

IMPLEMENTASI FUNGSI HUMAS OLEH BALAI PELAYANAN PENEMPATAN DAN PERLINDUNGAN TENAGA KERJA INDONESIA (BP3TKI) DALAM MENINGKATKAN REPUTASI

Hairy Akbar Setiawan

Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta, Indonesia
abayoldskull@std.moestopo.ac.id

Abstract

This study aims to find out and understand the efforts and obstacles faced by Indonesian Manpower Service, Placement, and Protection Center (BP3TKI) Serang Public Relations in improving its reputation in the people of Banten Province. This study used a two-way symmetrical symmetrical model to examine the reputation condition of BP3TKI Serang in the field. Using a case study research design, data were collected through in-depth interviews with 5 (five) key informants from internal BP3TKI Serang; as well as non-participant observations and documentation studies. The results of the research conducted, it can be concluded that BP3TKI Serang seeks to improve the reputation of its institution through the dissemination of information on work programs and the achievement of work results to the community with community responses as considerations in the implementation of activities. The main obstacle encountered is the mindset of the community which is still old-fashioned and does not want to follow the formal placement procedure for migrant workers which ultimately makes the program goals less than optimally achieved.

Keywords : Public Relations, Reputation, Two-Way Symmetrical Model

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami upaya dan hambatan yang dihadapi Humas Balai Pelayanan, Penempatan, dan Perlindungan Tenaga Kerja Indonesia (BP3TKI) Serang dalam meningkatkan reputasinya di masyarakat Provinsi Banten. Penelitian ini menggunakan model simetris dua arah (*two way symmetrical*) untuk mengkaji kondisi reputasi BP3TKI Serang di lapangan. Menggunakan desain penelitian studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap 5 (lima) key informan dari internal BP3TKI Serang; serta observasi non partisipan dan studi dokumentasi. Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa pihak BP3TKI Serang berupaya meningkatkan reputasi lembaganya melalui penyebaran informasi program kerja dan pencapaian hasil kerja ke masyarakat dengan respon masyarakat sebagai pertimbangan dalam pelaksanaan kegiatan. Adapun hambatan utama yang ditemui adalah pola pikir masyarakat yang masih kuno dan tidak mau mengikuti prosedur penempatan TKI secara formal yang pada akhirnya membuat tujuan program menjadi kurang tercapai maksimal.

Kata Kunci : Humas, Reputasi, Model Simetris Dua Arah

PENDAHULUAN

Pelaksanaan program nasional penempatan dan perlindungan Tenaga Kerja Indonesia (TKI) di luar negeri merupakan salah satu alternatif strategis dalam pendayagunaan tenaga kerja yang ada di Indonesia. Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2004 mengamanatkan bahwa penempatan dan perlindungan TKI di luar negeri merupakan suatu upaya untuk

mewujudkan hak dan kesempatan yang sama bagi tenaga kerja untuk memperoleh pekerjaan dan penghasilan yang layak, yang pelaksanaannya dilakukan dengan tetap memperhatikan harkat, martabat, hak asasi manusia dan perlindungan hukum serta pemerataan kesempatan kerja dan penyediaan tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan nasional. Dalam sebuah artikel penelitian dituliskan pengangguran

dan kemiskinan sangat erat kaitannya dengan masyarakat yang hidup dalam garis ekonomi menengah ke bawah (Zahra, 2017). Program peningkatan jumlah ketersediaan lapangan pekerjaan di dalam negeri ternyata belum mampu menekan fenomena pengangguran yang ada di Indonesia yang akhir-akhir ini juga disinyalir sebagai salah satu faktor pemicu tingginya kasus kriminalitas yang didasari atas faktor ekonomi. Program kewirausahaan yang bertujuan untuk meningkatkan perekonomian rakyat melalui pemberdayaan manusia,

Sebagai instansi yang berorientasi menekan permasalahan krusial yang dialami oleh Negara Indonesia khususnya di bidang ketenagakerjaan, BNP2TKI memiliki bagian Humas yang berfungsi mendukung pembinaan dan membangun upaya saling menguntungkan melalui komunikasi agar diperoleh pengertian, penerimaan dan kerjasama yang baik antara organisasi dengan publiknya. Bagian Humas BNP2TKI tidak hanya berfungsi sebagai pemberi informasi ke dalam dan ke luar organisasi, namun lebih dari itu adalah menjaga nama baik dan reputasi instansi yang diwakilinya baik secara perseorangan maupun keseluruhan.

Undang-undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP) telah resmi diberlakukan di Indonesia sejak Mei 2010. Konsekuensi logis dari kewajiban ini adalah lembaga publik harus mampu menyediakan informasi publik yaitu informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim dan diterima oleh suatu Badan Publik yang berkaitan dengan penyelenggaraan suatu negara kepada masyarakat yang memerlukan. Untuk itu perlu adanya penyediaan antara lain bidang hubungan masyarakat (Humas) yang telah ada di hampir semua lini instansi pemerintahan baik pusat maupun daerah.

Dalam menyampaikan sebuah informasi, Humas perlu menggunakan bahasa dan cara tepat, efektif serta positif

yang disampaikan dengan teknologi terkini untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan benar dipahami oleh masyarakat. Program penempatan dan perlindungan tenaga kerja Indonesia di luar negeri yang dewasa ini semakin mendapatkan sambutan positif khususnya bagi masyarakat di Provinsi Banten, menjadi bukti salah satu keberhasilan komunikasi yang dilakukan oleh Humas BNP2TKI. Provinsi yang baru menginjak usia 17 tahun sejak dimekarkan dari Provinsi Jawa Barat pada tanggal 04 Oktober 2000, menjadi salah satu wilayah yang berpotensi sebagai sumber rekrut calon TKI mengingat angka pengangguran yang cukup tinggi secara nasional terjadi pada beberapa Kabupaten/ Kota yang ada di Provinsi Banten.

Penempatan TKI di luar negeri harus dilakukan secara terpadu dan serasi antara instansi pusat dengan daerah serta melalui sistem hukum yang benar guna melindungi TKI yang ditempatkan di luar negeri. Sebagai upaya untuk lebih mendekatkan diri pada masyarakat terutama calon TKI, BNP2TKI membentuk Balai pelayanan Penempatan dan Perlindungan Tenaga Kerja Indonesia (BP3TKI) Serang sebagai Unit Pelaksana Teknis yang diharapkan dapat memberikan kemudahan pelayanan bagi masyarakat Provinsi Banten dalam pemrosesan seluruh dokumen penempatan, perlindungan dan penyelesaian masalah tenaga kerja Indonesia di luar negeri.

Diamati dari fenomena yang ada, permasalahan pengangguran yang hingga saat ini belum mampu diselesaikan dengan baik oleh pemerintah Indonesia ternyata tidak hanya dipicu oleh kurangnya lapangan pekerjaan dan ketidakmampuan masyarakat untuk menciptakan lapangan pekerjaan sendiri (wirausaha). Mencermati kondisi ini, pemerintah melalui Badan Nasional Penempatan dan Perlindungan Tenaga Kerja Indonesia (BNP2TKI) melihat adanya peluang yang baik untuk membantu menekan angka pengangguran

yaitu dengan memanfaatkan potensi pasar kerja internasional.

Melihat adanya kondisi krisis kepercayaan masyarakat karena kasus yang melibatkan tenaga kerja Indonesia di luar negeri, BP3TKI Serang selaku unit pelaksana teknis penempatan, perlindungan dan penyelesaian masalah tenaga kerja Indonesia yang terintegrasi di wilayah kerja Provinsi Banten, melakukan berbagai upaya untuk dapat meningkatkan citra maupun reputasi instansi yang saat ini tengah mengalami goncangan dengan adanya kasus TKI yang banyak diberitakan media. Upaya-upaya tersebut dilakukan melalui upaya komunikasi yang dijalankan oleh masing-masing bidang yang ada di BP3TKI dalam rangka menjalankan fungsional Humas.

Melihat uraian latar belakang di atas, maka perlu diteliti pelaksanaan fungsi humas yang dilakukan oleh BP3TKI Serang dalam kaitannya dengan tugas pokok dan fungsi instansi sebagai badan yang menaungi permasalahan tenaga kerja Indonesia di luar negeri di wilayah Provinsi Banten. Urgensi penelitian ini terletak pada pertimbangan BP3TKI Serang merupakan unit pelaksana teknis penempatan, perlindungan dan penyelesaian masalah tenaga kerja Indonesia yang terintegrasi di wilayah kerja Provinsi Banten yang sangat membutuhkan reputasi baik bagi kelangsungan kerja instansi untuk dapat mendukung program kerja pemerintah pusat dalam menekan angka pengangguran di Indonesia dengan memperoleh kembali kepercayaan masyarakat sebagai calon TKI khususnya di Provinsi Banten.

Berdasarkan Peraturan Kepala BNP2TKI Nomor PER.05/KA/I/2014 tentang Tugas, Fungsi, Dan Uraian Tugas Unit Pelaksana Teknis Di Lingkungan Badan Nasional Penempatan Dan Perlindungan Tenaga Kerja Indonesia Pasal 4, Tugas Pokok dan Fungsi BP3TKI Serang adalah memberikan kemudahan dalam pelayanan pemrosesan seluruh dokumen

penempatan, perlindungan dan penyelesaian masalah tenaga kerja Indonesia secara terkoordinasi dan terintegrasi di wilayah kerja Provinsi Banten. Dari data yang diperoleh, selama semester I tahun 2017 tercatat ada 25 kasus TKI bermasalah asal kabupaten/ kota di Provinsi Banten dari total 162 kasus TKI bermasalah secara nasional.

Bentuk komunikasi yang dijalankan oleh BP3TKI Serang berkaitan dengan upayanya meningkatkan reputasi lembaga adalah komunikasi organisasi. Menurut Wiryanto (2011) komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Komunikasi dalam sebuah organisasi merupakan nafas yang menunjang keberlangsungan hidupnya ditengah-tengah masyarakat. Begitu juga dalam penelitian ini, komunikasi yang dilakukan oleh pihak BP3TKI Serang selama ini juga menjadi nafasnya untuk mencapai visi misi lembaga dan mempertahankan keberadaannya di tengah kemajuan jaman yang semakin modern.

Menurut Pace dan Faules (2011), mereka berpendapat bahwa komunikasi organisasi merupakan perilaku pengatur organisasi yang terjadi diantara orang-orang dalam organisasi. Dan juga bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu berinteraksi dan memberi makna atas apa yang terjadi. Fungsi komunikasi dalam organisasi menurut Sendjaja (2013) diantaranya : (1) Fungsi Informatif – Organisasi diartikan sebagai suatu sistem pemrosesan informasi, dimana setiap anggota organisasi diharapkan mampu memberi dan menerima informasi dengan baik guna kelancaran dalam menjalankan apa yang menjadi tugasnya. (2) Fungsi regulatif – Berkaitan dengan peraturan-peraturan dan pedoman yang berlaku dalam suatu organisasi. (3) Fungsi persuasif – Merupakan cara lain dari perintah.

Kebanyakan pemimpin organisasi lebih memilih menggunakan cara persuasif dari pada perintah kepada bawahannya. Hal ini dikarenakan asumsi terkait penggunaan cara yang lebih halus akan menyebabkan seseorang lebih menghargai suatu tugas yang dibebankan kepadanya. (4) Fungsi Integratif – Berkaitan dengan penyediaan saluran yang memungkinkan setiap anggota organisasi untuk dapat melaksanakan tugas dan pekerjaannya dengan baik.

Dalam rangka menyesuaikan diri dengan lingkungan masyarakat, sebuah organisasi perlu menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat sekitarnya. Untuk melaksanakan tugas tersebut, organisasi perlu menempatkan satu bagian yang bertugas menjalankan fungsi komunikasi kepada publiknya baik internal maupun eksternal. Pihak yang ditunjuk organisasi untuk menjembatani hubungan komunikasi perusahaan tersebut adalah *Public Relations* atau sering disebut dengan Humas (Hubungan Masyarakat).

Menurut *International Public Relations Association* (IPRA), Humas adalah fungsi manajemen dari ciri yang terencana dan berkelanjutan melalui organisasi dan lembaga swasta atau publik untuk memperoleh pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang terkait atau mungkin ada hubungannya dengan penelitian opini publik di antara mereka. Cutlip, Center dan Broom (Ruslan, 2015) menyatakan bahwa, Humas merupakan fungsi manajemen yang membentuk dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan masyarakat yang menjadi sandaran keberhasilan atau kegagalannya.

Humas merupakan fungsi manajemen yang terlibat dalam rencana strategis organisasi atau lembaga yang bertugas menciptakan hubungan harmonis (reputasi) antara organisasi dengan publiknya baik eksternal maupun internal melalui suatu proses timbal balik atau dua arah. Reputasi adalah suatu nilai yang diberikan kepada

individu, institusi atau negara. Reputasi tidak bisa diperoleh dalam waktu singkat karena harus dibangun bertahun-tahun untuk menghasilkan sesuatu yang bisa dinilai oleh publik. Reputasi juga baru bertahan dan *sustainable* apabila konsistennya perkataan dan perbuatan (Basya, 2010).

Reputasi dan citra adalah dua sisi mata uang, meskipun berbeda namun tidak dapat di pisahkan. Keberadaan organisasi ditengah tengah masyarakat atau publiknya tergantung pada citra lembaga tersebut di mata masyarakat. Jika suatu organisasi atau lembaga citranya sangat buruk di masyarakat keberadaanya akan diabaikan oleh publiknya. Namun sebaliknya, jika organisasi atau lembaga yang mempunyai citra yang positif keberadaanya sangat didambakan oleh publiknya. Karena organisasi tersebut bisa memenuhi kebutuhan publiknya dan publiknya akan mendapatkan kepuasan, sehingga masyarakat akan loyal terhadap organisasinya.

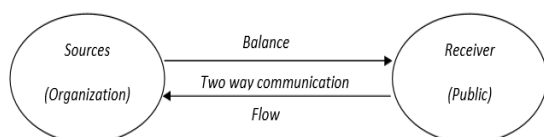
Gotsi dan Wilson (2001) berpendapat reputasi adalah sikap umum terhadap pihak ketiga. Karena sebagian besar pendekatan konsep reputasi dikaitkan dengan persepsi agregat dan evaluasi perusahaan oleh berbagai pihak (Davies, 2013). Dari sudut pandang sosiologis, reputasi dipandang sebagai penerimaan sosial dari suatu organisasi. Hal ini mengacu pada tindakan (organisasi atau individu) di masa lalu dan yang diinformasikan pada perilakunya yang sekarang (Weesie, 2011).

Dari sudut pandang komunikasi perusahaan, reputasi dipandang sebagai sumber daya yang harus dilindungi terutama selama situasi krisis. Komunikasi yang baik memiliki dampak pada pemulihan citra atau agenda media di mana reputasi dibangun. Reputasi adalah tujuan sekaligus merupakan prestasi yang hendak dicapai bagi praktik humas.

Model simetris dua arah (*two way symmetrical model*) merupakan salah satu

model komunikasi yang ada dalam lingkup kerja Humas atau *public relations*. Menurut Grunig (Ruslan, 2012) model simetris dua arah (*two way symmetrical model*) menggambarkan bahwa suatu komunikasi propaganda (kampanye) dilakukan melalui dua arah timbal balik yang berimbang. Melalui model ini akan lebih mudah untuk membentuk pemahaman publik dengan strategi komunikasi yang sudah ditentukan sebelumnya karena model ini dianggap lebih etis dalam penyampaian pesan-pesan (informasi) melalui teknik komunikasi membujuk (*persuasive communication*) untuk membentuk saling pengertian, dukungan dan menguntungkan bagi kedua belah pihak.

Model simetris dua arah (*two way symmetrical model*) lebih menimbang pada penyesuaian diri antara organisasi dengan publik. Mereka berfokus pada penelitian dan riset terhadap target publik yang dituju. Mereka mengimbangi dengan kemungkinan kelemahan dan dampak yang terjadi agar pesan yang disampaikan bisa dipahami. Metode riset yang digunakan juga bertujuan untuk memperoleh rasa saling pengertian serta komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik ketimbang persuasi satu arah (Lattimore, 2010). Dengan begitu pengkondisian informasi kepada publik lebih efektif karena bisa menyampaikan respon kepada organisasi dari timbal balik publik.



Gambar 1. Model Simetris Dua Arah (*Two Way Symetrical Model*)

Sumber : Lattimore (2010:103)

Untuk mengelola hubungan atau komunikasi, menurut Cutlip dan Center (Sunarto, 2013:63) Humas mengharapkan ke dalam agar ada perbiakan secara berkelanjutan sedangkan keluar menciptakan kepercayaan citra lembaga.

Frezier Moore mengemukakan bahwa komunikasi Humas bukan merupakan aktifitas pembelaan sesaat untuk mengimbangi kelemahan manajemen dalam berhubungan dengan publik. Humas yang efektif bukan melakukan kegiatan secara darurat untuk menginterpretasikan suatu lembaga kepada publiknya (Sunarto, 2013:63).

Sebagai unit pelaksana teknis, BP3TKI Serang pun terkena imbasnya akibat hal tersebut. Karena itu pihak BP3TKI melakukan upaya-upaya Humas untuk dapat kembali meningkatkan reputasi organisasi ditengah pemberitaan yang ada melalui komunikasi dua arah yang seimbang dengan publiknya terutama yang berada di wilayah Provinsi Banten.

METODOLOGI

Paradigma adalah pedoman yang menjadi dasar bagi para saintis dan peneliti di dalam mencari fakta-fakta melalui kegiatan penelitian yang dilakukannya (Arifin, 2012). Paradigma menurut Bogdan dan Biklen (1982) dalam Tahir (2011) adalah sekumpulan anggapan dasar mengenai pokok permasalahan, tujuan, dan sifat dasar bahan kajian yang akan diteliti.

Pada penelitian menggunakan paradigm konstruktivisme, yaitu bahwa kenyataan tentang upaya humas dalam meningkatkan reputasi BP3TKI Serang merupakan hasil konstruksi dari manusia itu sendiri. Pengetahuan peneliti tentang upaya humas bukan hanya merupakan hasil pengalaman terhadap fakta, tetapi juga merupakan hasil konstruksi pemikiran dari peranan humas di BP3TKI Serang. Alasan penggunaan paradigm konstruktivisme pada penelitian ini dilandasi pada latar belakang permasalahan penelitian karena polemic kasus ketenagakerjaan Indonesia di luar negeri yang memberikan reputasi buruk bagi instansi yang menaungi masalah tenaga kerja Indonesia di luar negeri salah satunya adalah BP3TKI Serang.

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (Moleong, 2014) penelitian kualitatif adalah salah satu jenis penelitian yang proses penelitiannya menghasilkan data deskriptif dari sesuatu yang diteliti. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan metode observasi, wawancara (*interview*), analisis isi, dan metode pengumpul data lainnya untuk menyajikan respon dan perilaku subjek (Setyosari, 2012).

Menurut Yin (2011), Studi kasus digunakan sebagai suatu penjelasan komprehensif yang berkaitan dengan berbagai aspek seseorang, suatu kelompok, suatu organisasi, suatu program, atau suatu situasi kemasyarakatan yang diteliti, diupayakan dan ditelaah sedalam mungkin. Studi kasus juga memiliki pengertian berkaitan dengan penelitian yang terperinci tentang seseorang atau suatu unit sosial dalam kurun waktu tertentu. Studi kasus pada penelitian ini fokus pada BP3TKI Serang sebagai unit pelaksana lembaga pemerintahan yang bergerak di bidang pelayanan, penempatan dan perlindungan tenaga kerja Indonesia di luar negeri bagi masyarakat di wilayah Provinsi Banten. Bagaimana kegiatan yang dilakukan dan upaya-upaya dalam menjalankan peran kehumasan pada setiap bidang untuk meningkatkan reputasi BP3TKI Serang di masyarakat.

Objek penelitian pada dasarnya merupakan apa yang hendak diselidiki didalam kegiatan penelitian. Menurut Ruslan (2012) objek adalah keseluruhan dari gejala yang terdapat di sekitar kehidupan kita. Apabila kita lihat dari sumbernya, maka objek di dalam suatu penelitian kualitatif disebut sebagai situasi sosial yang di dalamnya terdiri dari tiga elemen yaitu : tempat, pelaku, dan aktivitas, yang mana dari ketiga elemen tersebut saling bersinergi. Adapun objek dalam penelitian ini adalah upaya Humas di BP3TKI Serang dalam melakukan kegiatan

yang bertujuan meningkatkan reputasi lembaga.

Subjek penelitian adalah informan yaitu orang yang memberi respon atas suatu perlakuan yang diberikan kepadanya. Informan penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian (Moleong, 2014). Informan merupakan orang yang benar-benar mengetahui permasalahan yang akan diteliti. Dalam penelitian kualitatif, hal yang menjadi bahan pertimbangan utama dalam pengumpulan data adalah pemilihan informan. Mengacu pada hal ini, subjek dari penelitian ini adalah SDM atau informan yang langsung menjalankan dan ikut bertanggung jawab dalam melakukan kegiatan humas di BP3TKI Serang.

Data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder, adapun data penelitian dikumpulkan melalui : Wawancara Mendalam, observasi non partisipan dan studi pustaka. Teknik analisis data penelitian ini merujuk pada Miles & Huberman (Moleong, 2014:111) tahapan analisis data adalah sebagai berikut : reduksi data, penyajian data dan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Fungsi Humas BP3TKI Serang dalam Meningkatkan Reputasi Instansi

Implementasi program nasional penempatan dan perlindungan Tenaga Kerja Indonesia (TKI) di luar negeri merupakan salah satu alternatif strategis dalam pendayagunaan tenaga kerja yang ada di Indonesia sebagaimana yang diamanatkan oleh Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2004. Badan Nasional Pelayanan dan Perlindungan Tenaga Kerja Indonesia (BNP2TKI) dibentuk pemerintah sebagai instansi yang berorientasi menekan permasalahan krusial yang dialami oleh Negara Indonesia khususnya di bidang ketenagakerjaan melalui distribusi tenaga

kerja diluar negeri. Untuk mendukung program pemerintah tersebut, BNP2TKI membentuk unit pelaksana yaitu Balai pelayanan Penempatan dan Perlindungan Tenaga Kerja Indonesia (BP3TKI) yang tersebar di beberapa wilayah Indonesia, dimana BP3TKI Serang adalah salah satunya yang bertugas mencakup wilayah Provinsi Banten sebagai salah satu daerah penyumbang calon tenaga kerja Indonesia terbanyak se-Indonesia.

Selama lebih dari 5 tahun resmi beroperasi di kota Serang, BP3TKI Serang yang saat ini menempati bangunan dinas beralamat di perumahan Depag Ciwaru Serang dulunya belum banyak dikenal oleh masyarakat luas. Program ketenagakerjaan ke luar negeri yang telah dicanangkan pemerintah untuk mengurangi pengangguran di Indonesia pun menjadi terhambat karena ketidaktahuan dan stigma masyarakat maupun dinas-dinas terkait lainnya tentang badan yang bertanggung jawab penuh dan mampu mendampingi dan menjamin perlindungan pekerjaan TKI di luar negeri.

Banyaknya masyarakat yang belum mengetahui dengan benar fungsi keberadaan BP3TKI Serang membuat reputasinya sebagai unit pelaksana badan yang berwenang menaungi permasalahan ketenagakerjaan di luar negeri BNP2TKI pun menjadi rendah di masyarakat. Reputasi sebuah lembaga dibentuk atas dasar citra yang menetap secara *continue* di masyarakat, dimana kesadaran masyarakat akan lembaga tersebut menjadi faktor utama yang akan mengarahkan pada pembentukan citra maupun reputasi.

Keberadaan sebuah instansi pemerintahan ditengah masyarakat atau publiknya tergantung pada citra lembaga tersebut di mata masyarakat. Jika instansi citranya sangat buruk di masyarakat maka keberadaanya akan diabaikan oleh publiknya. Namun sebaliknya, instansi yang mempunyai citra yang positif keberadaanya sangat didambakan oleh publiknya.

Karena instansi tersebut bisa memenuhi kebutuhan publiknya yang pada akhirnya akan menciptakan sikap loyal yang berujung pada reputasi yang baik. Dalam hal meningkatkan reputasi di masyarakat, menurut seluruh pegawai di BP3TKI Serang baik yang berada di seksi kelembagaan, penempatan maupun perlindungan, bahkan seluruhnya termasuk *security* harus dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada masyarakat. Reputasi dengan sendirinya akan tercipta manakala masyarakat merasakan kepuasan atas komunikasi yang diberikan pihak BP3TKI Serang terkait program kerja yang dijalankan. Untuk dapat memperoleh reputasi yang baik yang ditandai dengan respon positif masyarakat selama ini, BP3TKI Serang melakukan berbagai perbaikan setiap tahunnya dan evaluasi-evaluasi ada kinerja yang sudah berjalan. Meskipun secara struktural tidak memiliki jabatan humas, namun pihak BP3TKI Serang memiliki bagian Tata Usaha yang diklaim sebagai penjelmaan Humas dalam lingkup organisasi.

Undang-undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP) yang resmi diberlakukan sejak Mei 2010 mewajibkan setiap lembaga publik harus mampu menyediakan informasi publik yaitu informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim dan diterima oleh suatu Badan Publik yang berkaitan dengan penyelenggaraan suatu negara kepada masyarakat yang memerlukan. Dengan demikian, fungsi bagian Tata Usaha yang memiliki tugas tugas melaksanakan penyusunan program dan anggaran, evaluasi dan pelaporan, urusan kepegawaian, keuangan, surat menyurat, kearsipan, perlengkapan dan rumah tangga sebagai humas bagi BP3TKI Serang sudah sesuai. Dikarenakan menurut pengakuan kepala BP3TKI Serang, bagian Tata Usaha menjadi bidang yang mengumpulkan berbagai informasi dan menyalurkannya kembali ke masyarakat secara utuh dalam satu kelembagaan.

Informasi mengenai program kerja, prestasi yang dicapai maupun hal lainnya yang berkaitan dengan fungsi dari BP3TKI Serang dilaksanakan secara berkesinambungan oleh ketiga seksi yaitu penempatan, perlindungan dan pemasyarakatan program dimana program kerja ketiganya saling melengkapi satu sama lain. Sebagaimana diungkapkan di atas, informasi tersebut dikumpulkan dan dipublikasikan oleh bagian Tata Usaha mewakili kelembagaan.

Menganalisa dengan pengamatan di lapangan, beberapa kegiatan yang umumnya dipublikasikan oleh bagian tata usaha misalnya adalah program pelatihan TKI purna untuk menjadi wirausahawan. Hal ini diperuntukkan agar fungsi BP3TKI Serang sebagai pelayan publik di bidang ketenagakerjaan di luar negeri tidak terputus hanya sampai TKI sudah kembali dari luar negeri, namun bisa berkelanjutan agar tujuan dari pengurangan angka pengangguran pun dapat terlaksana optimal. Meskipun tidak memiliki jabatan humas terstruktur, namun fungsi kehumasan yang telah dijalankan di BP3TKI Serang telah mampu terlaksana dengan baik. Kerjasama yang dilakukan pada berbagai media pun menjadi salah satu penunjang keberhasilan komunikasi dua arah yang dilakukan oleh pihak BP3TKI Serang selama ini.

BP3TKI Serang yang masih menggunakan media rapat sebagai pola lama dalam publikasi program kepada masyarakat, menjadi bentuk kegiatan yang utamanya banyak dilakukan oleh beberapa lembaga khususnya dibidang pemerintahan. Karena media rapat atau pertemuan ini merupakan media yang dianggap menjadi media formal yang mewakili type dari organisasi pemerintahan. Menurut Devito (Effendy, 2012), komunikasi adalah sebuah tindakan untuk berbagi informasi, gagasan, atau pendapat dari setiap partisipan komunikasi yang terlibat di dalamnya guna mencapai kesamaan makna. Komunikasi yang

dilakukan oleh pihak BP3TKI Serang selama ini baik yang dilakukan melalui pertemuan maupun media online ataupun elektronik dan cetak merupakan upaya yang dilakukan untuk mencapai kesamaan makna tentang fungsi BP3TKI Serang di dunia ketenagakerjaan luar negeri.

Menganalisa kondisi di lapangan dengan mengacu pada syarat pesan yang efektif menurut Schramm (Sitompul, 2012), maka penyampaian pesan yang terjadi di BP3TKI Serang selama ini dapat dianalisa : (1) Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran yang dimaksud. Syarat ini dalam pelaksanaannya di lapangan terlihat pada bentuk program kerja yang dilakukan seperti sosialisasi/ penyuluhan ketenaga-kerjaan yang dilakukan oleh pihak BP3TKI Serang yaitu Seksi kelembagaan dan pemasyarakatan program. Perancangan pesan ini disesuaikan dengan target sasaran dimana umumnya BP3TKI Serang selain menyasar masyarakat yang ada di wilayah kabupaten Serang seperti Pontang, Carenang, dan Bojonegara, seksi kelembagaan juga memfokuskan pada sosialisasi ke SMK-SMK di wilayah Kota maupun Kabupaten Serang. (2) Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju kepada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga sama-sama dapat dimengerti. Masih berkaitan dengan syarat yang pertama, syarat yang kedua ini lebih menekankan pada bahasa yang digunakan oleh pihak BP3TKI Serang dalam menyampaikan setiap informasi apapun kepada masyarakat. Masyarakat yang menjadi publik sasaran BP3TKI Serang memiliki karakteristik yang beragam. Dalam hal tatanan sosial, segmentasi masyarakat calon TKI umumnya adalah mereka yang berada pada kelas sosial ekonomi menengah kebawah. Sehingga dalam penyampaiannya pun harus benar-benar disesuaikan dengan latar belakang pengetahuan mereka selama ini. (3). Pesan harus membangkitkan kebutuhan

pribadi pihak sasaran dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan itu. Terkait dengan syarat yang ketiga, ini menjadi keahlian masing-masing tim ketika melakukan komunikasi dengan para calon TKI ataupun peserta penyuluhan/ sosialisasi program. (4) Pesan harus menyarankan sesuatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi, yang layak bagi situasi kelompok di mana sasaran berada pada saat ia bergerak untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki. Sama halnya dengan syarat yang ketiga, syarat keempat pun menjadi keahlian masing-masing pegawai BP3TKI Serang terutama seksi kelembagaan dan pemasyarakatan program dalam mengajak maupun membujuk masyarakat untuk mau bekerja di luar negeri.

Cutlip, Center dan Broom (Ruslan, 2012) menyatakan bahwa, Humas merupakan fungsi manajemen yang membentuk dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan masyarakat. Dari hasil penelitian yang dilakukan, fungsi kehumasan yang dijalankan oleh setiap pegawai BP3TKI Serang dengan baik telah terbukti menjadi penyambung dan pemelihara hubungan antara pihak lembaga dengan masyarakat pada umumnya dan lembaga lain seperti Disnaker, Kepolisian, Kominfo yang berhubungan dengan permasalahan ketenagakerjaan.

Menghadapi semakin luasnya lingkup kerja dan jumlah masyarakat yang antusias ingin memperoleh informasi tentang ketenagakerjaan di luar negeri, BP3TKI Serang dalam implementasinya di masyarakat dibantu oleh Komunitas Keluarga Buruh Migran (KKBM) sebagai kelompok yang menjadi kepanjangan tangan fungsi BP3TKI Serang. Menurut informasi yang diperoleh, KKBM yang baru saja dibentuk pada awal tahun 2017 ini bertujuan menaungi para purna TKI agar lebih solid dan saling bahu membahu membantu menyelesaikan kasus-kasus TKI

bermasalah dengan berbekal pengalaman mereka sebagai TKI. Hal ini dimaksudkan agar permasalahan tentang ketenagakerjaan di luar negeri bisa diselesaikan dengan cepat dan tepat dengan melihatnya dari berbagai sudut pandang, tidak hanya dari sisi administratif namun juga dari sisi praktis yaitu pengalaman para purna TKI secara langsung.

KKBM Banten yang menjadi kepanjangan tangan dari BP3TKI Serang dengan demikian memiliki tugas dan pekerjaan yang sama seperti seksi-seksi yang ada di BP3TKI Serang yaitu pelayanan, advokasi dan pengaduan. Faktor intimiditas masyarakat yang tengah menjadi TKI saat ini maupun calon TKI dengan TKI purna yang tergabung menjadi anggota KKBI Banten, dianggap akan lebih memudahkan kerja BP3TKI Serang untuk menyosialisasikan kegiatan, acara maupun pelatihan-pelatihan yang sudah dijadwalkan. Keberhasilan atau kegagalan pekerjaan seorang humas adalah respon atau tanggapan publik atas setiap kegiatan humas yang telah dijalankan. Dalam penelitian ini, respon masyarakat atas kegiatan yang selama ini dijalankan oleh masing-masing seksi maupun BP3TKI Serang secara kelembagaan terlihat sudah baik dan positif. Mengukur keberhasilan kegiatan BP3TKI Serang selama ini melalui tingkat pengaduan yang ada.

Menurut Moore (Sunarto, 2013:61) tugas dan fungsi Humas pemerintah bertumpu pada dua hal yaitu *pertama*, pemerintah mempunyai tanggung jawab untuk memberikan penjelasan kepada masyarakat tentang kegiatan apa yang akan dan telah dilakukan. *Kedua*, ada kebutuhan bagi para pejabat pemerintah menerima masukan persoalan baru dan tekanan sosial untuk memperoleh peran serta masyarakat dalam pelaksanaan pembangunan. Menanggapi alur komunikasi yang terjadi selama ini di BP3TKI Serang dengan masyarakat.

Reputasi adalah tujuan sekaligus merupakan prestasi yang hendak dicapai bagi praktik humas. Dari pernyataan di atas, fungsi kehumasan di BP3TKI Serang telah menggunakan model simetris dua arah (*two way symmetrical model*). Dimana model tersebut dalam penelitian ini membuat BP3TKI lebih mudah membentuk pemahaman masyarakat tentang ketenagakerjaan diluar negeri melalui program-program yang sudah ditentukan sebelumnya oleh pusat secara terencana melalui teknik komunikasi membujuk untuk membentuk saling pengertian, dukungan dan menguntungkan bagi kedua belah pihak baik itu masyarakat maupun pihak internal BP3TKI Serang. Dengan adanya kondisi ini, maka dengan sendirinya reputasi pun akan meningkat.

Hambatan dalam Meningkatkan Reputasi BP3TKI Serang

Dalam perjalanannya untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat tentang ketenagakerjaan di luar negeri, BP3TKI Serang tidak berjalan dengan mulus begitu saja. Ada hal-hal yang menjadi hambatan sehingga peningkatan reputasi tersebut seakan berjalan lambat. Dari hasil wawancara maupun pengamatan yang telah dilakukan, maka beberapa poin utama yang menjadi hambatan BP3TKI Serang dalam meningkatkan reputasinya adalah : (1) Pola pikir masyarakat yang masih kuno tentang ketenagakerjaan diluar negeri (TKI), (2) Kebiasaan masyarakat mencari jalan cepat tanpa mau mengikuti prosedur penempatan yang benar (TKI Ilegal). (3) Sumber daya manusia (pegawai) BP3TKI Serang yang terbatas untuk melakukan pelayanan yang kini mulai bisa diatasi dengan pembentukan KKBI Banten sebagai kepanjangan tangan BP3TKI Serang di masyarakat. (4) Program kerja yang sudah terencana dari pusat sehingga membatasi ruang gerak pegawai BP3TKI Serang secara kondisional.

SIMPULAN

Implementasi fungsi humas oleh BP3TKI Serang dalam meningkatkan reputasi lembaga dilakukan dengan menginformasikan program kerja dan pencapaian hasil kerja ke masyarakat luas melalui komunikasi dua arah, dimana respon masyarakat menjadi tumpuan utama. Hambatan BP3TKI Serang dalam meningkatkan reputasi lembaga meliputi pola pikir masyarakat yang kuno, kebiasaan masyarakat yang tidak mengikuti procedural dengan benar, keterbatasan sumber daya manusia dan ruang gerak kinerja BP3TKI Serang karena program kerja yang sudah terstruktur dari pusat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abratt R & Kleyn, N. 2011. *Corporate Identity, Corporate Branding and Corporate Reputations*. Journal of Europe Marketing, No. 46, Page: 1048-1063
- Arifin, Zainal. 2012. *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Baskin, Otis., Craig Aronoff, Dan Lattimore. 2010. *Public Relations: The Profession and The Practice*. Dubuque: Brown and Benchmark.
- Basya, Muslim dan Irmulan Sati. 2012. *Tantangan Indonesia Baru: Strategi dan Aktivitas. Public Relations*. Jakarta : BPP PERHUMAS.
- Bungin, Burhan. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Kencana
- Cutlip, Center dan Broom. 2010. *Effective Public Relations*. New Jersey: Prentice Hall International.
- Effendy, Onong Uchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchjana. 2012. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Emzir. 2011. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta : Rajawali Pers.

- Jefkins, Frank. 2011. *Public Relations*. Jakarta : Erlangga.
- Khasali, Renald. 2011. *Manajemen Public Relations, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *PR Writing: Teknik Produksi Media Publik Relations dan Publisitas Korporat*. Jakarta: Kencana.
- Moleong, Lexy J. 2014. *Metode Penelitian kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2016. *Pengantar Public Relations: Strategi Menjadi Humas. Profesional*. Tangerang: Penerbit Ramdina Prakasa.
- Mulyana, Deddy. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaludin. 2011. *Metode penelitian komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2011. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta : Rajagrafindo Persada.
- Sendjaja, Sasajuarsa. 2013. *Teori-Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Setyosari, Punaji. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Kencana
- Soenarto, 2013. *Humas Untuk Layanan Publik*. Jakarta : Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama).
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tahir, Muhamad. 2011. *Pengantar Metodologi Penelitian Pendidikan*. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Wiryanto. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia
- Yin, Robert K. 2011. *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta : Rajagrafindo Persada
- Laporan bulanan BP3TKI Serang
Website resmi BP3TKI Serang
www.bp3tkiserang.co.id
- Peraturan Kepala BNP2TKI Nomor Per.05/KA/I/2014 tentang Tugas, Fungsi dan Uraian Tugas Unit Pelaksana Teknis di Lingkungan Badan Nasional Penempatan dan Perlindungan Tenaga Kerja Indonesia
- Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2004 Tentang Perubahan UU Nomor Tahun 1986 Tentang Peradilan Tata Usaha Negara
- Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2008 Tentang Perubahan Kedua UU Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah