

**MANAJEMEN KOMUNIKASI PADA PROGRAM GERCEP ORGANISASI PPKS
INDONESIA
(Cabang Kota Bandung)**

**COMMUNICATION MANAGEMENT IN THE INDONESIAN PPKS
ORGANIZATION GERCEP PROGRAM
(Bandung City Branch)**

Maghfira Gina Roesanto¹, Arie Prasetyo²

^{1,2} Universitas Telkom, Bandung

maghfiraaginar@student.telkomuniversity.ac.id¹, arieprasetyo@telkomuniversity.ac.id²

Abstrak

Tidak meratanya pembagian bantuan dari pemerintah pada masyarakat membuat organisasi PPKS membuat program Gerakan Ceban Pertama untuk membantu masyarakat disekitar. Diperlukan adanya sebuah manajemen komunikasi yang tentunya sangat berguna dalam melakukan campaign social movement. Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses manajemen komunikasi dalam pembuatan pesan dalam program GERCEP (Gerakan Ceban Pertama) pada organisasi PPKS Indonesia.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma Interpretif dengan metode penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan urutan pengorganisasian data, pengodean dan reduksi data dan penyajian data. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber, metode dan teori. Dari penelitian ini, didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa dalam proses manajemen komunikasi yang terjadi melalui beberapa tahap yang merupakan sebuah aplikasi dari fungsi manajemen. Proses manajemen komunikasi yang terjadi pada pembuatan pesan pada program Gerakan Ceban Pertama oleh organisasi PPKS melalui empat tahap proses manajemen komunikasi, yang pertama adalah perencanaan, diawali dengan riset awal mengenai kasus yang akan diangkat, kemudian dilakukannya pertemuan online dengan anggota, dan diakhiri dengan inisiasi pembuatan kampanye online. Yang kedua adalah pengorganisasian, pada tahap ini dilakukannya pembagian jobdesk kepada anggota. Ketiga, tahap pengarahan, yaitu dilakukannya arahan dari ketua kepada anggota yang memiliki jobdesk. Dan yang terakhir adalah pengawasan, pada tahap ini segala bentuk pengawasan dilakukan oleh ketua dan dibantu oleh tim khusus yang dimiliki oleh ketua. Peneliti menyarankan agar organisasi PPKS Indonesia dalam pembuatan sebuah program kampanye online lebih sering untuk melakukan kegiatan pertemuan dengan komunikasi yang bersifat santai namun juga tetap mementingkan kesopanan.

Kata kunci : Manajemen Komunikasi, PPKS Indonesia, Program GERCEP

Abstract

The uneven distribution of aid from the government to the community made the PPKS organization create the First Ceban Movement program to help the surrounding community. A communication management is needed which is certainly very useful in conducting social movement campaigns. The aim of this research is to know the communication management process in creating messages in the GERCEP (First Ceban Movement) program at the Indonesian PPKS organization.

In this study, researchers used the Interpretive paradigm with case study research methods. Data collection techniques with observation, interviews and documentation. The data analysis technique was carried out in the order of organizing the data, coding and reducing the data and presenting the data. The data validity technique uses triangulation of sources, methods and theories.

From this research, the results show that the communication management process that occurs through several stages which is an application of the management function. The communication management process that occurs in the creation of messages in the First Ceban Movement program by the PPKS organization goes through four stages of the communication management process, The first is planning, starting with initial research on the case to be raised, then conducting online meetings with members, and ending with the initiation of making online campaigns. The second

is organizing, at this stage the division of jobdesk to members is carried out. Third, the direction stage, which is the direction from the chairman to members who have jobdesk. And the last is supervision, at this stage all forms of supervision are carried out by the chairman and assisted by a special team owned by the chairman. The researcher suggests that the Indonesian PPKS organization in making an online campaign program more often to conduct meetings with communication that is relaxed but also prioritizes politeness.

Keywords: *Communication Management, PPKS Indonesia, First Ten Thousand Movement Program*

1. Pendahuluan

Kesejahteraan saat ini merupakan masalah yang sangat krusial di negeri ini. Seperti yang terjadi pada tahun 2020 hingga saat ini, yaitu merebaknya wabah Covid-19, dan hal tersebut sangat berimbas pada warga negara Indonesia, salah satunya adalah mengakibatkan pengangguran yang jumlahnya semakin melejit. Berdasarkan data Kementerian Ketenagakerjaan per 20 April 2020 pada sektor formal tercatat bahwa sebanyak 84.926 perusahaan telah merumahkan para pekerjanya, sedangkan pada sektor informal terdapat sekitar 31.444 perusahaan yang mengharuskan untuk merumahkan karyawannya dengan jumlah tenaga kerja yang terkena PHK mencapai 583.358 orang. Total antara sektor formal dan informal jumlah perusahaannya ada 116.370, lalu jumlah pekerja yang mendapat PHK mencapai hingga 2.084.593 orang.

Untuk mengatasi hal tersebut, pemerintah pusat memutuskan untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat, termasuk semua yang merasakan dampak dari pandemi Covid-19 ini. Bantuan ini diberikan kepada pengusaha, pegawai, pekerja pabrik, sopir taksi, sopir bus, sopir truk, pengemudi ojek, petugas parkir, para pengrajin, pedagang kecil, pelaku usaha mikro, dan lainnya.

Dilansir dari laman resmi Sekretariat Kabinet Republik Indonesia, Pemerintah menyiapkan sejumlah Bantuan Sosial (Bansos) yang mulai disalurkan pada bulan Maret 2020, bantuan tersebut disalurkan melalui program yang dibuat oleh Menteri Sosial, Juliari Batubara. Bantuan sosial ini dibagi menjadi dua program jaring, yang pertama adalah Bantuan Sosial Reguler, dalam program ini dibagi lagi menjadi dua, yaitu Program Keluarga Harapan/PKH dan Program Sembako atau BPNT. Sejak maret 2020 untuk program PKH diperluas menjadi 10 juta KPM dengan pencairan setiap bulan. Pada awalnya pencairan ini diberlakukan setiap 3 bulan sekali, namun untuk khusus mengantisipasi Covid-19 pencairan PKH diubah menjadi setiap satu bulan sekali. Program bantuan s reguler lainnya adalah program sembako, program ini dinaikkan dari 15,2 juta KPM menjadi 20 juta KPM atau keluarga penerima manfaat, dengan indeks dinaikkan pula dari Rp150.000 menjadi Rp200.000 per bulan per KPM. Kemudian yang kedua adalah program Bantuan Sosial Non Reguler, program ini pun dibagi menjadi dua, yaitu yang pertama adalah Bantuan sosial berupa sembako untuk wilayah Jabodetabek: Jakarta, kota Bekasi, Kota Depok, Kota Tangsel, kota Tangerang dan sebagian Kabupaten Bogor (tidak seluruh Kabupaten Bogor), program ini menargetkan sebanyak 1.3 juta per KK (Kartu Keluarga) untuk wilayah Jakarta dan untuk wilayah Bodetabek sebanyak Rp.600.000, pembagian ini dibagi menjadi sebanyak 3 bulan dengan nilai 1 bulan per keluarga per keluarga penerima manfaat adalah Rp.600.000 dengan penyalurannya adalah 2 bulan sekali.

Masih terdapat bantuan-bantuan lain yang diberikan pemerintah, namun yang mendapat perhatian khusus adalah mengenai bantuan sosial yang diberikan oleh Menteri Sosial. pada kenyataannya tidak semua dapat menerima bantuan yang diberikan oleh Pemerintah. Masih banyak masyarakat yang kesusahan dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Dilihat dari hal tersebut, membuat orang-orang yang berjiwa sosial tinggi merasa mereka harus ikut turun tangan dalam memerangi kasus ini, contohnya seperti organisasi-organisasi atau komunitas banyak yang turut membantu masyarakat yang kesusahan akibat pandemi ini.

Terdapat beberapa komunitas dan organisasi yang memiliki jiwa kemanusiaan yang sangat tinggi, mereka adalah relawan-relawan yang bertujuan agar dapat meringankan beban saudara-saudaranya yang terdampak merebaknya Covid 19. Berikut beberapa organisasi yang turut aktif dalam membantu memerangi Covid-19, @Indonesiabaik.id, @DKI Jakarta “Jakarta Memanggil”, @Pikobar Jabar, @ayobergerak_id, @relawan_siaga, @actforhumanity, @Sahabat_uncleeteebob, Relawan RPC 19 Kota Aceh, dan PPKS Indonesia (Pemuda Peduli Kesejahteraan Sosial).

Dalam memerangi pandemi Covid-19 ini, memang tidak bisa sepenuhnya mengharapkan bantuan dari

pemerintah saja. Jika dilihat dari Tabel 1.1, terdapat satu dari sebelas organisasi yang berbeda dengan yang lainnya, yaitu organisasi PPKS (Pemuda Peduli Kesejahteraan Sosial). Organisasi PPKS merupakan sebuah perkumpulan atau organisasi kepemudaan yang berazaskan Pancasila dan UUD 1945, bernafaskan sosial masyarakat yang anggotanya terdiri dari para pemuda pemudi berusia 16-30 tahun yang peduli terhadap kesejahteraan sosial dan atau isu-isu sosial.

PPKS berdiri pada 4 April 2014, dibentuk atas dasar deklarasi pemuda pemudi kesejahteraan sosial di Indonesia. Awal pergerakan organisasi ini adalah memerangi berbagai permasalahan sosial seperti anak terlantar, ABH, lansia terlantar, penyandang disabilitas, gelandangan, pengemis, ODHA korban napza, korban bencana, komunitas adat terpencil (KAT), permasalahan sosial tersebut didiskusikan dan dicarikan jalan keluarnya oleh organisasi PPKS dengan cara membentuk beberapa departemen yang menangani bidang-bidang permasalahan sosial yang ada di Indonesia dan dengan membentuk Komunitas Pemuda Peduli Kesejahteraan Sosial (PPKS).

Pada masa pandemi seperti saat ini, organisasi PPKS membuat program #GERCEP, yaitu Gerakan Ceban Pertama. Program ini merupakan sebuah base on reaction terhadap kasus korupsi yang terjadi, yaitu pencatutan Rp 10.000 pada setiap paket bantuan oleh Menteri Sosial, Juliari Batubara. Gerakan ini bertujuan untuk membantu masyarakat disekitar dengan cara uang senilai 10.000 rupiah di konversikan menjadi bantuan bagi warga yang terdampak Covid-19. Dibuatnya program ini karena dilihat dari kondisi pada saat ini, salah satu contoh kasus akibat pandemi ini terjadi di Kampung Muka, Kelurahan Ancol, Jakarta Utara. Di kampung tersebut terjadi krisis makanan, mereka hanya memakan nasi aking dari sampah plastik, Maka gerakan ini dibuat dengan tujuan untuk mengajak melakukan Gerakan perubahan (*Social Movement*) guna membantu sesama, dimulai dari orang terdekat disekitar kita.

Cara penyampaian komunikasi yang baik adalah melalui kampanye, seperti yang dilakukan oleh organisasi tersebut. Dalam membuat sebuah kampanye untuk melakukan *social movement*, tentunya diperlukan sebuah sistem manajemen komunikasi yang baik. Diperlukan adanya sebuah manajemen komunikasi yang tentunya sangat berguna dalam melakukan *campaign social movement*, karena isi pesan tersebut dapat menentukan apakah akan diterima oleh khalayak atau tidak.

Berdasarkan observasi dengan melakukan pengamatan kepada informan yaitu Ketua Umum organisasi tersebut, proses manajemen komunikasi yang dilakukan melalui empat rangkaian tahapan. Tahapan tersebut merupakan sebuah aplikasi dari fungsi manajemen. Penelitian ini terfokus pada proses manajemen yang terjadi dalam pembuatan pesan kampanye online Gerakan Ceban Pertama. Menurut menurut Parag Diwan (1999), Manajemen komunikasi adalah proses penggunaan berbagai sumber daya komunikasi secara terpadu melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengontrolan unsur-unsur komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Berdasarkan teori tersebut, organisasi ini menjadi bagian dari penelitian. Peneliti tertarik untuk melakukan kajian lebih dalam tentang bagaimana proses manajemen komunikasi yang terjadi pada organisasi PPKS Indonesia dalam pembuatan pesan kampanye "Gerakan Ceban Pertama". dengan judul penelitian : Proses Manajemen Komunikasi Pada Organisasi PPKS Indonesia Dalam Pesan Program GERCEP "Gerakan Ceban Pertama".

2. Dasar Teori

2.1 Manajemen Komunikasi

Manajemen komunikasi merupakan sebuah proses komunikasi, melalui berbagai sumber daya komunikasi dengan menggunakan beberapa rangkaian proses seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengontrolan untuk mencapai sebuah tujuan yang ingin dicapai. menurut Mc Elreath (dalam Abidin, 2015: 132) manajemen komunikasi berarti penelitian, perencanaan, pelaksanaan, dan pengevaluasian suatu kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi, dimulai dari pertemuan kelompok kecil hingga berkaitan dengan konferensi pers, dari pembuatan brosur hingga kampanye.

2.2 Peran Manajemen Komunikasi

Pada hakikatnya komunikasi menyentuh segala aspek kehidupan. Menurut Applboun (dalam Abidin, 2015: 56) menyatakan bahwa manusia menggunakan 75% waktunya untuk berkomunikasi.

1. Komunikasi menentukan kualitas manajemen, Manajemen merupakan proses yang khas terdiri atas tindakan perencanaan dan pegorganisasian. Penggerakan dan pengendalian menentukan dalam pencapaian sasaran

yang telah ditentukan melalui sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.

2. Komunikasi menentukan kualitas kepemimpinan, Komunikasi dalam organisasi adalah komunikasi yang dilakukan pimpinan, karyawan maupun khalayak dalam kaitannya dengan organisasi. Tujuannya adalah pembinaan kerja sama untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi.

2.3 Fungsi dan Tujuan Manajemen Komunikasi

Stephen P. Robbins (dalam Abidin, 2015: 57) menegaskan terdapat empat fungsi utama manajemen komunikasi, yaitu

1. Kendali.
Komunikasi bertindak untuk mengendalikan perilaku anggota organisasi.
2. Motivasi.
Komunikasi membantu perkembangan motivasi dengan menjelaskan kepada para karyawan segala sesuatu yang harus dilakukan, cara bekerja, dan hal-hal yang dapat dikerjakan untuk memperbaiki kinerja
3. Pengungkapan emosional.
Ini merupakan sumber utama untuk interaksi sosial. Komunikasi yang terjadi merupakan mekanisme fundamental yang akan menunjukkan kekecewaan dan kepuasan yang dirasakan.
4. Informasi.
Komunikasi memberikan informasi yang diperlukan individu dan kelompok untuk mengambil keputusan dengan meneruskan data untuk mengenali dan menilai pilihan-pilihan alternatif.

2.4 Proses Manajemen Komunikasi dalam Aktivitas Komunikasi

Proses manajemen komunikasi dipahami sebagai sebuah proses koordinasi interpretasi atau pengertian yang dibangun melalui interaksi antara manusia dan kemampuan berkomunikasi. Kegiatan manajemen komunikasi merupakan sebuah aplikasi dari fungsi-fungsi manajemen. Sejalan dengan konsep umum manajemen, "*as the process of getting done through and with people*" (Lieber, 1999:35) dan komunikasi "*as a process of interrelated elements working together to achieve a desired outcome or goal*" (Barker, 1987:5), manajemen komunikasi dipahami sebagai proses yang sistematis antara anggota organisasi dalam menjalankan fungsi-fungsi manajemen dan menyelesaikan suatu pekerjaan melalui proses negosiasi pengertian/pemahaman antara satu individu atau lebih serta bertujuan untuk mencapai keinginan dan kepuasan bersama (Soedarsono, 2020: 49).

Berdasarkan pengertian diatas, implementasi manajemen komunikasi ke dalam sistem kegiatan di organisasi/perusahaan oleh Robert E. Simmons (1990: 10) dijelaskan melalui empat tahapan yang disebut dengan managerial planning, yaitu:

1. Reorganize large masses of information into simpler yet more meaningful categories (menyusun kembali informasi menjadi lebih sederhana dan mudah dimengerti).
2. Differentiate important information and eliminate non essential information (membedakan informasi penting dan memperkecil informasi yang tidak perlu).
3. View problem-connected events, phenomena and concepts in an intergrated context that makes it easier to make sense of, or explain what is occuring (melihat hubungan permasalahan dengan kenyataan, fenomena, dan konsep yang berhubungan dengan konteks yang mudah dimengerti atau dijelaskan apa yang terjadi).
4. Formulate strategy that can serve as the basis for plans and their implementation (merumuskan strategi yang dapat menjadi dasar perencanaan dan dapat diimplementasikan).

Keempat tahapan tersebut merupakan dasar untuk berkembang dan berubahnya suatu organisasi/perusahaan. Tahapan tersebut akan menjadi lebih efektif apabila melibatkan seluruh unsur yang berkaitan dengan aktivitas pengelolaan organisasi/perusahaan dan menjalankan fungsi utama dalam manajemen secara sistematis. Unsur tahapan tersebut antara lain:

1. Planning (Perencanaan)
Menentukan tujuan dan sasaran utama perusahaan agar berhasil, termasuk mengembangkan strategi,

menetapkan kebijakan, merencanakan, dan petunjuk umum untuk menggiatkan jalannya perusahaan. Dalam tahap ini, perencanaan merupakan kegiatan awal yang dilakukan sebelum seluruh aktivitas organisasi/perusahaan dijalankan, dengan cara menetapkan dengan langkah-langkah apa yang seharusnya dilakukan, agar tujuan dapat tercapai dengan efisien. Pendekatan 5W+1H (what, who, when, where, why, how) dapat diadopsi sebagai dasar pembentukan rencana kegiatan.

2. Organizing (Pengorganisasian)

Menentukan secara spesifik aktivitas atau kebutuhan untuk mencapai sasaran atau hasil yang akan dicapai perusahaan. Tahap ini merupakan suatu kegiatan untuk menyusun pelaksanaan rencana kegiatan melalui pembagian serta pendelegasian tugas dan wewenang yang sesuai dengan kebijakan organisasi/perusahaan tersebut.

3. Directing (Pengarahan)

Secara umum pengarahan adalah perilaku anggota perusahaan sesuai dengan apa yang telah ditetapkan perusahaan dan sesuai kebutuhan, rencana, maupun desain. Tahap ini membimbing kegiatan sesuai tujuan pekerjaan agar kegiatan dapat terlaksana dengan efisien dan tepat sasaran.

4. Controlling (Pengawasan)

Kegiatan yang dilakukan oleh manajer untuk mengetahui apakah aktivitas perusahaan dijalankan sesuai dengan yang telah direncanakan dan dilakukan oleh anggota perusahaan sesuai dengan fungsi dan tanggung jawabnya. Dalam tahap ini merupakan tahap mengawasi pelaksanaan kegiatan apakah sesuai dengan apa yang direncanakan, apabila terjadi kendala atau penyimpangan, dapat segera diperbaiki dan di arahkan kembali sesuai dengan rencana semula.

3. Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode paradigma Interpretif, dimana paradigma tersebut dapat membuat peneliti bisa memahami, mencari penjelasan tentang peristiwa-peristiwa sosial atau budaya yang didasarkan pada perspektif dan pengalaman orang yang diteliti. Menurut Hendrarti (2010: 4), paradigma interpretif memandang bahwa ilmu sosial sebagai analisis sistematis atas "*socially meaningful action*" melalui pengamatan langsung terhadap aktor sosial dalam latar alamiah agar dapat memahami dan menafsirkan bagaimana para aktor sosial menciptakan dan memelihara dunia sosial mereka.

Penelitian ini menggunakan studi kasus. Studi kasus adalah metode kualitatif yang memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi sistem terbatas kontemporer atau berbagai sistem terbatas dalam kehidupan nyata melalui pengumpulan data yang rinci dan mendalam yang melibatkan berbagai sumber informasi atau berbagai sumber informasi. Data dapat diperoleh dari berbagai sumber informasi, seperti observasi, wawancara, materi audio visual, serta dokumen dan laporan (Creswell, 2014: 135).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan studi kasus genre Tunggal (single case study). Dalam genre ini, peneliti memfokuskan pada isu atau persoalan, kemudian memilih satu kasus terbatas untuk mengilustrasikan persoalan yang dipilih.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Perencanaan pada pembuatan pesan program #Gercep (Gerakan Ceban Pertama) organisasi PPKS Indonesia

diperoleh data bahwa gambaran perencanaan dalam pembuatan pesan pada program #Gercep (Gerakan Ceban Pertama) organisasi PPKS Indonesia adalah dimulai dari riset. Riset awal dilakukan oleh Ketua Umum PPKS Indonesia. Salah satu narasumber mendengar bahwa terdapat kasus korupsi yang dilakukan oleh Menteri Sosial, yaitu Bapak Juliari Batubara yang melakukan pencatutan dana bantuan sebesar Rp 10.000 pada setiap paket donasi bagi warga yang terdampak Covid-19. Dilakukannya riset awal oleh Ketua PPKS dengan cara membaca berita-berita yang tersebar di media sosial, kemudian melakukan diskusi dengan para aktivis sosial yang notabene berada di Kota Bandung, kemudian setelah semua berita yang tersebar tersebut terkonfirmasi dengan benar, ketua organisasi lalu mengajak rekan-rekan atau anggota organisasi PPKS untuk turut melakukan riset bersama, seperti melihat di sekitar,

dampak yang sebenarnya terjadi di lapangan akibat pandemi Covid-19, apakah masih terdapat warga yang tidak mendapat bantuan sosial, apakah bantuan tersebut sampai kepada warga yang benar-benar membutuhkan. Salah satu narasumber bercerita mengenai penerima manfaat, terbilang cukup banyak yang membutuhkan bantuan akibat pandemi yang terjadi, tetapi bantuan tersebut tidak sampai ke tangan penerima manfaat, sehingga menimbulkan keresahan-keresahan pada diri sang narasumber. Maka hasil yang didapat dari riset tersebut adalah narasumber menyimpulkan bahwa adanya kasus korupsi oleh menteri sosial terhadap bantuan paket sembako sebesar Rp 10.000 pada setiap paket, kemudian melihat ke sekitar lingkungan dan ternyata masih terdapat warga yang tidak mendapat bantuan, sehingga diinisiasikan menjadi sebuah program kampanye online.

Akibat pandemi yang terjadi saat ini, organisasi tersebut melakukan pertemuan atau rapat melalui media online guna mengurangi rantai penyebaran virus Covid-19. Karena organisasi ini memiliki cabang yang tersebar di Indonesia, maka dalam pembuatan program ini dilakukan pertemuan melalui aplikasi *Zoom Meeting* sebanyak kurang lebih 5-6 kali.

Dalam menyebarkan pesan kampanye #Gercep, organisasi ini tidak berdiri sendiri. Organisasi tersebut memiliki beberapa partner organisasi guna melakukan kolaborasi, seperti membantu memposting flyer kampanye pada media sosial instagram. Beberapa organisasi yang ikut berpartisipasi pada kampanye online ini adalah Sapma PP Kota Bandung, Sahabat Uncle Teebob, KAMI, GMP, dan dibantu disupport oleh Peksos.id. salah satu narasumber bercerita bahwa ketua organisasi PPKS ini cukup aktif pada beberapa organisasi yang berbasis pada sosial. Kemudian beberapa organisasi tersebut tertarik untuk turut serta dalam menyebarkan pesan kampanye online yang dibuat oleh organisasi PPKS dan memberikan respon yang positif.

4.2 Pengorganisasian pada pembuatan pesan program #Gercep (Gerakan Ceban Pertama) organisasi PPKS Indonesia

Pada tahap pengorganisasian dalam program #Gercep, tidak adanya spesifikasi khusus dalam pembagian jobdesk. Karena program ini merupakan sebuah program spontan, reaksi spontan terhadap kasus korupsi yang terjadi, maka organisasi PPKS memanfaatkan situasi tersebut dengan langsung membuat kampanye online gerakan ceban pertama.

Dalam pembuatan flyer kampanye #Gercep, tidak ada regulasi berupa *reward* ataupun *punishment* yang diberikan kepada tim yang bertugas pada pembuatan pesan program tersebut. Regulasi yang ada hanya ketentuan dalam pembuatan flyer tersebut, peraturan seperti mengikuti *template* sesuai dengan yang ada pada organisasi PPKS Indonesia, penggunaan font, warna, dan penempatan logo.

Pada proses pembuatan pesan kampanye #Gercep, PPKS tidak membuat timeline yang tersusun, seperti yang sudah dibahas sebelumnya, program ini merupakan program spontan, *base on reaction* terhadap kasus korupsi yang terjadi, sehingga dibuat dengan waktu yang singkat dan sederhana, karenanya tidak ada timeline khusus yang dibuat dalam program tersebut, hanya sebatas dalam prepare pembuatan pesan kampanye online, selanjutnya pada segi aksi dimulai dari para anggota menyebarkan kampanye tersebut seluas-luasnya melalui berbagai media sosial seperti Facebook dan Instagram, lalu pada Instagram resmi PPKS sendiri, turut aktif memposting flyer kampanye melalui feeds ataupun instastory. Program ini dibuat secara fleksible, tidak ada timeline yang spesifik. Dalam pembuatan flyer kampanye, tim desain tidak diberi tenggat waktu, hanya membutuhkan waktu selama 3 hari dalam membuat flyer kampanye online #Gercep (Gerakan Ceban Pertama).

4.3 Pengarahan pada pembuatan pesan program #Gercep (Gerakan Ceban Pertama) organisasi PPKS Indonesia

Pada tahap *Directing* (Pengarahan), berisikan mengenai budaya dan arahan yang diberikan oleh ketua. Segala bentuk arahan dilakukan oleh ketua, dibantu dengan tim khusus yang dimiliki oleh ketua, berisikan wakil ketua 2 dan wakil ketua 3. Dalam program ini hanya 2 tim yang diberikan tugas khusus, yaitu tim media sosial dan tim design. Tim media sosial diberi tugas untuk memposting flyer kampanye pada media sosial instagram resmi organisasi PPKS Indonesia, dan ditugaskan untuk me repost kembali flyer sebanyak 1 minggu sekali. Kemudian pada tim design, diberi arahan dan tugas dalam membuat flyer kampanye sesuai template pada organisasi. Kemudian bagi anggota lainnya, ditugaskan oleh ketua untuk membantu posting flyer kampanye sebanyak-banyaknya pada media sosial yang dimiliki.

Budaya dalam organisasi memiliki peranan yang penting dalam memotivasi para anggota dan juga dapat meningkatkan efektivitas kerja pada organisasi tersebut, baik dalam jangka yang panjang maupun pendek. Tanpa adanya budaya organisasi, performa ataupun kinerja yang dilakukan oleh para anggota tidak akan dilakukan secara maksimal, untuk itu budaya organisasi memiliki peranan yang sangat penting. Menurut penuturan salah satu narasumber, mengatakan bahwa budaya yang terjadi pada organisasi PPKS Indonesia adalah tidak adanya perbedaan strata antara pengurus dan anggota, dari awal berdirinya organisasi ini hingga pada sekarang, dalam budaya komunikasi yang terjalin tidak pernah mengkotak-kotakkan antara atasan dan bawahan, semua anggota diberi kebebasan dalam memberikan ide dan berpendapat, sehingga hal ini dapat membangun hubungan antara anggota biasa dan pengurus. Dari hubungan yang dibangun tersebut dapat membuat antar anggota merasa mau dan tidak ragu dalam memberikan pendapatnya, tidak hanya dalam urusan pekerjaan dalam organisasi, tetapi juga dalam hal kegiatan pribadi, sehingga dapat menciptakan kepercayaan yang kuat, dan dalam membuat suatu program pun dapat menjadi lebih efektif.

4.4 Pengawasan pada pembuatan pesan program #Gercep (Gerakan Ceban Pertama) organisasi PPKS Indonesia

Pada tahap pengawasan, segala hal diawasi oleh ketua umum, dibantu dengan wakil, yaitu dengan cara saling bertukar informasi dan progress. Dalam berjalannya program kampanye online ini, tidak ditemukannya kendala yang berat. Kendala yang ditemukan hanya terkait perbedaan waktu, salah satu narasumber bercerita bahwa karena kendala pandemi saat ini membuat semua anggota tidak dapat bertemu secara langsung, sehingga organisasi ini melakukan pertemuan terpisah dengan mengandalkan internet, dilakukan pada lokasi yang berbeda-beda, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kendala yang paling terasa adalah masalah jarak dan waktu. Karena program ini merupakan sebuah reaksi dari kasus korupsi yang terjadi, namun menurut penuturan salah satu narasumber pun mengatakan bahwa tidak ada serangan dari pihak lain terkait pesan kampanye ini, bahkan sebaliknya, program ini mendapat respon positif dari berbagai pihak serta mendapat dukungan.

Tidak adanya forum khusus dalam mengevaluasi program spontan ini, tetapi menjadi bahan bahasan mengenai pekerjaan rumah yang diberikan oleh ketua kepada anggota terkait menjaring mitra sebanyak-banyaknya dalam penyebaran pesan kampanye yang telah dibuat. Meski dalam pembuatan program ini tidak ada timeline khusus yang dibuat, namun pada akhirnya program ini dapat dikatakan cukup berhasil, dari segi penyebaran pesan yang sebanyak-banyaknya, melakukan kolaborasi dengan berbagai organisasi yang tentunya memiliki pasar yang berbeda-beda, dan mendapat respon yang positif dari berbagai pihak.

5. Simpulan dan Saran

5.1 Simpulan

Proses manajemen komunikasi yang terjadi pada pembuatan pesan pada program #Gercep (Gerakan Ceban Pertama) oleh organisasi PPKS Indonesia melalui empat tahap proses manajemen komunikasi, yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*directing*), dan pengawasan (*controlling*).

1. Perencanaan yang dilakukan meliputi beberapa tahap, yang pertama adalah tahap riset awal. Sebelum dibuatnya program kampanye online ini, dilakukannya riset awal oleh Ketua organisasi, setelah semuanya terkonfirmasi dengan baik lalu dilakukan inisiasi kepada pengurus organisasi. Kemudian dilakukannya pertemuan secara online dengan para pengurus dan anggota organisasi, melalui aplikasi *Zoom Meeting*, kemudian diambil keputusan dibuatnya inisiasi program #GERCEP.
2. Pengorganisasian yang terjadi, seharusnya terdapat penyusunan jobdesk, regulasi, timeline yang tersusun, dan tenggat waktu dalam pembuatan flyer kampanye tersebut, namun organisasi PPKS Indonesia tidak terdapat hal-hal seperti yang sudah disebutkan, karena program ini merupakan sebuah reaksi spontan dari kasus korupsi yang dilakukan oleh kementerian sosial, maka tidak ada penyusunan jobdesk khusus, hanya terdapat 2 tim yang ditugaskan secara khusus, yaitu tim editor dan tim media sosial, lalu anggota-anggota lain ditugaskan sebagai marketer, yaitu menyebarkan *flyer* kampanye online ini seluas-luasnya.
3. Pengarahan dalam pelaksanaan sesuai jobdesk masing-masing anggota dilakukan oleh ketua, dibantu dengan wakil ketua. Kemudian budaya organisasi yang ada tidak memandang jabatan dan tidak mengkotak-kotakkan antara jabatan yang tertinggi hingga anggota biasa, sehingga menimbulkan kepercayaan diri pada masing-masing anggota dalam mengemukakan pendapat ataupun sekedar bertegur sapa. Maka arus pesan komunikasi

- yang terjadi pada organisasi tersebut lebih cenderung kepada arus horizontal.
4. Pengawasan dalam pembuatan pesan kampanye ini dilakukan oleh Ketua Umum organisasi. Dalam menghadapi berbagai kendala yang terjadi dalam pembuatan program ini dilakukan dengan pencarian solusi, dicari jalan keluar bersama-sama oleh semua anggota dan pengurus pada organisasi tersebut. Evaluasi program kampanye online ini dilakukan dengan rapat rutin, tetapi tidak difokuskan pada satu program saja, melainkan rapat atau pertemuan tersebut berisi obrolan mengenai *achievement* pada beberapa program yang ada pada organisasi tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan diatas, maka peneliti akan memberikan saran untuk penelitian maupun solusi untuk penelitian selanjutnya serta organisasi PPKS Indonesia. Penelitian ini berfokus pada proses manajemen komunikasi pada pesan program #Gercep (Gerakan Ceban Pertama). Meninjau dari hasil dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat disarankan sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan acuan bagi mahasiswa khususnya di Universitas Telkom untuk melakukan penelitian mengenai proses manajemen komunikasi pada organisasi. Peneliti juga mengharapkan bahwa penelitian mengenai proses manajemen komunikasi dapat dikaji secara lebih spesifik berdasarkan konsep proses manajemen komunikasi dengan dikaitkan terhadap komunikasi pada sebuah organisasi.

5.2.2 Saran Praktis

1. Peneliti menyarankan agar organisasi PPKS Indonesia dalam pembuatan sebuah program kampanye online lebih sering untuk melakukan kegiatan pertemuan secara online maupun offline untuk meningkatkan tujuan yang ingin dicapai.
2. Komunikasi yang bersifat santai namun juga tetap mementingkan kesopanan dan tidak mengandung SARA di dalam organisasi bisa di pertahankan, karena hal tersebut bisa menjadi budaya bagi organisasi.
3. Sistem manajemen yang dilakukan oleh Ketua organisasi menurut saya sudah bagus, dengan tidak memandang posisi jabatan setiap anggota, sehingga membuat hubungan antar anggota menjadi semakin dekat dan tidak ada batasan antara atasan dan bawahan.

Referensi:

- [1] Soedarsono, Dewi. K. Sistem Manajemen Komunikasi. Simbiosis Rekatama Media. Bandung. 2020.
- [2] Abidin, Yusuf Zainal. 2015. Manajemen Komunikasi. Bandung: Pustaka Setia.
- [3] Cresswell, John. 2014. Penelitian Kualitatif dan Desain Riset, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [4] Cangara, Hafied. 2014. Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- [5] Mulyana, Dedy. 2003. Metodologi Penelitian Kualitatif : Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [6] Setkab.go.id. 2020. Kemensos kelola Program Bansos Reguler dan Khusus Selama Masa Pandemi Covid-19. Setkab.go.id.
<https://setkab.go.id/kemensos-kelola-program-bansos-reguler-dan-khusus-selama-masa-covid-19/>
- [7] Harahap, Dedy Ansari & Dita Amanah, Pengantar Manajemen. Bandung: Cv.Alfabeta, 2018.