

Strategi Public Relations Balai Besar Pengembang Latihan Kerja Dalam Negeri

¹Teggar Garba A. S., ²M. HuseinFahmi

^{1,2} Prodi Publik Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No. 1 Bandung 4016
e-mail: Teggaraditya@gmail.com

ABSTRACT. Public relations has a duty to promote programs or activities to the public, so the public can know. B2PLKDN or the Center for Development of Training of the Interior is a body that is beneficial to train job seekers, employees, teachers of the school or training institution, which is currently being socialized to the public about the importance of training, certification, and placement in an integrated coordination, in order to can improve the competence and competitiveness of the workforce in the context of unemployment and reduction in time to alleviate poverty. To that end, B2PLKDN require appropriate public relations strategy that socialization can be done optimally. This study aims to find out the public relations strategy B2PLKDN in disseminating the training of workers and the distribution of labor in the country and abroad to the people of Bandung. The method used is descriptive qualitative data collection techniques using in-depth interviews, and observation and study of literature. The results showed that the implementation of the strategy of PR by PR B2PLKDN consists of four stages: situation analysis phase, the phase of the strategy, tactics and phase evaluation phase. The situation faced by the people who need jobs and especially have the desire to be workers who have sufficient competence to be able to compete with other workers who come from abroad. Then in implementing a public relations strategy, in addition to required to have good communication skills and persuasive, they also must have good credibility that the public can more easily trust the messages delivered by PR. Phase tactics carried out by using interpersonal communication here is the main duty of the PR staff B2PLKDN previously been provided carefully about how to communicate appropriately and effectively. Recently in the evaluation, PR B2PLKDN making progress report has the objective to determine the direct and uncertain about how to do PR staff, and any barriers faced by the staff of PR.

Kata Kunci : B2PLKDN, Strategi PR, Sosialisasi, Tenaga Kerja.

ABSTRAK. *Public relations* memiliki tugas untuk mensosialisasikan program-program atau kegiatan tertentu kepada publik, agar publik dapat mengetahuinya. B2PLKDN atau Balai Besar Pengembangan Latihan Kerja Dalam Negeri merupakan sebuah badan yang bermanfaat untuk melatih pencari kerja, karyawan, guru sekolah ataupun lembaga pelatihan, yang saat ini sedang melakukan sosialisasi kepada publik mengenai pentingnya pelatihan, sertifikasi, dan penempatan dalam satu koordinasi yang terpadu, agar dapat meningkatkan kompetensi dan daya saing tenaga kerja dalam rangka penanggulangan pengangguran dan pada saatnya dapat mengentaskan kemiskinan. Untuk itu, B2PLKDN memerlukan strategi *public relations* yang tepat agar sosialisasi tersebut dapat dilakukan secara maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *public relations* B2PLKDN dalam mensosialisasikan pelatihan tenaga kerja dan penyaluran tenaga kerja di dalam negeri dan luar negeri kepada bagi masyarakat kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan datanya menggunakan wawancara mendalam, serta observasi dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan strategi PR oleh Humas B2PLKDN terdiri dari empat tahap yaitu fase analisis situasi, fase strategi, fase taktik dan fase evaluasi. Situasi yang dihadapi adalah orang-orang yang membutuhkan pekerjaan dan terutama memiliki keinginan untuk menjadi tenaga kerja yang memiliki kompetensi yang memadai agar bisa bersaing dengan tenaga kerja lain yang berasal dari luar negeri. Kemudian dalam mengimplementasikan strategi PR, selain diharuskan untuk memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik dan bersifat persuasif, mereka juga harus memiliki kredibilitas yang baik agar publik dapat lebih mudah mempercayai pesan-pesan yang disampaikan oleh PR. Fase taktik dilakukan dengan menggunakan komunikasi interpersonal disini merupakan tugas utama dari staf humas B2PLKDN yang sebelumnya sudah dibekali secara matang mengenai cara berkomunikasi yang tepat dan efektif. Terakhir dalam evaluasi, Humas B2PLKDN membuat laporan kemajuan ini memiliki tujuan untuk mengetahui secara langsung dan pasti mengenai bagaimana Staf Humas melakukan pekerjaannya, dan hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi oleh Staf Humas.

Kata Kunci : B2PLKDN, Strategi PR, Sosialisasi, Tenaga Kerja.

A. Pendahuluan

Balai Besar Pengembangan Latihan Kerja Dalam Negeri (B2PLKDN) atau National Vocational Training Development Center (NVTDC) Bandung yang dulu dikenal sebagai BLK industri telah berpengalaman dalam melatih pencari kerja, karyawan, guru sekolah / lembaga pelatihan selama puluhan tahun (berdiri sejak tahun 1952) dan lulusannya sudah tersebar diberbagai perusahaan dan instansi diseluruh Indonesia.

Dewasa ini, Indonesia sedang dihadapkan pada permasalahan yang besar dalam bidang ketenagakerjaan yaitu bahwa jumlah pengangguran menurut angka Badan Pusat Statistik, pada bulan Agustus tahun 2013 jumlah penganggur mencapai 10,01 juta orang atau mencapai 9,11%. Dengan jumlah penganggur sebanyak ini, selain berpengaruh terhadap ketenagakerjaan, tentu juga berdampak serius pada semakin besarnya jumlah penduduk miskin di Indonesia. (Sumber: BPS Indonesia, 2013)

Dari data tersebut, dapat dilihat dari kualitas tenaga kerja Indonesia memang masih jauh dibawah standar kualitas minimum (bila diukur dari tingkat pendidikan), dimana secara nasional jumlah orang yang bekerja didominasi oleh tenaga kerja dengan pendidikan sampai dengan tamat SD yaitu sebesar 56,41%. Selain itu, banyak lowongan pekerjaan yang tidak dapat terisi akibat ketidaksesuaian antara kompetensi yang dimiliki tenaga kerja dengan kompetensi yang diisyaratkan. (Sumber: Data B2PLKDN, 2014). Dengan demikian dikatakan bahwa besarnya angka penganggur selain sebagai akibat dari pertumbuhan ekonomi yang belum mampu menyerap angkatan kerja secara optimal, juga disebabkan karena kualitas dan kompetensi angkatan kerja yang relatif rendah.

Dalam melakukan sosialisasi, public relations B2PLKDN harus terlebih dahulu menetapkan strategi agar sosialisasi tersebut berjalan dengan terencana. Perumusan strategi merupakan keputusan mengenai jalan mana yang akan ditempuh untuk mencapai apa yang sudah ditetapkan dalam tujuan. Berdasarkan analisa yang dilakukan terhadap faktor-faktor lingkungan, kemudian mempertimbangkan tujuan dengan ditetapkannya strategi yang tepat. Ketika mendapat hasil dari analisa, jelas akan terpampang banyak jalan alternatif pilihan yang harus dipilih. Pilihan alternatif strategi biasanya berdasar pada peluang bahwa strategi tersebut dapat mewujudkan tujuan.

B. Landasan Teori

Dalam penelitian ini digunakan metodologi penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif pada hakekatnya merupakan paradigma penelitian dengan pandangan subjektif. Penyebabnya adalah dalam hal ini justru tindakan manusialah yang menentukan struktur alih-alih struktur yang menentukan manusia (Mulyana, 2008: 35). Manusia bebas memilih tindakan apapun, mereka dapat mengubah struktur. Struktur dipandang sebagai konstruksi sosial. Metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode deskriptif, disebut sebagai metode deskriptif karena penelitian ini tidak menggunakan hipotesis melainkan hanya menggambarkan dan menganalisis kejadian yang ada tanpa perlakuan khusus atas objek-objek yang diteliti. Penelitian deskriptif hanyalah memaparkan situasi peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Beberapa penulis memperluas penelitian deskriptif kepada segala penelitian selain penelitian historis dan eksperimental. Mereka menyebut metode yang “melulu’ deskriptif sebagai penelitian survai (Isaac Michael, 1981:46) atau penelitian observasional (Wood, 1997:29).

C. Hasil Penelitian

Setelah melihat latar belakang masalah yang telah di jabarkan, maka peneliti mendapatkan suatu rumusan masalah mengenai “Bagaimana Strategi Public Relations B2PLKDN Dalam Mensosialisasikan Pelatihan Tenaga Kerja dan Penyaluran Tenaga Kerja di Dalam Negeri dan Luar Negeri kepada Bagi Masyarakat Kota Bandung?”. Sedangkan identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana public relations B2PLKDN mengimplementasikan fase riset formatif dalam mensosialisasikan pelatihan tenaga kerja dan penyaluran tenaga kerja di dalam negeri dan luar negeri bagi masyarakat Kota Bandung?
2. Bagaimana public relations BBPLKD mengimplementasikan fase strategi dalam mensosialisasikan pelatihan tenaga kerja dan penyaluran tenaga kerja di dalam negeri dan luar negeri bagi masyarakat Kota Bandung?
3. Bagaimana public relations B2PLKDN mengimplementasikan fase taktik dalam mensosialisasikan pelatihan tenaga kerja dan penyaluran tenaga kerja di dalam negeri dan luar negeri bagi masyarakat Kota Bandung?
4. Bagaimana public relations B2PLKDN mengimplementasikan fase evaluasi dalam mensosialisasikan pelatihan tenaga kerja dan penyaluran tenaga kerja di dalam negeri dan luar negeri bagi masyarakat Kota Bandung?

Dari hasil penelitian keempat rumusan masalah tersebut di jelaskan lebih terperinci sebagai berikut:

1. Fase riset formatif:

Secara garis besar kita dapat melihat ada beberapa unsur penting yang dilakukan oleh B2PLKDN dalam menganalisis organisasi:

1. Lingkungan internal.

Dalam lingkungan internal ini, ada empat hal yang menjadi perhatian utama yaitu:

- Kualitas dari produk atau jasa yang dihasilkan organisasi.
- Pasar atau segmentasi tertentu yang ingin dituju oleh B2PLKDN.
- Struktur organisasi dan operasional yang jelas dalam B2PLKDN membantu organisasi untuk menciptakan job desk dan tanggung jawab yang tepat bagi setiap staf yang terlibat dalam pelaksanaan strategi PR.
- Perincian hambatan-hambatan apa saja yang ada dalam organisasi yang nantinya bisa membatasi keefektifan program-program sosialisasi PR yang sudah direncanakan. Diantaranya yang kerap kali menjadi hambatan internal B2PLKDN seperti kurangnya jumlah sumber daya manusia sehingga dikhawatirkan pencapaian target akan menjadi terhambat atau tidak sesuai dengan waktu yang diinginkan oleh pihak manajemen.

2. Lingkungan eksternal.

Untuk lingkungan eksternal sendiri, juga ada beberapa hal yang diperhatikan oleh organisasi, antara lain:

- Publik yang sudah mengetahui kualitas dari pelatihan yang ditawarkan oleh B2PLKDN biasanya akan memberikan rekomendasi kepada rekannya atau orang lain untuk turut mengikuti program di B2PLKDN.
- Organisasi lain yang menyediakan dan menawarkan produk/jasa yang sejenis.

- Adanya kebijakan-kebijakan pemerintah mengenai pembatasan pengiriman tenaga kerja ke luar negeri.

2. Fase Strategi

Berkaitan dengan penentuan objektif perusahaan, Smith (2002:89) menjelaskan ada beberapa kriteria yang spesifik untuk membantu perusahaan dalam menetapkan objektifnya, antara lain:

- **Goal rooted.** Objektif selalu berkaitan dengan tujuan organisasi, mereka selalu berdasarkan pada pernyataan tujuan organisasi, dimana objektif tersebut dapat terus berkembang selama sesuai dengan visi dan misi organisasi. Dan yang harus diingat juga adalah objektif selalu berkaitan dengan aspek-aspek lain dalam organisasi. Objektif dari B2PLKDN adalah menjadi model center dalam penyelenggaraan diklat, uji kompetensi dan pengembangan manajemen lembaga diklat, dan untuk mencapai objektif tersebut ada target-target tertentu yang berupa misi dan harus dipenuhi oleh B2PLKDN dalam pelaksanaan strategi PR nya.
- **Public Focused.** Objektif berkaitan erat dengan beberapa publik dan berdasarkan pada keinginan, ketertarikan dan kebutuhan publik itu sendiri. Objektif bagi satu orang mungkin saja sama dengan objektif bagi publik lain, tetapi masing-masing harus tetap diidentifikasi. Seperti yang sudah dijelaskan diatas bahwa ketertarikan publik yang diidentifikasi adalah mendapatkan tempat kerja yang sesuai dengan ketertarikan serta kompetensi yang dimiliki serta yang utama adalah menjamin kesejahteraan hidup pekerja.
- **Explicit.** Objektif harus bersifat eksplisit dan didefinisikan secara jelas, sehingga setiap orang yang terlibat dalam penentuan dan pencapaian objektif ini haruslah memiliki pemahaman yang sama mengenai kearah mana objektif ini menuju. Kita juga harus menggunakan pernyataan yang jelas dalam objektif ini misalnya seperti objektif B2PLKDN adalah mengupgrading instruktur dan melatih tenaga kerja baik yang berasal dari masyarakat umum maupun dari instansi pemerintah/swasta dan industri/perusahaan.
- **Measurable.** Maksudnya disini sebuah objektif haruslah tepat dan dapat diukur misalnya seperti objektif B2PLKDN.
- **Singular.** Artinya adalah objektif harus bersifat fokus kepada publik tertentu terlebih dahulu, tujuannya tidak lain adalah untuk memudahkan proses evaluasi karena konteks yang tidak terlalu melebar begitu juga dengan publiknya yang dibatasi. Pembatasan publik yang dilakukan oleh B2PLKDN adalah penduduk kota Bandung.
- **Challenging.** Objektif harus bersifat menantang, dengan kata lain mampu meningkatkan kinerja organisasi secara keseluruhan dan bahkan sebisa mungkin menginspirasi para karyawan yang bekerja. Jangan hanya

memasang objektif seadanya, tapi sebaik-baiknya objektif harus tinggi agar pencapaiannya pun bisa memuaskan berbagai pihak.

- **Attainable.** Objektif harus tinggi tapi juga jangan terlalu tinggi karena bagaimanapun tetap harus realistis dan disesuaikan dengan sumberdaya dan kebutuhan organisasi. Oleh karena itu sebaiknya organisasi jangan membuat objektif yang dirasa tidak mungkin untuk dicapai oleh para karyawannya.

3. **Fase Taktik**

Ada empat taktik yang bisa digunakan perusahaan yaitu:

1. **Interpersonal communication.** Merupakan sebuah taktik yang menawarkan kesempatan untuk berkomunikasi face to face dengan publik. Dalam komunikasi interpersonal ini ada keterlibatan personal antara komunikator dengan komunikan sehingga proses komunikasi akan menjadi lebih efektif dan pertukaran informasi yang terjadi pun akan lebih efektif dibandingkan menggunakan media massa dengan cakupan publik yang lebih luas. Komunikasi interpersonal disini merupakan tugas utama dari staf humas B2PLKDN yang sebelumnya sudah dibekali secara matang mengenai cara berkomunikasi yang tepat dan efektif sehingga lebih mudah untuk mempengaruhi publik sehingga memiliki persepsi yang positif terhadap B2PLKDN.
2. **Organizational media.** Merupakan bentuk publikasi yang dibuat oleh perusahaan yang dikontrol pesannya, timing, packaging dan saluran distribusinya. Pengaturan timing misalnya seperti publikasi yang dilakukan setiap hari, seminggu sekali, dua minggu sekali atau sebulan sekali.
3. **News media.** Penciptaan sebuah presentasi dari perusahaan kepada publik secara luas dengan memanfaatkan media massa seperti koran, majalah, tabloid, radio, televisi atau internet. B2PLKDN saat ini seringkali menggunakan media cetak sebagai salah satu sarana yang diharapkan bisa membantu menyebarkan informasi mengenai B2PLKDN..
4. **Advertising and promotional media.** Perusahaan menggunakan media yang bersifat eksternal dan bisa dihadapkan pada publik secara luas. Kekurangan dari taktik ini adalah komunikasi hanya bersifat satu arah yaitu dari iklan kepada publik. B2PLKDN menggunakan sarana promosi *above the line* seperti iklan di majalah maupun iklan yang dipasang di spanduk, billboard, umbul-umbul dan lainnya di sepanjang jalan Gatot Subroto.

4. **Fase Evaluasi**

Smith (2002: 250) memaparkan bahwa ada tiga tahapan dalam proses atau program evaluasi yang sebaiknya dilakukan oleh PR, berkaitan dengan hasil penelitian, dimana ketiga tahapan ini adalah sama pentingnya bagi perusahaan, yaitu:

1. **Implementation report.**

Report atau laporan pertama adalah mengenai implementasi, dalam laporan ini tujuannya adalah untuk memastikan apakah implementasi strategi sudah berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan, misalnya saja Kasubag

Humas B2PLKDN sudah menyusun SOP pekerjaan, dan pada saat melakukan evaluasi maka implementasinya sebaiknya disesuaikan dengan SOP maupun ceklis yang sudah disepakati sebelumnya.

Laporan implementasi ini mendokumentasikan taktik program-program yang dijalankan oleh PR B2PLKDN, di dalamnya termasuk jadwal kemajuan pelaksanaan setiap taktik, maupun daftar pekerjaan-pekerjaan apa yang belum terselesaikan.

Manager kemudian bertugas untuk mengidentifikasi gap yang terjadi di lapangan dengan perencanaan yang sebelumnya sudah disepakati bersama baik oleh Kasubag Humas dan pihak lain yang terlibat, sehingga untuk kedepannya bisa menghindari hal-hal yang dianggap mengancam berlangsungnya implementasi.

Kemudian dalam laporan ini juga memuat siapa saja orang atau bagian yang bertanggung jawab untuk setiap strategi, begitu juga dengan pihak eksternal yang terlibat. Dengan adanya laporan implementasi ini, manager akan lebih mudah untuk memberikan penilaian terhadap pekerjaan para bawahannya, sekaligus meninjau lebih lanjut lagi mengenai kekurangan dan kelebihan pelaksanaan strategi PR B2PLKDN.

2. Progress report.

Merupakan sebuah hal penting untuk memonitor kemajuan atau progres pekerjaan yang dilakukan oleh PR dengan menitikberatkan pada poin-poin tertentu dari taktik yang sedang dijalankan. Laporan kemajuan ini adalah evaluasi awal, dimana para perencana memiliki kesempatan untuk melakukan modifikasi pada sat program sedang diimplementasikan.

Evaluasi semacam ini memberikan kesempatan juga kepada perencanaan PR B2PLKDN menjadi sebuah dokumen yang dinamis yang bisa menyesuaikan dengan keadaan di lapangan, dan perencana pun bisa dipengaruhi oleh lingkungan internal dan eksternal yang dihadapi perusahaan.

Laporan kemajuan ini memiliki tujuan untuk mengetahui secara langsung dan pasti mengenai bagaimana Staf Humas melakukan pekerjaannya, dan hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi oleh Staf Humas.

3. Final Evaluation.

Laporan final atau final report berisi hasil review dari program secara keseluruhan mulai dari fase pertama sampai fase terakhir. Laporan ini mengukur dampak dan hasil dari sejumlah taktik yang dikerjakan. Evaluasi akhir ini memunculkan poin-poin mengenai taktik yang berhasil maupun gagal dijalankan oleh PR B2PLKDN

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam hal ini terlihat dari bagaimana pihak B2PLKDN dapat mendefinisikan apakah situasi terutama di kota Bandung terdiri dari orang-orang yang membutuhkan pekerjaan dan terutama memiliki keinginan untuk menjadi tenaga kerja yang memiliki kompetensi yang memadai agar bisa bersaing dengan tenaga kerja lain yang berasal dari luar negeri. Selain itu dalam sebuah situasi dapat didekati dengan pandangan positif maupun negatif, antara lain apakah B2PLKDN dengan metode pelatihan dan penyalurannya benar-benar dapat mendatangkan manfaat bagi publik, atau bahkan bisa menjadi hambatan dan kesulitan tersendiri bagi organisasi karena keterbatasan B2PLKDN untuk merealisasikan misi organisasi.
2. Humas B2PLKDN yang mengimplementasikan strategi PR, selain diharuskan untuk memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik dan bersifat persuasif, mereka juga harus memiliki kredibilitas yang baik agar publik dapat lebih mudah mempercayai pesan-pesan yang disampaikan oleh PR. Apabila PR dianggap tidak memiliki kredibilitas yang baik, publik cenderung tidak akan mau mendengarkan pesan-pesan yang disampainya, bahkan situasi pada saat proses komunikasi berlangsung pun jadi tidak bisa dikuasai oleh PR.
3. Fase taktik dilakukan dengan menggunakan komunikasi interpersonal disini merupakan tugas utama dari staf humas B2PLKDN yang sebelumnya sudah dibekali secara matang mengenai cara berkomunikasi yang tepat dan efektif sehingga lebih mudah untuk mempengaruhi publik sehingga memiliki persepsi yang positif terhadap B2PLKDN.
4. Fase terakhir adalah evaluasi, dimana evaluasi semacam ini memberikan kesempatan juga kepada perencanaan PR B2PLKDN menjadi sebuah dokumen yang dinamis yang bisa menyesuaikan dengan keadaan di lapangan, dan perencana pun bisa dipengaruhi oleh lingkungan internal dan eksternal yang dihadapi perusahaan.

Daftar pustaka

- Porter, Michael E. 2003. *Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Cetakan ke-8. Penerbit Erlangga
- Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Psikologi komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Ruslan, Rosady. 2005. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi Konsep dan Aplikasinya*. Jakarta: Rajawali Pers
- Ruslan, Rosady. 2003. *Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Smith, D Ronald. 2002. *Strategic Planning for Public Relations*, second edition. London: Sage Publication

- Mulyana, Deddy. 2001. Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2008. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution S. 1992, Metode Penelitian Naturallistik Kualitatif: Bandung, Tarsito