby.ac.id³

Abstract

Economic growth in Indonesia has experienced instability from year to year. As in 2017, Indonesia had an economic decline, then experienced an increase again in the following year, namely 2018, followed by more severe instability in 2019 to 2020. Therefore, the government created several policies to improve the quality of the economy. One of the efforts made by the government is to establish an agency for Badan Pusat Statistik (BPS) with the aim of measuring the movement of the economy in Indonesia through the procurement of an economic census survey. This study aims to determine the role of Public Relations BPS Bangkalan Regency in carrying out the economic census in the community using descriptive qualitative analysis methods, supported by the theory of public relations models and public relations strategies. The results of this research are discovery of a number of facts that one of the Public Relations BPS Bangkalan efforts in carrying out the economic census is by conducting outreach forums with the community and showing their level of concern for community, in addition to that, the Public Relations BPS Bangkalan Regency also keeps secrets related to results of the economic census in order to improve corporate image and trust in eyes of the public.

Keywords: *public relations, economic census, company image.*

Abstrak

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia mengalami ketidakstabilan dari tahun ke tahun. Seperti pada 2017, Indonesia mengalami penurunan ekonomi, kemudian mengalami kenaikan lagi pada tahun berikutnya, yaitu 2018, disusul dengan ketidakstabilan yang makin parah pada 2019 hingga 2020. Oleh karenanya, pemerintah menciptakan beberapa kebijakan demi meningkatkan kualitas ekonomi. Salah satu upaya yang dilakukan oleh pemerintahan adalah membentuk instansi Badan Pusat Statistik (BPS) dengan tujuan untuk mengukur pergerakan perekonomian di Indonesia melalui cara pengadaan survey sensus ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran Humas BPS Kabupaten Bangkalan dalam melaksanakan sensus ekonomi di masyarakat dengan menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif, ditunjang dengan teori model *public relation* dan strategi humas. Hasil dari penelitian ini berupa ditemukannya sejumlah fakta bahwa salah satu upaya Humas BPS Bangkalan dalam melaksanakan sensus ekonomi adalah dengan cara melaksanakan forum sosialisasi dengan masyarakat serta menunjukkan tingkat kepeduliannya kepada masyarakat, selain itu Humas BPS Kabupaten Bangkalan juga menjaga rahasia terkait hasil sensus ekonomi tersebut demi meningkatkan citra perusahaan dan kepercayaan di mata masyarakat.

Kata kunci: hubungan masyarakat, sensus ekonomi, citra perusahaan.

Pendahuluan

Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangkalan Madura selaku pihak yang bertanggung

jawab penuh dalam pelaksanaan dasawarsa ini berkewajiban merangkul seluruh elemen baik pemerintah maupun swasta untuk ikut berpartisipasi dalam pelaksanaan Sensus Ekonomi. Sejak tahun 1945, perkembangan ekonomi menjadi sebuah masalah sosial dan ekonomi yang sangat penting dalam percaturan dunia. Ini bukanlah disebabkan karena adanya kemiskinan yang sangat luas di dunia, tetapi lebih disebabkan karena terjadinya perubahan sosial terhadap adanya kemiskinan itu.

Setelah dilakukan sensus ekonomi pada beberapa tahun sebelumnya, diperoleh dapat diketahui bahwa pada tahun 2017 pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) mengalami penurunan, pada tahun 2018 hanya sedikit mengalami peningkatan, namun pada tahun 2019-2020 pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) kembali mengalami penurunan drastis (Asia, 2021). Hal ini tentunya bergantung kepada sikap setiap masyarakat Indonesia untuk berperan aktif dalam memajukan ekonomi suatu negara.

Dengan adanya Sensus Ekonomi, para pelaku usaha akan mendapatkan informasi potret utuh terkait perekonomian bangsa. Para pengusaha baik besar, kecil, maupun menengah memiliki kewajiban untuk berpartisipasi dalam menyukseskan sensus ekonomi guna mewujudkan data ekonomi nasional yang akurat, terkini, dan terpercaya.

Dalam upaya peningkatan kehidupan ekonomi, individu, dan anggota masyarakat, tentunya tidak hanya bergantung pada peranan pasar melalui sektor swasta, peran pemerintah juga memiliki fungsi yang sangat penting karena pemerintah sebagai pelaku dan pengatur ekonomi. Untuk melaksanakan perannya tersebut, pemerintah menempuh dan mengeluarkan kebijakan-kebijakan tertentu. Kebijaksanaan paling pokok yang harus diputuskan oleh para pengampu kebijaksanaan adalah apakah harus diadakan suatu usaha pembangunan yang menyeluruh pada suatu “desakan-raksasa”, ataukah lebih memusatkan diri pada penaikan tingkat pertumbuhan dari beberapa sektor kunci pilihan.

Lembaga dalam menjalankan kegiatan tidak terlepas dari adanya komunikasi. Karena komunikasi dalam sebuah institusi memegang peran penting terhadap proses kelancaran penyampaian pesan dan pertukaran pesan atau informasi. Dalam rangka menjalankan peran sebagai sentra kemajuan lembaga, maka seorang humas harus mempunyai strategi yang kuat dalam menyampaikan komunikasi terhadap publik atau masyarakat. Karena luasnya cakupan kegiatan ekonomi dari seluruh wilayah dan berbagai kalangan strata sosial membuat komunikasi menjadi hal yang sangat berpengaruh sukses tidaknya penyelenggaraan Sensus Ekonomi. Persoalan lain yang dihadapi juga tidak jarang para petugas sensus mengalami hambatan diantaranya perusahaan merahasiakan data bahkan tidak bersedia untuk didata, minimnya informasi yang diterima perusahaan ataupun masyarakat tentang pelaksanaan Sensus Ekonomi. Masyarakat tidak mengetahui maksud, tujuan, dan manfaat dari kegiatan sensus itu sendiri. Maka dari itu sangat diperlukan sosialisasi oleh Humas Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangkalan Madura dalam pelaksanaan Sensus Ekonomi.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang memiliki maksud untuk memahami sebuah fenomena yang sedang dialami subjek penelitian, baik meliputi tindakan, perilaku, persepsi, motivasi, dan lain-lain. Dalam metodenya, penelitian kualitatif juga menggunakan proses pengolahan kata, pembongkaran ideologi, serta makna secara deskriptif berdasarkan gambaran dari perilaku subjek ataupun objek yang nantinya akan diteliti

Teknik pengumpulan data adalah sebuah langkah penting dalam penelitian, tujuan utama teknik pengumpulan data adalah untuk mendapatkan data. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, dokumentasi dan observasi.

Teknik analisis data adalah proses mendefinisikan data secara terperinci serta sebagai bentuk usaha secara formal dalam menemukan tema serta merumuskan ide (Moleong, 2017). Penulis akan melakukan Teknik analisis data berupa reduksi data. Data yang telah diperoleh dari lapangan tersebut kemudian nantinya akan ditulis dalam bentuk penulisan laporan secara

rinci dan akan direduksi dengan cara meringkas hal-hal yang penting yang berkaitan dengan topik penelitian(Sugiyono, 2011) .

Penulis menggunakan teknik keabsahan data berupa triangulasi teori. Melalui triangulasi teori nantinya penulis dapat membandingkan hasil penelitian dengan teori relevan demi mendapatkan hasil yang tidak bias individual. Melalui temuan tersebut, penulis juga akan menambahkan kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Dalam proses sensus ekonomi, Humas BPS Kabupaten Bangkalan menggunakan strategi Public Relation untuk menunjang perannya di masyarakat pada saat pelaksanaan sensus ekonomi. Mereka menggunakan strategi dari teori kehumasan yang nantinya akan diterapkan di lapangan demi mendapatkan hasil yang baik dan mampu menciptakan keberhasilan bagi instansi maupun masyarakat yang akan dijadikan sampel survey. Adapun beberapa di antara strategi tersebut adalah:

1. Strategi *Analyzing the Public*

Dilakukannya proses pemahaman karakteristik antar masyarakat Madura dan memahami bagaimana karakteristik antar instansi. Hal ini dilakukan agar proses komunikasi dan pesan yang tersampaikan dapat sesuai dan diterima, serta mampu menghasilkan sebuah tindakan yang tepat dalam meminimalisir penolakan.

2. *Analyzing the Situation*

Analyzing the Situation merupakan sebuah strategi dalam menganalisis situasi yang ada di lapangan. Analisis situasi ini dapat mengarah kepada hasil yang positif ataupun sebaliknya. Dengan mengetahui bahwa letak geografis setiap sampel survei yang berbeda tersebut, Humas BPS Kabupaten Bangkalan nantinya dapat dengan mudah mengklasifikasikan sampel agar ketika mereka melakukan proses pengambilan sampel di lapangan, para penyurvei dapat dengan mudah mengatasi kendala yang terjadi.

3. *Analyzing the Organization*

BPS Kota Bangkalan juga mengadakan sosialisasi pra-survei kepada masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat serta sensus ekonomi yang akan dilaksanakan. Dengan adanya sosialisasi ini, Humas BPS Kabupaten Bangkalan seolah ingin membentuk citra positif kepada masyarakat, bahwa mereka ingin membangun kedekatan dengan masyarakat berupa pengadaan sosialisasi, untuk menumbuhkan kemampuan berpikir serta menciptakan proses penerimaan masyarakat secara menyeluruh dan mendalam.

4. *Establishing Goals and Objectives*

BPS Kabupaten Bangkalan juga mengerahkan para penyurvei yang sebelumnya telah dilatih dan melewati masa *training* hingga pada akhirnya mereka akan ditugaskan untuk turun ke lapangan dan melakukan survei. Dengan adanya upaya tersebut, BPS Kabupaten Bangkalan seolah menciptakan persepsi tersendiri di kalangan masyarakat bahwa BPS Kabupaten Bangkalan memang benar-benar melakukan survey sensus ekonomi.

5. *Formulating Action and Response Strategies*

Humas BPS Kabupaten Bangkalan secara aktif menciptakan strategi yang dapat meningkatkan citra positif mereka di masyarakat. Seperti loyalitas penyurvei pada saat melakukan pendataan di medan tanjakan, serta loyalitas mereka dalam melakukan survei secara "*door to door*".

6. *Using Effective Communications*

Praktisi Humas BPS Kabupaten Bangkalan selalu menggunakan strategi komunikasi yang efektif, seperti mengadakan sosialisasi sebelum melakukan survei secara *door to door* di masyarakat yang dirasa masih minim literasi terkait dengan kegiatan sensus ekonomi yang akan dilakukan. Hal tersebut merupakan salah satu bentuk komunikasi yang efektif,

mengingat bahwa masyarakat masih belum sepenuhnya mengetahui terkait dengan apa itu survei sensus ekonomi.

7. Model *Public Relation: Two Way Symmetric*

Dalam upayanya untuk membangun citra instansi di mata masyarakat, BPS Kabupaten Bangkalan menggunakan model *public relation two way symmetric* sebagai organisasi yang mampu berkontribusi dalam mengubah perilaku audiens melalui program komunikasi yang telah dirancang. BPS Kabupaten Bangkalan menggunakan model ini untuk melakukan proses dialog penuh antara satu dengan yang lainnya secara bergantian, seperti pada saat melakukan kegiatan sosialisasi serta pendekatan terhadap instansi yang memiliki alur birokrasi yang rumit.

Penutup

Humas BPS Kabupaten Bangkalan melalui hasil wawancara yang telah dilakukan berusaha melakukan pendekatan kepada masyarakat dengan beberapa strategi yang sesuai dengan keadaan dan kondisi lingkungan yang ada. Mereka berusaha untuk mendekatkan diri dan meningkatkan citra positifnya pada masyarakat dengan cara mengadakan sosialisasi pra-survei dengan tujuan untuk meningkatkan edukasi dan literasi masyarakat setempat terkait dengan survei ataupun sensus ekonomi yang akan dilakukan. Humas BPS Kabupaten Bangkalan juga melakukan pendekatan secara halus kepada instansi yang menolak untuk dilakukan survei karena ditakutkan akan mengalami kebocoran data. Humas BPS Kabupaten Bangkalan dalam melaksanakan pekerjaannya sangat menjaga ketat terkait data yang mereka miliki.

Adapun beberapa saran yang dapat diimplementasikan baik dalam bidang akademik, instansi, maupun masyarakat dan diharapkan dapat berguna bagi seluruh pihak.

1. Bagi peneliti lain yang dirasa memiliki topik yang serupa, hendaknya dapat mengulik dan menggunakan metode analisis yang lain demi mendapatkan hasil yang maksimal, sehingga kedepannya penelitian ini dapat menjadi sebuah penelitian yang memiliki sudut pandang bervariasi.
2. Bagi instansi Humas BPS Kabupaten Bangkalan, hendaknya penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam mempertahankan eksistensi serta citra positif di masyarakat.
3. Humas BPS Kabupaten Bangkalan diharapkan dapat melakukan improvisasi upaya lain dalam meningkatkan citra dan ulasan positifnya di mata masyarakat.
4. Bagi khalayak, hendaknya dapat lebih bijak dan positif lagi dalam memahami sebuah kegiatan yang memiliki kepentingan pemerintahan, sehingga nantinya masyarakat mampu mendapatkan wawasan yang lebih berkembang dan dapat menciptakan kesadaran berpikir yang semakin maju.

Daftar Pustaka

- Asia, N. (2019). *BPS: Triwulan III-2019, Ekonomi Indonesia Tumbuh 5,02 Persen*. Niaga Asia. <https://www.niaga.asia/bps-triwulan-iii-2019-ekonomi-indonesia-tumbuh-502-persen/>
- Asia, N. (2021). *Triwulan II-2021 Ekonomi Indonesia Tumbuh 3,31 Persen*. Niaga Asia. <https://www.niaga.asia/triwulan-ii-2021-ekonomi-indonesia-tumbuh-331-persen/>
- Bangkalan, B. P. S. (n.d.). *Tentang BPS*. Retrieved April 20, 2022, from <https://bangkalkab.bps.go.id/menu/1/informasi-umum.html#masterMenuTab4>
- Gunawan, H. (2013). *Strategi Humas BKKBN Dalam Mensosialisasikan Program Keluarga Berencana di Provinsi Riau*.
- Hakim, A. (2018). *Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif (Studi di PT. Chairul Umum Adduli kota Jambi)*.

- Hamim. (2017). Strategi Komunikasi Public Relations Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur untuk Meningkatkan Citra di Mata Publik. *Jurnal Representamen*.
- Heriawan, R. (2008). *Peraturan Kepala Badan Pusat Statistik Nomor 7 Tahun 2008*.
- Herlina, S. (2015). Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah di Kota Malang. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 4, 493–500.
- Indonesia, P. R. (2004). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004*.
- Kriyantono, R. (2017). *Teori-Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik* (2nd ed.). Kencana Prenadamedia Group.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (36th ed.). PT. Remaja Rosdakarya.
- Mustafa, N. R. (2017). *Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Kantor Kesyahbandaran Utama Makassar*.
- Rochmani, D. (2021). *Implementasi Model Public Relations dalam Rebranding Perumahan Istana Candi Mas Regency menjadi Citra Cemerlang Residence*.
- Romadhan, M. I. (2019). Peran Public Relations dalam Membangun Citra di Atlantis Land Surabaya. *Jurnal Representamen*, 5.
- Santosa, B. F. (2021). *Strategi Digital Public Relation dalam Membangun Brand Awareness Melalui Media Sosial Vox Populi Coffee*.
- Smith, R. D. (2002). *Strategic Planning For Public Relations*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. CV.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.