

STRATEGI KOMUNIKASI BADAN PEMBINAAN HUKUM NASIONAL (BPHN) DALAM MELAKUKAN SOSIALISASI DI MASA PANDEMIC COVID-19

Lifia Nifri Azkia^a, Shilvy Andini Sunarto^b, Widiastiana Vista Wijaya^c, Citra Puspa Maulidina^d
Fakultas Ilmu Komunikasi / Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma

Article History

Received : 10-06-2023

Revised : 20-06-2023

Accepted : 10-07-2023

Published : 26-07-2023

Corresponding author:

Olifna26@gmail.com

No. Contact:**Cite This Article:****DOI:**

<https://doi.org/10.56127/jushpen.v2i2.856>

Abstract: The purpose of this study is to find out how the Communication Strategy of the National Legal Development Agency (BPHN) supports and hinders the implementation of legal socialization through online media. The method used is qualitative with interviews. The informants in this study were Mr. Gunawan as the Coordinator of the Legal Cultivation Division of the BPHN Center, Mrs. Asiyah Budiarti as BPHN Junior Expert Legal Counselor and Mr. Ahmad Noval as a private employee. Using the theory of diffusion of innovation. The results of this study BPHN in developing a communication strategy in legal outreach during the Covid-19 Pandemic used two methods, namely direct legal counseling by going directly to the field assisted by obligatory parties, then using the indirect method by strengthening BPHN's social media such as Instagram, YouTube, websites containing legal content.

Keywords: Communication strategy, BPHN, Outreach.

Abstrak: Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Badan Pembinaan Hukum Nasional (BPHN) yang mendukung dan menghambat dalam melakukan pelaksanaan sosialisasi hukum melalui media online. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan wawancara. Informan dalam penelitian ini adalah Bapak Gunawan sebagai Koordinator Bidang Pembudayaan Hukum Pusat BPHN, Ibu Asiyah Budiarti sebagai Penyuluh Hukum Ahli Muda BPHN dan Bapak Ahmad Noval sebagai karyawan swasta. Menggunakan teori difusi inovasi. Hasil dari penelitian ini BPHN dalam menyusun strategi komunikasi dalam sosialisasi hukum di masa pandemi Covid-19 dengan dua metode yaitu penyuluhan hukum secara langsung dengan cara turun langsung kelapangan yang di bantu oleh pihak-pihak wajib, lalu dengan metode secara tidak langsung dengan memperkuat media sosial dari BPHN seperti instagram, youtube, website yang berisi konten hukum.

Kata Kunci: Strategi komunikasi, BPHN, Sosialisasi.

PENDAHULUAN

Pada akhir tahun 2019 lalu, dunia digemparkan dengan hadirnya virus baru yang dalam konteks penularannya sangat mudah dan cepat. Virus yang berasal dari Wuhan, China itu disebut virus corona atau covid19, karenanya penyebaran virus jenis ini dinilai sangat pesat sehingga dengan mudah tersebar hingga ke seluruh dunia. Pada awal kemunculannya, banyak negara mengambil langkah lockdown sebagai upaya pencegahan penularan virus karena dapat ditularkan lewat hidung dan mulut serta virus dapat menempel dimana saja termasuk tangan kita saat bersentuhan dengan orang lain. Virus yang muncul sebab kekelawar ini telah benar-benar merubah dunia termasuk Indonesia,

Melihat dari banyaknya kasus positif corona di Indonesia dan kenaikan disetiap harinya masih terbilang cukup tinggi, kita perlu menyadari bahwa kesadaran masyarakat sangat diperlukan disini. Kesadaran untuk sama-sama menjalankan aturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah dan petugas kesehatan agar dapat menekan angka penyebarannya. Tentu di masa pandemi ini, banyak peraturan-peraturan baru yang dikeluarkan demi kepentingan dan keselamatan masyarakat. Namun, informasi perihal peraturan baru terkadang tidak sampai kepada masyarakat dikarenakan kurangnya keinginan diri untuk mencari tahu, atau bahkan memang karena kurangnya pemberitahuan dari pemerintah. Oleh sebab itu, perlu adanya pengarahan,

Sosialisasi dan kampanye-kampanye guna memberi pengetahuan pada masyarakat sekaligus mendorong kesadaran diri.

Saat hukum ada, maka tentu ada lembaga atau badan yang mengaturnya. Pemerintah mendirikan Badan Pembinaan Hukum Nasional (BPHN), unsur pendukung pelaksanaan tugas pokok Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia di bidang pembinaan hukum nasional yang berada di bawah dan bertanggung jawab langsung kepada Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia. Melihat masih banyaknya pelanggaran yang terjadi, Sosialisasi-Sosialisasi tentang hukum sangat diperlukan guna untuk menjadikan masyarakat yang lebih taat dan sadar hukum, atau yang sebelumnya tidak tahu menjadi tahu.

Perubahan keseharian dikarenakan Pandemic Covid-19 membuat Badan Pembinaan Hukum Nasional (BPHN) ikut serta dan memiliki tanggung jawab dalam memberi Sosialisasi pada masyarakat luas agar memiliki kesadaran untuk mentaati protokol kesehatan. Dari hal yang paling kecil, seperti menggunakan masker, menjaga jarak, mencuci tangan dengan sabun, menggunakan handsanitizer, dan masih banyak berbagai usaha demi menjaga diri dari paparan virus corona. Para penyuluh terjun langsung ke jalanan dalam mengkampanyekan protokol-protokol kesehatan. Bukan hanya di jalanan, para penyuluh juga mendatangi pasar-pasar, mall, serta turut membagikan masker secara gratis sebagai bentuk dukungan untuk masyarakat. Sosialisasi secara langsung dan tidak langsung tetap berjalan sebagaimana mestinya, walaupun tentu ada beberapa perbedaan dari sebelum corona hadir dalam keseharian kita.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Komunikasi

Karl von Clausewitz (1780-1831) seorang pensiunan jenderal Prusia dalam bukunya *On War* merumuskan strategi ialah “suatu seni menggunakan sarana pertempuran untuk mencapai tujuan perang”. Marthin-Anderson (1968) juga merumuskan “strategi adalah seni dimana meliatkan kemampuan intelegensi atau pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien. Rogers (1982) memberikan batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton (1980) membuat devinisi dengan menyatakan “Strategi komunikasi adalah kombinasi yang baik dari semua elemen komunikasi melalui komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai penaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Dalam buku *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* yang dibuat oleh Onong Uchjana Effendy telah mengutip pernyataan R Wayne Pace, Brent (2003: 32). MartinAnderson (1968) mendefinisikan strategi adalah seni di mana melibatkan kemampuan inteligensi/ pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien (Cangara, 2014). D.Petersen dan M. Dallas Burnett yang menyatakan bahwa tujuan sentral strategi komunikasi terbagi atas empat tujuan, yaitu:

1. To secure understanding
Dalam hal ini bertujuan agar bisa memastikan bahwa komunikan paham dan mengerti terhadap pesan yang disampaikan.
2. To established acceptance
Pada tahap ini, setelah komunikasi diterima kemudian harus melakukan pembinaan kepada penerima.
3. To Motive Action
Setelah tahap penerimaan kedua sudah dibina, kemudian kegiatan tersebut harus dimotivasikan.
4. To Goals Which Communicator Sought To Achieve
Bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut.

Fungsi Strategi Komunikasi

Strategi juga memiliki fungsi ganda sebagaimana dijelaskan oleh Effendy yaitu:

1. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
2. Menjembatani “cultural gap”, yaitu kondisi yang terjadi akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai yang dibangun.
3. Hal-hal yang harus diperhatikan ketika menyusun strategi komunikasi adalah dengan memperhatikan segala kelebihan dan kekurangan yang melekat pada komponen-komponen yang ada dalam komunikasi, seperti komunikator, pesan, media, komuikan dan respon atau feedback. Sehingga setiap komponen diperhatikan dan dapat dianalisa kegiatan komunikasi yang dilakukan

apakah berjalan secara efektif atau tidak. Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton membuat definisi dengan menyatakan strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media) penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

BPHN (Badan Pembina Hukum Nasional)

Badan Pembinaan Hukum Nasional adalah unsur penunjang pelaksanaan tugas pokok Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Indonesia yang mempunyai tugas melaksanakan pembinaan dan pengembangan hukum nasional. Susunan organisasi dari BPHN terdiri dari sekretariat Badan Pembinaan Hukum Nasional, Pusat Penelitian dan Pengembangan Sistem Hukum Nasional, Pusat Perencanaan, Pembangunan Hukum Nasional, Pusat Dokumentasi dan Jaringan Informasi Hukum Nasional dan Pusat Sosialisasi Hukum. Dalam menyelenggarakan tugas, Badan Pembinaan Hukum Nasional mempunyai fungsi:

1. Perumusan dan pelaksanaan kebijaksanaan teknis di bidang pembinaan hukum nasional
2. Perumusan standar, norma, pedoman, kriteria dan prosedur di bidang pembinaan hukum nasional
3. Pemberian bimbingan teknis dan evaluasi
4. Pelaksanaan urusan administrasi di lingkungan Badan
5. Pembinaan dan pengembangan sistem hukum nasional
6. Pelaksanaan koordinasi penyusunan rencana pembangunan hukum nasional dan program legislasi nasional (prolegnas)
7. Pembinaan, pembimbingan dan koordinasi serta kerjasama di bidang Sosialisasi hukum
8. Penyelenggaraan kegiatan dalam upaya membentuk budaya hukum masyarakat
9. Pembinaan dan pengembangan sistem jaringan dokumentasi dan informasi hukum serta perpustakaan hukum

Teori Difusi Inovasi

Teori difusi inovasi yang dikemukakan oleh ahli Everett M. Rogers menjabarkan dan menganalisa bahwa difusi merupakan proses penyebaran inovasi di antara anggota sistem sosial melalui saluran tertentu selama periode waktu tertentu dapat dikatakan sebagai komunikasi masa. Sedangkan komunikasi itu sendiri merupakan sebuah jenis komunikasi khusus yang berfokus pada informasi yang disebarkan sebagai ide baru. Sedangkan pengkajian komunikasi meliputi penyampaian terhadap semua bentuk pesan. Hal ini dikemukakan dalam riset komunikasi, beberapa teori hanya memperhatikan pada perubahan sikap dan pengetahuan komunikasi tanpa memperhatikan resiko terjadinya perubahan tingkah laku yang tampak dari komunikasi. Sedangkan dalam riset difusi, kita lebih mempertajam dan mengarahkan pada perhatian pada perubahan tingkah laku yang tampak, dimana mereka (komunikasi) menyatakan menerima atau menolak inovasi yang kita berikan, bahkan bukan sekedar perubahan sikap dan pengetahuan saja. Dalam Saluran komunikasi digunakan oleh agen perubahan untuk menyebarkan suatu inovasi kepada para kliennya. Saluran media massa adalah yang sering dan paling cepat, merupakan suatu alat yang efisien untuk menjangkau sejumlah besar pendengar atau petani. Saluran hubungan antar pribadi (interpersonal), atau komunikasi tatap muka satu persatu dari klien, memang lebih efektif ketika orang ingin menciptakan suatu sikap baik ke arah suatu inovasi. Dalam melakukan pencapaian strategi komunikasi sebuah perusahaan, lembaga atau instansi harus melakukan penetapan strategi dalam perencanaan komunikasi. Menurut Everett M. Rogers, terdapat empat era revolusi manusia menurut Everett M. Rogers (tulisan, cetak, teknologi, dan interaktif).

Secara lebih lanjut, Rogers dan Shoemaker (Daryanto, 2014:136) menjelaskan bahwa proses difusi inovasi terdiri dari empat tahapan, yaitu:

1. Pengetahuan : Menyangkut kesadaran individu terhadap adanya inovasi beserta fungsi dan inovasi tersebut.
2. Persuasi : Tentang sikap individu dalam menerima atau tidak inovasi tersebut.
3. Keputusan: Peran individu dalam penentuan pilihan untuk mengadopsi atau menolak inovasi.
4. Konfirmasi : Peran individu dalam mencari pendapat yang menguatkan keputusan yang telah diambilnya, dan bersifat fleksibel (bisa berubah) jika pesan inovasi yang diterima berlawanan antara satu dengan yang lain.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, dengan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi, lalu data diolah dengan menggunakan teknik analisis data reduksi dan data display, serta pengecekan keabsahan data dengan teknik triangulasi sumber.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu studi pustaka, wawancara semi terstruktur dan observasi. Mengamati dan menganalisis secara langsung strategi komunikasi Sosialisasi hukum melalui media online yang dilakukan oleh Badan Pembinaan Hukum Nasional (BPHN). Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan cara mempelajari dan memahami karangan ilmiah dan buku-buku yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas, berupa media cetak ataupun internet yang relevan dalam penelitian. Sulisty Basuki (2010: 147).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Badan Pembinaan Hukum Nasional (BPHN) adalah unsur penunjang pelaksanaan tugas pokok Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Indonesia yang mempunyai tugas melaksanakan pembinaan dan pengembangan hukum nasional. Strategi komunikasi Badan Pembinaan Hukum Nasional dalam melakukan sosialisasi dimasa pandemi Covid-19 yang membuat terjadinya lockdown yang mengharuskan perkerjaan dan sekolah-sekolah dilakukan secara daring. Hal ini membuat BPHN memikirkan strategi komunikasi untuk sosialisasi tentang hukum terhadap masyarakat tetap berjalan dengan baik. Strategi komunikasi BPHN yang di sampaikan masing-masing informan, informan 1 (Bapak Gunawan), informan 2 (Ibu Asiyah Budiarti), dan informan 3 sebagai masyarakat (Ahmad Noval). Informasi tentang strategi komunikasi oleh BPHN sendiri dimasa covid -19 ditahun 2020 sangatlah berbeda. Berdasarkan wawancara di atas informan menjelaskan dengan baik strategi apa yang mereka lakukan di masa tersebut untuk menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal, dengan 2 metode penyuluhan hukum secara langsung dan tidak langsung atau secara online dengan media- media elektronik seperti Instagram, Youtube Tik tok dan Website serta pemasangan banner-banner di lampu merah agar informasi tentang hukum tersampaikan.

Dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek yang dibuat oleh Onong Uchjana Effendy telah mengutip pernyataan R Wayne Pace, Brent (2003: 32). D. Petersen dan M. Dallas Burnett yang menyatakan bahwa tujuan sentral strategi komunikasi terbagi atas empat tujuan, yaitu: To secure understanding, Dalam hal ini bertujuan agar bisa memastikan bahwa komunikan paham dan mengerti terhadap pesan yang disampaikan kemudian ada to established acceptance yaitu Pada tahap ini, setelah komunikasi diterima kemudian harus melakukan pembinaan kepada penerima. Lalu To Motive Action yaitu setelah tahap penerimaan kedua sudah dibina, kemudian kegiatan tersebut harus dimotivasikan. dan To Goals Which Communicator Sought To Achieve yaitu Bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut. Dengan bantuan dinas perhubungan dan kepolisian BPHN tetap melakukan sosialisasi secara langsung turun kejalan dan pasar-pasar untuk sosialisasi tentang bahaya Covid-19 dengan protocol kesehatan dan meningkatkan system pelayanan secara online, karna meningkatnya orang-orang yang ingin berkonsultasi secara online membuat hal ini menjadi kendala salah satunya adalah respon dari pihak penyuluh untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan, hal ini juga sama apa yang di sampaikan oleh informan 3 dan dari pihak BPHN sendiri menyadari hal tersebut dan sedang dalam proses pengembangan dalam teknologi. Tidak terlepas hal itu BPHN juga melakukan survey untuk melihat feedback masyarakat terhadap penyuluhan hukum yang dilakukan untuk meningkatkan kinerja mereka.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan diatas maka dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi adalah cara menyampaikan informasi agar informasi tersebut dapat di pahami dengan sangat jelas oleh masyarakat. Jadi strategi komunikasi sangatlah penting dan akan sangat berpengaruh untuk kemajuan individu ataupun kelompok, memahami dan mempelajari yang terjadi dan menyesuaikan dengan keadaan masyarakat adalah poin penting untuk menyusun strategi komunikasi untuk menyampaikan pesan atau informasi. BPHN atau Badan Pembinaan Hukum Nasional menyusun strategi komunikasi dalam sosialisasi hukum di masa pandemi Covid-19 dengan dua metode yaitu penyuluhan hukum secara langsung dengan cara turun langsung kelapangan yang di bantu oleh pihak-pihak wajib. Kemudian metode secara tidak langsung ialah memperkuat media social dari BPHN seperti Instagram, Youtube, Website yang berisi konten-konten hukum dan perlombaan yang menarik perhatian anak muda, lalu meningkatkan pelayanan online via telpon ataupun chat serta pemasangan spanduk-spanduk berisi informasi tentang hukum agar masyarakat sadar akan hukum. Berdasarkan wawancara informan strategi komunikasi yang paling efektif adalah secara langsung atau tatap muka tetapi dalam kondisi Pandemic daring lebih efektif dan bisa menjangkau secara luas dan memiliki kendala yaitu banyaknya jumlah masyarakat yang berkonsultasi secara online yang membuat respon dari pihak BPHN kurang tanggap.

Saran

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperdalam kajian tentang strategi komunikasi pemerintahan di masa pandemi Covid-19 menggunakan konsep tambahan selain difusi inovasi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Basuki, Sulisty. (2010). Metode Penelitian. Jakarta : Penaku.
- [2] Cangara, Hafied. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada
- [3] Daryanto. (2014). Pendekatan Pembelajaran Saintifik Kurikulum 2013.
- [4] Effendy, Uchjana, Onong. (2013). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- [5] Hasan, M. I. (2002). Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya. Bogor: Ghalia Indonesia.
- [6] Matthew B. Miles, A. M. (2009). Analisis Data Kualitatif. Jakarta: UI Press. Kamil, M. (2010). Model Pendidikan dan Pelatihan . Bandung: Alfabeta.
- [7] Moleong, L. J. (2005). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya. Purwanto, D. (2006). Komunikasi Bisnis. Jakarta: Erlangga.
- [8] Pace, R. Wayne dan Don F. Faules. (2000). Komunikasi Organisasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- [9] Sugiyono, (2008). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R7D. Bandung: Alfabeta
- [10] <https://bphn.go.id/>