

**PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI DI UNIT LAYANAN TERPADU (ULT) KEMENTERIAN
PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN JAKARTA**

**IMPLEMENTATION OF COMMUNICATION STRATEGY AT THE INTEGRATED SERVICE UNIT
(ULT) THE MINISTRY OF EDUCATION AND CULTURE JAKARTA**

Muhammad Rahman

Drs. Yuliani Rachma Putri, S.Ip., M.M.

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom Jl
Telekomunikasi Terusan Buah Batu, Bandung, Jawa Barat 40257
Email:Rahmanmh25@gmail.com, yuliani.nurrahman@gmail.com

ABSTRAK

Dengan adanya Unit Layanan Terpadu (ULT), tenaga kerja pendidikan mendapatkan sarana informasi yang tepat. Pendidikan sangat lah penting bagi pelajar maupun tenaga pelajar, pendidikan itu sendiri dinaungi oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dalam segala aspeknya. Dalam setiap lembaga tentunya mempunyai strategi khusus untuk perencanaan dalam penyampaian pesan agar memenuhi kebutuhan informasi kepada masyarakat. Dengan adanya Unit Layanan Terpadu (ULT) di Kemendikbud jakarta, pendidikan dan tenaga kerja pendidikan mendapatkan sarana informasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Pendidikan sangat lah penting bagi pelajar maupun tenaga pelajar, maka ULT membutuhkan strategi komunikasi dalam penyampaian informasi kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bahagaimana strategi komunikasi yang dilakukan Unit Layanan Terpadu (ULT) Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Jakarta dalam upaya memenuhi kebutuhan informasi kepada masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode penelitian kualitatif berdasarkan pandangan post—positivisme. Dalam hal mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan teknik wawancara secara mendalam dan juga observasi. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa Unit Layanan Terpadu (ULT) Kemendikbud Jakarta sudah melakukan strategi komunikasi dengan baik, langkah strategi komunikasi yang dilakukan oleh ULT Kemendibud adalah dengan menggunakan tahapan perumusan masalah, tahapan penetapan strategi komunikasi, tahapan strategi komunikasi dan tahapan evaluasi.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Komunikasi Lembaga, Unit Layanan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

ABSTRACT

Unit Layanan Terpadu (ULT), the education workforce has the right information facilities. Education very important for students and education itself is covered by the Ministry of Education and Culture in all its aspects. In each institution, of course, has a specific strategy for planning the delivery of messages in order to meet information needs to the public. With the Integrated Service Unit (ULT) at the Ministry of Education and Culture, Jakarta, education and educational workforce get information facilities, either directly or indirectly. Education is very important for students and students, so ULT requires a communication strategy in delivering information to the public. This study aims to determine how the communication strategy carried out by the Integrated Service Unit (ULT) of the Ministry of Education and Culture of Jakarta in an effort to meet the information needs of the public. This study used a qualitative approach using qualitative research methods based on a post-positivism view. In terms of collecting data, this study uses in-depth interview techniques and observation. The results of this study indicate that the Integrated Service Unit (ULT) of the Ministry of Education and Culture has carried out a good communication strategy, the communication strategy steps taken by ULT Kemendibud are to use the problem formulation stage, the stage of determining the communication strategy, the communication strategy stage and the evaluation stage.

Keywords: Communication Strategy, Institutional Communication, Service Unit, Ministry Education&culture.

1. Pendahuluan

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Jakarta sejak Tahun 2006 mempunyai sebuah unit kerja yang melayani masyarakat baik langsung maupun tidak langsung di tangani oleh Gerai Informasi Media yang berada dibawah Pusat Informasi dan Humas.(biroumum.kemdikbud.go.id) Pada tanggal 1 Mei 2010 sejak diberlakukannya Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi dan Publik, layanan masyarakat yang meminta informasi dan menyampaikan pengaduan di Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan ditangani melalui satu pintu melalui Pusat Informasi dan Humas. Sementara itu, layanan pendidikan lainnya seperti tunjangan sertifikat guru, dapodik, NRG, NISN, bansos dan lain-lain masih ditangani oleh unit kerja masing-masing di Kemendikbud.

Terdapat tiga Unit Layanan Terpadu (ULT) di Lembaga Kementerian, yang pertama ada didalam Kementerian Perdagangan, yang kedua terdapat didalam kementerian kesehatan dan yang ketiga terdapat didalam kementerian Pendidikan dan kebudayaan. Ketiga Unit layanan Terpadu tersebut mempunyai satu tujuan yang sama, yaitu memberikan akses informasi yang terbuka dan transparan terhadap masyarakat. Perbedaan diantara ketiga Unit Layanan Terpadu ini adalah dari skor kepuasan masyarakat terhadap kinerja dari masing-masing Unit Layanan Tersebut dan ditampilkan dengan skor yang menggunakan skala 1 sampai 5 bintang dari google.

Unit Pelayanan Terpadu (UPT) dari Kementerian perdagangan mempunyai skor paling kecil yaitu 2.0 bintang dari 5.0 bintang. Unit Layanan terpadu (ULT) yang dinilai kurang baik juga terdapat di Kementerian kesehatan, bisa dilihat dari gambar 1.1 bahwa skor yang dimiliki oleh Kementerian Kesehatan hanya menyentuh skor 3.2 bintang dari skala 5.0 bintang. Hal seperti ini sangat disayangkan dikarenakan ini adalah lembaga pemerintah yang seharusnya memberikan pelayanan yang terbaik untuk masyarakat. Unit Layanan Terpadu (ULT) yang diberikan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Jakarta mendapatkan skor yang cukup tinggi yaitu 4.6 dari skala 5.0. dan rata-rata ulasan yang diberikan oleh masyarakat juga sangat baik, dari segi pelayanan petugasnya, maupun penyampaian informasi terkait masalah masalah yang dialami oleh pengunjung. Disini dapat terlihat bahwa masyarakat punya nilai positif terhadap Unit Layanan yang diberikan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, selain mendapatkan skor 4,6 yang terbilang cukup tinggi, unit layanan Kemendikbud juga mendapatkan 138 ulasan dari masyarakat yang kebanyakan positif. Dengan kepercayaan masyarakat yang memberikan ulasan positif terhadap Unit Layanan Terpadu Kemendikbud yang melampaui Unit Layanan dari Kementerian perdagangan maupun Kementerian Kesehatan maka dilakukan penelitian dengan tujuan agar dapat mengetahui Penerapan Strategi Komunikasi Unit Layanan Terpadu (ULT) Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Jakarta.

Pentingnya pelayanan publik dan keterbukaan informasi bagi masyarakat di era digital saat ini sangat mempengaruhi kepercayaan masyarakat, oleh karena itu ULT Kemendikbud berusaha semaksimal mungkin dalam memenuhi standar keterbukaan informasi di era digital. Di dalam kelompok atau organisasi biasanya terdapat bentuk dan sistem kepemimpinan yang mempengaruhi kelangsungan hubungan atau kegiatan komunikasi. Diharapkan dalam kegiatan komunikasi pihak-pihak dalam suatu organisasi terjalin *two way communication* atau komunikasi dua arah (timbal balik) sebagai indikator komunikasi yang efektif. Untuk itu diperlukan kerjasama yang menjadi harapan semua pihak untuk mencapai cita-cita organisasi. Bila strategi komunikasi efektif diterapkan dalam suatu organisasi maka sasaran yang dituju akan tercapai pula. Salah satu aspek yang penting dalam pelaksanaan layanan publik adalah kemampuan seorang petugas layanan dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain. Komunikasi adalah hal yang paling lumrah dilakukan orang dalam memberikan layanan. Dalam setiap lembaga tentunya mempunyai strategi khusus untuk perencanaan dalam meningkatkan citra dari Lembaga tersebut untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat. Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah sebuah perencanaan (Planning) dan manajemen (Management) untuk mencapai satu tujuan. Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan (Effendy, 2003:301).

Tercapai atau tidaknya suatu strategi komunikasi yang dijalankan akan tetap memberikan kesan baik atau buruk terhadap suatu Lembaga negara tersebut, maka dibutuhkan komunikator dengan tujuan tertentu sebagai penyampai informasi melalui pesan-pesan yang akan disampaikan kepada komunikan sebagai bentuk dari kegiatan komunikasi, sehingga strategi komunikasi yang dilaksanakan dapat membantu tercapainya tujuan organisasi atau lembaga.

Setelah melihat pembahasan di atas, Unit Layanan Terpadu Kemendikbud Jakarta mampu mendapatkan kepercayaan yang di hargai oleh masyarakat dalam melakukan konsultasi berbagai keperluan dan juga tenaga kerja pendidik. Oleh karena itu penulis berusaha melakukan penelitian untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan Unit Layanan Terpadu (ULT) Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Jakarta. Untuk itu peneliti melakukan penelitian yang berjudul “Penerapan Strategi Komunikasi Di Unit Layanan Terpadu (ULT) Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Jakarta”

1.2 Fokus penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas fokus dari penelitian ini adalah Penerapan Strategi Komunikasi Di Unit Layanan Terpadu (ULT) Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Jakarta

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang, identifikasi masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi yang digunakan Unit Layanan Terpadu (ULT) Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Jakarta?

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi komunikasi yang dilakukan Unit Layanan Terpadu (ULT) Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Jakarta.

2. KAJIAN TEORITIS

2.1 Strategi Komunikasi

Strategi berasal dari Bahasa Yunani klasik yaitu “stratos” yang artinya tantara dan kata “agein” yang berarti pemimpin. Dengan demikian strategi yang dimaksudkan adalah memimpin tantara dalam Bahasa Yunani klasik (Cangara, 2013:61). Lain halnya menurut prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, M.A dalam bukunya, menyatakan bahwa strategi adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai tujuan organisasi (Effendy, 2009:32). Menurut Lasswell dalam (Effendy, 2009:10) Komunikasi adalah proses penyampaian pesan melalui komunikator melalui media yang mengakibatkan efek tertentu kepada komunikan. Jika dikaitkan dengan strategi dan komunikasi adalah melakukan perencanaan dalam menyampaikan pesan. Strategi Komunikasi adalah suatu pergabungan antara perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen komunikasi (management communication) dalam mencapai tujuan yang sudah ditetapkan (Effendy, 2009:32).

2.2 Tahapan Strategi Komunikasi

Penetapan strategi merupakan satu langkah penting dalam memilih strategi, agar dapat berjalan efektif dan tepat sasaran, perlu dilakukan analisis untuk menetapkan strategi (Cangara, 2013:103-106). Penetapan strategi komunikasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

A. Analisis SWOT

Alat yang digunakan untuk mengukur S = Strength suatu kekuatan yang dimiliki, W = Weakness kelemahan yang dimiliki, O = Opportunities merupakan peluang yang memungkinkan dapat diperoleh dan T = Threats ancaman yang dapat ditemui.

B. Analisis Akar Masalah

Teknik analisis yang berfokus pada penyebab masalah yang terjadi, tidak hanya melihat gejala suatu masalah. Tujuan analisis akar masalah adalah apa sebenarnya masalah yang terjadi dan mengapa masalah tersebut dapat terjadi, lalu apa yang dapat dilakukan untuk menghindari masalah tersebut.

2.3 Tahapan Strategi Komunikasi

Menurut Cangara (2013:108-150) strategi komunikasi adalah strategi yang memiliki beberapa tahapan, yaitu:

A. Menentukan komunikator

Dalam berbagai jenis analisis komunikasi, komunikator sebagai sumber dan pemegang kendali seluruh aktifitas komunikasi. Dikarenakan itu bila proses kegiatan komunikasi tidak berhasil dengan baik, maka itu dampak dari kesalahan utama berasal dari komunikator, karena komunikator belum sepenuhnya memahami

penyusunan pesan, pemilihan media yang tepat, dan penyampaian yang kurang jelas, mengenai informasi kepada penerima yang menjadi target sasaran.

B. Menetapkan Target Penerima pesan / audience

Dalam studi komunikasi masyarakat dapat disebut dengan khalayak (audience). Memahami khalayak sangat penting dikarenakan semua aktifitas komunikasi mengarah kepada khalayak, karena mereka yang memastikan suatu program berhasil atau tidak, bagaimana pun pesan itu dikemas, jika khalayak tidak tertarik dengan aktifitas, maka kegiatan komunikasi yang dilakukan akan dianggap sia-sia atau tidak berguna.

C. Menyusun pesan yang akan dikomunikasikan

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsikan dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna (Cangara, 2013:113). Menurut (Cangara, 2013:115) ada dua teknik penyusunan pesan, yaitu: one-side Issue, suatu teknik penyampaian pesan yang menonjolkan pada sisi kebaikan maupun keburukan sesuatu. Artinya komunikator dalam menyampaikan pesan harus memberikan tekanan pada kebaikan ataupun keburukan. Sedangkan pada teknik two-side Issue, yaitu teknik penyampaian pesan seorang komunikator selain mengemukakan yang baik-baik, juga menyampaikan hal yang kurang baik. Komunikator juga harus memberikan kesempatan khalayak untuk sejenak berpikir apakah ada keuntungan jika mereka melaksanakan informasi yang diterima.

D. Memilih Media dan Saluran Komunikasi

Untuk memilih media komunikasi harus dilakukan pemilihan, mulai dilihat dari karakteristik dan tujuan pesan yang ingin disampaikan, dan jenis media yang dimiliki khalayak. Yang dimaksud dengan isi pesan ialah pesan yang dikemas dan ditujukan kepada masyarakat luar dan untuk komunitas tertentu. Untuk masyarakat luas biasanya pesan disampaikan melalui media massa seperti surat kabar maupun televisi, sedangkan untuk komunitas dalam pesan yang ingin disampaikan sebaiknya menggunakan media selebaran atau saluran komunitas kelompok.

3. METODE PENELITIAN

Untuk penelitian ini, metode yang digunakan oleh penulis adalah metode penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono dalam (Sugiyono, 2014:1), metode penelitian kualitatif merupakan suatu metode penelitian untuk meneliti objek alamiah, di mana peneliti sebagai instrumen kunci dan teknik pengumpulan datanya dilakukan secara triangulasi (gabungan) serta analisis data bersifat induktif dengan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Sementara menurut Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menimbulkan penemuan-penemuan yang tidak tercapai dengan memanfaatkan prosedur statistik atau dengan cara-cara kuantifikasi (Ghony dan Almanshur, 2012:25), sedangkan menurut Bogdan dan Taylor (Moleong, 2002:3), mengartikan bahwa penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menjadikan suatu data deskriptif dalam bentuk kata-kata lisan maupun tertulis dari orang atau perilaku yang dapat diamati.

Metode kualitatif lebih sederhana jika saling berhadapan dengan keadaan nyata, metode-metode kualitatif mengkaji secara langsung hubungan antar penulis dengan informan, metode kualitatif lebih tanggap dengan latar penelitian dan dapat mengadakan penajaman pola-pola nilai yang dihadapi peneliti (Ghony dan Almanshur, 2012:33). Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif memiliki tujuan berupa penjelasan atau menjelaskan sebuah keadaan, peristiwa, maupun objek apakah individu, organisasi, atau keseluruhan yang berkaitan dengan variable-variabel yang dapat dijelaskan baik secara angka-angka maupun kata-kata (Setyosari, 2010:40). Penggunaan jenis penelitian kualitatif deskriptif karena penelitian ini mendeskripsikan tentang suatu kejadian yang telah terjadi dengan maksud untuk memahami fakta yang ada terkait dengan Penerapan Strategi Komunikasi Di Unit Layanan Terpadu (ULT) Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai strategi komunikasi yang dilakukan.

4. PEMBAHASAN

4.1 Tahapan Perumusan Masalah

Perumusan pada masalah merupakan hal yang pertama dilakukan dalam strategi komunikasi. Disini peneliti melakukan penelitian dari bentuk Unit Layanan Terpadu Kemendikbud Jakarta yaitu pada strategi komunikasi yang dilakukan Unit Layanan Terpadu Kemendikbud dalam meningkatkan citra Lembaga. Setelah melihat dari bentuk strategi komunikasi Unit Layanan Terpadu Kemendikbud, maka Unit Layanan Terpadu Kemendikbud menentukan strategi komunikasi yang cocok untuk tetap mendapatkan kepercayaan dari masyarakat maupun meningkatkan kualitas layanannya, hal ini dapat dilihat dari pandangan yang dinyatakan beberapa informan tersebut.

4.2 Tahapan Penetapan Strategi Komunikasi

Penetapan strategi adalah tahapan awal yang sangat penting, dikarenakan untuk menentukan seperti apa pemahaman atau pembawaan strategi yang akan digunakan dalam melakukan strategi komunikasi, dalam memilih strategi agar berjalan efektif dan tepat akan sasaran, perlu dilakukan analisis untuk menetapkan strategi (Cangara,2013: 103-106). Dalam kasus ini Unit Layanan terpadu sudah membuka informasi agar merata ke setiap daerah dan berbagai macam masyarakat, untuk meningkatkan dan mempertahankan kualitas layanannya Unit Layanan Terpadu Kemendikbud membuat banyak inovasi. Setelah dilakukan pertanyaan peneliti melihat bahwa Unit Layanan Terpadu Kemendikbud Jakarta menggunakan dua teknik analisis penetapan strategi komunikasi yang ada.

A. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah analisis yang melihat kelebihan atau kekuatan dari ULT Kemendikbud Jakarta, melihat kekurangan atau kelemahan ULT Kemendikbud Jakarta, Peluang dari ULT Kemendikbud Jakarta dan ancaman yang diterima atau akan diterima oleh ULT Kemendikbud Jakarta. Setelah mendapat hasil dari wawancara dengan informan peneliti mendapatkan hasil bahwa kelebihan (*Strength*) dari ULT Kemendikbud Jakarta adalah mudahnya akses informasi yang disediakan di satu tempat yang mencakup semua kebutuhan dari masyarakat, dan juga kemudahan layanan yang diberikan di tiap-tiap daerah, jadi masyarakat yang dari daerah tidak perlu jauh-jauh datang ke Jakarta.

Peneliti melihat kelemahan dari ULT Kemendikbud Jakarta berdasarkan wawancara dengan informan adalah kurangnya SDM yang dibutuhkan di ULT Kemendikbud Jakarta dan juga kurang terbukanya SDM di dalam ULT Kemendikbud tersebut, kurangnya sosialisasi dari tiap SDM menyebabkan kurangnya koordinasi dari tiap-tiap SDM yang ada yang bisa menimbulkan kesalahpahaman informasi.

Berikutnya Peneliti merangkum peluang dari ULT Kemendikbud dalam meningkatkan citra lembaganya di mulai dari adanya sosialisasi lebih untuk tiap SDM yang ada, memberikan pelayanan yang baik yang dilihat dari isu-isu yang dihadapi oleh ULT Kemendikbud Jakarta dan juga penambahan SDM yang kompeten untuk tiap-tiap Unit yang tersedia di ULT Kemendikbud Jakarta.

Selanjutnya peneliti melihat ancaman yang dihadapi oleh ULT Kemendikbud yang dirangkum berdasarkan wawancara dari informan tersebut, ancaman yang di miliki oleh ULT Kemendikbud juga bisa dari kurangnya pengetahuan dari masyarakat itu sendiri, dan juga masih kurangnya petugas yang bekerja untuk pengembangan website ULT Kemendikbud dan juga kurangnya sosialisasi antar unit utama ke ULT Kemendikbud yang harus bisa lebih efisien agar menjadi lebih efektif.

B. Analisis Akar Masalah

Analisis akar masalah adalah Teknik analisis yang berfokus pada penyebab masalah terjadi, tidak hanya melihat gejala suatu masalah. Tujuan analisis akar masalah adalah apa sebenarnya masalah yang terjadi (Cangara,2013: 103-106). Setelah melihat analisis jawaban informan, peneliti mendapatkan hasil bahwa ULT Kemendikbud masih kurangnya koordinasi tiap SDMnya.

4.3 Tahapan Strategi Komunikasi

A. Menentukan Komunikator

Menurut Berlo (1962) dalam (Cangara, 2013) menyatakan bahwa kredibilitas seseorang komunikator bisa timbul Ketika ia memiliki sebuah keterampilan untuk berkomunikasi, dengan pengetahuan yang luas mengenai materi yang dibawakan, memiliki sikap jujur dan bersahabat serta mampu beradaptasi dengan system sosial budaya masyarakat yang di hadapinya. Ada tiga syarat utama yang harus dipenuhi oleh komunikator dalam pemberian

pesan yaitu tingkat kepercayaan terhadap komunikator, memiliki daya Tarik dan memiliki kekuatan, Dari hasil wawancara peneliti yang dilakukan kepada informan menyatakan bahwa pihak Unit Utama memilih seorang komunikator yang handal yang menguasai wawasan terhadap Unitnya dan juga yang mempunyai tutur kata yang baik agar ditempatkan di Unit Layanan Terpadu Kemendikbud Jakarta.

B. Menetapkan Target Penerima Pesan

Menetapkan target penerima pesan target sasaran komunikasi yang dilakukan oleh ULT Kemendikbud Jakarta sendiri juga mempunyai target penerima pesan. Dalam menentukan target pesan, merupakan sesuatu hal yang sangat penting dilakukan dan tidak boleh salah agar pesan yang di sampaikan kepada para audience memahami pesan apa yang di sampaikan, karena merekalah yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu program., sebab bagaimanapun besarnya biaya suatu program, waktu dan tenaga yang dikeluarkan untuk mempengaruhi mereka, namun jika mereka tidak tertarik para program yang ditawarkan, maka kegiatan komunikasi yang dilakukan akan sia-sia (Cangara, 2013: 111).

Dalam hal ini peneliti bertanya kepada informan terhadap target penerima pesan yang dilakukan ULT Kemendikbud adalah para stakeholder dan juga masyarakat yang berkementingan di dalam dunia Pendidikan serta juga kepada para pekerja Pendidikan yang membutuhkan informasi-informasi yang dibutuhkan

C. Menyusun Pesan

Menyusun pesan merupakan hal yang membantu komunikator dalam menyampaikan informasi agar lebih efektif dan efisien, pesan yang dimaksud adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh komunikator dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh masyarakat secara luas dan memiliki banyak makna. (Cangara, 2013: 113).

Dari hasil wawancara dengan informan peneliti menemukan bahwa penyusunan pesan yang dilakukan oleh Unit Layanan Terpadu Kemendikbud bersifat edukatif, persuasif terhadap hal-hal positif dan menggunakan Bahasa yang mudah di pahami oleh masyarakat yang di lakukan evaluasi tiap satu atau dua minggu sekali agar semua pesan yang baru dapat di eksekusi dengan baik.

D. Memilih Media

Memilih media komunikasi harus melihat karakteristik dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan. Menurut UNESCO dalam cangara (2013: 121). Dalam hal ini peneliti melihat dari hasil wawancara yang dilakukan kepada informan bahwa saat ini pihak ULT Kemendikbud saat ini giat melakukan sosialisasi lewat media sosial daring Instagram, tak luput juga ULT Kemendikbud mempunyai portal website khusus ULT Kemendikbud, hal ini dilakukan agar semua kalangan terutama millennial dapat menerima informasi dengan baik. Di dalam media sosial Instagram ULT Kemendikbud banyak berisi tentang informasi-informasi yang dibutuhkan oleh pekerja maupun petugas Pendidikan yang nantinya akan konsultasi langsung ke ULT, lalu di website ULT kemendikbud di rancang agar memudahkan pengaduan masyarakat terkait dengan masalah masalahnya.

4.4 Evaluasi

Evaluasi juga dilakukan dalam rangka mengukur sejauh mana keberhasilan yang telah dicapai sebelumnya (Cangara, 2013: 148). Evaluasi adalah sebuah metode yang mengukur seberapa besar keberhasilan kegiatan komunikasi yang telah dilakukan. Dengan tujuan agar dapat memperbaiki kesalahan dan juga meningkatkan keberhasilan di masa yang akan datang. Pihak ULT Kemendikbud sejauh ini melakukan evaluasi brainstorming setiap satu atau dua minggu sekali agar dapat memahami apa isu-isu yang terbaru atau keluhan terbaru dari masyarakat yang akan berdampak terhadap citra dari ULT Kemendikbud.

Sampai sejauh ini pihak ULT Kemendikbud berhasil mengevaluasi kekurangan dari unit pelayanan mereka dan juga meningkatkan citra ULT Kemendikbud Jakarta, sejauh ini kegiatan kegiatan dari ULT Kemendikbud Jakarta dalam melayani masyarakat mendapat respon yang baik dari masyarakat, kemajuan dari strategi komunikasi sudah terlihat dengan banyaknya prestasi yang di dapat oleh ULT Kemendikbud Jakarta, akan tetapi tidak menutup kemungkinan jika masih ada kekurangan yang harus di evaluasi dengan meningkatkan pelayanan online maupun offline. Hambatan yang dimiliki oleh ULT Kemendikbud adalah kurangnya SDM dan juga kurangnya sosialisasi sesama SDM di ULT Kemendikbud Jakarta, cara ULT Kemendikbud menghadapi hambatan tersebut dengan mempererat sosialisasi sesama SDM di ULT Kemendikbud dan juga pelatihan-pelatihan terhadap SDM nya.

5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan melalui Teknik pengumpulan data berupa wawancara, dan observasi mengenai strategi komunikasi Unit Layanan Terpadu ((ULT) Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Jakarta dalam meningkatkan citra Lembaga, dapat dikatakan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan pihak Unit Layanan Terpadu Kemendikbud Jakarta berjalan dengan baik. Setelah itu hal yang dilakukan Unit Layanan Terpadu (ULT) Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dalam penetapan strategi adalah dengan menggunakan dua model analisis, yaitu analisis SWOT dan juga akar masalah. Setelah itu, untuk penetapan strategi komunikasi Unit Layanan Terpadu Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Jakarta dalam menentukan komunikator itu adalah dengan memilih tenaga kerja yang kompeten dan dapat diandalkan di Unit Utama masing-masing lalu di salurkan ke Unit Layanan Terpadu (ULT).

Setelah itu Unit Layanan Terpadu (ULT) Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan menetapkan target penerima pesan, target penerima pesan dari Unit Layanan Terpadu (ULT) Kemendikbud Jakarta adalah seluruh masyarakat dan juga stakeholder yang membutuhkan informasi di dunia Pendidikan. Cara penyusunan pesan yang dilakukan oleh ULT Kemendikbud Jakarta Teknik *one-side issue*, yaitu hanya menampilkan kebaikan dan kelebihan dari Unit Layanan Terpadu Kemendikbud Jakarta, sifat pesan yang digunakan adalah edukatif, persuasif dapat dilihat dari kegiatan atau post sosial media yang dilakukan oleh pihak Unit Layanan Terpadu Kemendikbud Jakarta seperti ajakan belajar kepada masyarakat, tanggapan masyarakat dan juga diskusi umum. Media yang digunakan oleh Unit Layanan Terpadu Kemendikbud Jakarta melalui saluran komunikasi publik, kegiatan sosial. Sementara untuk new media Unit Layanan Terpadu Kemendikbud Jakarta lebih condong menggunakan media sosial Instagram untuk menyebar luaskan informasi ke khalayak umum.

Setelah itu tahap terakhir adalah evaluasi, evaluasi yang dilakukan oleh pihak Unit Layanan Terpadu Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Jakarta terbilang cukup efisien, karena evaluasi di adakan setiap satu minggu atau dua minggu sekali dengan membahas apa saja isu-isu yang terjadi di minggu-minggu tersebut, dengan adanya evaluasi mingguan masalah-masalah yang dihadapi akan lebih mudah untuk di tangani.

5.2 Saran Akademis

Untuk penelitian berikutnya, penelitian ini dapat dilakukan dengan mengevaluasi penilaian citra tersebut dengan metode kuantitatif yang melibatkan lebih banyak pihak untuk menilai sebuah penilaian citra lembaga maupun perusahaan dan juga selalu berusaha menerapkan strategi komunikasi dalam sebuah Lembaga negara ataupun perusahaan yang tidak mempunyai citra buruk saja. akan tetapi juga berguna untuk mempertahankan atau meningkatkan citra baik yang sudah ada, dan juga strategi komunikasi dibutuhkan, karena segalanya membutuhkan komunikasi yang baik untuk mencapai tujuan bersama yang sukses untuk lembaga maupun perusahaan.

5.3 Saran Praktis

Unit Layanan Terpadu (ULT) Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan adalah salah satu unit layanan pemerintah yang berguna untuk melayani masyarakat, diharapkan untuk ke depannya ULT Kemendikbud dapat memperbanyak SDM yang ada dan dapat memberikan pelatihan komunikasi yang baik, guna menambah komunikator yang handal untuk menangani masyarakat lebih baik lagi, lalu membuat sosialisasi antar sdm yang ada dari unit utama agar tidak ada jeda informasi antar unit utama dan ULT. Dan juga diharap platform website yang sudah ada bisa dikembangkan lagi dengan menggunakan SDM terbaik guna menambah kenyamanan dan juga kemudahan masyarakat saat melakukan kegiatan di platform website Unit Layanan Terpadu Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Jakarta.

Referensi

- Cangara, Prof. H. Hafied. 2013. Perencanaan Dan Strategi Komunikasi. 1st ed. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. Komunikasi teori dan praktek. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Gassing, Syarifuddin S., and Suryanto. 2016. Public Relations. 1st ed. Yogyakarta: Andi.
- Effendy, Onong Uchjana. 2004. Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek. 18th ed. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Soemirat, Soleh & Ardianto, Elvinaro. (2007). Dasar-Dasar Public Relations, Bandung, Rosdakarya.
- Sugiyono (2017). Metode Penelitian Kualitatif. 1st ed. Bandung: Alfabeta. Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif
- Almanshur Fauzan, Ghony Djunaidi (2012). Metodologi Penelitian kualitatif, JogJakarta: Ar-Ruzz Media
- Moleong, Lexy. (2002). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. remaja Rosdakarya.
- Setyosari, Punaji. (2010). Metode Penelitian Penelitian dan Pengembangan. Jakarta: Kencana.



Telkom
University