

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

1.1 Gambaran umum objek penelitian

4.1.1 Sejarah Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP)

Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP) hadir ditandai dengan terbitnya Government Besluit Nomor 44 pada tanggal 31 Oktober 1936 yang menetapkan *Regering Accountantsdients* (Djawatan Akuntan Negara) yang bertugas untuk melakukan semua pekerjaan akuntan pemerintah atas semua departemen, jawatan, dan instansi di bawah kekuasaannya. Lalu dibentuk Direktorat Djendral Pengawasan Keuangan Negara (DDPKN) pada Departemen Keuangan sesuai dengan Keputusan Presiden Nomor 239 Tahun 1966, dibentuklah Tugas DDPKN (dikenal kemudian sebagai DJPKN) meliputi pengawasan anggaran dan pengawasan badan usaha/jawatan, yang semula menjadi tugas DAN dan Thesauri Jenderal. DJKPN bertugas untuk mengawasi seluruh pelaksanaan anggaran negara, anggaran daerah, dan badan usaha milik negara/daerah. Berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 70 Tahun 1971, khusus pada Departemen Keuangan, tugas Inspektorat Jendral dalam bidang pengawasan keuangan negara dilakukan oleh DJPKN.

Keputusan Presiden Nomor 31 Tahun 1983 tanggal 30 Mei 1983 mentransformasikan DJPKN menjadi BPKP, sebuah lembaga pemerintah non departemen (LPND) yang berada di bawah dan bertanggung jawab langsung kepada Presiden. Salah satu pertimbangan dikeluarkannya Keputusan Presiden Nomor 31 Tahun 1983 tentang BPKP adalah diperlukannya badan atau lembaga

pengawasan yang dapat melaksanakan fungsinya secara leluasa tanpa mengalami kemungkinan hambatan dari unit organisasi pemerintah yang menjadi objek pemeriksaannya. Keputusan Presiden Nomor 31 Tahun 1983 tersebut menunjukkan bahwa Pemerintah telah meletakkan struktur organisasi BPKP sesuai dengan proporsinya dalam konstelasi lembaga-lembaga Pemerintah yang ada. BPKP dengan kedudukannya yang terlepas dari semua departemen atau lembaga sudah barang tentu dapat melaksanakan fungsinya secara lebih baik dan objektif.

Pada tahun 2001, dikeluarkan Keputusan Presiden Nomor 103 tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi, Kewenangan, Susunan Organisasi, dan Tata Kerja Lembaga Pemerintah Non Departemen sebagaimana telah beberapa kali diubah, terakhir dengan Peraturan Presiden Nomor 64 tahun 2005. Dalam Pasal 52 disebutkan, BPKP mempunyai tugas melaksanakan tugas pemerintahan di bidang pengawasan keuangan dan pembangunan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pendekatan yang dilakukan BPKP diarahkan lebih bersifat preventif atau pembinaan dan tidak sepenuhnya audit atau represif. Kegiatan sosialisasi, asistensi atau pendampingan, dan evaluasi merupakan kegiatan yang mulai digeluti BPKP. Sedangkan audit investigatif dilakukan dalam membantu aparat penegak hukum untuk menghitung kerugian keuangan negara.

Pada masa reformasi, BPKP banyak mengadakan *Memorandum of Understanding* (MoU) atau Nota Kesepahaman dengan pemda dan departemen/lembaga sebagai mitra kerja BPKP. MoU tersebut pada umumnya

membantu mitra kerja untuk meningkatkan kinerjanya dalam rangka mencapai *good governance*. Sesuai arahan Presiden RI tanggal 11 Desember 2006, BPKP melakukan reposisi dan revitalisasi fungsi yang kedua kalinya. Reposisi dan revitalisasi BPKP diikuti dengan penajaman visi, misi, dan strategi. Visi BPKP yang baru adalah "Auditor Intern Pemerintah yang Proaktif dan Terpercaya dalam Mentransformasikan Manajemen Pemerintahan Menuju Pemerintahan yang Baik dan Bersih".

Pada akhir 2014, sekaligus awal pemerintahan Jokowi, peran BPKP ditegaskan lagi melalui Peraturan Presiden Nomor 192 Tahun 2014 tentang Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan. BPKP berada di bawah dan bertanggung jawab langsung kepada Presiden dengan tugas menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang pengawasan keuangan negara/ daerah dan pembangunan nasional. Selain itu Presiden juga mengeluarkan Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2014 tentang Peningkatan Kualitas Sistem Pengendalian Intern dan Keandalan Penyelenggaraan Fungsi Pengawasan Intern dalam Rangka Mewujudkan Kesejahteraan Rakyat dengan menugaskan Kepala Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP) untuk melakukan pengawasan dalam rangka meningkatkan penerimaan negara/daerah serta efisiensi dan efektivitas anggaran pengeluaran negara/daerah. BPKP dalam melaksanakan tugasnya tidak melakukan pelayanan publik secara langsung karena BPKP merupakan instansi pemerintah yang bergerak di bidang pengawasan keuangan untuk mendukung berjalannya pemerintahan.

4.1.2 Visi dan Misi Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP)

Visi Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP)

“Menjadi Auditor Internal Pemerintah Berkelas Dunia dan *Trusted Advisor* Pemerintah untuk Meningkatkan *Good Governance* Sektor Publik dalam rangka Mewujudkan Visi Misi Presiden dan Wakil Presiden Indonesia Maju yang Berdaulat, Mandiri, dan Berkepribadian Berlandaskan Gotong Royong.”

Misi Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP)

- a. Melaksanakan Pengawasan Intern terhadap Akuntabilitas Pengelolaan Keuangan dan Pembangunan Nasional; dan
- b. Membangun Sumber Daya Pengawasan yang Berkualitas.

4.1.3 Tugas dan fungsi Bagian Komunikasi dan Informasi BPKP

Bagian Komunikasi dan Informasi mengemban tugas untuk melaksanakan penyiapan kegiatan pembinaan, pelayanan, dan pengoordinasian, serta pengendalian komunikasi dan informasi internal dan eksternal.

Tugas-tugas humas BPKP tidak dapat dipisahkan dari berbagai Peraturan Pemerintah dan Undang-Undang. Tugas humas BPKP terikat oleh beberapa regulasi yaitu:

1. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik
2. PERKI Nomor 1 Tahun 2021 tentang Standar Pelayanan Informasi Publik

3. Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 61 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik
4. Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 2008 tentang Sistem Pengendalian Intern Pemerintah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 127)
5. Peraturan Presiden Nomor 192 Tahun 2014 tentang Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 400) sebagaimana telah diubah oleh Peraturan Presiden Nomor 20 Tahun 2023 tentang Perubahan atas Peraturan Presiden Nomor 192 Tahun 2014 tentang Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 35)
6. Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik
7. Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 30 Tahun 2011 tentang Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi Pemerintah
8. Peraturan Kepala Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan Nomor PER-1513/K/SU/2012 tentang Pedoman Pengelolaan Kehumasan Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan
9. Peraturan Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan Nomor 9 Tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 1422)

sebagaimana telah diubah oleh Peraturan Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan Nomor 3 Tahun 2023 tentang Perubahan atas Peraturan Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan Nomor 9 Tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 450)

10. Keputusan Kepala Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan Nomor KEP-310/K/SU/2021 tentang Satuan Tugas Pengelolaan Reputasi Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan

11. Surat Edaran Kepala Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan Nomor HK.01.00/SE-4/K/SU/2023 tentang Strategi Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan

Bagian Komunikasi dan Informasi memiliki fungsi sebagai berikut :

1. Penyiapan bahan pembinaan, pelayanan, dan pengoordinasian, serta pengendalian komunikasi internal, publik dan antarlembaga
2. Penyiapan bahan pembinaan, pelayanan, dan pengoordinasian, serta pengendalian informasi publik internal dan eksternal.

Bagian Komunikasi dan Informasi BPKP memiliki dua subbagian, yaitu Subbagian Komunikasi Publik dan Subbagian Informasi Publik. Tugas dari kedua subbagian tersebut adalah:

1. Subbagian Komunikasi Publik, bertugas untuk menyiapkan bahan pembinaan, pelayanan, dan pengoordinasian, serta pengendalian

komunikasi internal, publik, dan antarlembaga. Subbagian ini bertugas untuk menemukan cara yang tepat untuk menyampaikan informasi.

Pelayanan yang diberikan oleh Bagian Komunikasi dan Informasi ialah:

- a. Layanan hubungan antar lembaga:
 1. Masyarakat
 2. Media massa
 3. Universitas
 4. *Stakeholders*
 - i. Dewan Perwakilan Rakyat
 - ii. Dewan Perwakilan Daerah
 - iii. Kementrian/Lembaga/Institusi
 - b. Layanan rilis pers/siaran pers
 - c. Layanan liputan dan dokumentasi
 - d. Layanan media sosial
 - e. Layanan pengaduan masyarakat
 - f. Layanan pengelolaan *website* BPKP Pusat
 - g. Layanan Pengelolaan Media Visual di kantor BPKP Pusat
 - h. Layanan pembuatan produk visual.
2. Subbagian Informasi Publik, bertugas untuk menyiapkan bahan pembinaan, pelayanan, dan pengoordinasian, serta pengendalian informasi publik internal dan eksternal. Subbagian ini memproduksi, mengolah, dan menganalisis pesan sehingga pesan tersebut dapat sampai ke publik sebagai informasi publik.

Tugas dan *output* dari Subbagian Informasi Publik secara rinci adalah

- a. *Monitoring* isu
- b. Majalah Warta Pengawasan
- c. Capaian Kinerja Pengelolaan Proteksi dan *Branding*
- d. Agen Risiko Biro Hukum dan Komunikasi
- e. Pengukuran Indeks Reputasi Organisasi
- f. Layanan Informasi PPID BPKP
- g. Layanan Penelitian.

4.1.4 Identitas Informan

Berdasarkan data yang didapat dari hasil penelitian, penulis mendapat data dari 5 (lima) informan. Penulis pada awalnya mencari informan melalui staf humas BPKP pusat, yang menyambungkan penulis dengan informan-informan yang telah penulis tentukan melalui *purposive sampling*. Kemudian penulis melakukan wawancara atas waktu yang telah disepakati antara penulis dan informan.

Informan yang dipilih merupakan informan yang memiliki kesediaan untuk diwawancarai, mengetahui, serta memahami strategi yang dilakukan oleh humas BPKP untuk mempertahankan predikat sebagai Badan Publik Informatif tahun 2020-2023. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 17-23 Juli 2024.

1. Nama : Riyanti Ridzki Dewi
- Jenis Kelamin : Perempuan
- Jabatan : Koordinator Bagian Komunikasi dan Informasi

- Tanggal Wawancara : 17 Juli 2024
2. Nama : Ristiandi Wijanarko
- Jenis Kelamin : Laki-laki
- Jabatan : Subkoordinator Komunikasi Publik
- Tanggal Wawancara : 17 Juli 2024
3. Nama : Yulia Pramita Rachman
- Jenis Kelamin : Perempuan
- Jabatan : Subkoordinator Informasi Publik
- Tanggal Wawancara : 23 Juli 2024
4. Nama : Ayu Isni Arum
- Jenis Kelamin : Perempuan
- Jabatan : Auditor Ahli Muda di Biro Hukum dan
Komunikasi
- Tanggal Wawancara : 17 Juli 2024
5. Nama : Amalia Septianti
- Jenis Kelamin : Perempuan
- Jabatan : Pranata Komputer Terampil di Biro Hukum dan
Komunikasi
- Tanggal Wawancara : 18 Juli 2024

4.2 Hasil dan Pembahasan

Menurut hasil dari penelitian yang dilakukan dari wawancara, ditemukan bahwa strategi humas Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP)

dalam mempertahankan penghargaan Badan Publik Informatif yang diberikan oleh Anugrah Humas Indonesia (AHI) sejak tahun 2020 hingga tahun 2023.

Pada sub bab hasil dan pembahasan, penulis mengelompokkan dan menganalisis hasil wawancara yang telah penulis lakukan. Data hasil penelitian ini diperoleh dari informan yang dianggap memiliki pengetahuan yang luas tentang pengelolaan komunikasi dan informasi publik sehingga mampu memberikan informasi yang relevan dan sebenarnya di lapangan. Pengelompokkan ini terbagi ke dalam empat kategori dalam teori Cutlip & Center yaitu *fact finding*, *planning and organizing*, *action and communicating*, dan *evaluating* (Amalia & Rahmawati, 2022).

Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan sebagai badan publik mengelola komunikasi dan informasi publik dan terus berupaya untuk meningkatkan layanan informasi publik serta mempertahankan predikat sebagai badan publik informatif berdasarkan hasil penelitian Strategi Humas Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP) dalam Mempertahankan Penghargaan Badan Publik Informatif Tahun 2020-2023.

4.2.1 Fact finding

Fact finding yang dilakukan oleh humas untuk mengetahui situasi dan pendapat yang ada di masyarakat terhadap suatu langkah yang akan diambil. Humas menganalisis situasi mulai dari opini publik dan sikap masyarakat terhadap instansi dan publisitas yang ada di media. *Fact finding* adalah tahapan yang dilakukan oleh humas untuk mengumpulkan fakta yang kemudian digunakan sebagai data untuk melakukan komunikasi (Priliagita *et. al.*, 2021).

Sebelum melakukan perencanaan program, humas BPKP melakukan tahapan *fact finding* untuk dijadikan pijakan dalam membuat program pengelolaan komunikasi dan informasi publik.

4.2.1.1 Mendapatkan Data dari Hasil Survei dan *Media Monitoring*

Pada tahapan *fact finding*, humas BPKP mendapatkan data dari hasil evaluasi di tahun sebelumnya. Data-data yang didapatkan dari evaluasi dijadikan pertimbangan dalam perencanaan program pengelolaan komunikasi dan informasi publik di tahun anggaran yang sedang berlangsung. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Ibu Riyanti Ridzki Dewi sebagai Koordinator Bagian Komunikasi dan Informasi (informan 1),

“...hasil survei di tahun sebelumnya itu kita jadikan pijakan dalam menyusun perencanaan...”

Pada survei sebelumnya, humas BPKP hanya mengujikan 4 (empat) variabel utama yaitu kinerja, kualitas, daya tarik, dan tanggung jawab. Kini, survei humas BPKP memuat variabel lainnya yaitu loyalitas, ketahanan, dan simpati. Variabel ini diujikan untuk mempelajari definisi reputasi organisasi dari berbagai sumber referensi yang kemudian dijadikan dasar pendefinisian reputasi BPKP. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 1,

“...kita melakukan survei. Tahun lalu, survei itu dilakukan pada stakeholders. Itu ada pertanyaannya, menyangkut pada 7 variabel. Jadi variabel utamanya itu adalah kinerja, kualitas, daya tarik, dan tanggung jawab, ditambah dengan loyalitas, ketahanan, dan simpati ya.”

Informan 3 menyatakan bahwa hasil survei kemudian digunakan sebagai pertimbangan untuk menyusun program kehumasan di tahun anggaran berikutnya dengan tujuan untuk meningkatkan variabel yang bernilai rendah,

mempertahankan variabel yang bernilai tinggi, serta meminimalkan resiko yang berpengaruh pada reputasi BPKP. Hasil survei juga memuat data *stakeholders* mana yang paling beresiko dan variabel mana yang perlu diperbaiki untuk ditetapkan target di tahun anggaran selanjutnya. Berikut pernyataan informan 3,

“Jadi, bahan evaluasi kita di tahun 2023 itu yang kita gunakan sebagai dasar atau pijakan untuk menyusun perencanaan kita di tahun berikutnya.”

Survei merupakan metode pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden individu untuk mewakili sebuah populasi (Maidiana, 2021). Hasil dari pelaksanaan survei merupakan potret kondisi terkini untuk menjadi bahan evaluasi serta pengembangan program komunikasi publik pemerintah kedepannya dan menunjukkan perkembangan pada interval tertentu sehingga terlihat perbandingan naik atau turunnya (Kurniati *et. al.*, 2020). Data-data hasil evaluasi berupa skor atau nilai untuk dapat dianalisis oleh humas BPKP lebih lanjut sebagai pertimbangan untuk merancang program di tahun berikutnya untuk memaksimalkan variabel dengan nilai yang perlu ditingkatkan.

Berdasarkan hasil pengujian, humas BPKP menemukan hasil bahwa *stakeholders* BPKP akan yakin, loyal, dan partisipatif kepada BPKP jika *stakeholders* menilai bahwa utamanya BPKP berkinerja dengan baik. BPKP juga harus menunjukkan tanggung jawab dan kualitasnya, serta memastikan BPKP mampu mempresentasikan daya tariknya. Hasil survei yang dilakukan oleh humas BPKP dapat mengukur sehingga humas BPKP dapat menyusun kebijakan turunan yang berkaitan dengan pengelolaan reputasi yang

berpedoman pada 4 (empat) variabel konstruksi reputasi yaitu kinerja, kualitas, daya tarik, dan tanggung jawab.

4.2.2.2 Mengambil Hasil *Monitoring* Isu di Berbagai Media

Humas BPKP melakukan *monitoring* isu di pemberitaan televisi, pemberitaan media cetak, pemberitaan media *online*, dan percakapan linimasa media sosial mengenai isu pengawasan dan pemberitaan yang memuat nama BPKP. Laporan media monitoring dari tahun sebelumnya memuat isu-isu pengawasan dan hal-hal yang berkaitan dengan BPKP, serta *keyword* lainnya yang sudah ditentukan. Laporan ini berisi laporan lengkap mengenai pemberitaan baik di media cetak, media *online*, dan media sosial beserta dengan *tone* positif maupun negatif dari pemberitaan tersebut. Berikut penuturan informan 3,

“...ada pemberitaan ini, baik itu media cetak, media online, media sosial, biasanya itu udah ada beritanya apa yang terkait BPKP, sampai ke-tone-nya apakah dia positif, negatif, netral, kemudian sentimen masyarakat atas berita itu pun juga mereka bisa ukur...”

Monitoring menyediakan data dasar untuk menjawab permasalahan yang timbul (Kurniati *et. al.*, 2020). *Monitoring* isu merupakan langkah awal untuk menilik dinamika apa yang berpotensi mengganggu kelancaran instansi kedepannya (Rachmawati, 2023). Penting bagi suatu instansi untuk melihat serta melacak isu atau informasi yang berkaitan dengan instansi dari berbagai media (Simamora, 2024). *Media monitoring* memantau beragam percakapan linimasa maupun rencana isu sebelum isu tersebut menyebar luas. Laporan *monitoring* isu yang berkembang di media massa dan masyarakat memudahkan humas BPKP untuk mengumpulkan data mengenai isu, menganalisis timbulnya suatu

isu, melihat bagaimana perkembangannya di media cetak, media *online*, media sosial, dan televisi, serta mengelola isu-isu tersebut.

4.2.1.3 Melakukan Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal

Humas BPKP melakukan ALI (Analisis Lingkungan Internal) dan ALE (Analisis Lingkungan Eksternal). Analisis lingkungan internal diperlukan dalam tahap perencanaan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal instansi yang berdampak pada performa dan program yang dirancang seperti struktur organisasi, iklim kerja, sumber daya manusia, sarana dan prasarana, sedangkan analisis lingkungan eksternal dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal instansi seperti kebijakan pemerintah atau tren yang sedang berlangsung di masyarakat. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 1,

“Kemudian kita lakukan analisis ALI, ALE. Dari analisis ini kita bisa lihat faktor-faktor yang menjadi keunggulan dan kelemahan kita untuk merencanakan program.”

Analisis Lingkungan Eksternal (ALE) merupakan analisis yang dilakukan oleh instansi untuk mengedepankan peran lingkungan eksternal instansi yang mampu mempengaruhi instansi dari lingkungan eksternal (Fiqia & Chotimah, 2023). Analisis Lingkungan Internal instansi merupakan analisis yang dilakukan untuk memetakan kekuatan dan kelemahan yang ada di lingkungan internal instansi (Putra & Pratama, 2022). Humas BPKP melakukan analisis lingkungan eksternal dan internal untuk dapat memetakan dengan jelas faktor-faktor yang dapat menjadi kekuatan juga kelemahan instansi sehingga humas BPKP dapat merancang program pengelolaan komunikasi dan informasi publik yang efektif.

4.2.2 *Planning and programming*

Setelah melakukan tahapan *fact finding* dan mendapatkan data-data yang dijadikan sebagai pijakan dalam merencanakan program kehumasan, humas BPKP melakukan tahapan *planning and programing*. Tahapan *planning and programming* membahas rancangan atau rencana strategi melalui data-data yang diperoleh dalam tahapan *fact finding*. Pada tahapan *planning and programming*, humas menyusun masalah berdasarkan tujuan yang ingin dicapai oleh instansi, merumuskan keadaan instansi saat ini, mengidentifikasi hambatan, dan membuat serangkaian perencanaan kegiatan untuk mencapai tujuan (Kartikasari & Dianti, 2021). Melalui definisi tersebut, humas BPKP melakukan *planning and programming*. Melalui wawancara, diperoleh hasil berikut.

4.2.2.1 Merancang Program “BPKP SPIK”

Program kehumasan BPKP dirancang sesuai dengan tugas pokok dan fungsi dari Bagian Komunikasi dan Informasi BPKP yaitu melaksanakan penyiapan kegiatan pembinaan, pelayanan, dan pengoordinasian, serta pengendalian komunikasi dan informasi internal dan eksternal. Karena tahapan ini membutuhkan koordinasi dengan berbagai pihak termasuk dengan pimpinan yang berkaitan dengan persetujuan program, maka program ini dirancang di awal tahun. Program kehumasan BPKP dinamakan “BPKP SPIK”, SPIK sendiri merupakan singkatan dari Strategi Pengelolaan Informasi dan Komunikasi. BPKP SPIK berisikan kegiatan-kegiatan kehumasan yang akan dilakukan oleh humas BPKP yang berkaitan dengan pengelolaan informasi dan komunikasi publik selama tahun anggaran berlangsung, program ini mencakup kegiatan-

kegiatan dari awal tahun sampai akhir tahun anggaran. Kegiatan-kegiatan yang dimuat dalam BPKP SPIK merupakan kegiatan yang mempublikasikan Agenda Prioritas Pengawasan yang tidak hanya dilakukan oleh humas BPKP pusat saja tetapi juga seluruh unit perwakilan di tiap provinsi. Hal ini sesuai dengan penjelasan informan 1,

“BPKP SPIK itu ibaratnya seperti bagaimana BPKP bicara kepada publik. BPKP SPIK itu enaknya eye-catching-nya ya. Tapi SPIK itu singkatan dari Strategi Pengelolaan Informasi dan Komunikasi, BPKP SPIK.”

Sementara itu informan 3 menambahkan bahwa strategi humas yang dirancang tidak hanya untuk humas di kantor pusat saja tetapi juga untuk seluruh unit perwakilan. Strategi yang dirancang harus dilakukan oleh seluruh humas yang termasuk ke dalam bagian instansi BPKP. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 3,

“...strategi bukan cuma buat kita, tapi juga untuk seluruh unit perwakilan.”

Perancangan strategi pengelolaan komunikasi dan informasi publik dilakukan untuk menentukan apa saja yang perlu dilakukan untuk mencapai tujuan agar kebutuhan masyarakat untuk memperoleh informasi mengenai kebijakan serta program pemerintah dapat disampaikan dengan baik (Priyatna *et. al.*, 2020). Untuk mencapai tujuan instansi, instansi harus mampu mengoptimalkan sumber daya manusia dan teknologi melalui strategi komunikasi untuk dapat meningkatkan efektivitas komunikasi (Sahputra, 2020). Humas BPKP merancang program pengelolaan komunikasi dan informasi publik untuk dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada dan mendefinisikan tujuan dari dirancangnya program tersebut sehingga tercipta komunikasi yang efektif.

4.2.2.2 Merencanakan Pengelolaan Komunikasi Dan Informasi Publik

Program BPKP SPIK merupakan rencana kegiatan humas BPKP untuk mempublikasikan Agenda Prioritas Pengawasan selama satu tahun. BPKP SPIK mencakup beberapa kegiatan kehumasan. Kegiatan kehumasan dalam BPKP SPIK merupakan kegiatan yang berhubungan dengan pengelolaan komunikasi dan informasi publik. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 1,

“BPKP adalah produk pengawasan, nah produk pengawasan, itu ada lah, tiap tahun dibalut di agenda, namanya agenda prioritas pengawasan, nah itulah yang kita jual, itu lah yang kita komunikasikan selama setahun itu. Jadi BPKP SPIK itu, jadi rencana kegiatan kita untuk mempublikasikan agenda prioritas pengawasan.”

Kegiatan-kegiatan komunikasi publik yang dirancang dalam program BPKP SPIK ialah pengelolaan sosial media, pengelolaan PPID, *press release*, Rapat Dengar Pendapat, studi banding, *media gathering*, penyelenggaraan *event* webinar yang berkaitan dengan keterbukaan informasi publik, menghadiri pameran yang diselenggarakan oleh kementerian/lembaga lain, dan menyelenggarakan pameran (*expo*). Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 1,

“...itu terkait dengan RDP hubungan antar lembaga, di situ ya RDP, RDP itu Rapat Dengar Pendapat, dengan DPD gitu ya. Itu kaitannya dengan hubungan antar lembaga. Kemudian tatap muka juga studi banding atau company visit, yang tadi diomongin dari Mas Wid itu, adalah seperti kunjungan mahasiswa ya, nanti ya, BSI ya. Kemudian kita juga di dalamnya merencanakan pameran produk unggulan BPKP nah itu, pameran itu yang akan kita lakukan adalah EXPO WASIN untuk APIP, kemudian yang STAN ya, STAN itu apa namanya? Ada STAN Expo ya. Kemudian ada satu lagi, kita sering terlibat di Accordia itu ada Accordia Integrity Expo di situ ya.”

Komunikasi publik merupakan proses penyampaian pesan yang dilakukan di depan khayalak internal maupun eksternal dari sebuah perusahaan, lembaga, tau organisasi, dalam pelaksanaannya komunikasi publik dapat dilakukan secara

tatap muka atau melalui media tertentu (Silviani, 2020). Dalam rancangan program pengelolaan komunikasi publik, humas BPKP merancang komunikasi secara tatap muka yaitu Rapat Dengar Pendapat, studi banding, *media gathering*, penyelenggaraan *event* webinar yang berkaitan dengan keterbukaan informasi publik, menghadiri pameran yang diselenggarakan oleh kementerian/lembaga lain, dan menyelenggarakan pameran (expo), dan melalui media yaitu pengelolaan media sosial dan pengelolaan *website* PPID.

4.2.2.3 Memetakan ekspektasi publik

Dalam tahapan perencanaan, humas BPKP memetakan ekspektasi publik. Humas BPKP menemukan dua ekspektasi program kehumasan BPKP yaitu ekspektasi publik dan ekspektasi presiden. Ekspektasi presiden mengarah kepada kebijakan-kebijakan presiden yang berkaitan dengan Agenda Prioritas Pemerintahan dan tugas serta fungsi sesuai dengan amanat dari presiden, sedangkan ekspektasi masyarakat mengarah kepada pertanggungjawaban BPKP sebagai badan publik untuk memenuhi hak-hak masyarakat. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 1,

“Jadi sebenarnya gini, waktu bikin perencanaan itu kita.. siapa sih ekspektasinya? Ekspektasi kan ekspektasinya presiden sama ekspektasi masyarakat.”

Pada tahapan perencanaan, humas BPKP menentukan ekspektasi publik dan ekspektasi presiden. Instansi pemerintah berkewajiban mendukung Rencana Kerja Pemerintah (Rudiadi *et. al.*, 2021). Humas BPKP merumuskan ekspektasi presiden sehingga mampu menyokong pemerintahan merealisasikan Rencana Kerja Pemerintah. Humas pemerintah berfungsi untuk memperantarai

kepentingan antara lembaga dan publiknya dengan menampung aspirasi serta memperhatikan ekspektasi publik (Prastowo, 2020).

Perencanaan program ini diharapkan bisa menyatukan ekspektasi presiden dalam Undang-Undang dan ekspektasi publik. Untuk mencapai kepuasan masyarakat tentunya ekspektasi publik perlu diketahui agar humas BPKP mampu menyesuaikan atau bahkan melampaui ekspektasi publik agar mampu menjaga kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan hal yang penting demi keberlangsungan suatu instansi pemerintah (Siregar & Putri, 2020).

4.2.2.4 Melakukan *Stakeholders Mapping*

Pada tahapan ini humas BPKP menentukan sasaran dari program yang dibuat, kemudian menentukan pesan yang cocok dengan sasaran program dan kanal yang tepat agar pesan dapat tersampaikan. Sasaran program ini dirancang dalam *stakeholders mapping*. Menurut penjelasan informan 1, *stakeholders* BPKP dinamakan “masyarakat reputasi”. Berikut pernyataan informan 1,

“Kemudian kita mapping nih stakeholders-nya. Mapping itu kita bagiin menjadi 3, ada key player, keep satisfied, and keep informed. Jadi kita membahasakan itu masyarakat reputasi.”

Berdasarkan hasil wawancara, *stakeholders* BPKP yang disebut dengan masyarakat reputasi, dibagi menjadi 3 kategori yaitu *key player*, *keep satisfied*, dan *keep informed*. *Key player* merupakan *stakeholders* utama dari BPKP yaitu mitra kerja BPKP. Kemudian *keep satisfied* yaitu pihak yang harus diberikan informasi. Lalu, *keep informed* yaitu pihak-pihak yang harus diberikan informasi secara terus-menerus, pihak-pihak ini ialah masyarakat umum. Hal ini dijabarkan oleh informan 1,

“...BPKP itu kan sebenarnya berhubungan dengan mitra kerja, itu kita namakan di kita namanya key player. Ini stakeholder mapping ya. Kemudian ada yang kita keep satisfied, pasti paham lah orang komunikasi, kita aja auditor juga main di situ. Keep satisfied artinya yang harus kita berikan informasi, itu adalah media. Kemudian ada yang keep informed agar terus-terusan kita berikan informasi adalah masyarakat umum di sini. Kita menentukannya seperti itu.”

Sasaran program kehumasan BPKP yang termasuk ke dalam *keep informed* juga tidak terbatas rentang usia tertentu, humas BPKP menargetkan berbagai rentang usia yang terbagi menjadi beberapa kategori yaitu Generasi Y, Generasi Millennial, dan Generasi Z. Pada tahapan ini humas BPKP menentukan pendekatan komunikasi, pesan, serta kanal apa yang tepat untuk menjadi media penyampaian pesan agar pesan dapat tersampaikan dengan baik. Berikut pernyataan informan 2,

“Sasarannya siapa aja, kemudian ketika kita tau, terus kita liat, oh ini si generasi Y, generasi Z, generasi millennial, pesan-pesannya seperti ini. Pesan-pesan yang sudah kita buat, berarti ini cocoknya lewat kanal yang mana gitu kan.”

Stakeholder (pemangku kepentingan) adalah kelompok atau individu yang berpengaruh pada suatu objek. *Stakeholders mapping* atau pemetaan pemangku kepentingan merupakan sebuah proses kolaboratif yang dilakukan dengan diskusi, penelitian, dan debat untuk menarik kesimpulan daftar utama pemangku kepentingan (Putri & Santoso, 2020). *Stakeholders mapping* dilakukan oleh humas BPKP dengan tujuan untuk mengidentifikasi pemangku kepentingan dalam pengelolaan komunikasi dan informasi publik. Humas BPKP mengkategorikan pemangku kepentingannya karena dalam memenuhi keinginan dan menyeimbangi kebutuhan pemangku kepentingan, instansi perlu memisahkan mana pemangku kepentingan yang harus diberikan perhatian khusus dan mana

yang tidak perlu diberi perhatian khusus (Qisthi & Fitri, 2020). Pada tahapan *stakeholders mapping* humas BPKP menemukan bahwa terdapat 3 (tiga) pemangku kepentingan yaitu mitra kerja, masyarakat umum, dan media.

4.2.2.5 Membuat Agenda Setting Agenda Prioritas Pengawasan

BPKP memiliki Agenda Prioritas Pengawasan yang berisikan kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan BPKP selama satu tahun ke depan. Agenda Prioritas Pengawasan dibuat berdasarkan Rencana Kerja Pemerintah, di antaranya mengawasi bidang SDM, kesehatan, infratraktur, dan lainnya. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 2,

“Jadi tadi pemerintah punya Rencana Kerja Pemerintah, kemudian BPKP memiliki Agenda Prioritas Pengawasan, yaitu apa yang akan BPKP laksanakan selama satu tahun ke depan.”

Agenda Prioritas Pengawasan ini kemudian dijabarkan sesuai bidang-bidang, dibuatkan jadwal per bulan dan dirincikan per harinya serta kanal untuk menyampaikan *agenda setting* dan desain konten. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 2,

“...dalam Agenda Prioritas Pengawasan, itu yang kita jabarkan lagi, nanti ada bulanannya itu. Itu yang akan kita publikasikan itu di tiap-tiap bulannya, tiap-tiap harinya. Nanti kita itu jabarkan itu. Oke, saat ini kita akan jabarkan dengan modelnya seperti apa nih. Apakah pakai model feed, model reels, atau gimana...”

Agenda setting dibuat setiap bulan oleh humas BPKP. Kemudian setiap bulannya humas BPKP akan melakukan sosialisasi *agenda setting* bulanan kepada unit kerja. Dalam *agenda setting* ini tentunya tidak luput dari Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik, maka dari itu dalam sosialisasi humas BPKP akan menyinggung hal-hal tersebut agar satgas reputasi di tiap unit kerja

kembali mengingat tujuan penyampaian *agenda setting*. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 2 dan informan 3,

“...kita memang setiap bulan itu ada yang kegiatan yang kita namakan penyampaian *agenda setting* bulanan.” (Informan 2)

“...kita sosialisasi, setiap bulan itu kita punya *agenda setting* sosialisasi ke unit perwakilan, dan beberapa kali *agenda setting* itu memang kita selipkan untuk KIP...” (Informan 3)

Agenda setting bertujuan untuk mempertahankan reputasi serta memperkenalkan jasa yang ditawarkan oleh BPKP yaitu pengawasan. Untuk mempublikasikan isu dan tema yang termasuk ke dalam Agenda Prioritas Pengawasan, humas BPKP membuat perencanaan konten dalam *agenda setting*, *agenda setting* ini memuat isu atau tema yang sesuai dengan target *marketing below the line* dan *marketing above the line*. *Marketing below the line* yang dilakukan oleh humas BPKP untuk jajaran pemangku kepentingan BPKP seperti media dan mitra kerja, sedangkan *marketing above the line* yang dilakukan humas BPKP bertujuan untuk menaikkan *awareness* di kalangan masyarakat umum. Berikut penjabaran dari informan 1,

“Jadi ibaratnya kita ada suatu perencanaan dari awal sampai dengan nanti di tingkatan eksekutifnya. Terus di pusat region nanti bisa *below the line*, *above the line* pasti tau kan, yang di *below the line*, untuk *stakeholders* kita, untuk media, masyarakat.”

Agenda setting memiliki peranan yang baik dalam memformulasikan isu ataupun agenda publik yang akan dibingkai menjadi sebuah berita yang menarik. *Agenda setting* menghubungkan terjadinya efek memengaruhi pendapat atau opini publik sehingga *agenda setting* ini tidak hanya berfokus pada berita yang menjadi prioritas tetapi juga mempelajari arti dari cara media memprioritaskan berita tersebut (Sofian *et. al.*, 2022). *Agenda setting* merupakan rancangan di

mana media berita menyajikan berita dengan sistematis untuk mengidentifikasi kejadian isu atau rumor yang perlu dibicarakan atau dibahas oleh publik (Masitah & Dewi, 2022). Humas BPKP merencanakan *agenda setting* untuk menata pemikiran publik terkait Agenda Prioritas Pengawasan menjadi informasi yang signifikan dan perlu dibicarakan di mata publik. Perencanaan ini juga untuk mendorong terlaksananya *agenda setting* sebaik mungkin dengan tujuan untuk menyediakan informasi atau berita yang memenuhi keinginan publik, aktual, dan terpercaya.

4.2.2.6 Menetapkan tim pengelola komunikasi dan informasi publik

Tahapan perencanaan tidak luput dari pihak-pihak yang turut memiliki andil dalam terlaksananya suatu program. Dalam merencanakan suatu program juga kegiatan, semua pihak yang termasuk dalam Bagian Komunikasi dan Informasi dilibatkan, akan tetapi ini juga ditentukan dari kegiatan apa yang akan dilaksanakan karena tidak semua pihak terlibat dalam setiap kegiatan kehumasan. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 2,

“...dalam merencanakan suatu program dan kegiatan, manajernya, semuanya ini struktural itu ikut ya terlibat gitu ya. Kemudian siapa saja yang dilibatkan itu tentu tergantung dari jenis kegiatannya gitu.”

Subkoordinator Komunikasi Publik dan Subkoordinator Informasi Publik merupakan pihak-pihak yang merancang strateginya sebagai pimpinan tim. Untuk keperluan perizinan, dokumen, dan lainnya humas BPKP melibatkan pejabat struktural lainnya yaitu Kepala Bagian Komunikasi dan Informasi serta Kepala Biro Hukum dan Komunikasi. Kemudian humas BPKP juga melibatkan Sekretaris Utama yang mana humas BPKP akan memaparkan seperti apa

program kehumasan yang akan dilakukan untuk mendapatkan persetujuan. Hal ini disampaikan oleh informan 3,

“...namanya surat, kan juga harus berjenjang ya, jadi baik dari Kabagnya yaitu Bu Dewi, sampai dengan Karo, Pak Kepala Bironya, kemudian itu ada lah surat edaran Sekretaris Utama juga.”

Menurut informan 2, staf bagian lainnya akan terbagi ke dalam beberapa tim yang bertugas untuk mengelola komunikasi publik dan informasi publik. Tim ini terbagi ke dalam tim media sosial, tim PPID, tim berita dan *press release*, dan tim *media monitoring*. Berikut pernyataan dari informan 2 dan 5,

“Kalau perencanaan program, itu saya jelas untuk strategisnya ya, dan itu nanti untuk timnya, adalah tim informasi publik gitu, dan ada dibantu ada timnya lagi.” (Informan 2)

*“Kita ada timnya masing-masing. Tim berita sama *press release* itu sama biasanya. Tim berita, *press release*, ada tim medsos, ada tim *media monitoring*.” (Informan 5)*

Berdasarkan pernyataan informan 1, humas BPKP juga memiliki tim dukungan untuk membantu tim inti dalam kegiatan tertentu. Tim dukungan dibuat atas pertimbangan staf humas BPKP yang kebanyakan perempuan dan juga berstatus sebagai ibu. Berikut pernyataan informan 1,

“Ada tim inti, tapi juga ada tim dukungan, ada tim inti untuk mengelola medsos.”

Informan 5 menambahkan bahwa banyaknya perempuan yang berada dalam bagian humas BPKP memungkinkan seringnya pengajuan cuti, seperti cuti melahirkan, cuti karena anak sakit, dan lainnya. Berikut pernyataan informan 5,

“...karena banyak perempuan kan di sini, jadi kalau ada yang cuti lahiran, anaknya sakit, pokoknya di sini kan banyak ibu-ibu muda lah.”

Dalam tahapan perencanaan program, Untuk mendukung berjalannya suatu kegiatan, pembentukan tim diperlukan demi mencapai tujuan dengan

efektif dan efisien. Peran sumber daya manusia yang mampu menciptakan kerjasama yang baik dalam perusahaan mendukung terselenggaranya manajemen yang baik (Lasiyono, 2022). Kerjasama tim yang baik dapat menentukan keberhasilan instansi dalam mencapai tujuan (Hidayat, 2021). Humas BPKP menetapkan tim untuk tiap kegiatan pengelolaan komunikasi publik dan informasi publik untuk mencapai tujuan program “BPKP SPIK” dengan efektif dan efisien.

4.2.2.7 Menentukan tema-tema publikasi informasi di media sosial

Agenda setting dibuat oleh humas BPKP dibuat di awal tahun. *Agenda setting* memuat tema-tema yang perlu dipublikasikan selama tahun anggaran berlangsung untuk setiap bulannya. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 4, “*Agenda setting itu, kita menentukan tema-tema apa aja yang akan kita bikin di bulan itu.*”

Semua kegiatan yang termasuk ke dalam Agenda Prioritas Pengawasan harus dipublikasikan. Humas BPKP menyusun informasi yang dibuat dalam *content calendar* menjadi lebih rinci lagi, tema-tema yang ada pada *agenda setting* kemudian dipecah menjadi subtema-subtema yang akan dipublikasikan per harinya. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 4 dan informan 2,

“intinya semua agenda prioritas pemerintahan itu mestinya semua dipublikasikan kan. Agenda prioritas pemerintahan itu dalam satu tahun ada berapa puluh tema gitu lah, jadi harusnya semua kita publikasikan”(Informan 4)

“...di dalam Agenda Prioritas Pengawasan, itu yang kita jabarkan lagi, nanti ada bulanannya. Itu yang akan kita publikasikan itu di tiap-tiap bulannya, tiap-tiap harinya.” (Informan 2)

Informan 4 selaku ketua tim media sosial menyatakan bahwa terdapat empat tema yang dipublikasikan per harinya yaitu tema edukasi, hiburan, inspirasi, dan berita. Publikasi tema ini dilakukan setiap hari Senin, Selasa, Rabu, dan Jumat. Bentuk konten yang dibuat pun beragam seperti berita, kamus, video *reels* yang terinspirasi dari tren yang sedang berkembang, dan informasi mengenai pengawasan. Berikut pernyataan informan 4,

“...kalau mau disederhanakan itu ada educational, ada inspirational, terus informasi, sama satu lagi itu hiburan. Senin itu kita punya quotes, Selasa itu semacam berita, dari angle-nya auditor, Rabu itu kita punya reels untuk hiburan, untuk hari Jumat kita ada segment educational, kayak kamus. Untuk yang hari Jumat itu, kita ada untuk info pengawasan, kayak berita...”

Penentuan tema mempermudah humas BPKP untuk menyusun *content plan* atau *content calendar*. Pemilihan tema yang tepat akan membuat konten yang dipublikasikan konsisten, relevan, menarik, serta bernilai (Sakti & Deslia, 2024). Konten yang berkualitas juga dapat menciptakan interaksi yang lebih berarti dengan audiens dan meningkatkan keterlibatan publik (Yusuf *et. al.*, 2020). Tema-tema *agenda setting* ditentukan dengan harapan konten yang diproduksi oleh humas BPKP tetap terjaga kualitasnya dan sesuai dengan Agenda Prioritas Pengawasan.

Humas BPKP menetapkan tema-tema konten yang akan dipublikasikan di sosial media BPKP dan membaginya ke dalam beberapa segmen yaitu edukasi, inspirasi, informasi, dan hiburan. Segmen-segmen ini dipublikasikan pada kanal komunikasi BPKP di hari yang berbeda yaitu setiap hari Senin, Selasa, Rabu, dan Jumat. Hal ini sesuai dengan tujuan komunikasi publik yaitu memberikan informasi (*public information*) kepada masyarakat, mendidik masyarakat (*public*

education), memengaruhi masyarakat (*public persuasion*), dan menghibur masyarakat (*public entertainment*) (Widodo *et. al.*, 2023).

4.2.2.8 Mensosialisasikan tema *agenda setting* kepada unit kerja

Humas BPKP melakukan pembinaan internal setiap bulan secara daring melalui *platform* Zoom Meetings setiap bulan. Pembinaan ini melibatkan seluruh humas yang menjadi bagian dari instansi BPKP. Kegiatan ini bertujuan untuk mensosialisasikan tema *agenda setting* pada kanal komunikasi humas BPKP setiap bulannya. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 3,

“...kita juga punya agenda setting tiap bulan, agenda setting itu semacam sosialisasi tiap bulan, kita lakukan via Zoom, mengundang seluruh unit kerja...”

Humas BPKP mensosialisasikan tema yang telah direncanakan di awal tahun untuk setiap bulannya dalam pembinaan internal. Tema-tema ini sudah dituangkan dalam surat edaran yang dapat diakses oleh humas dari seluruh unit kerja. Kemudian, humas BPKP juga menekankan bahwa tema keterbukaan informasi publik merupakan tema yang diwajibkan. Tema-tema dalam *agenda setting* tidak hanya dilakukan oleh humas BPKP yang berada di kantor pusat tetapi juga untuk seluruh unit kerja di setiap perwakilan. Berikut pernyataan informan 3,

“untuk keterbukaan informasi publik itu adalah salah satu tema kita yang kita juga wajihkan ada nanti di kita, pun juga di unit perwakilan.”

Sebelum mempublikasikan *agenda setting*, humas BPKP akan mensosialisasikan tema-tema *agenda setting* kepada humas unit kerja. Sosialisasi dilakukan untuk memastikan bahwa informasi terkait program humas dapat dipahami oleh seluruh praktisi humas internal instansi dan menciptakan

partisipasi yang efektif (Septiasari & Hermanu, 2020). Hal ini dilakukan oleh humas BPKP untuk menciptakan publikasi yang konsisten dari kanal-kanal humas BPKP sebagai suatu kesatuan yang mendukung pelaksanaan kegiatan maupun yang sedang melaksanakan kegiatan dengan tema tersebut.

4.2.2.9 Merencanakan *content calendar* untuk komunikasi publik

Informasi yang disajikan di kanal humas BPKP disajikan sebagaimana yang disusun pada *content calendar*. Konten yang diunggah di sosial media BPKP dibagi menjadi 4 (empat) segmen yaitu, segmen *inspirational* setiap hari Senin, segmen *educational* setiap Selasa dan Jumat, dan hiburan setiap hari Rabu. Tim sosial media mengunggah konten yang berbeda sesuai dengan *content calendar*. Hal ini sesuai dengan yang diutarakan oleh informan 4,

"Misalnya hari Senin itu kita punya quotes, hari Selasa itu kita punya semacam.. sebenarnya semacam berita, cuman kita bikin angle-nya itu dari pov nya si auditor, terus hari Rabu itu kita punya reels untuk hiburan, video-video yang ikut trend gitu lah intinya, terus untuk hari Jumat kita ada segmen untuk educational."

Content calendar merupakan perencanaan produksi konten untuk mempertahankan konsistensi dari konten yang diproduksi. *Content calendar* memuat nilai apa yang ingin disampaikan, cara penyampaian informasi yang akan digunakan dalam konten, dan desain konten (Rebecca & Revinzky, 2024). Humas BPKP membuat *content calendar* untuk menentukan jadwal publikasi informasi dengan tema tertentu, jenis konten, desain konten, kanal yang digunakan untuk publikasi, dan cara penyampaian informasi. *Content calendar* memudahkan humas BPKP untuk memproduksi konten yang relevan dan konsisten, serta untuk menghindari publikasi informasi di waktu yang tidak tepat.

4.2.2.10 Menargetkan publikasi di setiap kanal komunikasi publik

Setiap kanal komunikasi publik memiliki target informasi publik yang harus dipublikasikan berikut dengan tema-temanya. Penetapan target dalam program BPKP SPIK bertujuan untuk memastikan konsistensi humas BPKP dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, tentunya hal ini mendukung transparansi BPKP sebagai badan publik. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 1 dan 3,

“Ada di target di BPKP SPIK-nya, ada media gathering, press release, itu berapa.. ada di targetnya.” (Informan 1)

“memang di strategi itu kita sudah mengusung keterbukaan, jadi setiap kanal-kanal komunikasi itu memang kita sudah targetkan, istilahnya ditargetkan untuk website itu harus berapa, dari berita berapa, media-media sosial itu harus ada berita berapa, sampai dengan tema-temanya.” (Informan 3)

Humas pemerintah dalam menjalankan tugas serta fungsinya untuk mengelola dan melakukan pelayanan informasi perlu menetapkan target-target operasi humas. Nantinya, hasil dari target operasi humas dapat dibuktikan pada tahap evaluasi nantinya (Kartika & Nasrulhaq, 2023). Dalam tahapan perencanaan humas BPKP menetapkan target-target publikasi informasi publik di setiap kanal humas yang dikelola sebagai tolok ukur dari hasil pelaksanaan pengelolaan komunikasi dan informasi publik.

4.2.3 Action and communicating

Tahapan pelaksanaan dilakukan setelah perencanaan pengelolaan komunikasi dan informasi publik. Tahap ini adalah waktu bagi praktisi humas untuk melaksanakan apa yang sudah dirancang dalam tahapan *planning* (Nugroho *et. al.*, 2021). Tahapan ini mengimplementasikan program serta rencana yang disusun pada tahap sebelumnya. Tahapan ini melibatkan kegiatan-kegiatan humas seperti pelaksanaan kampanye media, program *corporate social responsibility* (CSR), pemberdayaan komunitas, atau penyelenggaraan acara-acara maupun kegiatan khusus.

Action and communicating merupakan implementasi program pengelolaan komunikasi dan informasi publik yang telah direncanakan oleh humas BPKP pada tahap perencanaan. Humas BPKP sebagai komunikator menciptakan strategi pengelolaan komunikasi dan informasi publik dengan media yang efektif untuk mengkomunikasikan pesan yang telah dirancang pada tahap perencanaan. Tahapan ini juga mencakup pemantauan secara langsung terhadap pelaksanaan program untuk memastikan bahwa langkah yang diambil telah sesuai dengan rencana yang telah dibuat sebelumnya. Untuk mengetahui implementasi pengelolaan komunikasi dan informasi publik yang dilakukan oleh humas BPKP, diperoleh hasil wawancara sebagai berikut.

4.2.3.1 Menerima kunjungan kerja dari publik eksternal



Gambar 4. 1 Company Visit mahasiswa Universitas Indonesia ke kantor pusat BPKP (Sumber: <https://www.bpkp.go.id/id/unitKerja/2/berita/P3RZ/dpm-universitas-indonesia-kunjungi-bpkp-untuk-belajar-budaya-kerja>)

Humas BPKP menerima kunjungan industri (*company visit*) dari publik eksternal seperti kunjungan mahasiswa. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar publik mengetahui tugas dan fungsi BPKP sebagai auditor internal presiden sebagai upaya BPKP untuk membuka diri kepada publik khususnya dalam *knowledge sharing* serta memberikan perspektif baru bagi publik dalam bidang akuntansi dan pengawasan keuangan. Kegiatan sosialisasi memberikan pandangan kepada publik tentang peran dan fungsi BPKP dalam pengawasan keuangan dan pembangunan.

Berdasarkan hasil observasi penulis, tema-tema yang diangkat dalam kunjungan kerja beragam mulai dari diskusi interaktif bersama para ahli pengawasan keuangan, sesi tanya jawab yang membahas kasus nyata di bidang pengawasan, gambaran praktik kerja di lapangan, keterlibatan generasi muda dalam mengelola keuangan negara, peran strategis BPKP dalam mendukung pemerintahan yang berintegritas, dan strategi komunikasi di lingkup pemerintahan. Sepanjang tahun 2024, humas BPKP telah menerima 9 (sembilan)

kunjungan industri dari perguruan tinggi. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 1,

“Secara tatap muka ada kegiatan studi banding atau company visit, seperti kunjungan mahasiswa ya, nanti dari BSI ada. Kami menerima kunjungan mahasiswa ini ya intinya kami terbuka terhadap knowledge sharing kepada publik agar publik itu mengetahui apa sih BPKP itu, tugasnya BPKP dan semua hal yang berkaitan dengan pengawasan.”

Kegiatan kunjungan industri dapat dikategorikan sebagai komunikasi publik dengan *two-way symmetrical model* yang berarti humas mengutamakan pengertian antara instansi dan publik (Kent & Lane, 2021). Pada kunjungan industri, publik dapat mengamati bagaimana instansi bekerja, budaya kerja, dan melihat nilai-nilai yang dijunjung tinggi oleh instansi dengan observasi. Kunjungan industri juga berpeluang untuk membangun hubungan yang baik dengan publik (Yanti *et. al.*, 2023). Humas BPKP menggunakan pendekatan ini dengan tujuan menjelaskan tugas, tanggung jawab, serta perannya dalam pengawasan keuangan, membangun kepercayaan publik, serta memsosialisasikan transparansi dalam pengawasan keuangan negara. Humas BPKP menerima kunjungan industri sebagai strategi komunikasi yang menekankan bahwa BPKP sebagai badan publik menjunjung tinggi prinsip transparansi, serta diharapkan mampu menjalin hubungan baik antara BPKP dengan perguruan tinggi.

4.2.3.2 Berpartisipasi dalam acara Peringatan Hari Antikorupsi Dunia



Gambar 4. 2 BPKP meraih penghargaan Hakordia (Sumber: <https://www.bpkp.go.id/id/berita/O22o/di-hakordia-2024-bpkp-terima-penghargaan-dari-kpk>)

Humas BPKP berpartisipasi dalam Hari Antikorupsi Sedunia (Hakordia) yang diselenggarakan oleh Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) pada tanggal 9 Desember setiap tahunnya. Hal ini dilakukan oleh humas BPKP sebagai kolaborasi dan komitmen dalam upaya pencegahan dan pemberantasan korupsi. Hal ini tidak hanya mencerminkan komitmen BPKP sebagai auditor internal presiden tetapi juga mempertegas perannya dalam mendorong transparansi dan akuntabilitas dalam tata kelola keuangan negara. Partisipasi humas BPKP dalam Hakordia merupakan dukungan terhadap agenda nasional dalam pemberantasan korupsi.

Partisipasi humas BPKP dalam Hakordia menjadi langkah yang strategis untuk meningkatkan kesadaran publik mengenai pentingnya akuntabilitas di berbagai sektor. Hadirnya humas BPKP dalam Hakordia merefleksikan bahwa komunikasi publik yang efektif perlu untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap institusi pemerintahan. Hal ini menunjukkan komitmen BPKP dalam menciptakan pemerintahan yang bersih dan berintegritas. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 1,

“...kita sering terlibat di Hakordia itu ada Hakordia Integrity Expo di situ ya. Kita sebagai badan publik terutama di bidang pengawasan perlu menunjukkan kalau kita mendukung pemberantasan korupsi. Ini juga kesempatan kita untuk memperkuat citra BPKP dalam menciptakan pemerintah yang transparan dan berintegritas.”

Partisipasi humas BPKP dalam Hakordia merupakan strategi humas BPKP dalam melakukan komunikasi publik dengan *two-way symmetrical model* yang memungkinkan instansi membangun hubungan saling pengertian antara instansi dan publiknya (Kent & Lane, 2021). Bagi institusi pengawasan keuangan, kepercayaan publik merupakan aset yang diperlukan untuk menjalankan tugasnya secara efektif dengan menjaga integritas, transparansi, dan komunikasi yang baik dengan publik (Zulkarnain *et. al.*, 2023). Humas BPKP memanfaatkan partisipasi pada Hakordia sebagai sarana untuk berinteraksi dengan publik, menyampaikan komitmen BPKP dalam pemberantasan korupsi, serta membangun kepercayaan publik terhadap BPKP.

4.2.3.3 Berpartisipasi dalam Career Expo PKN STAN



Gambar 4. 3 Booth BPKP pada Career Expo PKN STAN (Sumber: <https://www.bpkp.go.id/id/berita/8NOZ/career-expo-2024-kembali-hadir-ratusan-mahasiswa-pkn-stan-antusias-sambangi-booth-bpkp>)

Humas BPKP berpartisipasi dalam Kementrian Lembaga Pemerintah (KLP) Fest yaitu Career Expo. Hal ini dilakukan oleh humas BPKP sebagai bentuk dukungan BPKP selaku lembaga pemerintah. Partisipasi humas BPKP dalam acara ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa Politeknik Keuangan Negara

Sekolah Tinggi Akuntansi Negara (PKN STAN) untuk mengenal lebih dalam tentang struktur, fungsi, serta peran BPKP dalam mendukung pengawasan keuangan negara. Humas BPKP dapat mengedukasi bagaimana kontribusi BPKP dalam stabilitas ekonomi dan pembangunan negara. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 1,

“...kemudian komunikasi publik kita ada yang STAN ya. Ada STAN Expo. Di situ kita bisa kasih wawasan tentang instansi kita itu apa, peran, tugas, fungsi, semua yang berkaitan dengan instansi kita. Supaya adik-adik mahasiswa ini bisa ada pandangan dalam pemilihan karir dia bisa pilih instansi mana yang sekiranya cocok sama mereka. Mereka kan juga jadi tau tentang BPKP.”

Exposition atau yang biasa disingkat expo bertujuan untuk mengumpulkan berbagai penggiat industri tertentu dalam suatu acara untuk mempromosikan produk atau jasa kepada peserta pameran yang mana siapa saja dapat menghadiri pameran tersebut (Aisyah *et. al.*, 2024). Kegiatan expo dimanfaatkan oleh humas untuk mempromosikan program, perusahaan atau lembaga, dan produknya (Zahra, 2021). Partisipasi humas BPKP pada Career Expo yang diselenggarakan di PKN STAN memungkinkan humas BPKP untuk memberikan *product knowledge* yang merujuk pada pemahaman tentang tugas, fungsi, tanggung jawab, program, dan kebijakan BPKP kepada pemangku kepentingan. Hal ini juga bertujuan untuk meningkatkan kualitas informasi publik mengenai BPKP yang sampai kepada masyarakat dan mempermudah masyarakat dalam mengakses informasi.

4.2.3.4 Menyelenggarakan Expo Pengawasan Intern



Gambar 4. 4 Expo Pengawasan Intern di Taman Mini Indonesia Indah (Sumber: <https://www.bpkp.go.id/id/unitKerja/14/siaranPers/9yv/expo-pengawasan-intern-2024-independensi-pengawasan-untuk-akselerasi-pembangunan>)

Humas BPKP menyelenggarakan Expo Pengawasan Intern (Expo Wasin) yang melibatkan Aparat Pengawasan Intern Pemerintah (APIP) yaitu instansi pemerintah yang memiliki tugas dan fungsi pokok pengawasan. Kegiatan ini diikuti oleh pengawas intern dari kementerian, lembaga, pemerintah daerah, dan BUMN/D dan pengunjung acara. Expo wasin bertujuan sebagai sarana penyampaian informasi kepada publik bahwa pengawasan intern hadir untuk mengawal akuntabilitas dan keuangan negara atau daerah dan pembangunan nasional sebagaimana yang telah diarahkan oleh presiden bahwa keberadaan internal auditor penting untuk menjamin program manajemen dapat terlaksana dengan efektif, efisien, dan akuntabel. Expo Wasin juga diselenggarakan sebagai media bagi kementerian, lembaga, pemerintah daerah, dan BUMN/D untuk menampilkan hasil kontribubis pembangunan nasional dan perannya sebagai APIP. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 1,

“Kemudian di komunikasi publik kita juga melakukan pameran produk unggulan BPKP nah itu, pameran itu yang akan kita lakukan adalah EXPO WASIN untuk APIP. Tujuannya ya untuk menyampaikan informasi bahwa APIP itu harus melaksanakan program manajeme yang akuntabel.”

Acara (*event*) merupakan cara humas untuk menjalin kerjasama dengan beberapa lembaga atau instansi guna membangun citra instansi (Elyus & Sholeh, 2021). Hubungan masyarakat pada instansi pemerintah berfungsi untuk mendukung hubungan baik kepada publik sehingga dapat memperoleh dukungan publik (Sembiring, 2020). Penyelenggaraan Expo Pengawasan Intern yang melibatkan APIP dan masyarakat umum diharapkan dapat menjalin kerjasama BPKP dengan APIP dari kementerian, lembaga, pemerintah daerah, dan BUMN/D untuk membangun sinergi, meningkatkan pemahaman publik tentang program serta kebijakan pengawas intern pemerintah, memperoleh dukungan publik, meningkatkan partisipasi publik, dan mengedukasi publik.

4.2.3.5 Memantau isu dan pemberitaan melalui *media monitoring*

Untuk mengetahui situasi yang ada di masyarakat, humas BPKP melakukan *monitoring* isu. Dalam tahapan *monitoring* isu, humas BPKP menggunakan aplikasi pihak ketiga yaitu aplikasi Media Monitoring untuk melihat isu strategis harian mengenai BPKP. *Monitoring* isu dilakukan oleh subkoordinator informasi publik. Hal ini sesuai dengan pernyataan Ibu Yulia Pramita Rachman (informan 3),

“...yang pertama, saya melakukan monitoring isu. Saya melihat isu strategis harian pemberitaan BPKP.”

Menurut informan 1, humas BPKP melakukan *media monitoring* dengan tujuan untuk melihat percakapan linimasa yang terjadi di media sosial, memantau pemberitaan tentang BPKP. *Media monitoring* yang dilakukan oleh humas BPKP bertujuan untuk menjaga *tone* dari isu dan pemberitaan yang beredar di masyarakat tetap positif. Informan 2 juga menambahkan bahwa tujuan *media*

monitoring adalah untuk mengetahui segala sesuatu yang beredar tentang BPKP dan menangkap *tone* dari pemberitaan maupun percakapan yang ada di masyarakat. Berikut pernyataan informan 1 dan 2,

“...kita melakukan monitoring isu. Jadi kita melihat percakapan linimasa seperti apa. Yang kita lakukan itu adalah memantau pemberitaan, nah itu menggunakan aplikasi namanya Media Monitoring. Jadi memang yang kita lihat adalah isu, isunya yang terkait adalah dengan pengawasan BPKP jadi tujuannya itu adalah untuk meminimalisir tone sehingga informasi kita tetap terjaga.” (Informan 1)

“Kembali ke tujuannya ya. Kalau kita memang tujuannya ingin tahu segala sesuatu tentang BPKP, apa yang sedang diramai dibicarakan tentang BPKP, ya itu tadi kita menggunakan media monitoring, yang memang menangkap, sudah di-set itu keyword-nya BPKP gitu, apakah itu positif atau negatif...” (Informan 2)

Hasil laporan *media monitoring* memuat isu-isu yang sedang berkembang, informan 3 menyampaikan bahwa jika ada isu yang sedang dibicarakan dalam hal ini informan 3 mencontohkan isu Pusat Data Nasional yang terkena *ransomware*, isu BBM bersubsidi akan dibatasi, maupun isu lainnya akan dianalisis oleh humas BPKP. Tahapan analisis isu ini memuat kronologis pemberitaan, posisi instansi pada isu, lalu menelaahnya lebih lanjut. Berikut pernyataan informan 3,

“misalkan ada isu PDN atau isu harga pesawat yang lagi naik, atau apa lagi ya, BBM bersubsidi mau dibatasi, segala macam kayak gitu, kan biasanya kita udah dapet tuh isunya apa. Nah itu biasa kita analisis, kita kumpulin kronologisnya, pemberitaannya apa aja, kita analisis posisi organisasi itu, apakah kita di situ ada diminta untuk melakukan pengawasankah, atau misalkan memang belum ada penyebutan BPKP, tapi kita memang di rencana pengawasan udah termasuk posisi kita, biasa kita analisis.”

Media monitoring dilakukan untuk mengetahui seberapa banyak pemberitaan instansi yang dimuat di industri media (Septyani & Hafiar, 2024). BPKP sebagai instansi pemerintah harus mempertahankan reputasi yang baik dengan menjaga pemberitaan yang beredar di masyarakat. *Monitoring* isu yang dilakukan oleh humas BPKP bertujuan untuk melihat pemberitaan yang berkaitan dengan BPKP dan isu pengawasan, serta mengawasi pemberitaan BPKP dan isu pengawasan yang ada di media agar isu dan pemberitaan tentang BPKP tetap positif.

4.2.3.6 *Monitoring* isu untuk mitigasi isu dengan *tone* negatif

Monitoring isu dilakukan secara harian, mingguan, dan triwulanan. Secara mingguan, pemberitaan di media dianalisis untuk disampaikan kepada pimpinan, hal ini dilakukan agar jika ada pemberitaan dengan *tone* yang cenderung negatif dapat dilakukan mitigasi dengan cepat. Humas BPKP juga memantau pemberitaan tiap triwulan. Berikut adalah penuturan dari informan 1,

“Kemudian, secara weekly, itu laporan Media Monitoring itu kita analisis, dan kita sampaikan kepada pimpinan. In case, in daily, ada pemberitaan yang cenderung tone-nya negatif, dan perlu kita lakukan respon, kita lakukan respon. Jadi, kita lakukan daily, weekly, dan secara triwulan...”

Humas BPKP melakukan *monitoring* isu secara harian, mingguan, dan setiap 3 (tiga) bulan kemudian menganalisis isu tersebut untuk mengidentifikasi isu dengan *tone* negatif dan mengambil keputusan apabila ada isu yang mengarah pada krisis. Hal ini dilakukan karena *monitoring* isu penting dilakukan untuk melihat pemberitaan positif maupun pemberitaan yang berdampak negatif kepada instansi sehingga praktisi humas dapat

mengantisipasi berita atau isu yang dapat membawa instansi pada krisis sehingga citra instansi tetap terjaga (Amalia & Astuti, 2022).

4.2.3.7 Melakukan *update* informasi publik secara berkala

Informasi publik yang disajikan di *website* PPID, *website* ini merupakan *website* yang berbeda dari *website* resmi BPKP. *Website* PPID BPKP diperbarui setiap tahunnya dengan informasi publik yang terbaru dari seluruh instansi BPKP baik kantor pusat maupun kantor perwakilan untuk mewujudkan transparansi serta akuntabilitas BPKP dalam mengelola informasi publiknya. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 5,

“Jadi kita tiap tahun itu melakukan namanya update Daftar Informasi Publik. Daftar Informasi Publik itu masuknya ke informasi berkala, berkala yang artinya tiap tahun harus di update. Jadi data-data yang tiap tahun harus di update itu kita update yang namanya Daftar Informasi Publik, kita share lah ke seluruh unit kerja. Mereka kirim ke kita, kita rapihkan, kita upload ke website, website-nya PPID. Informasinya akan terus baru di website PPID, karena kan untuk pertanggungjawaban kita juga.”

Informasi publik yang termasuk ke dalam informasi publik secara berkala, informasi tersedia setiap saat, dan informasi serta merta dilakukan pengecekan dan pembaruan. Informasi publik didapatkan oleh tim PPID dari unit kerja setiap perwakilan provinsi, kemudian informasi publik tersebut akan disusun oleh tim PPID sesuai kategori dan diunggah pada *website* PPID (<https://eos.bpkp.go.id/ppid/>).

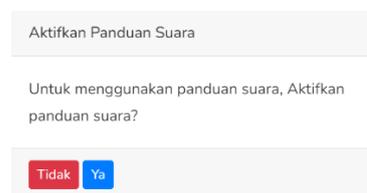
PPID bertanggungjawab untuk memberikan juga menyebarluaskan informasi publik dan memastikan bahwa khalayak dapat menerima serta memahami isi informasi tersebut (Ulumiyah & Gati, 2024). Tim PPID humas BPKP pengecekan dan pembaruan informasi publik di *website* PPID secara

berkala agar khalayak selalu mendapatkan informasi publik yang terbaru. Hal ini selaras dengan kewajiban pemerintah yang berkewajiban untuk menyediakan informasi publik yang dibutuhkan oleh khalayak (Rezon *et. al.*, 2020).

4.2.3.8 Menciptakan LARISA (Layanan Informasi Publik bagi Penyandang Disabilitas)



Gambar 4. 5 Menu Bantu Lihat LARISA



Gambar 4. 6 Menu Panduan Suara LARISA

Humas BPKP menciptakan fitur layanan disabilitas di *website* PPID BPKP yang bernama LARISA (Layanan Informasi Publik bagi Penyandang Disabilitas Sensorik) dengan tujuan agar informasi yang tersedia dapat diakses oleh seluruh masyarakat tanpa terkecuali (*non-excludable*). Fitur ini mempermudah penyandang disabilitas tuna netra, tuna rungu, dan tuna wicara mengakses informasi tentang BPKP. Informan 2 dan 5 menyatakan bahwa tujuan serta fitur yang terdapat pada layanan ini ialah,

“Informasi publik itu harus bisa diterima oleh semua orang tanpa ada halangan. Artinya kita tidak menyingkirkan orang terhadap informasi tersebut.” (Informan 2)

“...kita launching LARISA, layanan informasi publik berbasis buat disabilitas. Jadi kita di website-nya itu sudah bisa untuk disabilitas netra, terus ada yang bahasa isyaratnya gitu lah. Jadi kita sudah bisa melayani dari segala pihak ya, sesuai dengan Undang-Undang KIP-nya, standar layanan informasi publik.”(Informan 5)

Untuk mengembangkan LARISA (layanan informasi publik menjadi lebih baik lagi, humas BPKP berkolaborasi dengan publik eksternal yaitu Kementerian Sosial, Balai Rehabilitasi Sosial Penyandang Disabilitas Sensorik Netra (BRSPDSN), Balai Rehabilitasi Sosial Penyandang Disabilitas Sensorik Rungu Wicara (BRSPDSRW), dan Balai Literasi Braille Indonesia. Kolaborasi ini bertujuan untuk menyediakan layanan informasi publik bagi penyandang disabilitas tuna netra dan tuna rungu dengan mengembangkan fitur pada website PPID yaitu layanan panduan suara dan fitur “Difabel Tools”. Tujuan dari pengembangan layanan ini adalah untuk memudahkan penyandang disabilitas tuna netra, tuna wicara, dan tuna rungu memperoleh informasi dari BPKP. Berikut pernyataan informan 5,

“kita sama Kemensos. Jadi balai-balai, Balai Besar.. Balai Besar Rehabilitasi.. Netra.. aku lupa kepanjangannya, terus sama Balai Besar Tunarungu, sama Balai Besar.. yang apalagi ya, Balai Besar Melati, balai besar yang nyetak braille di Bandung.”

Humas BPKP melakukan pengujian fitur-fitur layanan disabilitas kepada penyandang disabilitas binaan Balai Rehabilitasi Sosial Penyandang Disabilitas Sensorik Netra (BRSPDSN) dan Balai Rehabilitasi Sosial Penyandang Disabilitas Sensorik Rungu Wicara (BRSPDSRW). Humas BPKP berkolaborasi dengan Balai Literasi Braille Indonesia untuk mencetak dokumen braille berupa

formulir permohonan informasi dokumen braille dan informasi publik dalam bentuk dokumen braille. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 5,

“Jadi hitungannya minimal mereka pada punya, instansi itu harus punya formulir informasi dokumen braille. Terus di ruang publik ini harus ada majalah buat bacaan, ada kok dokumen braille di dalam, nanti kita keluarin. Itu untuk pemohon yang datang dari teman-teman tunanetra.”

Pengembangan fitur ini merupakan bentuk komitmen BPKP dalam meningkatkan kualitas layanan informasi publik dengan memperhatikan 4 (empat) aspek sebagaimana yang disyaratkan dalam Undang-Undang Nomor 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik yaitu *availability* (informasi yang teredia), *accessibility* (dapat diakses), *acceptability* (informasi dapat diterima), dan *affordability* (keterjangkauan informasi) secara keberlanjutan kepada setiap orang.

Kolaborasi dengan publik eksternal perlu dilakukan agar tercipta sinergi antara humas dan publik eksternal (Syaepudin & Nurlukman, 2022). Humas BPKP berkolaborasi dengan Balai Rehabilitasi Sosial Penyandang Disabilitas Sensorik Netra (BRSPDSN), Balai Rehabilitasi Sosial Penyandang Disabilitas Sensorik Rungu Wicara (BRSPDSRW), dan Badan Literasi Braille Indonesia yang bertujuan untuk meningkatkan inovasi pelayanan publik. Kerjasama ini dilakukan agar humas BPKP dapat memastikan bahwa fitur yang dibuat dapat dimanfaatkan dengan baik bagi penyandang disabilitas tuna netra dan tuna rungu.

4.2.3.9 Menggunakan media sosial dan media cetak sebagai kanal publikasi informasi publik

Humas BPKP menggunakan media sosial sebagai kanal publikasinya yaitu Instagram (@bpkp_id), TikTok (@bpkp_id), Twitter/X (@bpkp_id), Facebook (BPKP – Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan), Youtube (@humasbpkppusat), serta *website* (<https://www.bpkp.go.id/id>) dan *website* PPID (<https://eos.bpkp.go.id/ppid/>). Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 1 juga menjelaskan beberapa media untuk mempublikasikan informasi publik BPKP,

“...untuk online, kita ada update publikasi di website BPKP. Kemudian juga kita ada media sosial, media sosialnya yang kita gunakan yaitu media sosial Instagram, Facebook, Twitter Youtube, dan TikTok.”

Humas BPKP menggunakan media sosial sebagai kanal humas karena media sosial tidak memakan biaya dan dianggap efektif dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat reputasinya. Media sosial merupakan media yang digunakan oleh sebagian besar masyarakat, mudah diakses kapan saja dan di mana saja, sehingga pesan dapat sampai ke semua kalangan. Humas BPKP menjadikan media sosial sebagai salah satu *lead channels* untuk menyebarkan informasi publik mengenai BPKP dan isu pengawasan. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 2,

“...bisa dikatakan cukup efektif dalam menyebarkan informasi, informasi yang ingin kita sampaikan kepada masyarakat reputasi kita gitu ya.”

Informan 2 juga menambahkan bahwa dengan konten yang dipersonalisasi dengan audiens dan kemampuan membaca algoritma akan menguntungkan akun yang dikelola. Pembuatan konten seperti ini memungkinkan konten relevan serta

menarik target audiens sehingga meningkatkan interaksi pada konten. Algoritma media sosial akan merekam preferensi audiens yang mendorong persebaran konten mampu menjangkau masyarakat luas. Berikut pernyataan informan 2,

“...dengan konten yang tepat, algoritma yang tepat, kita akan bisa mendapatkan banyak exposure, yang artinya, informasi kita itu, pesan yang kita sampaikan itu, bisa cepat sampai ke masyarakat luas.”

Humas BPKP memaksimalkan fitur-fitur yang ada pada tiap media sosial yang dikelola agar konten-konten yang dibagikan mampu mendapatkan *exposure* yang lebih besar. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 2,

“...tentu kita mencoba memaksimalkan kelebihan-kelebihan yang ada di media sosial masing-masing.”

Penggunaan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi ialah untuk menyebarkan informasi dan rencana program pemerintah karena media sosial merupakan media penyebaran informasi yang cukup efektif (Radiansyah & Sabilla, 2022). Kini humas pemerintah menggunakan media sosial untuk berkomunikasi kepada khalayaknya untuk mendukung sistem *good governance* yang menganut 4 prinsip yaitu akuntabilitas, transparansi, keterbukaan, dan aturan hukum (Sedarmayanti *et al.*, 2020).

Kemauan juga kemampuan humas dalam memaksimalkan fitur-fitur yang ada di media sosial dapat memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai kanal penyampaian informasi (Pramesti, 2022). Humas BPKP memanfaatkan media sosial dengan mengoptimalkan fitur-fitur yang disediakan oleh setiap media sosial sehingga algoritma konten dapat menguntungkan BPKP dalam menyampaikan informasi. Humas BPKP menggunakan media sosial Facebook, X (Twitter), Instagram, dan *website* sebagai kanal komunikasi publiknya untuk

memudahkan khalayak mendapatkan informasi tentang BPKP kapan saja dan di mana saja.

4.2.3.10 Publikasi kinerja pada media cetak



Gambar 4. 7 Majalah Warta Pengawasan

Selain mempublikasikan kinerja di media sosial, humas BPKP juga menggunakan media cetak yaitu majalah Warta Pengawasan dan Buku Tahunan Kinerja yang disebut Yearbook. Majalah Warta Pengawasan dipublikasikan selama empat kali dalam satu tahun, sedangkan Yearbook dipublikasikan satu kali selama satu tahun. Kedua media ini memuat artikel-artikel tentang capaian kinerja BPKP dalam melaksanakan tugasnya. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 1,

“...kita juga secara rutin juga publikasikan terkait dengan kinerja kita secara tahunan di dalam buku yearbook, kemudian kita juga punya majalah Warta Pengawasan.”

Publikasi informasi melalui media cetak dilakukan oleh humas untuk mencapai tujuan sosialisasi dalam penyampaian informasi kepada publik. Informasi yang dimuat dalam media cetak memudahkan publik menerima dan mengetahui informasi tentang kebijakan maupun kegiatan yang terjadi di instansi pemerintahan (Yuniar & Syarifudin, 2023). Humas BPKP mempublikasikan

informasi publik di majalah Warta Pengawasan dan Yearbook dengan tujuan untuk memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses informasi dalam penyelenggaraan kegiatan pemerintahan yang dilakukan oleh BPKP.

4.2.3.11 Jangkauan akun lebih besar di media sosial Instagram



Gambar 4. 8 Unggahan @agusyudhoyono dan @bpkp_id
(<https://www.instagram.com/reel/DCOWA9csKhc/?igsh=aWp4M2prOWx2Nm1t>)

Hasil observasi penulis menunjukkan bahwa media sosial Instagram BPKP (@bpkp_id) memiliki pengikut terbanyak dari seluruh media sosial yang dikelola oleh humas BPKP yaitu 111.793 pengikut. Akun Instagram BPKP sudah mencapai status akun terverifikasi (*verified account*) menambah kepercayaan masyarakat terhadap akun maupun konten-konten yang dipublikasikan. Akun *verified* yang berlogo centang biru harus melalui tinjauan Instagram untuk memverifikasi akun secara resmi sehingga akun layak menjadi *verified account* (Sitanggang *et. al.*, 2024). *Verified account* menambah kredibilitas akun sebagai

sumber informasi yang terpercaya, dapat diandalkan, dan bertanggungjawab atas informasi yang diberikan (Yogantari & Ariesta, 2021).

Interaksi konten terbanyak dalam jangka waktu Oktober – Desember 2024 diraih oleh unggahan pada tanggal 11 November 2024 yang berkolaborasi dengan akun Instagram Menko Infrastruktur dan Pembangunan Kewilayahan (@agusyudhoyono) dalam postingan pembukaan forum “Accelerating National Development Risk Management Implementation Forum 2024” dengan 3.591 *likes*, 138 komentar, dan 34 *shares*.

4.2.3.12 Melihat tren yang sedang berkembang

Subkoordinator Komunikasi Publik (informan 2) menyampaikan bahwa untuk meningkatkan visibilitas konten pada media sosial yang dikelola, humas BPKP meniru konten-konten yang sedang berkembang di media sosial. Humas BPKP menjadikan tren ini sebagai inspirasi untuk mendapatkan algoritma yang bagus sehingga tercapai *exposure* konten yang besar, dengan harapan pesan yang menjangkau target audiens dan efektif. Sebagaimana yang diutarakan oleh informan 2,

“Kita mencoba meniru cara penyampaian di trending itu supaya kita algoritmanya dapat, supaya kita juga dapat exposure yang besar gitu ya. Karena dengan dapat exposure yang besar kan berarti kita bisa lebih efektif untuk menyebarkan pesan ke publik kita gitu ya.”

Humas pemerintah sering dianggap monoton dan kurang mampu mengaktualisasikan perannya di tengah dinamika masyarakat (Budhirianto, 2020). Keberadaan humas di era *Internet of Things* mengharuskan humas untuk beradaptasi dengan media sosial dan semua hal yang ada di dalamnya. Humas

dapat mengidentifikasi tren yang berkembang dan menyesuaikan konten-kontennya agar tetap relevan dan menarik perhatian publik (Kustiawan *et. al.*, 2024). Humas BPKP mengidentifikasi tren yang berkembang untuk menyebarkan informasi secara efektif dan meraih *exposure*. Hal ini menjadi memberikan pengaruh positif bagi media sosial yang dikelola oleh humas BPKP.

4.2.3.13 Menyampaikan informasi publik kepada khalayak untuk memperkuat kepercayaan kepada pemerintah

Hal yang melatarbelakangi humas BPKP memutuskan untuk menggunakan media sosial ialah sebagai pertanggungjawaban kepada masyarakat agar masyarakat mengetahui bahwa anggaran negara/daerah serta pembangunan nasional diawasi oleh sebuah lembaga yang bernama Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan. Hal ini disampaikan oleh informan 4,

“...masyarakat tuh harus tau biar.. harus tau loh kalau ini tuh.. pemerintah tuh.. programnya diawasin. Jadi masyarakat pun ada trust ke pemerintah gitu, bahwa anggaran itu diawasin...”

Sementara itu, informan 2 menyatakan bahwa,

“...itu juga merupakan salah satu bentuk pelaksanaan amanah kita untuk mempublikasikan pertanggungjawaban kita kepada masyarakat, kita kasih tau di media sosial...”

Informasi publik memang disediakan *website* utama yaitu *website* PPID (<https://eos.bpkp.go.id/ppid/profil>). Akan tetapi, humas BPKP juga menggunakan media sosial sebagai sarana untuk memperkuat penyebaran informasi publik. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 2,

“...memang utamanya, seluruh informasi, ketiga kategori itu, ya, kita sediakan di dalam website, informasinya dan kita perkuat juga dengan media-media sosial.”

Informasi maupun aktivitas yang dipublikasikan pada media sosial milik lembaga maupun organisasi mampu membangun nama baik lembaga atau instansi sehingga terbangun nama baik dan dapat dipercaya oleh masyarakat (Ilhamuddin *et. al.*, 2021). Humas BPKP menggunakan media sosial sebagai sebagai pertanggungjawaban kepada masyarakat untuk memenuhi hak-hak masyarakat mendapatkan informasi serta membangun kepercayaan antara instansi dan masyarakat bahwa BPKP sebagai instansi pemerintah melaksanakan tugas serta tanggungjawabnya dengan baik.

4.2.3.14 Menyajikan konten yang tidak menimbulkan multitafsir

Selama mengelola media sosial sebagai media komunikasi humas, humas BPKP juga mengalami berbagai tantangan. Humas BPKP berpendapat bahwa tidak semua konten yang baik dapat meraih jangkauan dan interaksi. Humas BPKP harus dapat memosisikan diri sesuai dengan citra yang dibangun sebagai Minwas (sapaan akrab untuk admin sosial media BPKP). Humas BPKP menerangkan bahwa Minwas digambarkan sebagai orang yang berasal dari generasi milenial dan selalu positif. Humas BPKP sebagai instansi pemerintahan juga perlu mencerminkan instansi dengan menyampaikan pesan pemerintah dengan bahasa yang mudah dimengerti oleh masyarakat. Konten-konten yang diproduksi oleh humas BPKP juga harus tetap menarik agar informasi yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik. Humas BPKP harus membuat konten yang tidak menimbulkan multitafsir dan tetap mengedukasi untuk mempertahankan persepsi publik yang positif. Berikut pernyataan informan 1,

“...kita harus bisa mengkonsepsikan diri kita sebagaimana daripada yang kita citrakan itu sebagai Minwas ya. Memang kita mengenalkan Minwas kita adalah Minwas yang usianya generasi milenial, positif. Itu memang kita harus jaga sekali supaya kita tetap mempersepsikan diri kita dengan baik sehingga tidak menimbulkan multitafsir di pengguna media sosial.”

Sementara itu, informan 3 menyatakan bahwa,

“ya itu adalah media sosial lembaga, bukan media sosial pribadi. Bagaimana kita bisa menyajikan informasi yang menarik sehingga orang senang melihatnya. Namanya media sosial, orang enggak pengen melihat yang serius juga. Jadi ya itu, menyeimbangkan antara bagaimana kita menyajikan konten yang menarik, tapi juga pesannya sampai gitu. Jadi tidak terlihat negatif, dan sebagainya.”

Humas BPKP juga menyatakan bahwa tugas, fungsi, dan wewenang BPKP sebagai badan pengawasan menghasilkan laporan yang bersifat rahasia sehingga tidak dapat disebarluaskan kepada masyarakat umum. Ketika BPKP melakukan pengauditan, humas BPKP tidak bisa menjabarkan informasi dengan detail perihal kegiatan tersebut. Faktanya, informasi yang dikecualikan adalah informasi yang ingin diketahui oleh masyarakat. Humas BPKP berupaya untuk menyampaikan bahwa informasi tersebut adalah informasi yang dikecualikan.

Berikut pernyataan informan 3,

“Kalau kita melakukan audit, kita kan enggak mungkin menyediakan informasi secara detail dan juga hasil laporan kita. Jadi itu sih tantangannya. Dan hal yang rahasia itulah kadang justru diingintahui oleh masyarakat. Jadi di situ lah, maksudnya tantangan kita, intinya kita harus tau bagaimana caranya kita menyampaikan bahwa hal ini itu dikecualikan.”

Untuk menghadapi tantangan dalam melakukan komunikasi publik, sebelum memproduksi konten humas BPKP menyeleksi naskah konten yang akan dibuat dan melakukan uji teknis beberapa kali untuk memastikan bahwa konten yang dipublikasikan mewakili BPKP sebagai auditor internal pemerintah.

Berikut pernyataan informan 1,

“ketika perencanaan, kita lagi mencari konten, kontennya ini gitu ya. Kita sudah bikin script dari tim, mereka mengajukan beberapa script. Sudah oke ini ya, tapi ketika nanti kadang kita visualisasi, dan visualisasinya not approved. Kita harus menjaga betul ya informasi yang kita muat di media sosial, karena kita memang pengawas keuangan ya.”

Sementara itu, informan 2 menerangkan bahwa,

“...jadi kebanyakan dalam bikin konten itu kebanyakan enggakya dulu. Jadi berkali-kali dicoba bikin lagi, bikin lagi, bikin lagi. Ulang lagi, rombak lagi, kayak gitu, tapi tetap aja ada ya, tapi kita sudah substansi ini, sudah kita proofread sama uji teknis beberapa kali, ternyata tetap masih ada kekurangan.”

Sementara itu, informan 3 menyatakan bahwa,

“Jadi ya itu, menyeimbangkan antara bagaimana kita menyajikan konten yang menarik, tapi juga pesannya sampai gitu. Jadi tidak terlihat negatif, dan sebagainya.”

Humas pemerintahan perlu membangun citra positif lembaga dan menimbulkan persepsi yang positif pada publik di media sosial (Fadilah & Hidayat, 2023). BPKP sebagai instansi pemerintahan dalam mengelola media sosial harus memuat unsur-unsur pemerintahan tetapi juga menarik untuk diketahui masyarakat. BPKP sebagai pengawas keuangan pemerintah menghasilkan laporan audit yang bersifat rahasia. Hal ini memunculkan tantangan tersendiri bagi humas BPKP dalam mempublikasikan informasi di media sosial. Untuk mengatasi hal ini, humas BPKP melakukan uji teknis beberapa kali sebelum mempublikasikan informasi untuk menjaga persepsi publik terhadap BPKP sebagai pengawas pemerintah dan memberikan pengertian kepada publik bahwa terdapat batasan-batasan dalam penyampaian informasi.

4.2.3.15 Melibatkan kepala biro hingga kepala instansi dalam pembuatan konten *high risk* atau *counter crisis*

Untuk proses pembuatan hingga publikasi konten yang bersifat *high risk* (beresiko tinggi) atau *counter crisis* (menangkal krisis), proses yang dilalui tentunya sama dengan konten yang biasa diproduksi, namun perbedaannya terdapat pada proses peninjauan yang melibatkan lebih banyak pihak yaitu kepala biro atau hingga kepala instansi jika diperlukan. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 4,

“Kalau konten yang high risk itu biasanya review-nya gak cuman sampai reviewer satu ini, tapi bisa sesuai kebutuhan misalnya Pak Kepala Biro harus tahu nih, mungkin bahkan sampai Pak Kepala harus tahu...”

Humas sebagai *problem solving process facilitator* berperan untuk memecahkan masalah (Najib, 2023). Pembuatan konten yang bersifat *counter-crisis* dilakukan untuk meng-counter isu negatif di media sosial (Maulidia, 2024). Humas BPKP dalam menghadapi situasi kirisik berupaya meng-counter isu dengan juga mempublikasikannya di kanal komunikasinya. Dalam memproduksi konten beresiko, humas BPKP melalui tahapan yang lebih banyak dari produksi konten biasa yaitu melibatkan tinjauan hingga kepala biro maupun kepala instansi.

4.2.3.16 Menindaklanjuti pemberitaan dengan *tone* negatif

Secara mingguan, humas BPKP menganalisis laporan *monitoring* pemberitaan yang diberikan oleh Media Monitoring dan memberikan hasil laporannya kepada pimpinan. Hal ini dilakukan sebagai bentuk pencegahan ketika muncul pemberitaan dengan *tone* negatif dapat langsung diberikan respon. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 1,

“In case, in daily, ada pemberitaan yang cenderung tone-nya negatif, dan perlu kita lakukan respon, kita lakukan respon.”

Dalam merespon pemberitaan, humas BPKP membuat *press release* juga konten di media sosial sebagai bentuk manajemen isu dan krisis. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 5,

“... bikin press release, harus bikin konten di medsos, penanganan krisis.”

Tindaklanjut suatu pemberitaan media yang negatif akan meningkatkan gelombang kritik (Ramadhana & Purwanti, 2024). Sebelum suatu isu berkembang menjadi krisis, humas BPKP mengidentifikasi masalah yang berpotensi menjadi krisis dengan memberikan respon atau tanggapan. Respon penanganan yang dilakukan oleh humas BPKP dapat berupa rilis pers atau konten di media sosial.

4.2.3.1 Melibatkan publik internal dalam pengelolaan komunikasi publik

Humas BPKP secara aktif melibatkan publik internal di luar Bagian Komunikasi dan Informasi yaitu pegawai BPKP dalam pembuatan konten. Pegawai BPKP tidak hanya dilibatkan sebagai penyedia informasi untuk dipublikasikan tetapi juga sebagai aktor. Berikut pernyataan informan 2,

“Kita melibatkan mereka dalam menyediakan informasinya, substansi apa nih yang perlu dipublikasikan, bahkan juga sampai ke aktor-aktornya juga.”

Dalam pelaksanaannya, kolaborasi yang melibatkan publik internal dalam pembuatan konten disetujui dan didukung oleh pimpinan BPKP. Dukungan ini dianggap penting dalam kelancaran proses kolaborasi dan meningkatkan partisipasi publik internal. Dukungan pimpinan BPKP mencerminkan komitmen

instansi dalam mendukung komunikasi publik yang lebih baik lagi. Hal ini disampaikan oleh informan 2,

“butuh dukungan dari pimpinan ya. Alhamdulillah itu juga bagus juga, kalau dari pimpinannya sudah setuju itu jadi gampang kalau kita ingin berkolaborasi dengan teman-teman internal”

Humas BPKP memanfaatkan fitur *collab with* di laman Instagram dengan kementerian lain dan unit kerja untuk menaikkan *engagement*. Humas BPKP sering menggunakan fitur ini dengan unit kerja sebagai *credits* karena sebagian besar kegiatan pengawasan dan detailnya berasal dari unit kerja. Hal ini disampaikan oleh informan 1, informan 3, dan informan 4

“...kebetulan kalau di medsos kan ada collaboration with gitu kan.” (Informan 1)

“Kemudian kalau publik internal juga kadang kita collab juga, setiap unit kerja punya media sosial masing-masing ya, itu bisa kita collab juga di media sosial.” (Informan 2)

“...kita ajak mereka collab biar menaikkan etos mereka juga karena kita udah dibantu juga nih, dapet video, dapet footage-nya dari mereka sebagai apresiasi.” (Informan 4)

Koordinasi antar publik internal merupakan peranan penting dari suatu strategi dalam mengisi tujuan manajemen (Nugraha *et. al.*, 2022). Humas BPKP berkolaborasi dengan publik internal dalam proses produksi dan publikasi konten di media sosial. Publikasi konten di media sosial dapat dimaksimalkan dengan fitur-fitur maupun format yang mampu mendukung interaksi dalam jejaring media sosial (Baharuddin *et. al.*, 2021). Humas BPKP memaksimalkan pemanfaatan media sosial Instagram dengan fitur *collab with*, fitur ini akan menghubungkan konten publikasi dengan satu atau lebih pengguna Instagram lainnya.

4.2.3.18 Berkolaborasi dengan publik eksternal

Humas BPKP berkolaborasi juga menjalin kolaborasi dengan publik eksternal untuk memperluas *exposure* serta menjangkau audiens yang lebih beragam. Upaya ini seringkali dilakukan dengan kementerian atau lembaga lain. Kolaborasi ini dilakukan untuk meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dalam memperluas jangkauan konten yang dipublikasikan. Berikut pernyataan informan 4,

“Kalau dari eksternal sering juga sih, tapi lebih seringnya ke kementerian atau lembaga lain. Lumayan juga kan bisa menjangkau followersnya mereka gitu jadi ga cuma di kita aja. Jadi kita sama-sama satu posting-an aja, memudahkan pekerjaan.”

Humas BPKP berkolaborasi dengan publik eksternal untuk menaikkan *exposure* dari publikasi dengan fitur *collab with* pada aplikasi Instagram. Fitur ini memungkinkan akun-akun untuk saling berkolaborasi dalam satu unggahan yang akan muncul di laman tiap akun yang berkolaborasi sehingga jangkauan unggahan akan lebih besar. Humas BPKP memanfaatkan fitur ini ketika ada kunjungan dari kementerian atau lembaga lain seperti kunjungan dari Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Republik Indonesia dan kunjungan dari Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 4,

“...misalnya pas ajak Pak Bas ke sini kan, atau Pak Luhut ke sini, kita ajak collab ke KL. Jadi kita sama-sama satu posting-an aja, memudahkan pekerjaan dan kita bisa numpang tenar, kan, mereka misalnya si PUPR itu kan exposure-nya lebih...”

Humas BPKP juga menjalin kolaborasi dengan publik eksternal melalui jejaring forum koordinasi media sosial antar humas dari lembaga serta kementerian lain untuk saling berbagi informasi dan mempermudah

komunikasi. Humas BPKP juga turut serta dalam Forum Kehumasan. Keterlibatan humas BPKP dalam grup koordinasi antar humas kementerian dan lembaga serta Forum Kehumasan memperlihatkan bahwa humas BPKP berkomitmen untuk mempererat hubungan antar kementerian dan lembaga. Berikut pernyataan dari informan 4,

“biasanya kan ada grup media sosial antar humas kementerian dan lembaga.”

Sementara itu, informan 1 menyatakan bahwa,

“...kita juga ikut serta dalam Forum Kehumasan.”

Keikutsertaan humas BPKP dalam Forum Kehumasan ialah agar tercipta hubungan yang kuat antar humas lembaga dan meningkatkan efektivitas komunikasi antar anggota serta kolaborasi. Koordinasi dengan publik eksternal diharapkan mampu memahami serta merespon harapan publik eksternal sehingga dapat terjalin hubungan yang baik antara publik eksternal dan instansi sebagaimana yang dijelaskan oleh Picasso & Kriyantono (2024). Hal ini memperkuat citra BPKP yang aktif dalam forum koordinasi kehumasan dan mendukung keberhasilan pelaksanaan program kerja humas BPKP yang melibatkan pihak-pihak lain.

Humas BPKP menggunakan fitur *collab with* yang disediakan oleh Instagram untuk mendapatkan *exposure* konten yang lebih besar karena fitur ini memungkinkan publikasi konten juga muncul pada laman Instagram media sosial kementerian atau lembaga lain yang berkolaborasi. Hal ini membuat konten tersebut tidak hanya dapat dilihat oleh pengikut Instagram BPKP saja tetapi juga pengikut Instagram kementerian atau lembaga lain. Konten kolaborasi

merupakan upaya humas untuk mengikuti kebutuhan masyarakat (Nusantara *et al.*, 2024).

4.2.3.19 Memperkuat *media relations*

Selain bergabung dengan komunitas humas kementerian dan lembaga, humas BPKP juga menjalin hubungan yang baik dengan jurnalis dari berbagai media. Humas BPKP kerap melakukan *media gathering* dengan jurnalis secara rutin yang termasuk ke dalam kegiatan dalam program BPKP SPIK. Hal ini dilatarbelakangi oleh hasil evaluasi tahunan humas BPKP bahwa pihak yang paling beresiko di BPKP adalah media massa. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 3,

“pihak yang paling berisiko adalah media massa nih selama ini.”

Media gathering adalah kegiatan yang melibatkan jurnalis seperti mengundang jurnalis untuk hadir dalam acara yang diselenggarakan oleh BPKP, seperti mengundang jurnalis di Hari Pers, mengundang jurnalis dalam acara tahunan BPKP yaitu Rakornas Wasin (Rapat Koordinasi Nasional Pengawasan Intern), menyelenggarakan vaksin khusus untuk jurnalis, atau sekedar bincang sederhana dengan Kepala BPKP. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 3,

“...biasanya kita mengadakan acara-acara media gathering, media visit, mengundang mereka di acara-acara tertentu BPKP, kayak kemarin Rakornas Wasin, juga kita mengundang teman-teman media. Kemarin juga, kita undang teman-teman media untuk ikut lomba, segala macam lah. Jadi, memang kita coba melakukan engagement sebanyak-banyaknya”

Sementara informan 4 menyampaikan bahwa Kepala BPKP memang sering bercengkrama dengan jurnalis, hal ini pula yang memicu terbangunnya hubungan yang baik antara BPKP dengan jurnalis. Interaksi ini mencerminkan

komitmen Kepala BPKP dalam mendukung keterbukaan informasi publik. Hubungan yang baik dengan media massa adalah fondasi dalam membangun kepercayaan sehingga kredibilitas penyebaran informasi dapat dipertanggungjawabkan. Berikut pernyataan informan 4,

“Jadi dia memang senang bergaul dengan orang-orang media, jadi kita tuh memang banyak media relations gitu lah.”

Informan 1 juga menyampaikan bahwa dalam membangun *media relations*, humas BPKP mengunjungi media massa seperti Lembaga Kantor Berita Nasional Antara. Kunjungan ini bertujuan untuk mempererat hubungan kerjasama serta membangun kepercayaan media massa kepada BPKP. Melalui kunjungan secara langsung humas BPKP dapat berdiskusi tentang program yang sedang dijalankan serta kebutuhan pemberitaan. Berikut pernyataan informan 1,

“...kalau media relations itu kita kadang kita yang visit. Kita kan juga bisa ngobrol soal program kerja kita sama kebutuhan pemberitaan apa, sama misalnya kita ada informasi apa kita bisa bagi ke mereka juga.”

Media relations merupakan cara bagi humas untuk mencapai tujuan kehumasan dan menciptakan pengertian yang positif di kalangan masyarakat dengan menggunakan media massa sebagai sarana penyebarluasan informasi maupun kebijakan instansi (Fadhilla & Pradana, 2023). Tujuan strategi humas yang berkaitan dengan media ialah untuk membangun kepercayaan, membangun kerjasama yang baik dalam berbagi informasi, menyediakan fasilitas, memberikan pelayanan kepada media massa yang dibutuhkan, dan membangun hubungan secara personal dengan media (Hermawan, 2020). Humas BPKP dalam *media relations* mengadakan kegiatan yang melibatkan media agar dapat berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan *media gathering*, *media visit*, acara Hari

Ulang Tahun, dan Rakornas Wasin untuk membangun hubungan secara personal dengan media dan membangun kerjasama yang baik dalam berbagi informasi.

4.2.3.20 Menyediakan menu informasi publik di *website* secara lengkap

Pengelolaan *website* PPID menjadi tanggung jawab tim PPID. Tim PPID melengkapi *website* PPID dengan menu informasi publik yaitu Daftar Informasi Publik, Klasifikasi Informasi Yang Dikecualikan, Informasi Berkala, Informasi Serta Merta, Informasi Tersedia Setiap Saat, dan Informasi Terkait Covid-19. *Website* PPID juga menyediakan formulir permohonan informasi publik. Hal-hal yang berkaitan dengan permohonan informasi publik juga tersedia dengan jelas dalam lampiran *Standard Operating Procedure* (SOP).



Gambar 4. 9 Menu Informasi Publik

No	Standar Operasional Prosedur Layanan Informasi	Tautan
1	Standar Operasional Prosedur (SOP) Pelayanan Informasi Publik	Lihat
2	Standar Operasional Prosedur (SOP) Pengelolaan Permohonan Informasi Publik	Lihat
3	Standar Operasional Prosedur (SOP) Pengelolaan Keberatan atas Informasi	Lihat
4	Standar Operasional Prosedur (SOP) Penetapan dan Pemutakhiran Daftar Informasi Publik	Lihat
5	Standar Operasional Prosedur (SOP) Pendokumentasian Informasi Publik yang Dikecualikan	Lihat
6	Standar Operasional Prosedur (SOP) Pendokumentasian Informasi Publik	Lihat
7	Standar Operasional Prosedur (SOP) Penanganan Sengketa	Lihat
8	Standar Operasional Prosedur (SOP) Klasifikasi Informasi yang Dikecualikan - Pengujian Konsekuensi	Lihat

Gambar 4. 10 SOP Permohonan Informasi Publik

“Aku nge-link-in ke website BPKP kalau mau lihat, misalnya dia mau melihat Lapkin, Lapkin itu kan adanya di website BPKP. Aku bikinin rumah namanya jadi informasi berkala, serta-merta itu loh, tersedia setiap saat. Jadi nanti nge-link ke website-nya BPKP.”

PPID dalam melaksanakan tugasnya sebagai penyedia juga pemberi pelayanan informasi publik kepada masyarakat harus menyediakan informasi secara lengkap dan akurat (Muhammad & Helianus, 2021). Humas BPKP memastikan untuk melakukan layanan informasi dan akses informasi bagi pemohon informasi yang optimal dengan menyediakan menu informasi publik dengan lengkap di *webstite* PPID. Menu ini sudah tersedia di laman utama sehingga pemohon informasi dapat mengaksesnya kebutuhan informasinya dengan mudah.

4.2.3.21 Monitoring informasi publik di kanal humas BPKP

Informasi publik yang disampaikan oleh humas BPKP menyesuaikan dengan media dan komunikasi yang dilakukan. Pada *website*, humas BPKP mengkategorikan informasi publik mana yang termasuk ke dalam informasi yang wajib diumumkan secara berkala dan informasi serta merta. Informasi yang termasuk ke dalam informasi berkala akan diunggah setiap 3 (tiga) bulan sekali. Humas BPKP terus memantau agar informasi tetap diunggah di *website*.

Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 3,

“berkala itu setiap triwulan harus di-upload, kita selalu pantau untuk tetap di-upload. Kemudian juga yang paling penting itu adalah apakah informasi itu tidak termasuk informasi yang dikecualikan.”

Humas BPKP juga memperhatikan isi informasi yang akan diunggah tidak termasuk ke dalam informasi yang dikecualikan, seperti halnya laporan kinerja yang merupakan informasi yang harus diumumkan secara berkala, humas BPKP memastikan dalam laporan tersebut tidak terdapat informasi yang dikecualikan oleh BPKP seperti hal yang tidak boleh diketahui oleh publik yaitu Laporan

Hasil Pengawasan. Sebelum informasi diunggah, humas BPKP akan memantau informasi yang akan diunggah, setelah humas BPKP memastikan bahwa tidak ada informasi yang dikecualikan oleh BPKP. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 3,

“...isinya kita pastikan bahwa tidak ada hal-hal yang sensitif atau yang tidak boleh dibuka publik. Misalnya di perwakilan mana gitu ya, dia meng-upload laporan kinerja, tapi di dalamnya dia mencantumkan hasil pengawasan. Hasil pengawasan itu ada informasi yang dikecualikan, tidak boleh dibuka publik.”

Tim PPID juga turut mengawasi *website* yang dikelola seluruh unit kerja yaitu 34 perwakilan provinsi agar tetap mengunggah laporan kinerja yang termasuk ke dalam informasi yang wajib diumumkan secara berkala. Pengawasan ini dilakukan untuk memastikan bahwa seluruh informasi yang wajib diumumkan sudah diunggah oleh humas unit kerja. Tim PPID memastikan bahwa masyarakat atau pemohon informasi dapat mengakses informasi yang terkini dari seluruh unit kerja BPKP. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 3,

“...kita lihat di website unit perwakilan, sudah.. di.. misalnya laporan kinerjanya udah di-upload atau belum, ini udah di-upload atau belum, jadi kita benar-benar mengawasi juga di 34 perwakilan, kedeputian, semuanya kita juga pantau...”

Website PPID BPKP memuat seluruh informasi publik yang dikelola oleh BPKP pusat maupun BPKP yang berada di 34 perwakilan provinsi. Upaya PPID dalam menyediakan informasi publik dengan hasil kerja yang produktif dan pelayanan yang baik memerlukan koordinasi antar elemen organisasi (Sari & Mulyadi, 2020). Tim PPID humas BPKP memantau informasi publik informasi publik yang harus diumumkan secara berkala tidak berisi informasi yang dikecualikan, dan telah diunggah oleh humas unit kerja di *website* PPID.

4.2.3.22 Meluruskan penafsiran informasi yang dikecualikan untuk mengurangi ketidakpastian

Untuk mempertahankan predikat sebagai Badan Publik Informatif, admin PPID tetap melayani permohonan informasi publik yang dikecualikan. Hal ini sesuai dengan pendapat Nugraha *et al.* (2023) bahwa PPID harus memprioritaskan transparansi dalam memberikan informasi kepada masyarakat untuk menjaga kredibilitas PPID dan institusi. Tim PPID kini mengganti narasi “informasi yang dikecualikan” menjadi “informasi yang tidak dikuasai” dengan tujuan untuk mengurangi permohonan yang dikecualikan. Admin PPID merespon permohonan tersebut dengan menyatakan bahwa informasi tersebut tidak dikuasai oleh humas BPKP dan mengarahkan pemohon untuk menghubungi PPID instansi terkait agar pemohon dapat mendapatkan informasi dengan tepat. Berikut pernyataan informan 5,

“Dulu kan kalau ada LHP langsung dikecualikan, sekarang engga. Sekarang juga kita bikin dulu narasi untuk LHP yang dimaksud apa nih? Jadi sekarang narasinya kita ganti, jadi kita ganti informasinya tidak kita kuasai, bukan kita kecualikan. Untuk mengurangi permohonan yang kita kecualikan gitu.”

Informan 5 menyatakan bahwa tidak jarang pemohon informasi publik keliru tentang kepanjangan dari LHP. LHP yang dimaksud adalah Laporan Hasil Pengawasan milik BPKP atau Laporan Hasil Pemeriksaan milik BPK. Admin PPID akan menjelaskan perbedaan kedua laporan tersebut agar pemohon mendapatkan informasi yang diinginkan. Hal ini sesuai dengan pendapat Nugraha *et al.* (2023) bahwa organisasi harus menetapkan personel yang paling

berpengetahuan untuk menyelesaikan masalah keketidakpastian untuk mengurangi informasi yang multitafsir. Berikut pernyataan informan 5,

“...karena kita tidak kuasai, kita bikin narasi perbedaan antara LHP Laporan Hasil Pengawasan dengan LHP Laporan Hasil Pemeriksaan BPK. Jadi strategi untuk biar masyarakat puas dengan jawaban kita, kita tuh tidak menguasai informasi tersebut, bukan berarti kita tidak bisa bantu dia untuk mencari yang lain.”

Prinsip transparansi termasuk ke dalam prinsip *Good Governance*, informasi publik merupakan hak masyarakat untuk mengetahui serta berpartisipasi dalam penyelenggaraan masyarakat dan untuk membangun transparansi (Nugraha *et. al.*, 2023). Namun, disebutkan dalam UU Keterbukaan Informasi Publik bahwa terdapat pembatasan informasi yang dinamakan dengan informasi yang dikecualikan. Informasi publik yang bersifat rahasia tidak dapat dibuka untuk publik.

Seringkali penggunaan singkatan yang sama menimbulkan kekeliruan di masyarakat karena perbedaan penggunaan singkatan untuk informasi publik antar instansi dapat memiliki maksud yang berbeda. Untuk mengatasi hal ini, humas BPKP akan menanyakan apakah pengertian informasi publik yang dimaksud oleh pemohon informasi adalah informasi yang dikecualikan oleh BPKP atau informasi publik mengenai instansi lain. Jika informasi publik tersebut adalah informasi yang dikecualikan maka humas BPKP akan merespon dengan “informasi tidak dikuasai”, dan jika informasi publik yang dimaksud adalah informasi publik yang dikelola oleh instansi lain maka pemohon akan diarahkan untuk langsung menghubungi PPID instansi yang bersangkutan.

4.2.3.23 Menangani Sidang Sengketa Informasi

Selama menjalankan tugasnya memberikan layanan informasi publik, humas BPKP mengalami permohonan keberatan atas informasi dari pemohon informasi publik yang tidak puas dengan jawaban yang diberikan oleh admin PPID. Prosedur pengajuan keberatan informasi sudah tertera dengan jelas pada *website* PPID. Seringkali pemohon mengajukan informasi yang dikecualikan, informasi yang dikecualikan tidak dapat diketahui oleh publik karena hal ini dapat mengganggu kegiatan penegakan hukum maupun stabilitas ekonomi nasional. Informasi yang dikecualikan juga merupakan hak instansi karena diatur dalam Undang-Undang. Lalu, ketika pemohon masih tidak puas dengan jawaban yang diberikan setelah pengejukan keberatan atas informasi, pemohon dapat mengajukan Sidang Keterbukaan Informasi Tata Usaha Negara atau yang biasa dikenal dengan Sidang Sengketa Informasi. Informan 5 menerangkan bahwa biasanya keberatan atas informasi ini diajukan oleh LSM. Berikut pernyataan informan 5,

“...kalau ada yang gak puas nanti ngajuin keberatan, mengajukan keberatan atas informasi. Nanti kalau gak puas lagi bisa mengajukan sidang KIP, sidang sengketa informasi nanti.”

Setelah pemohon mengajukan keberatan informasi, humas BPKP akan mendapatkan undangan Sidang Sengketa Informasi. Humas BPKP berada di bawah Biro Hukum dan Komunikasi, maka dalam kasus ini humas BPKP berkoordinasi dengan Biro Hukum untuk memproses sidang dengan menyerahkan kronologis kejadian. Kronologis ini berisi tanggal permohonan dibuat, apa permintaan yang diminta, dan bagaimana humas BPKP menjawab

permohonan tersebut. Humas BPKP tidak menghadiri sidang melainkan Biro Hukum. Berikut penjelasan informan 5,

“...Yang ikut berangkat lantai tujuh, bagian hukum. Jadi kita koordinasi kronologinya seperti apa, nanti mereka yang menyiapkan sidangnya.”

Meskipun BPKP selalu memenangkan Sidang Sengketa Informasi karena BPKP berhasil membuktikan bahwa informasi yang diminta merupakan informasi yang dikecualikan. Sidang Sengketa Informasi membuat humas BPKP, dalam hal ini admin PPID lebih berhati-hati lagi dalam menjawab permohonan informasi yang dikecualikan. Upaya ini dilakukan oleh humas BPKP agar posisi humas BPKP diuntungkan karena dapat memberikan bukti kronologis yang runtut dan lengkap. Berikut pernyataan informan 5,

“Jadi sebenarnya harus hati-hati. Kita nggak bisa segampang itu, karena menyangkut nanti kalau sudah sampai ke sidang sengketa. Disidangin, Sidang Keterbukaan Informasi Tata Usaha Negara.”

Sementara itu, informan 3 menyatakan bahwa,

“Tapi mereka ada yang gugat gitu ya, dan itu tuh biasanya karena kita punya regulasi, kita jadi lebih kuat. Jadi misalkan nanti ada di sidang informasi, itu udah.. kita bisa memenangkan...”

Sengketa Informasi Publik dilakukan jika ada hambatan yang dialami oleh pemohon untuk memperoleh informasi publik (Utama *et. al.*, 2020). Pemohon informasi tidak dapat memperoleh seluruh informasi publik karena adanya batasan pengecualian informasi publik yang diatur dalam Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik. Penyelesaian Sengketa Informasi Publik dapat ditempuh melalui Komisi Informasi (Mustika *et. al.*, 2021). BPKP selalu memenuhi panggilan Sidang Sengketa Informasi, Biro Hukum akan mewakili humas BPKP untuk memenuhi panggilan sidang tersebut. BPKP sering

memenangkan sidang berkat prosedur yang telah diikuti sehingga bukti-bukti tersimpan dengan jelas.

4.2.4 *Evaluating*

Tahapan terakhir dalam manajemen humas adalah *evaluating*. Evaluasi merupakan proses penilaian tentang suatu aspek yang dihubungkan dengan situasi aspek lainnya sehingga dapat diperoleh gambaran yang menyeluruh (Ariyanti & Presetyo, 2021). Tahapan ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari program komunikasi yang sudah dilakukan oleh instansi terhadap publiknya. Tahapan ini juga dilakukan untuk mengukur keberhasilan humas dalam menjalankan program.

Evaluasi program yang dilakukan oleh humas BPKP adalah analisis data media sosial dan survei kepuasan publik. Hasil dari evaluasi dapat memberikan gambaran tentang efektivitas program komunikasi yang telah dilaksanakan. Melalui hasil evaluasi, humas BPKP dapat menunjukkan komitmennya terhadap peningkatan kinerja serta kualitas komunikasi publik yang telah dilaksanakan. Berdasarkan pengamatan dan wawancara, diperoleh hasil sebagai berikut.

4.2.4.1 Melakukan evaluasi program untuk mengetahui capaian target

Indikator Kerja Utama

Evaluasi kerja merupakan tahapan yang penting karena dengan evaluasi humas BPKP dapat mengetahui apa saja yang perlu diperhatikan lebih lanjut serta untuk mengetahui bagaimana persepsi publik terhadap BPKP yang sudah melakukan integritas pengawasan dan komunikasi publik. Evaluasi kerja juga merupakan tahapan yang harus dilakukan untuk memastikan bahwa Indikator

Kinerja Utama tercapai, dengan evaluasi kerja, humas BPKP merumuskan perbaikan jika target belum tercapai atau mempertahankan kinerja yang sudah baik. Humas BPKP mengevaluasi setiap kegiatan kehumasan yang telah dilakukan. Informan 1, informan 2, informan 3, informan 4, dan informan 5 sepakat bahwa evaluasi penting untuk dilakukan. Berikut pernyataan dari para informan,

“...dalam program kehumasan pastinya ada Indikator Kinerja Utama. IKU-nya itu harus dicapai, dan mencapainya itu kan harus dilakukan evaluasi juga. Setiap kegiatan yang kita lakukan selalu evaluasi...”(Informan 1)

“Evaluasi kerja itu penting untuk dilakukan karena buat keberlanjutannya kita ya, kalau kita ngga evaluasi nih, misalnya 2022-2023, nilai kita informatif tapi kita turun peringkat. Tadinya kan peringkat 1 di 2022, terus menurun di 2023 jadi peringkat 5 atau berapa itu aku lupa. Jadi kita perlu evaluasi lagi supaya bisa mencapai target.”(Informan 5)

“Hanya dengan evaluasi kita bisa belajar dari kinerja yang lalu, yang kita lakukan, hasil fakta informasi yang lalu, kondisi yang lalu, untuk mencari kira-kira perbaikan nyata yang kedepan. Kalau tidak ada evaluasi kan tidak bisa juga, susah.” (Informan 2)

“...evaluasi itu sangat penting Mbak. Karena saya di bagian sini kan saya yang memang merumuskan strategi dan evaluasi. Jadi untuk mengukur capaian kerja kita ya kita evaluasi” (Informan 3),

“Evaluasi itu penting ya. Biasanya evaluasi itu enggak cuma di kita doang ya, bukan cuma di medsos humas BPKP pusat doang, tapi sampai ke semua medsos di perwakilan untuk tau target publikasinya gimana...” (Informan 4)

Program kehumasan dikatakan berhasil jika strategi yang dilakukan terlaksana dengan baik dan terpublikasikan dengan baik pula (Dewi, 2022). Evaluasi memberikan hasil pencapaian tujuan dilaksanakannya suatu program kehumasan. Humas BPKP melakukan evaluasi untuk mengukur Indikator Kinerja Utama humas BPKP sudah tercapai dengan baik dan memuaskan.

4.2.4.2 Melakukan evaluasi secara berkala

Humas BPKP melakukan evaluasi harian, mingguan, bulanan, setiap 3 (tiga bulan), dan tahunan untuk mengukur keberhasilan pengelolaan komunikasi dan informasi publik yang dilakukan. Setiap evaluasi yang dilakukan memiliki tujuan yang berbeda-beda. Evaluasi harian bertujuan untuk memantau narasi yang dibuat pada *caption* sosial media yang dikelola oleh humas unit kerja, evaluasi bulanan bertujuan untuk mengevaluasi pengelolaan media sosial yang dikelola oleh humas BPKP pusat, sedangkan evaluasi tahunan dilakukan untuk mengukur keberhasilan program kehumasan yang dilakukan selama satu tahun. Hal ini menunjukkan bahwa evaluasi merupakan tahapan yang krusial bagi humas BPKP.

A. Evaluasi publikasi harian

Informan 4 menyatakan bahwa evaluasi harian penting untuk mengetahui detail-detail yang sepertinya dianggap remeh tetapi berpotensi menjadi bumerang bagi BPKP sebagai instansi pemerintah. BPKP perlu membuat narasi yang netral yang dapat menunjukkan posisi BPKP sebagai instansi pemerintah dan tidak menyudutkan pihak manapun. Evaluasi harian dilakukan untuk mengatasi kekeliruan pada narasi yang dipublikasikan sedini mungkin. Evaluasi harian dilakukan untuk mengawasi unggahan yang dibuat oleh humas dari unit kerja terutama pada narasi yang dibuat di unggahan sosial media. Berikut pernyataan informan 4,

“...penting untuk evaluasi secara harian. Kalau misalnya narasi yang kurang sesuai jadi langsung bisa ketahuan.”

B. Evaluasi media sosial

Humas BPKP melakukan kegiatan *branding* pada media sosial, sebagai bentuk evaluasi atas pelaksanaan kegiatan tersebut dilakukan evaluasi pengelolaan media sosial setiap bulannya. Evaluasi media sosial dikemas dalam Laporan Kegiatan Pengelolaan Media Sosial. Evaluasi pengelolaan media sosial bertujuan untuk mengetahui perkembangan pengikut akun, jumlah interaksi, jangkauan konten, konten yang paling banyak mendapatkan atensi, dan capaian target produksi konten pada media komunikasi humas BPKP yaitu Youtube, X, Instagram, dan Facebook. Jika capaian target produksi konten belum tercapai maka humas BPKP perlu membuat perencanaan konten yang lebih baik lagi. Berikut pernyataan informan 1,

“Bulanan kita evaluasi, contoh tadi saya mengevaluasi terkait dengan publikasi website dari Pak Ristiandi tadi. Kemudian juga Pak Ristiandi nanti dia melakukan evaluasi publikasi dari agenda setting. Kan ada target, kemudian sudah tercapai atau belum. ”

C. Pengukuran Indeks Pengelolaan Reputasi

Evaluasi tahunan dilakukan oleh humas BPKP di akhir tahun. Terdapat 2 (dua) pengukuran evaluasi tahunan humas BPKP, survei Indeks Pengelolaan Reputasi melibatkan publik eksternal sedangkan survei Indeks Kualitas Layanan Biro Komunikasi melibatkan publik internal BPKP. Humas BPKP mengujikan beberapa variabel dalam survei Indeks Pengelolaan Reputasi guna mendapatkan pengetahuan mengenai ekspektasi dan persepsi masyarakat. Variabel utama yang diujikan dalam survei ini adalah kinerja, kualitas, daya tarik, tanggung jawab, loyalitas, dan simpati. Sementara itu, Indeks Kualitas Layanan Biro Komunikasi yang diikuti oleh seluruh pegawai BPKP bertujuan untuk mengukur

seberapa baik humas BPKP menjalankan fungsi dan wewenangnya untuk melakukan pelayanan informasi. Berikut pernyataan informan 1,

“Setiap tahun kita melakukan evaluasi, yaitu pengukuran, evaluasi Indeks Pengelolaan Reputasi, itu kita evaluasi, sudah tercapai belum, makanya sebuah kegiatan kalau di BPKP itu semuanya pasti di evaluasi.”

Data yang dikumpulkan dalam Survei Reputasi BPKP didapatkan dari masyarakat reputasi BPKP yaitu masyarakat umum, media massa, organisasi atau kelompok masyarakat, dan mitra kerja BPKP. Kemudian data dianalisis melalui pengujian permodelan dengan PLS-SEM Model dengan SMARTPLS 3.0. Setelah itu, diperoleh hasil pengujian pengaruh variabel kualitas, kinerja, tanggung jawab, dan daya tarik melalui variabel reputasi sebagai mediator. Kemudian, diperoleh nilai Kepercayaan Masyarakat Reputasi terhadap BPKP paling besar dipengaruhi oleh variabel kinerja (0,334), lalu diikuti oleh variabel tanggung jawab (0,230), variabel kualitas (0,229), dan daya tarik (0,189). Kesimpulan dari pengujian ini adalah BPKP berkinerja dengan baik. BPKP juga perlu menunjukkan tanggung jawab dan kualitasnya serta memastikan BPKP mampu mempresentasikan daya tariknya. Berikut pernyataan informan 1,

“Di Survei Indeks Pengelolaan Reputasi kita melakukan survei atas beberapa variabel yang melibatkan pihak eksternal. Jadi, persepsi publik itu, persepsi publik eksternal, di mana persepsi publik itu kan sudah kita berikan informasi terkait dengan apa yang dilakukan oleh BPKP dari integritas pengawasan, komunikasi, dan sebagainya. Nanti kita analisis dengan pendekatan SEM.”

Sementara itu informan 3 menyatakan bahwa target nilai Indeks Pengelolaan Reputasi yang ditetapkan berbeda-beda setiap tahunnya. Target nilai Indeks Pengelolaan Reputasi di tahun 2024 diharapkan dapat mencapai angka 78, lebih tinggi dari target nilai pada tahun sebelumnya yaitu 76.

Penetapan target ini mencerminkan bahwa BPKP berkomitmen untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan informasi publik dan pengelolaan reputasi.

Berikut pernyataan informan 3,

“...setiap tahun kita menargetkan, misalkan tahun ini 78 gitu ya, eh, tahun lalu 78, kayaknya tahun ini 78, tahun lalu 76, tahun ini 78...”

Evaluasi berfungsi untuk mengkaji pelaksanaan program kehumasan yang ditunjang oleh hasil penelitian (Setiawan & Berliani, 2021). Evaluasi memperhatikan prinsip kesinambungan, maka dari itu evaluasi tidak dilakukan hanya setahun sekali tetapi dilakukan terus menerus (Ariyanti & Prasetyo, 2021). Humas BPKP melakukan evaluasi harian, mingguan, bulanan, dan tahunan untuk melakukan peninjauan terhadap kegiatan pengelolaan komunikasi dan informasi publik. Target nilai Indeks Pengelolaan Reputasi yang ditetapkan untuk tahun 2024 adalah 78. Diharapkan dengan evaluasi tahunan dapat tercapai hasil yang sesuai target.

4.2.3.3 Menggunakan aplikasi BRONIS untuk *monitoring* internal

Humas BPKP memiliki aplikasi tersendiri agar publik internal dapat melihat isu-isu yang berkembang secara *real time* yaitu aplikasi BRONIS untuk *dashboard monitoring*. Aplikasi BRONIS memantau seluruh unggahan sosial media unit kerja. Melalui aplikasi ini satgas reputasi unit kerja membuat jurnal harian yang berisikan konten yang sudah dipublikasikan di kanal komunikasi berikut dengan tautannya. Adanya aplikasi ini memudahkan pimpinan melihat unit kerja mana yang aktif memproduksi berita atau unggahan pada media sosial yang dikelola oleh masing-masing unit kerja. Berikut pernyataan Ibu Amalia Septianti (informan 5),

“...ada BRONIS baru, dashboard monitoring, aplikasi baru. Internal. Untuk pimpinan biar mengetahui unit kerja mana aja yang aktif.”

Sementara itu, informan 3 menyatakan bahwa,

“Jadi kalau unit kerja itu, misalnya kalau mereka upload sesuatu di media sosial, misalnya kalau mereka upload sesuatu di media sosial, mereka bisa menjurnal harian, mereka akan input bahwa mereka sudah meng-upload konten A dengan link ini di kanal komunikasi misalnya Instagram, IG, apa segala macam. Kemudian temanya apa, itu bisa kita pantau secara harian, secara real-time.”

Tim sosial media melakukan *monitoring* kepada setiap unggahan yang diunggah pada laman media sosial masing-masing unit kerja dengan membaca narasi yang dibuat oleh satgas reputasi (humas unit kerja). Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa satgas reputasi telah mewakili BPKP sebagai instansi pemerintah. Narasi yang dibuat tidak boleh terkesan menyerang pemerintah. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 4,

“...kita pengen tau nih informasinya nih yang mereka berikan ke masyarakat itu udah pas atau belum ya, sesuai dengan agenda setting kita enggak ya, narasinya udah bener belum ya, takutnya kan narasinya kayak tadi.. agak-agak menyerang pemerintah atau seperti apa.”

Proses *monitoring* terhadap pelaksanaan pekerjaan dilakukan untuk memperoleh data, fakta, serta informasi untuk memastikan kesesuaian proses (Syukri *et. al.*, 2023). *Monitoring* internal dilakukan untuk menjamin kualitas serta mutu publikasi (Sukri *et. al.*, 2020). *Monitoring* perlu ditunjang oleh aplikasi atau sistem manajemen agar berkesinambungan (Manu & Tantrisna, 2020). Humas BPKP dalam *monitoring* humas internal menggunakan aplikasi BRONIS. Aplikasi BRONIS memudahkan humas BPKP pusat untuk memantau seluruh unggahan informasi di media sosial yang dikelola oleh masing-masing unit kerja dan mengevaluasi bahwa publikasi yang dibuat mewakili BPKP

sebagai instansi pemerintah, informasi yang disampaikan berkualitas, serta mencapai target publikasi.

4.2.4.4 Berpartisipasi dalam kegiatan Keterbukaan Informasi Publik untuk mengevaluasi kinerja

Humas BPKP juga turut berpartisipasi dalam acara kehumasan yang diselenggarakan oleh kementerian dan lembaga lain yang berkaitan dengan keterbukaan informasi publik. Hal ini dilakukan oleh humas BPKP untuk mempelajari perkembangan pengelolaan informasi publik, seperti acara Talkshow Keterbukaan Informasi Publik yang diselenggarakan oleh BPOM dengan tema "Kepemimpinan dalam Mendorong Keterbukaan Informasi Publik". Berikut pernyataan informan 3,

"Biasanya yang nilainya tinggi-tinggi itu biasanya mereka juga rajin mengadakan acara-acara seperti itu. Jadi kita pun ikut, jadi di situ kita banyak belajar juga nih dengan mereka"

Tolok ukur keberhasilan humas BPKP dalam pengelolaan informasi publik terletak pada tingkat kepuasan publik terhadap jawaban yang diberikan oleh admin PPID, serta penurunan jumlah keberatan informasi dan sidang sengketa informasi publik. Penurunan keberatan informasi dan sidang sengketa menunjukkan bahwa humas BPKP berhasil memenuhi kebutuhan informasi publik. Informan 5 menjelaskan bahwa indikator keberhasilan terlihat dari semakin menurunnya jumlah keberatan yang diajukan oleh pemohon informasi setiap tahunnya. Berikut pernyataan informan 5,

"Yang sudah kita lakukan adalah kita ga terlalu banyak yang mengajukan keberatan informasi, enggak banyak sidang sengketa, berarti kita berhasil membuat publik puas dengan jawaban informasi dari kita. Misalnya publik, ah

semakin sedikit jumlah keberatan setiap tahun, semakin sedikit jumlah informasi yang kita kecualikan, semakin sedikit jumlah sidang sengketa ada di BPKP terkait informasi publik...”

Informan 4 menyatakan bahwa salah satu upaya untuk mengukur keberhasilan komunikasi publik humas BPKP mengikuti beberapa ajang penghargaan. Melalui ajang penghargaan, humas BPKP tidak hanya berkesempatan untuk mengevaluasi kinerjanya, tetapi juga mendapatkan kritik dan saran yang konstruktif dari para ahli di bidang pengelolaan komunikasi dan informasi publik. Partisipasi dalam ajang penghargaan ini juga memberikan pandangan kedepannya dalam meningkatkan kualitas strategi komunikasi yang dilakukan oleh humas BPK. Berikut pernyataan informan 4,

“kita juga sering mencoba ikutan award biar ada pandangan, kan, lumayan nih kalau kita ikut ini, penghargaan itu, kadang kita dapet masukan dari juri-juri.”

Tujuan kehumasan dinilai tercapai jika tolok ukur dalam proses pelaksanaan pengelolaan komunikasi sudah mencapai target maupun melebihi target. Humas BPKP dalam proses evaluasi turut berpartisipasi dalam ajang maupun acara yang diselenggarakan oleh kementerian atau lembaga lain untuk menilai sejauh mana kemampuan humas BPKP dalam mengelola komunikasi dan informasi publik.

4.2.5 Upaya mempertahankan pencapaian predikat Badan Publik Informatif

Penghargaan Badan Publik Informatif merupakan predikat yang diberikan oleh Komisi Informasi Pusat pada badan publik yang telah memenuhi kriteria *monitoring* evaluasi (monev) secara daring pada situs <https://e-monev.komisiinformasi.go.id/>, monev ini diuji secara terbuka dan dapat diikuti

oleh seluruh badan publik yang ada di Indonesia. Kemudian, badan publik yang memenuhi rentang nilai tertentu terbagi ke dalam beberapa kategori yaitu informatif (nilai 90-100), menuju informatif (nilai 80-89,9), cukup informatif (nilai 60-79,9), kurang informatif (nilai 40-59,0), dan tidak informatif (nilai 0-39,9). Kategori ini digunakan untuk menunjukkan sejauh mana badan publik memenuhi kewajibannya dalam keterbukaan informasi publik sesuai dengan Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik Nomor 14 Tahun 2008.

Terdapat beberapa standar penilaian terhadap BPKP oleh Komisi Informasi Pusat yang berkaitan dengan Keterbukaan Informasi Publik. Adapun beberapa indikator penilaian untuk memenuhi kualifikasi sebagai Badan Publik Informatif yaitu kualitas informasi, pelayanan informasi, jenis informasi, sarana dan prasarana, komitmen organisasi, strategi, inovasi, serta digitalisasi. Humas BPKP mempertahankan predikat Badan Publik Informatif melalui penguatan strategi pengelolaan komunikasi dan informasi publik, revitalisasi *website* PPID, mengoptimalkan sarana dan prasarana, serta mengoptimalkan standar pelayanan informasi publik.

BPKP berhasil memenuhi standar dengan tepat sehingga BPKP dapat mempertahankan predikat sebagai Badan Publik Informatif sejak tahun 2020 hingga tahun 2023. Pencapaian predikat sebagai Badan Publik Informatif mencerminkan komitmen BPKP dalam prinsip transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan komunikasi dan informasi publik. Humas BPKP telah memenuhi indikator-indikator tersebut sehingga mampu mempertahankan predikat Badan Publik Informatif selama empat tahun berturut-turut. Humas

BPKP menunjukkan bahwa humas BPKP menjaga standar keterbukaan informasi publik dan mempertahankan kepercayaan masyarakat terhadap instansi.

4.2.5.1 Memenuhi persyaratan Undang-Undang sehingga mendapatkan Penghargaan Badan Publik Informatif

Bagian Komunikasi dan Informasi Publik tidak menjadikan peraih penghargaan Badan Publik Informatif sebagai target. Penghargaan Badan Publik Informatif didapatkan karena BPKP sebagai badan publik bertanggung jawab untuk melakukan komunikasi publik dan menyediakan informasi publik sesuai dengan yang diatur dalam Undang-Undang. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 1,

“...memang itu obligation dari kita. Jadi informatif itu merupakan suatu bonus. Karena memang sudah kewajiban bagi badan publik. Sebenarnya seperti itu ya. Jadi niatan kita bukan kita ngejar informatif gitu loh. Tapi kita memenuhi daripada Undang-Undang.”

Sementara itu, informan 3 menyatakan bahwa,

“Sebenarnya kalau dari target kinerja kita, nggak ada sih khusus yang bilang kalau harus mulai berapa, atau harus informatif, cuma kita sebagai badan publik, kita memang punya tanggung jawab untuk bisa transparan ke masyarakat.”

Hal yang mendasari humas BPKP melakukan pengelolaan komunikasi dan informasi adalah adanya Peraturan dan Undang-Undang mengenai pengelolaan informasi publik dan komunikasi publik. Informan 1 dan informan 2 menuturkan bahwa pengelolaan informasi publik telah diatur dalam Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi. Kemudian, informan 2 juga menambahkan bahwa pengelolaan informasi publik yang dilakukan oleh humas BPKP merujuk pada PERKI Nomor 1 Tahun 2021

Tentang Standar Layanan Informasi Publik. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 1 dan informan 2 bahwa,

“Jadi, secara PERMEN kebijakan dari, kebijakan tertingginya, baik dari PERMENPAN dan juga peraturan dari Kementerian KOMINFO, itu ada hal-hal yang diatur bahwa humas itu melakukan informasi kepada publik.” (Informan 1)

“Jadi, emang utamanya itu dari, ini kan informasi kepada publik ya, jadi nggak bisa dipisahkan dari Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik. Terus juga nanti ada aturan-aturan turunannya dari Peraturan Pemerintah tahun 2006 ya, terus PERMEN ya tahun 2010, gitu, yang tentang pelaksanaan Undang-Undang 14, terus Peraturan Komisi Informasi tentang Strategi Informasi Publik, terus yang kehumasan itu ada pedomannya dari PermenPAN-RB, seperti itu. Lalu juga, tentu informasi publik aturan teknisnya itu di Peraturan Komisi Informasi Nomor 1 2021 tentang Standar Layanan Informasi Publik. Jadi, bagaimana kita menyampaikan informasi publik tersebut tentu mengacu pada aturan PERKI 1 di 2021.” (Informan 2)

Badan publik menurut pengertian Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik Pasal 1 adalah lembaga eksekutif, legislatif, yudikatif, dan badan lain yang fungsi dan tugas pokoknya berkaitan dengan penyelenggaraan negara, yang sebagian atau seluruh dananya bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan/atau Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah, atau organisasi nonpemerintah sepanjang sebagian atau seluruh dananya bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan/atau Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah, sumbangan masyarakat, dan/atau luar negeri. Sesuai dengan definisi tersebut,

BPKP merupakan badan publik sehingga BPKP memiliki kewajiban untuk mempublikasikan informasi publik. Humas BPKP mengelola komunikasi dan informasi publik sebagaimana yang tercantum dalam Peraturan Pemerintah Nomor 61 Tahun 2021 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 14 Tahun

2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik dan PERKI Nomor 1 Tahun 2021 Tentang Standar Layanan Informasi Publik.

Pelayanan informasi publik termasuk ke bagian dari prinsip pemerintahan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 101 tahun 2000 yaitu akuntabilitas, transparansi, pelayanan prima, demokrasi dan partisipasi, efisiensi dan efektivitas, serta supremasi hukum dan dapat diterima oleh seluruh masyarakat. Humas BPKP melayani informasi publik sebagai upaya untuk membuktikan BPKP sebagai lembaga pemerintah adalah lembaga yang akuntabel, transparan, dan mengutamakan hak masyarakat untuk mendapatkan informasi publik yang menyangkut kepentingan masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung.

Dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik Bab II Pasal 3, Keterbukaan Informasi Publik bertujuan untuk mewujudkan penyelenggaraan negara yang baik yaitu yang transparan, akuntabel, dapat dipertanggungjawabkan, serta efektif dan efisien. Informasi publik berupa informasi yang terjaga keabsahannya, kebenarannya, keakuratannya, dan tidak menyesatkan penerima pesannya (Almaarif & Wargadinata, 2022). Humas BPKP menunaikan kewajibannya sebagai badan publik untuk menyediakan informasi publik dan memenuhi hak-hak pemohon dan pengguna informasi publik sebagaimana yang tertera dalam UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik Bab III Pasal 4, 5, 6, 7, dan 8 tentang hak dan kewajiban pemohon dan pengguna informasi publik serta hak dan kewajiban badan publik.

4.2.5.2 Menyediakan sarana dan prasarana



Gambar 4. 11 Helpdesk Ruang Layanan Informasi Publik



Gambar 4. 12 Ramp atau jalur landai

BPKP sebagai badan publik menyediakan sarana dan prasarana yang mengakomodasi penyandang disabilitas yaitu dengan menyediakan *ramp* atau jalur landai di pintu utama kantor. Selain itu, humas BPKP juga menyediakan Ruang Layanan Informasi. Ruang Layanan Informasi dilengkapi dengan meja resepsionis dan sofa untuk tamu. Terdapat Majalah Warta Pengawasan yang dapat dibaca oleh pemohon informasi sembari menunggu. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 1,

“...kita ada ruang layanan informasi. Itu kan merupakan upaya kita menjadi well-informed.”

Sementara itu, informan 5 menyatakan,

“...kita juga harus menyiapkan dari sarana, dari prasarana itu harus menyiapkan ramp. Kan di depan makanya ada tangga, ada yang ramp juga. Semua harus ada ramp.”

Humas BPKP juga menyediakan dokumen braille serta formulir informasi dokumen braille untuk tunanetra. Hal ini dilakukan oleh humas BPKP untuk menunjukkan bahwa humas BPKP berkomitmen terhadap inklusivitas dengan menyediakan dokumen braille dalam pemenuhan kebutuhan penyandang disabilitas tunanetra dalam mendapatkan informasi publik. Langkah ini merupakan upaya humas BPKP untuk memastikan bahwa informasi publik yang dikelola oleh humas BPKP dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat tanpa terkecuali termasuk kelompok penyandang disabilitas. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 5,

“...instansi itu harus punya formulir informasi dokumen braille. Terus di ruang publik ini harus ada majalah buat bacaan, ada kok dokumen braille di dalam...”

Aksesibilitas pelayanan publik perlu menjadi perhatian bagi setiap instansi pemerintah demi pemenuhan hak-hak untuk publik (Nawawi *et. al.*, 2023). Untuk meningkatkan pelayanan publik, BPKP menyediakan Ruang Informasi Publik, ruangan ini memfasilitasi pemohon informasi publik untuk dapat memperoleh informasi dengan mudah dan nyaman. Kemudian, BPKP dalam upaya peningkatan pelayanan publik menjadi instansi yang inklusif, menyediakan *ramp* yaitu jalan landai untuk memudahkan akses bagi pengguna kursi roda, tuna netra, dan orang lanjut usia. Dokumen braille disediakan oleh humas BPKP untuk memudahkan pemohon informasi publik yang merupakan penyandang tuna netra.

Penyediaan sarana dan prasarana ini merupakan amanat Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik Pasal 28F bahwa setiap individu berhak untuk

berkomunikasi serta mendapatkan informasi dalam mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan memberikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang disediakan.

4.2.5.3 Berinovasi dengan mengembangkan LARISA (Layanan Informasi Publik bagi Penyandang Disabilitas Sensorik)



Gambar 4. 13 Tampilan LARISA

Teknologi berkembang secara cepat di Indonesia, hal ini memengaruhi digitalisasi informasi publik. Humas BPKP juga terus berinovasi untuk merevitalisasi website supaya website BPKP inklusif sehingga dapat diakses oleh seluruh pihak tanpa terkecuali. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 1,

“Sekarang kita melakukan revitalisasi website.”

Sementara itu, informan 3 menyatakan bahwa,

“Begitu pula dengan inovasi, harus ada inovasi itu setiap tahunnya, jadi tahun sebelumnya kita meluncurkan LARISA, mungkin sempat nggak wawancara LARISA itu? Nah itu juga salah satu inovasinya, bagaimana informasi bisa dijangkau tidak hanya oleh orang yang normal, tapi juga orang yang disabled pun bisa mengakses informasi kita. Kemudian untuk tahun ini kita launching juga website baru kita, website itu untuk yang lebih mudah, user friendly”

Sementara itu, informan 2 menambahkan bahwa,

“Informasi publik itu harus bisa diterima oleh semua orang tanpa ada halangan.”

Revitalisasi *website* dilakukan untuk meningkatkan layanan informasi publik agar informasi ini dapat dijangkau oleh seluruh pihak tanpa hambatan. Inovasi juga merupakan salah satu indikator *monitoring* dan evaluasi yang dilakukan oleh Komisi Informasi sebagai penentu apakah badan publik tersebut masuk ke dalam kategori informatif.

Humas BPKP mengembangkan fitur layanan disabilitas di *website* PPID BPKP yang bernama LARISA (Layanan Informasi Publik bagi Penyandang Disabilitas Sensorik) dengan tujuan agar informasi yang tersedia dapat diakses oleh seluruh masyarakat tanpa terkecuali (*non-excludable*). Fitur ini mempermudah penyandang disabilitas tuna netra, tuna rungu, dan tuna wicara mengakses informasi tentang BPKP. Informan 2 menyatakan bahwa tujuan dari layanan ini ialah,

“Informasi publik itu harus bisa diterima oleh semua orang tanpa ada halangan. Artinya kita tidak menyingkirkan orang terhadap informasi tersebut.”

Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 5,

“...kita launching LARISA, layanan informasi publik berbasis buat disabilitas. Jadi kita di website-nya itu sudah bisa untuk disabilitas netra, terus ada yang bahasa isyaratnya gitu lah. Jadi kita sudah bisa melayani dari segala pihak ya, sesuai dengan Undang-Undang KIP-nya, standar layanan informasi publik.”

Penyandang disabilitas berhak untuk mendapatkan pelayanan publik serta informasi secara langsung ataupun secara tidak langsung dengan aplikasi digital (Putri & Darma, 2024). Inovasi layanan informasi publik bertujuan agar informasi publik yang dikelola oleh BPKP dapat diakses oleh seluruh pihak tanpa terkecuali. Fitur ini dibuat oleh humas BPKP untuk memudahkan oleh

penyandang disabilitas tuna rungu dan tuna netra. Pengembangan fitur LARISA merupakan bentuk komitmen BPKP dalam meningkatkan kualitas layanan informasi publik dengan memperhatikan 4 (empat) aspek sebagaimana yang disyaratkan dalam Undang-Undang Nomor 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik yaitu *availability* (informasi yang teredia), *accessibility* (dapat diakses), *acceptability* (informasi dapat diterima), dan *affordability* (keterjangkauan informasi) secara keberlanjutan kepada setiap orang.

4.2.5.4 Berkomitmen untuk mengelola komunikasi dan informasi publik

Komitmen instansi merupakan indikator yang menjadi standar Badan Publik Informatif. Komitmen instansi dapat tercermin dari kebijakan-kebijakan yang dibuat. Pada hal ini, pengelolaan komunikasi dan informasi publik didukung oleh pimpinan instansi yaitu Ketua BPKP Dr. Muhammad Yusuf Ateh, Ak., M.B.A. yang berkomitmen untuk melakukan komunikasi publik dan menyediakan informasi. Adanya komitmen dari pimpinan, BPKP sebagai instansi mampu menjaga kepercayaan publik dan meningkatkan efektivitas komunikasi sebagai bagian dari upaya mewujudkan *Good Governance*. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 1, informan 2, dan informan 3,

“...dukungan pimpinan kita sangat bagus untuk keterbukaan informasi publik, sangat berkomitmen.” (Informan 2)

“...number one-nya dukungan pimpinan ya, yang penting dukungan pimpinan ya. Jadi number one-nya memang dukungan pimpinan.”(Informan 1)

“...ada pernyataan dari beliau bahwa memang berkomitmen untuk keterbukaan informasi publik ini, karena memang disyaratkannya adalah komitmen dari jabatan tertinggi.”(Informan 3)

Komitmen kepemimpinan (*leadership commitment*) diterapkan dari tingkat atas suatu organisasi hingga tingkat yang paling bawah (Arkarizki *et al.*, 2023). Pernyataan komitmen untuk menyediakan informasi publik dari jabatan tertinggi disyaratkan dalam standar penilaian Keterbukaan Informasi Publik oleh Komisi Informasi Pusat. Komitmen dari pimpinan diperlukan untuk menciptakan sistem yang tertata seperti pembentukan visi dan misi serta tujuan untuk menjadi lembaga pemerintah yang transparan. Hal ini tercermin dari tugas dan fungsi humas BPKP dalam mengelola komunikasi dan informasi publik, serta dalam tahapan-tahapan yang dilalui pada pengelolaan komunikasi dan informasi publik.

4.2.5.5 Menyediakan informasi publik di kanal *online*

Seluruh informasi publik BPKP yang dikelola oleh BPKP dapat diakses melalui kanal-kanal digital humas BPKP. Informasi publik dipublikasikan melalui *website* PPID dan media sosial Facebook, X (Twitter), Youtube, dan Tiktok untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Langkah ini merupakan upaya digitalisasi informasi publik yang dikelola oleh humas BPKP untuk memudahkan akses bagi masyarakat. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 1,

“Untuk kegiatan yang untuk online, seperti tadi dibilang oleh Pak Ristiandi, kita ada update publikasi di website BPKP. Kemudian juga kita ada media sosial, media sosialnya yang kita gunakan yaitu media sosial Instagram, Facebook, Twitter Youtube, dan TikTok.”

Pada era *Public Relations 3.0* humas menggunakan media sosial sebagai kanal komunikasinya. Hal ini sudah banyak diterapkan oleh humas dari berbagai lembaga dan instansi termasuk humas BPKP. Instansi pemerintah harus dapat menyediakan dan menyampaikan informasi secara akurat, efisien, efektif, dan terjangkau sehingga komunikasi instansi dengan *stakeholders* berjalan sesuai dengan yang diharapkan (Cahyani, 2020). Penggunaan media sosial memudahkan khalayak untuk mengakses informasi publik mengenai BPKP.

4.2.5.6 Mendapatkan predikat Badan Publik Informatif sebagai bonus

Mendapatkan predikat sebagai Badan Publik Informatif tidak termasuk ke dalam target kinerja humas BPKP karena menjadi badan publik yang memenuhi kriteria informatif sebagaimana yang telah diatur di dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik dan PERKI Nomor 1 Tahun 2021 Tentang Standar Layanan Informasi Publik. Humas BPKP harus menyediakan informasi publik untuk menunaikan kewajibannya sebagai badan publik untuk menyediakan informasi publik yang dibagi ke dalam kategori informasi berkala, informasi serta-merta, dan informasi yang harus ada setiap saat. Berikut penjelasan dari informan 1,

“...memang itu obligation dari kita. Jadi informatif itu merupakan suatu bonus. Karena memang sudah kewajiban bagi badan publik. Sebenarnya seperti itu ya. Jadi niatan kita bukan kita ngejar informatif gitu loh. Tapi kita memenuhi daripada Undang-Undang.”

Informan 1 menerangkan bahwa keberhasilan humas BPKP dalam mengelola informasi publik tidak hanya diukur dari penghargaan Badan Publik

Informatif saja tetapi dari keberlanjutan serta kualitas informasi yang sampai kepada masyarakat. Jika fokus utama hanya pada pencapaian penghargaan, performa pengelolaan komunikasi dan informasi publik tidak akan berkesinambungan. Humas BPKP menekankan pada pentingnya menjadi instansi yang *well-informed* dan mampu memberikan informasi secara akurat.

Hal ini dinyatakan oleh informan 1,

“Kalau kita ngejar sekedar biar mendapat target supaya jadi informatif, kita enggak bakalan long-lasting. Tapi kita well-informed kepada masyarakat. Itu yang harus digarisbawahi ya. Jadi strategi kita bukan strategi untuk mencapai informatif ya, tapi memang sudah menjadi obligation kita untuk menjadi well-informed dan informatif gitu ya.”

Pengelolaan informasi publik dengan media sosial yang baik juga dibuktikan dengan perolehan beberapa penghargaan lainnya di bidang pengelolaan informasi publik. Pada tahun 2023, humas BPKP mendapatkan penghargaan di ajang Public Relations Indonesia Awards (PRIA) yaitu Silver Winner Kategori Lembaga Sub-Kategori Media Sosial, juga mendapatkan Bronze Winner Kategori Pelayanan Informasi Publik Sub-Kategori Pengelolaan dan Penyajian Informasi Publik dari Anugerah Humas Indonesia (AHI) 2023.