

STRATEGI KOMUNIKASI SEKRETARIAT JENDERAL DEWAN ENERGI NASIONAL PADA PERATURAN PRESIDEN NOMOR 22 TAHUN 2017

Thoriq Ramadani*, Dendi Ahmad Patryayuda & Ahmad Helmi

Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral Republik Indonesia

*Korespondensi: thoriq.ramadani@esdm.go.id

Abstract

This article attempts to provide an overview of how the communication strategy works in the Secretariat General of the National Energy Council (NEC) in Presidential Regulation Number 22 of 2017 concerning the General National Energy Plan. The article uses a qualitative paradigm by conducting data collection techniques from interviews with key informants, reviewing documents, and analyzing communication strategies. The results obtained show that the communication strategy of the Secretariat General of the NEC has been carried out, although it has not been carried out with systematic planning. The use of an effective communication strategy is expected to improve the government's public relations management. The determination of policy communicators are the NEC Leaders, NEC Members, Middle High Officials, and Primary High Officials within the Secretariat General of the NEC. The targets to be targeted are Ministries/Institutions/Local Governments and the public who refer to, guided by the General National Energy Plan, and implement national development in the energy sector. The message conveyed was about the management of national, regional energy, and the progress of the preparation of Regional Regulations concerning the General Plan of Provincial Energy. The communication media used are the NEC website and social media, and the NEC Public Relations Forum. The expected effect of the target is to understand, support, and implement the General National Energy Plan.

Keywords: communication strategy, national energy council, national energy general plan

Abstrak

Artikel ini berupaya memberikan gambaran bagaimana strategi komunikasi yang berjalan di Sekretariat Jenderal Dewan Energi Nasional (DEN) pada Peraturan Presiden Nomor 22 Tahun 2017 tentang Rencana Umum Energi Nasional. Artikel menggunakan paradigma kualitatif dengan melakukan teknik pengumpulan data dari wawancara terhadap *key informants*, penelaahan dokumen, dan analisa dengan strategi komunikasi. Hasil yang didapat menunjukkan strategi komunikasi Sekretariat Jenderal DEN pada Rencana Umum Energi Nasional sudah dilakukan, walaupun belum dijalankan dengan perencanaan yang sistematis. Penggunaan strategi komunikasi yang efektif diharapkan dapat meningkatkan pengelolaan kehumasan Pemerintah. Penentuan komunikator kebijakan adalah Pimpinan DEN, Anggota DEN, Pejabat Tinggi Madya, dan Pejabat Tinggi Pratama di lingkungan Setjen DEN. Target yang akan disasar adalah Kementerian/Lembaga/Pemerintah Daerah dan masyarakat yang merujuk, berpedoman pada Rencana Umum Energi Nasional, dan pelaksanaan pembangunan nasional bidang energi. Pesan yang disampaikan adalah seputar pengelolaan energi nasional, daerah, dan progres penyusunan Peraturan Daerah tentang Rencana Umum Energi Daerah Provinsi. Media komunikasi yang digunakan adalah *website* dan media sosial DEN, dan Forum Kehumasan DEN. Efek yang diharapkan target sasaran dapat memahami, mendukung, dan melaksanakan Rencana Umum Energi Nasional.

Kata kunci: strategi komunikasi, dewan energi nasional, rencana umum energi nasional

PENDAHULUAN

Berdasarkan Undang-Undang (UU) Nomor 30 Tahun 2007 Tentang Energi, Dewan Energi Nasional (DEN) bertugas untuk merancang dan merumuskan kebijakan energi nasional (KEN) untuk ditetapkan oleh Pemerintah dengan persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR-RI), dan menetapkan rencana umum energi nasional (RUEN). Selain itu, DEN bertugas menetapkan langkah-langkah penanggulangan kondisi krisis dan darurat energi (KRISDAREN), dan mengawasi pelaksanaan kebijakan di bidang energi yang bersifat lintas sektoral, dan menentukan mengenai jenis, jumlah, waktu, dan lokasi cadangan penyangga energi.

KEN telah ditetapkan menjadi Peraturan Pemerintah (PP) No 79 Tahun 2014 Tentang KEN, KRISDAREN telah ditetapkan menjadi Perpres Nomor 41 Tahun 2016 Tentang Tata Cara Penetapan Dan Penanggulangan KRISDAREN, dan RUEN telah ditetapkan menjadi Perpres Nomor 22 Tahun 2017 Tentang RUEN. Dalam melaksanakan tugasnya DEN dibantu oleh Sekretariat Jenderal DEN yang berada di lingkungan instansi Pemerintah dalam hal ini, Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM). Setjen DEN secara fungsional berada di bawah dan bertanggung jawab kepada DEN, dan secara administratif bertanggung jawab kepada Menteri yang membidangi energi yaitu Menteri ESDM (Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 26 Tahun 2008 Tentang Pembentukan DEN dan Tata Cara Penyaringan DEN).

Dalam melaksanakan pengelolaan komunikasi publik, Pemerintah berpedoman pada Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 9 Tahun 2015 Tentang Pengelolaan Komunikasi Publik. Menurut Indarto (2018), komunikasi publik merupakan upaya yang dilakukan

dalam memfasilitasi masyarakat untuk mendapatkan informasi publik tentang kebijakan, program, dan kegiatan Pemerintah baik yang sudah, sedang maupun yang akan dilakukan. Hal ini supaya tidak terjadi *gap* antara Pemerintah dengan masyarakat mengenai informasi publik tersebut, maka diperlukan usaha berupa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah.

Peraturan Menteri (Permen) Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi (PAN RB) Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2011 Tentang Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan Di Lingkungan Instansi Pemerintah menjelaskan visi Humas Pemerintah adalah terciptanya pengelolaan kehumasan seperti kelembagaan, ketatalaksanaan, dan sumber daya manusia (SDM) yang profesional, efektif, dan efisien dalam mendukung penerapan prinsip-prinsip tata pemerintahan yang baik.

Dalam Perpres Nomor 22 Tahun 2017 Tentang RUEN, RUEN adalah kebijakan Pemerintah Pusat mengenai rencana pengelolaan energi tingkat nasional yang merupakan penjabaran dan rencana pelaksanaan KEN yang bersifat lintas sektor untuk mencapai sasaran KEN. RUEN disusun oleh Pemerintah Pusat dan ditetapkan oleh DEN untuk jangka waktu sampai dengan tahun

2050 yang memuat pendahuluan, kondisi energi nasional saat ini dan ekspektasi mendatang. RUEN juga memuat visi, misi, tujuan, dan sasaran energi nasional. Serta memuat kebijakan dan strategi pengelolaan energi nasional dan penutup.

Adapun fungsi dari RUEN sebagai rujukan dalam penyusunan dokumen perencanaan pembangunan pusat dan perencanaan pembangunan daerah, penyusunan Rencana Umum

Ketenagalistrikan Nasional (RUKN), dan Rencana usaha Penyediaan Tenaga Listrik (RUPTL). Selain itu, RUEN juga berfungsi sebagai rujukan dalam penyusunan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN)/Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) oleh Kementerian, Lembaga dan Pemerintah daerah.

Selanjutnya, RUEN juga berfungsi sebagai pedoman bagi Kementerian/Lembaga untuk menyusun dokumen rencana strategis (Renstra), menyusun RUED Provinsi bagi Pemerintah Provinsi. Juga Kementerian dan Pemerintah Daerah dalam melaksanakan koordinasi perencanaan energi lintas sektor dan masyarakat untuk berpartisipasi dalam pelaksanaan pembangunan nasional dalam bidang energi.

Dalam Perpres Nomor 22 Tahun 2017 Tentang RUEN juga disebutkan DEN bersama Kementerian melakukan sosialisasi RUEN kepada instansi terkait baik pusat maupun daerah dan pihak lain terkait dan pembinaan penyusunan rancangan RUED Provinsi. RUEN sendiri dapat ditinjau kembali dan dimutakhirkan secara berkala setiap lima tahun sekali atau sewaktu-waktu dalam hal KEN mengalami perubahan mendasar dan perubahan lingkungan strategis antara lain perubahan indikator perencanaan energi di tingkat nasional, regional, dan internasional.

Humas Pemerintah atau *Government Public Relations* menurut Astrid S. Susanto (1986) merupakan sebuah tindakan yang bertujuan supaya menghasilkan pendapat sekaligus iklim pendapat yang mendukung instansi Pemerintah (Suprawoto, 2018). Scott M. Cutlip (2005), memberi batasan humas pemerintah yaitu fungsi manajemen sah, yang membantu entitas publik menjadi tanggap terhadap warga (Suprawoto, 2018).

Adapun tugas Humas Pemerintah adalah melaksanakan komunikasi timbal balik antara instansi Pemerintah dan publik yang terencana untuk menciptakan saling pengertian dalam mencapai tujuan, demi memperoleh manfaat bersama dan meningkatkan kelacaran arus informasi dan aksesibilitas publik. Selain itu, meningkatkan koordinasi dalam penyebarluasan informasi tentang kebijakan pemerintah, dan membangun citra dan reputasi positif (Permen PAN RB Nomor 30 Tahun 2011).

Strategi komunikasi menjadi penentu berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi yang direncanakan dengan efektif (Rodiah & Yusup, 2018). Rogers (1982) membatasi pengertian tentang strategi komunikasi sebagai rancangan yang dibuat untuk merubah perilaku manusia dalam ruang lingkup yang besar dengan gagasan atau ide baru (Cangara, 2018). Menurut Middleton (1980) definisi strategi komunikasi yaitu sebuah kombinasi terbaik yang mencakup berbagai elemen komunikasi seperti komunikator (penyampai pesan), isi dari pesan yang disampaikan, bentuk saluran pembawa pesan (media), penerima pesan (komunikan), dan efek yang diharapkan dalam mencapai tujuan komunikasi (Cangara, 2018).

Strategi komunikasi menjadi bagian paling awal dari keseluruhan komunikasi yang terjadi dalam kehidupan (Pangesti, 2018). Hal penting yang harus menjadi perhatian dalam menyusun strategi komunikasi adalah kelebihan dan kekurangan pada elemen-elemen komunikasi seperti komunikator, pesan, dan media (Rodiah & Yusup, 2018).

Strategi komunikasi kadang dipersepsikan mirip seperti kebijaksanaan komunikasi, padahal strategi komunikasi merupakan taktik untuk melakukan perencanaan

komunikasi (Cangara, 2018). Lebih lanjut Cangara (2018) menjabarkan dalam menetapkan strategi komunikasi ada beberapa langkah yang perlu dipersiapkan yaitu penetapan komunikator penyampai pesan, penetapan target, menyusun pesan-pesan yang akan disampaikan, pemilihan media yang dijadikan saluran komunikasi, *pretesting communication material*, memproduksi media, penyebarluasan pesan, dan efek yang diharapkan.

Pertama, penetapan komunikator. Komunikator merupakan bagian paling penting dalam kegiatan komunikasi. Komunikator memiliki peran sebagai sumber dan kendali aktifitas dalam kegiatan komunikasi (Cangara, 2018). Tiga syarat utama yang harus dipenuhi oleh komunikator, yaitu tingkat kepercayaan orang lain terhadap dirinya atau kredibilitas dan adanya daya tarik atau *attractiveness*. Satunya lagi adalah kekuatan atau *power*. Kekuatan di sini tidak hanya dari bentuk fisik, melainkan juga dari jabatan yang komunikator emban atau lebih dikenal dengan kekuasaan.

Kedua, penetapan target. Penetapan target sasaran daripada penerima pesan dalam merupakan salah satu elemen dalam keberhasilan kegiatan komunikasi. Dalam penyampaian informasi mengenai kebijakan, masyarakat menjadi target sasarannya, tergantung bagaimana pesan yang akan disampaikan.

Selanjutnya, penyusunan pesan yang akan disampaikan. Dalam menyusun pesan perlu memperhatikan beberapa hal agar pesan menjadi efektif, yaitu menguasai pesan yang akan disampaikan, mampu mengemukakan argumentasi dengan logis. Kemampuan untuk membuat intonasi bahasa serta gerakan tubuh yang akan mendapatkan menarik perhatian, dan memiliki

kemampuan membumbui pesan menjadi humor untuk menarik perhatian dan mengurangi rasa bosan pendengar.

Keempat, pemilihan media yang dijadikan saluran komunikasi. Pemilihan media sangat bergantung adanya perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi yang begitu dinamis. Media-media tersebut seperti media cetak berupa surat kabar, tabloid, dan majalah, media elektronik seperti televisi dan radio, dan media luar ruang. Media tradisional yang dianggap sudah lama atau konvensional, dan internet serta handphone yang digolongkan sebagai media baru (Cangara, 2018).

Kelima, *pretesting communication material*. (Cangara, 2018) mengungkap uji awal materi (*pretest*) komunikasi merupakan kesalahan yang fatal jika tidak dilakukan dalam kegiatan komunikasi. Terbaikannya pengujian materi komunikasi biasanya dikarenakan adanya keterbatasan sumber daya manusia, biaya, dan waktu yang tersedia, sehingga tidak dijalankan dengan semestinya.

Setelah itu, memproduksi media. Produksi media merupakan bagian dalam kegiatan komunikasi. Setelah melewati uji materi komunikasi, maka media diproduksi. Berapa banyak biaya, waktu, dan SDM yang dibutuhkan tergantung media apa yang dipilih untuk digunakan sebagai saluran komunikasi.

Ketujuh, penyebarluasan pesan. Penyebaran media berbeda satu dengan yang lainnya, tergantung dari jangkauan, sifat, dan karakteristik medianya (Cangara, 2018). Penyebarluasan pesan ini menjadi bagian penting dari keseluruhan kegiatan komunikasi, terlebih komunikasi kebijakan yang akan disampaikan kepada masyarakat.

Terakhir, efek yang diharapkan. Cangara (2018) menyatakan seluruh kegiatan komunikasi di dalam bagian strategi komunikasi ini mempunyai

tujuan untuk memberikan dampak kepada khalayak atau masyarakat. Dampak tersebut bisa terjadi dalam tataran pengetahuan atau *knowledge*, sikap atau *attitude*, dan perilaku atau *behaviour*.

Sejumlah penelitian terdahulu yang menggunakan strategi komunikasi dalam pembahasannya antara lain dilakukan oleh Rahman & Sjoraida (2017), (Buluamang & Handika, 2018), Zubair et al., (2018), Pricahyadi & Ramadani (2019), dan Widodo & Permatasari (2020) dapat dijadikan tinjauan pustaka dalam karya tulis ini.

Menurut Rahman & Sjoraida (2017) yang membahas strategi komunikasi Pemerintah Kabupaten Subang dalam rangka menyosialisasikan Gerakan Pembangunan Untuk Rakyat Infrastruktur Berkelanjutan (Gapura Intan) menggunakan strategi komunikasi dalam beberapa kegaitannya. Walaupun, afktifitasnya, belum dapat dirasakan secara optimal.

Buluamang & Handika, (2018) mengungkapkan melalui penelitiannya bahwa dalam pengembangan pariwisata di Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT), Dinas Pariwisata Provinsi NTT menggunakan pendekatan strategi komunikasi. Penelitiannya menunjukkan sebagian besar program dan kegiatan berkaitan dengan komunikasi pembangunan menggunakan pendekatan strategi komunikasi yang aktif.

Zubair et al., (2018) meneliti tentang strategi komunikasi publik dalam membangun pemahaman mahasiwa dalam penerapan Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum (PTNBH) di Institut Pertanian Bogor (IPB). Mereka menyampaikan bahwa pihak IPB melakukan konstruksi esensi dari PTNBH yaitu otonomi, keleluasaan dalam penyelenggaraan rumah tangganya untuk menghasilkan pendidikan yang bermutu, ke dalam

program-program yang dapat mendukung kemajuan mahasiswa.

Pricahyadi & Ramadani (2019) membahas mengenai strategi komunikasi Pemerintah Provinsi Daerah Khusus Ibukota (DKI) Jakarta pada Peraturan Gubernur (Pergub) Nomor 110 Tahun 2018. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Pemerintah Provinsi DKI Jakarta pada Pergub No. 110 Tahun 2018 sudah dilakukan. Kendati pun hal tersebut belum dijalankan dengan perencanaan yang sistematis.

Dalam penelitian yang dilakukan Widodo & Permatasari (2020) yang membahas strategi komunikasi Pemerintah Kota Bekasi dalam program Bekasi *Smart City* diungkap bahwa strategi komunikasi Pemerintah Kota Bekasi untuk menyukseskan program ini dengan cara sosialisasi. Sosialisasi tersebut dilakukan oleh pihak pemerintah kepada tim pelaksana. Selanjutnya sosialisasi dari tim pelaksana kepada organisasi perangkat daerah (OPD) terkait, dan OPD kepada masyarakat. Walaupun, usaha dengan strategi komunikasi sudah dilakukan, akan tetapi implementasi pada program Bekasi *Smart City* dinilai belum optimal. Hal ini dikarenakan masih kurangnya pemahaman berbagai pihak mengenai program Bekasi *Smart City*.

Kelima penelitian di atas membahas mengenai strategi komunikasi, namun batasan yang dilakukan dalam karya tulis ini merujuk pada strategi komunikasi yang disampaikan Cangara (2018) dan pada Perpres Nomor 22 Tahun 2017 tentang RUEN. Maka, penelitian ini ini membatasi pada strategi komunikasi dalam pelaksanaan tugas dan fungsi Setjen DEN, Kementerian ESDM dalam rangka menyebarluaskan informasi publik khususnya pada Perpres Nomor

22 Tahun 2017 tentang RUEN. Tujuan tulisan ini untuk memberikan gambaran strategi komunikasi yang berjalan di Setjen DEN mengenai Perpres Nomor 22 Tahun 2017 tentang RUEN.

METODE

Dalam menganalisis digunakan paradigma kualitatif dengan melakukan teknik pengumpulan data dari wawancara terhadap *key informants* dan penelaahan dokumen, serta analisa dengan strategi komunikasi. *Key informants* yang diwawancarai secara daring melalui telepon dan aplikasi percakapan *WhatsApp* dalam karya tulis ini merupakan Pejabat Tinggi Pratama, Pejabat Administrasi, Pejabat Pengawas, Pejabat Fungsional Tertentu, dan Pejabat Fungsional Umum yang berkaitan dengan tugas kehumasan Pemerintah. Daftar *key informants* tersebut yaitu Kepala Biro Fasilitas Kebijakan Energi dan Persidangan, Kepala Bagian Humas dan Persidangan, Kepala Bagian Fasilitas Rencana Umum Energi, Kepala Subbagian Kepegawaian dan Organisasi, Perencana Ahli Muda, Pustakawan Ahli Pertama, dan Pengadministrasi Umum.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi pada RUEN

Setiap kebijakan yang sudah ditetapkan oleh Pemerintah, perlu disampaikan kepada masyarakat. Masyarakat perlu mengetahui substansi kebijakan tersebut. Dalam hal ini Perpres Nomor 22 Tahun 2017 Tentang RUEN, strategi komunikasi yang dilakukan dalam penyebarluasan informasi mengenai Perpres tersebut dijabarkan di bawah ini.

Penetapan Komunikator pada Perpres Nomor 22 Tahun 2017

Komunikator dalam penyampaian informasi kebijakan Perpres Nomor 22

Tahun 2017 tentang RUEN adalah DEN dan Setjen DEN. Den yang terdiri dari Pimpinan DEN yaitu Ketua DEN (Presiden), Wakil Ketua DEN (Wakil Presiden), Ketua Harian DEN (Menteri ESDM), dan Anggota DEN yaitu tujuh Anggota dari Pemerintah (Menteri Keuangan, Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional/Kepala Bappenas, Menteri Perhubungan, Menteri Perindustrian, Menteri Pertanian, Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Dikbud Ristek), Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan), dan delapan Anggota dari Pemangku Kepentingan (dua orang Pemangku Kepentingan Akademisi, dua orang Pemangku Kepentingan Industri, dua orang Pemangku Kepentingan Konsumen, satu orang Pemangku Kepentingan Teknologi, dan satu orang Pemangku Kepentingan dari Lingkungan Hidup).

Selain itu, dari Setjen DEN juga menjadi komunikator penyampai pesan yaitu Sekjen DEN, dan Kepala Biro di lingkungan Setjen DEN seperti Kepala Biro Fasilitas Kebijakan Energi dan Persidangan, Kepala Biro Umum, serta Kepala Biro Fasilitas Penanggulangan Krisis dan Pengawasan Energi. Komunikator dari Pimpinan DEN, Anggota DEN, dan Pejabat Tinggi Madya, serta Pejabat Tinggi Pratama di lingkungan Setjen DEN setidaknya memiliki tiga syarat yang harus dipenuhi sebagai seorang komunikator. Pertama adalah tingkat kepercayaan orang terhadap dirinya atau kredibilitas, kedua adalah daya tarik yang dimiliki atau *attractiveness*, dan yang ketiga adalah kekuatan atau *power*.

Kredibilitas dalam hal ini merupakan keunggulan yang dimiliki Pimpinan DEN, Anggota DEN, dan Pejabat Tinggi Madya, serta Pejabat Tinggi Pratama di lingkungan Setjen DEN. Komunikator tersebut memiliki

kemampuan dalam akademis dan pengelolaan teknis dalam mengelola keenergian. Terlebih, daya tarik merupakan keunggulan komunikator yang banyak dilihat, baik dari sisi penampilan fisik maupun pembawaan kepada orang lain.

Komunikator juga dituntut memiliki kekuatan dalam hal ini adalah kekuasaan sebagai pejabat publik dalam ruang lingkup keenergian. Tentunya, komunikator yang disebutkan di atas memiliki kekuasaan karena mereka adalah pejabat publik yang saat ini bertugas di DEN dan Setjen DEN. Kepala Biro Fasilitasi Kebijakan Energi dan Persidangan menyampaikan bahwa dirinya kagum karena pada saat Forum Kehumasan DEN 2021 dihadiri oleh Menteri yaitu Menteri ESDM selaku Ketua Harian DEN, Menteri Anggota DEN dari Pemerintah yaitu Menteri Ristek/BRIN, Menteri Pertanian, Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Menteri Perhubungan, dan Anggota DEN dari Pemangku Kepentingan.

Dalam penelitian Pricahyadi & Ramadani (2019) dijelaskan bahwa kekuatan merupakan kekuasaan yang dimiliki Pejabat Tinggi seperti Kepala Dinas di Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Namun, komunikator tersebut juga bergantung dari adanya penugasan Pimpinan, sehingga siapa saja yang ditugaskan harus menyiapkan diri.

Penyampaian Perpres Nomor 22 Tahun 2017 merupakan tanggung jawab pegawai yang memiliki wewenang untuk menyampaikan kepada instansi yang terkait seperti Kementerian/Lembaga dan Pemerintah Daerah, juga kepada masyarakat yang membutuhkan seperti akademisi, industri, asosiasi, dan lembaga swadaya masyarakat. Maka untuk membantu penyebaran substansi Perpres tersebut, setiap pegawai memiliki tanggung jawab untuk

mempelajari dan menyampaikannya tergantung dari tugas dan fungsi yang diembannya.

Target Sasaran pada Perpres Nomor 22 Tahun 2017

Target sasaran dalam Perpres Nomor 22 Tahun 2017 adalah yang secara khusus disebutkan dalam Perpres tersebut, yaitu Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah yang merujuk RUEN dalam menyusun dokumen perencanaan pembangunan dan penyusunan APBN/APBD, dan Pemerintah serta Badan Usaha dalam menyusun RUKN dan RUPTL. Kementerian/Lembaga berpedoman kepada RUEN dalam menyusun Renstra, Pemerintah Daerah dalam menyusun RUED Provinsi, Kementerian dan Pemerintah Daerah dalam pelaksanaan koordinasi perencanaan energi lintas sektor, dan masyarakat dalam partisipasi pelaksanaan pembangunan nasional bidang energi.

Begitu luasnya target sasaran tersebut, membuat Setjen DEN dengan arahan dari Anggota DEN untuk melaksanakan kegiatan yang melibatkan Pimpinan DEN, Anggota DEN, dan Humas Pemerintah unit-unit di lingkungan DEN dan Kementerian/Lembaga Anggota DEN, serta instansi terkait seperti Sekretariat Negara, Kementerian Komunikasi dan Informatika, Sekretariat Kabinet. Kegiatan tersebut adalah Forum Kehumasan DEN dengan tajuk Menuju Bauran Energi Nasional Tahun 2025.

Forum Kehumasan DEN yang sudah berlangsung biasanya targetnya adalah Humas Pemerintah baik dari unit-unit di lingkungan Kementerian ESDM maupun Humas Pemerintah dari Kementerian/Lembaga Anggota DEN. Namun, Forum Kehumasan DEN tahun 2021 mencakup target lebih luas lagi yaitu Sekretariat Negara dan Sekretariat

Kabinet karena instansi tersebut merupakan instansi yang bertanggung jawab terhadap kegiatan Pimpinan DEN (Presiden selaku Ketua DEN dan Wakil Presiden selaku Wakil Ketua DEN). Sedangkan Kementerian Komunikasi dan Informatika dikarenakan instansi tersebut merupakan *leading sector* dalam pengelolaan komunikasi publik di tanah air.

Hasil dari kegiatan disebarluaskan melalui website dan media sosial DEN, sekaligus bekerja sama dengan Biro KLIK Setjen Kementerian ESDM untuk menyampaikan kepada rekan-rekan media massa. Sehingga, penerima informasi mengenai Perpres Nomor 22 Tahun 2017 tentang RUEN bisa lebih luas dan mengamplifikasi oleh bantuan Humas Pemerintah yang menghadiri Forum Kehumasan serta publikasi di media massa.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Widodo & Permatasari (2020) pada program Bekasi *Smart City*, menurut mereka komunikasi bagi pemerintah sangat penting, agar program dapat dipahami masyarakat. Selain itu, masyarakat sebagai target sasaran juga dapat mengimplementasikan program tersebut sehingga tujuan program berhasil dicapai.

Kepala Bagian Humas dan Persidangan menyampaikan bahwa target dari sasaran penyebaran informasi mengenai Perpres Nomor 22 Tahun 2017 adalah orang yang sudah dewasa, bekerja. Bukan orang yang sudah purnabakti dan belum mencapai 17 tahun. Lebih lanjut, menurutnya, sasarannya tidak hanya kepada *high level management*, melainkan *middle level management* dan ke bawah.

Sedangkan Kepala Bagian Fasilitas Rencana Umum Energi menjelaskan Forum Kehumasan DEN sudah bagus dan perlu diteruskan dengan mengundang peserta dari

Kementerian/Lembaga lainnya. Bahkan menurutnya perlu juga mengundang Pemerintah Daerah seperti Dinas ESDM dan Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda). Dalam hal ini adalah memperbanyak peserta yang hadir untuk memberikan informasi mengenai Perpres tersebut ke lebih banyak orang dan instansi. Hal senada dikatakan Perencana Ahli Muda:

“Kalau Forum Kehumasan DEN sudah ok, terutama yang (target) sasarannya Government (Pemerintah), dengan kehadiran Menteri-Menteri sudah sangat bagus. Keren dan patut diapresiasi. Tinggal nanti mengemas untuk segmentasi sasaran yang lain.”

Lebih lanjut, mengenai program Setjen DEN yang menyampaikan kebijakan mengenai keenergian di tanah air diberi nama Cerita Hangat dan Asyik Tentang (CHAT). CHAT Energi bertujuan untuk menyampaikan informasi kebijakan keenergian sekaligus mengenalkan Anggota DEN, Pejabat Tinggi Madya, dan Pejabat Tinggi Pratama. Program *Live* di Instagram tersebut.

Perencana Ahli Muda menjelaskan bahwa yang mengikuti *Live* tidak banyak, episode terakhir tidak sampai 100 peserta dan yang ikut sebagian besar pegawai Setjen DEN. Menurut hal ini menjadi catatan dan perlu perbaikan ke depan. Hal ini dapat dilihat dari perencanaan waktu yang tepat dan pengumuman adanya *Live Instagram* tersebut. Semakin mendekati waktu terbaik dan jangka waktu pengumuman semakin lama dari tanggal pelaksanaan, semakin banyak pula kemungkinan peserta yang ikuti *Live Instagram*. Hal berbeda disampaikan Pustakawan Ahli Pertama, menurutnya CHAT adalah program yang bagus. Dengan program

CHAT Energi perlu dioptimalkan karena langsung berinteraksi dengan masyarakat luas.

Pesan yang terkait Perpres Nomor 22 Tahun 2017

Perpres Nomor 22 Tahun 2017 Tentang RUEN merupakan turunan dari PP Nomor 79 Tahun 2014 Tentang KEN. Perpres ini menjadi pedoman Pemerintah Provinsi untuk menyusun RUED Provinsi. Berdasarkan data dari *den.go.id*, progres penyusunan RUED di 34 Provinsi yaitu sebanyak 21 Provinsi telah menetapkan Peraturan Daerah (Perda) RUED seperti Jawa Tengah, Jawa Barat, Nusa Tenggara Barat, Kalimantan Utara, Jawa Timur, Lampung, Bengkulu, Sulawesi Tengah, Gorontalo, Nusa Tenggara Timur, Kalimantan Timur, Jambi, Aceh, Kepulauan Bangka Belitung, Sumatera Barat, Kalimantan Selatan, Daerah Istimewa Yogyakarta, Sumatera Selatan, Bali, Sulawesi Barat dan Sulawesi Tenggara.

Satu Provinsi dalam proses fasilitasi nomor register di Kementerian Dalam Negeri yaitu Kalimantan Barat, sembilan Provinsi sudah memasukkan dalam program pembentukan peraturan daerah (Propemperda) Tahun 2021 dan melakukan pembahasan dengan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) yaitu Banten, Sumatera Utara, Riau, Kepulauan Riau, Kalimantan Tengah, Sulawesi Selatan, Maluku Utara, DKI Jakarta, Maluku. Ada tiga Provinsi yang sudah memiliki draf Rancangan Peraturan Daerah RUED tetapi belum ada anggaran tahun 2021 yaitu Sulawesi Utara, Papua dan Papua Barat.

Mengutip dari (PR Indonesia, 2020a) ada beberapa cara agar pesan disukai oleh warganet, yang pertama pesan yang dibuat harus mampu menjawab kebutuhan atau persoalan yang ada. Apa yang dibutuhkan oleh

masyarakat terkait Perpres Nomor 22 Tahun 2017 perlu disiapkan pesan yang baik. Selanjutnya pesan memberikan solusi. Sehingga masyarakat dapat langsung menjawab apa yang menjadi permasalahannya.

Ketiga, pesan memanfaatkan hal sedang menjadi isu yang hangat atau tren di masyarakat dan media sosial. Saat ini, yang sedang menjadi perbincangan hangat yaitu transisi energi, maka dapat dikaitkan dengan isu transisi energi tersebut. Humas Pemerintah juga penting untuk memahami jenis pesan di media sosial, baik foto, video, atau grafis. Pemilihan tersebut tergantung dari pesan yang akan disampaikan.

Humas Pemerintah juga penting untuk menjaga perilaku saat bersosialisasi di media sosial, dengan penggunaan bahasa yang sopan dan penuh etika. Yang terakhir, penggunaan tanda pagar (tagar) atau hastag tertentu untuk memudahkan pencarian dan memfilter pesan yang berkaitan dengan pesan yang akan disampaikan.

Menurut Ramadani (2019) tagar #EnergiBerkeadilan pada media sosial Kementerian ESDM memiliki peran *campaign* untuk program dan capaian kinerja sektor ESDM. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pengikut media sosial. Tagar juga berperan untuk pencarian informasi sektor ESDM pada media sosial, dan menjadi sarana gerakan sosial yang membutuhkan perencanaan yang matang. Tagar juga berperan sebagai sarana membangun komunitas dengan melakukan kegiatan seperti Temu Netizen.

Peran tagar tersebut perlu direncanakan dengan baik pada media sosial DEN, sehingga pengelolaan media sosial DEN menjadi lebih optimal. Dengan pemilihan tagar yang berhubungan dengan DEN, seperti #EnergiUntukNegeri yang pernah

digunakan, namun belum berjalan secara berkelanjutan.

Pesan yang disampaikan dalam komunikasi kepada masyarakat tentang Perpres Nomor 22 Tahun 2017 tentang RUEN adalah seputar pengelolaan energi nasional, daerah, dan progres penyusunan Perda RUED Provinsi. Pengemasan pemberitaan dengan konten yang dibuat dengan bahasa yang menarik dan mudah dimengerti, sekaligus dengan foto/grafis yang menjelaskan mengenai hal tersebut.

Kepala Biro Fasilitasi Kebijakan Energi dan Persidangan menyampaikan bahwa pada Forum Kehumasan DEN isi pesan yang disampaikan ke depannya perlu disiapkan tema yang menarik, sehingga semakin banyak yang menghadiri kegiatan tersebut. Kepala Bagian Humas dan Persidangan menyampaikan Forum Kehumasan DEN tidak cukup jika hanya satu kali dalam setahun. Karena kegiatan ini dapat memberikan pemahaman orang mengenai kebijakan energi secara nasional, seperti Perpres Nomor 22 Tahun 2017.

Pustakawan Ahli Pertama menjelaskan bahwa masyarakat yang awam mengenai kebijakan tentang energi bisa dengan ringkas mengetahui program yang ada dalam Perpres Nomor 22 Tahun 2017 Tentang RUEN pada *CHAT* Energi. Pada Forum Kehumasan DEN pun ia menjelaskan Perpres tersebut tidak hanya menjadi tanggung jawab Kementerian ESDM melainkan juga Kementerian/Lembaga lainnya.

Sementara, Perencana Ahli Muda menjelaskan bahwa sosialisasi mengenai Perpres Nomor 22 Tahun 2017 sudah dilaksanakan sejak tahun 2017, termasuk saat pendampingan penyusunan RUED Provinsi. Sehingga, jika ke depan ingin mengagendakan kegiatan yang melibatkan Pemerintah Daerah perlu

mengemas pesan dalam bentuk yang menarik.

Selaras dengan penelitian (Buluamang & Handika, 2018) yang menceritakan informasi yang disebarluaskan penting untuk memusatkan pada pesan yang inovatif, sehingga mendorong masyarakat untuk mendukung pembangunan. Lebih lanjut, Rahman & Sjoraida (2017) bahwa program Gapura Intan adalah acuan aparaturnya Pemerintah Kabupaten Subang dalam bertugas untuk melayani masyarakat. Pemerintah Kabupaten Subang mengemas pesan mengenai program Gapura Intan dengan tujuan semua elemen masyarakat di Kabupaten Subang dapat mengetahui akan program kerja yang sedang dicanangkan oleh Pemerintah Kabupaten.

Media yang digunakan dalam Penyebarluasan Perpres Nomor 22 Tahun 2017

Media komunikasi yang digunakan dalam penyebarluasan informasi kebijakan Perpres Nomor 22 Tahun 2017 Tentang RUEN beragam, mulai dari media yang dikelola oleh Setjen DEN seperti website dan media sosial DEN. Selain itu, juga Setjen DEN juga melakukan pertemuan tatap muka seperti Forum Kehumasan DEN dan konferensi pers (kondisi *Corona Virus Disease* (COVID)-19 lebih kerap dengan daring). Bagian Fasilitasi Rencana Umum Energi memfasilitasi pertemuan dengan Pemerintah Daerah dan DPRD.

Untuk penyebarluasan melalui media massa seperti media online, media elektronik, dan media cetak, Biro Fasilitasi Kebijakan Energi dan Persidangan Setjen DEN bekerja sama dengan Biro KLIK Setjen Kementerian ESDM melalui siaran dan konferensi pers tatap muka atau video konferensi. Bisa juga dilakukan melalui pemberitaan yang disebarluaskan melalui aplikasi

percakapan *WhatsApp* kepada rekan media secara langsung serta melalui jaringan yang ada dikelola oleh Biro Klik Setjen Kementerian ESDM.

Pustakawan Ahli Pertama menjelaskan Forum Kehumasan DEN menjadi salah satu media dalam strategi komunikasi penyebaran informasi mengenai kebijakan energi. *CHAT Energi* sendiri dapat berperan sebagai konferensi pers karena merupakan penaympaian dengan cara yang ringan namun tetap berisi. Walaupun, dalam prakteknya perlu mengundang media massa untuk hadir mengikuti program *CHAT Energi*. Pengadministrasi Umum menambahkan dengan *CHAT Energi* dilaksanakan masyarakat bisa bertanya langsung (interaktif) mengenai Perpres Nomor 22 Tahun 2017 dan mereka bisa mendapatkan penjelasan pada program tersebut.

Selain itu, dalam Forum Kehumasan dapat melibatkan Badan Koordinasi Kehumasan (Bakohumas). Pelibatan Bakohumas dalam penyebaran informasi kebijakakn terkait Perpres Nomor 22 Tahun 2017 diharapkan dapat semakin luas mendapat dukungan dari Kementerian/Lembaga yang tidak hanya Anggota DEN saja, melainkan Kementerian/Lembaga secara keseluruhan dan dapat disampaikan juga kepada masyarakat.

Kegiatan bersama Bakohumas dapat berupa pertemuan Forum Tematik secara tatap muka atau daring dengan penyampaian substansi Perpres Nomor 22 Tahun 2017 tentang RUEN. Pengemasan kegiatan juga dapat dibuat dengan kreatif seperti adanya tanya jawab yang interaktif dan juga melibatkan Anggota DEN sebagai narasumber. Sehingga, Anggota Bakohumas yang hadir dapat memahami substansi Perpres tersebut, dan ikut menyebarkanluaskannya.

Kerja sama lainnya dengan melibatkan Ikatan Pranata Humas (Iprahumas) Indonesia yang didirikan pada tahun 2015, yang pembentukannya dilandasi oleh Peraturan Menteri PAN RB Nomor 6 Tahun 2014 tentang Jabatan Fungsional Pranata Humas dan Angka Kreditnya. Bentuk kerja sama kegiatannya bisa dalam bentuk webinar atau *Instagram Live* yang membahas khusus mengenai substansi Perpres Nomor 22 Tahun 2017 tentang RUEN. Bisa juga melalui publikasi di media sosial, buku, dan prosiding yang diterbitkan Iprahumas.

Kepala Biro Fasilitasi Kebijakan Energi dan Persidangan menyampaikan pemberitaan sudah baik, namun perlu meningkatkan tidak hanya di media sosial DEN tetapi juga melalui media maassa nasional. Hal ini sudah dilakukan dengan bekerja sama dengan Biro KLIK Setjen Kementerian ESDM, karena Biro tersebut menyampaikan akan memfasilitasi pemberitaan kegiatan-kegiatan unit-unit di lingkungan Kementerian ESDM.

Hal ini senada dengan apa yang diungkap (Zubair et al., 2018) bahwa media yang digunakan oleh Humas IPB menyesuaikan dengan media yang banyak digunakan oleh mahasiswa IPB. Hal ini dilakukan agar pesan yang disampaikan dapat tepat sasaran. Namun, beberapa media konvensional yang dianggap efektif juga masih digunakan. Pada penelitian (Rodiah & Yusup, 2018) media komunikasi yang digunakan adalah proposal kegiatan, poster, dan spanduk yang ditempatkan di area yang strategis.

Menurut PR Indonesia (2020b) *Instagram* menjadi media sosial yang paling banyak digunakan selama pandemi COVID-19. *Instagram* digunakan agar tetap terhubung dengan target sasaran Humas Pemerintah. Sebanyak 31,82% menggunakan

Instagram, *Facebook* digunakan sebanyak 22,73%, menggunakan *Twitter* sebanyak 27,27% dan menggunakan lainnya 18,18% dari Kementerian.

Dengan alasan tersebut Setjen DEN menggunakan sarana siaran langsung atau *Live* di *Instagram CHAT Energi* sejak 2020. Program *CHAT Energi* menjadi salah satu konten yang adaptif dengan kondisi pandemi COVID-19. *CHAT Energi* bertujuan untuk memberikan informasi melalui media sosial *Instagram* dan melihat respon dari pengikut *Instagram @DewanEnergi*. Selain itu, *CHAT Energi* dapat menjadi media mengenalkan Anggota DEN, Pejabat Tinggi madya, dan Pejabat Tinggi Pratama di lingkungan Setjen DEN.

Pengujian Materi Komunikasi Perpres Nomor 22 Tahun 2017

Pengujian materi komunikasi di DEN lebih kepada persetujuan kepada Pejabat Tinggi Pratama Setjen DEN yaitu Kepala Biro Fasilitasi Kebijakan Energi dan Persidangan, dan dalam beberapa kesempatan mendapat arahan atau masukan dari Pejabat Tinggi Madya yaitu Sekjen DEN dan Anggota DEN. Pengujian materi komunikasi belum melibatkan ahli komunikasi dan ahli keenergian yang memang menguasai terkait komunikasi dan kehumasan dan keenergian tanah air.

Hal yang sama diungkap Pricahyadi & Ramadani (2019), pada Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Pemerintah Provinsi DKI Jakarta belum adanya materi komunikasi yang akan diuji. Hal tersebut disebabkan karena kurang atau terbatasnya SDM, sarana dan prasarana seperti jaringan pada saat melakukan pelayanan kepada masyarakat.

Hal ini perlu menjadi perhatian untuk mengoptimalkan pengelolaan Kehumasan Pemerintah. Terlebih

dengan perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi yang pesat, pengujian materi komunikasi menjadi hal yang penting. Walaupun terkait alokasi penganggaran belanja media yang tidak tersedia dan waktu yang terbatas, dapat menggunakan solusi seperti mengundang para ahli untuk menyampaikan masukan dalam pengelolaan kehumasan Pemerintah DEN secara umum dan secara khusus pengujian materi komunikasi DEN.

Produksi media mengenai pemberitaan dan konten media sosial DEN sangat berkaitan dengan SDM, waktu, dan alokasi anggaran yang terbatas, sehingga pembuatan berita dan konten tersebut dilakukan oleh SDM yang bertugas di Bagian Humas dan Persidangan, Biro Fasilitasi Kebijakan Energi dan Persidangan. Untuk penggunaan aplikasi untuk menyunting gambar menggunakan aplikasi *Adobe Photoshop* dan *Canva*.

Produksi Media pada Perpres Nomor 22 Tahun 2017

Produksi media sendiri sesuai *Standard Operating Procedure (SOP)* Nomor 132/04/SJKS-Humas/2019 Tentang Peliputan Berita Untuk Website Dewan Energi Nasional, dijelaskan mulai dari meliput persidangan, rapat, dan kegiatan DEN dan Setjen DEN, pemeriksaan naskah berita, dan persetujuan, sampai dengan pengunggahan ke *den.go.id* memerlukan waktu selama dua setengah hari. Walaupun, pada kenyataannya pelaksanaannya lebih cepat dari hal tersebut, sekitar satu hari.

Saat ini di Bagian Humas dan Persidangan mengalami kekosongan Kepala Subbagian Humas sejak awal April 2020. Menanggapi hal tersebut Kepala Subbagian Kepegawaian dan Organisasi menjelaskan bahwa kekosongan Jabatan Struktural dalam hal

ini Jabatan Administrasi (Eselon IV) pada Sekretaris Jenderal DEN terjadi karena memang adanya Permen PAN RB

Nomor 17 tahun 2021 terkait Penyetaraan Jabatan Administrasi ke dalam Jabatan Fungsional. Dimana batas akhir usul penyetaraan dimaksud paling lambat diusulkan ke Menteri PAN RB pada 30 Juni 2021. Hal ini sejalan juga dengan proses perubahan susunan organisasi dan tata kerja (SOTK) Setjen DEN yang telah diusulkan berubah hanya menjadi 2 (dua) level Struktural, yaitu Eselon I dan Eselon II serta Kelompok Jabatan Fungsional dibawahnya.

Maka saat ini, dalam mengisi Tugas & Fungsi Jabatan Administrasi (Eselon IV) yang kosong tersebut dilakukan mekanisme Plt. (Pelaksanaan Tugas) oleh Pejabat Eselon IV yang masih berkaitan Tugas & Fungsinya, dalam hal ini Kepala Subbagian Keprotokolan pada Bagian Humas dan Persidangan. Tanggung jawab mengenai persetujuan Kepala Subbagian Humas diemban oleh Kepala Subbagian Keprotokolan yang menjadi Plt Kasubbag Humas. Setelah mendapat persetujuan Kasubbag Keprotokolan, materi baru disampaikan kepada Kepala Bagian Humas dan Persidangan dan Kepala Biro Fasilitasi Kebijakan Energi dan Persidangan.

Hal yang sama juga berlaku untuk konten di media sosial. Konten di media sosial mengikuti format media sosial yang digunakan. Pada media sosial *Instagram* dan *Twitter* format gambar mengikuti format *Instagram* dan jumlah tulisan menyesuaikan, jika tulisan terlalu panjang maka disampaikan dapat lebih lengkap melihat di *website den.go.id*. Jika *Facebook* dapat lebih leluasa karena dapat memunggah dengan jumlah gambar yang lebih banyak, begitu juga dengan tulisannya.

Penyebarluasan Pesan terkait Perpres Nomor 22 Tahun 2017

Rentang waktu antara produksi pesan dan penyebarluasan pesan sangat berdekatan atau singkat. Begitu mendapat persetujuan dari Pejabat Tinggi Pratama yaitu Kepala Biro Fasilitasi Kebijakan Energi dan Persidangan, selanjutnya berita dan konten untuk media sosial disebarluaskan ke *website* dan media sosial DEN.

Kepala Biro Fasilitasi Kebijakan Energi dan Persidangan menyampaikan bahwa pemberitaan sudah cukup baik, seperti peliputan dan penyebarluasan sudah cukup informatif. Kepala Bagian Humas dan persidangan juga menyampaikan hal yang sama, menurutnya sangat bagus dalam penyebaran informasi yang dilakukan dan harus lebih efektif.

Pengunggahan *website den.go.id* membutuhkan komputer atau *laptop* sehingga belum secara ringkas bisa mengunggah dari *handphone*. Sedangkan, pengunggahan konten di media sosial *Instagram*, *Twitter*, dan *Facebook* dapat menggunakan *handphone*, sehingga dimana saja dapat dilakukan oleh pengelola media sosial DEN.

Setelah diunggah di *website* dan media sosial DEN, narasi berita dan tautan *website* media sosial dibagikan (*share*) ke grup percakapan *WhatsApp* Biro Fasilitasi Kebijakan Energi dan Persidangan (Biro II Kerja) dan Humas Kementerian/Lembaga Anggota DEN (Humas DEN). Bahkan, juga dibagikan kepada grup percakapan *WhatsApp* pertemanan, rekan kerja, dan organisasi profesi yang masih berhubungan dan membutuhkan informasi tersebut.

Selain itu, penyebarluasan pesan juga dilakukan dengan bekerja sama dengan Biro KLIK Setjen Kementerian ESDM. Biro KLIK Setjen Kementerian

ESDM memiliki jaringan yang lebih luas kepada media massa, sehingga berita dapat lebih terampifikasi kepada masyarakat melalui media massa.

Menurut Pricahyadi & Ramadani (2019) Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Pemprov DKI Jakarta melakukan sosialisasi kepada masyarakat bertemu tokoh masyarakat, Rukun Tetangga (RT), dan Rukun Warga (RW), melalui *road show* di kelurahan agar masyarakat dapat mengetahui informasi dari kebijakan. Pada Setjen DEN penyebaran pesan kepada masyarakat dan *stakeholder* juga dilakukan dengan menggunakan tatap muka secara langsung. Dengan adanya, kondisi pandemi COVID-19, menggunakan sarana *Live Instagram* dengan bahasa yang ringan untuk mendapat respon dari pengikut media sosial. Juga pertemuan dengan Kementerian/Lembaga/Pemerintah Daerah dilakukan, khususnya Pemerintah Daerah yang belum menyelesaikan Perda RUED Provinsi.

Menurut Zubair et al., (2018) bahwa melalui komunikasi publik yang intensif dan tidak terbatas maka pihak Humas IPB berusaha mengajak *stakeholder* yaitu mahasiswa) untuk mendukung program penerapan PTN-BH di IPB. Hal yang sama juga dilakukan oleh Setjen DEN *stakeholder* seperti Kementerian/Lembaga dilakukan penyebaran pesan agar menjadikan Perpres Nomor 22 tahun 2017 sebagai pedoman dalam penyusunan Renstra Kementerian/Lembaga dan Pemerintah Daerah menjadikan Perpres Nomor 22 tahun 2017 sebagai pedoman dalam penyusunan RUED Provinsi.

Pada masyarakat dapat menjadikan Perpres Nomor 22 tahun 2017 sebagai pedoman dalam pelaksanaan pembangunan nasional bidang energi, seperti akademisi menjadi bahan untuk penelitian dan asosiasi

menjadi gambaran pengembangan SDM ke depan. Lebih lanjut, media juga dapat menjadikan Perpres Nomor 22 tahun 2017 sebagai pedoman dalam pemberitaan yang berfokus pada perencanaan pengelolaan energi nasional.

Efek yang diharapkan dari Penyebarluasan Perpres Nomor 22 tahun 2017

Efek yang diharapkan dalam penyebaran Perpres Nomor 22 Tahun 2017 Tentang RUEN adalah bahwa Kementerian/Lembaga/Pemerintah Daerah dan masyarakat dapat memahami, mendukung, dan melaksanakan Perpres tersebut. Dengan tercapainya sebanyak 21 Perda RUED Provinsi merupakan sebuah capaian yang mengesankan dengan keterbatasan yang ada, salah satunya seperti adanya pandemi COVID-19.

Kepala Bagian Humas dan Persidangan mengatakan:

“Ukurannya adalah netizen atau jumlah followers (pengikut) yang ada di Instagram agar adanya peningkatan signifikan. Melihatnya followers yang aktif mempunyai segmen memahami. (Ini) cukup efektif. Memberikan informasi kepada umum tentang (Perpres Nomor 22 Tahun 2017) RUEN sehingga ada pemahaman (Perpres Nomor 22 Tahun 2017) RUEN tentang kegiatan DEN”.

Hal senada disampaikan Kepala Bagian Fasilitasi Rencana Umum Energi, menurutnya efek yang diharapkan adalah program-program di DEN lebih banyak yang mengetahui. Lebih lanjut Kepala Bagian Humas dan Persidangan menyampaikan sehingga ada kesadaran bahwa energi itu penting, maka membutuhkan konservasi dan efisiensi energi.

Perencana Ahli Muda juga menyampaikan bahwa *CHAT* Energi memiliki konsep yang bagus agar informasi kebijakan Perpres Nomor 22 Tahun 2017 tersampaikan ke publik. Sedangkan efek yang harapan pada Forum Kehumasan DEN disampaikan oleh Pustakwaan Ahli Pertama, menurutnya harapannya adalah mendapatkan *feed back* dari Humas Pemerintah Kementerian/Lembaga Anggota DEN. Agar program dan target-target dalam Perpres Nomor 22 Tahun 2017 tentang RUEN bisa dilihat dari sisi kehumasan atau pemberitaannya.

Senada, Pengadministrasi Umum juga menjelaskan bahwa dengan adanya *CHAT* Energi masyarakat dapat mengetahui tentang Perpres Nomor 22 Tahun 2017 tentang RUEN. Sedangkan, dengan adanya Forum Kehumasan DEN masyarakat mengetahui kinerja DEN dan juga mengetahui potensi energi yang ada di daerah.

Penjelasan (Zubair et al., 2018) dalam penelitiannya dalam upaya membentuk pemahaman mahasiswa terhadap penerapan PTN-BH di IPB direalisasikan dengan pembuatan program yang dapat meningkatkan prestasi para mahasiswa. Program untuk meningkatkan partisipasi Kementerian/Lembaga/Pemerintah Daerah dan masyarakat perlu juga dapat dikreasikan oleh Setjen DEN, seperti webinar yang melibatkan media juga sebagai pengamplifikasi informasi kepada masyarakat.

PENUTUP

Strategi komunikasi Setjen DEN pada Perpres Nomor 22 Tahun 2017 tentang RUEN sudah dilakukan, walaupun belum dijalankan dengan perencanaan yang sistematis. Dengan penggunaan strategi komunikasi yang efektif pada Perpres Nomor 22 Tahun 2017 di Setjen DEN diharapkan dapat

meningkatkan pengelolaan kehumasan Pemerintah.

Penentuan komunikator kebijakan adalah Pimpinan DEN, Anggota DEN, Pejabat Tinggi Madya, dan Pejabat Tinggi Pratama di lingkungan Setjen DEN. Untuk penentuan target yang akan disasar adalah Kementerian/Lembaga/Pemerintah Daerah dan masyarakat yang merujuk dalam penyusunan perencanaan pembangunan, ketenagalistrikan, penganggaran, dan berpedoman dalam penyusunan perencanaan strategis, energi, serta pelaksanaan pembangunan nasional bidang energi.

Pesan yang disampaikan kepada masyarakat tentang Perpres Nomor 22 Tahun 2017 tentang RUEN adalah seputar pengelolaan energi nasional, daerah, dan progres penyusunan Perda RUED Provinsi. Media komunikasi yang digunakan adalah website dan media sosial DEN, dan Forum Kehumasan DEN. Sementara ada Bagian di lingkungan Biro Fasilitasi Kebijakan Energi dan persidangan yang juga memfasilitasi pertemuan dengan Pemerintah Daerah dan DPRD baik tatap muka maupun daring.

Pengujian materi komunikasi lebih kepada persetujuan oleh Kepala Biro Fasilitasi Kebijakan Energi dan Persidangan, pada beberapa kegiatan Anggota DEN dan Sekjen DEN juga memberikan arahan dan masukkan. Proses produksi pemberitaan dalam SOP, mulai dari meliputi kegiatan, pemeriksaan naskah berita, dan persetujuan, sampai pengunggahan ke den.go.id dan media sosial DEN diperlukan waktu dua setengah hari. Walaupun, pada kenyataan lebih cepat yaitu, sekitar satu hari.

Penyebarluasan pesan dilakukan setelah mendapat persetujuan Kepala Biro Fasilitasi Kebijakan Energi dan Persidangan. Disebarluaskan melalui

website, media sosial DEN, dan tautan dibagikan kepada grup aplikasi percakapan *WhatsApp*. Selain itu, juga bekerja sama dengan Biro KLIK Setjen Kementerian ESDM untuk diamplifikasi ke media melalui pemberian informasi kepada media massa. Efek yang diharapkan target sasaran dapat memahami, mendukung, dan melaksanakan Perpres tersebut.

Atas hasil pembahasan di atas, penulis mengusulkan rekomendasi untuk peningkatan pengelolaan kehumasan Pemerintah dari strategi komunikasi Setjen DEN dalam Perpres Nomor 22 Tahun 2017 yaitu dengan melibatkan Bakohumas dan Iprahumas Indonesia agar dapat semakin luas penyebarluasan informasi kebijakan. Untuk penelitian selanjutnya, dapat meneliti lebih dalam tentang efektivitas komunikasi yang dilakukan oleh Setjen DEN, terkait dengan tugas dan fungsi DEN dan Setjen DEN dalam upaya menyebarluaskan informasi kebijakan keenergian di tanah air.

DAFTAR PUSTAKA

- Buluamang, Y. M. O., & Handika, L. P. (2018). Strategi Komunikasi Pembangunan dalam Pengembangan Pariwisata. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 22(2), 89–101.
- Cangara, H. (2018). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Grafindo Persada.
- Indarto, M. J. (2018). *Efektivitas Narasi Tunggal* (p. Dipaparkan pada rapat narasi Kementerian ESDM Tunggal). Kementerian Kominfo.
- Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik, (2015).
- Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2011 tentang Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi Pemerintah, (2011).
- Pangesti, L. A. (2018). Strategi Komunikasi Divisi Public Relations PLN Distribusi Jawa Barat dalam Sosialisasi Listrik Tepat Sasaran. *Jurnal Komunikasi*, XII(01), 31–39.
- Peraturan Pemerintah No 79 Tahun 2014 tentang Kebijakan Energi Nasional, (2014).
- PR Indonesia. (2020a). *8 Cara Agar Konten Disukai Warganet*. Instagram @pr_indonesia. <https://www.instagram.com/p/CFrfqsFgV2k/> 16
- PR Indonesia. (2020b). *Instagram, Media Sosial Paling Digemari*. Instagram Pr_indonesia. <https://www.instagram.com/p/CB5OILvg0JX/>
- Peraturan Presiden Nomor 26 Tahun 2008 Tentang Pembentukan Dewan Energi Nasional dan Tata Cara Penyarangan Dewan Energi Nasional, Peraturan Presiden Nomor 26 Tahun 2008 Tentang Pembentukan Dewan Energi Nasional dan Tata Cara Penyarangan Dewan Energi Nasional (2008).
- Peraturan Presiden Nomor 41 Tahun 2016 Tentang Tata Cara Penetapan dan Penanggulangan Krisis Energi dan/atau Darurat Energi, (2016).
- Peraturan Presiden Nomor 22 Tahun 2017 Tentang Rencana Umum Energi Nasional, Peraturan Presiden Nomor 22 Tahun 2017 Tetntang Rencana Umum Energi Nasional (2017).
- Pricahyadi, M., & Ramadani, T. (2019). Strategi Komunikasi Kebijakan pemerintah Provinsi DKI Jakarta Pada Peraturan Gubernur Nomor 110 Tahun 2018. *Jurnal Ilmu Administrasi (JIA)*, XVI(1), 112–

126.

- Rahman, A., & Sjoraida, D. F. (2017). Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Subang Menyosialisasikan Gerakan Pembangunan Untuk Rakyat Infrastruktur Berkelanjutan. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 5(2), 136–146.
<https://doi.org/10.24198/jkk.v5i2.8443>
- Ramadani, T. (2019). Peran Tagar #EnergiBerkeadilan pada Media Sosial Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral. *Jurnal Administrasi Negara*, 25(3), 194–210.
- Rodiah, S., & Yusup, P. M. (2018). Strategi Komunikasi dalam Pengembangan Desa Agro Wisata di Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Signal Unswagati Cirebon*, 6(2), 1–13.
- Standard Operating Procedure (SOP) Nomor 132/04/SJKS-Humas/2019 Tentang Peliputan Berita untuk Website Dewan Energi Nasional, (2019).
- Suprawoto. (2018). *Government Public Relations Perkembangan dan Praktik di Indonesia*. Prenadamedia Group.
- Undang-Undang No 30 Tahun 2007 tentang Energi, (2007).
- Widodo, A., & Permatasari, D. A. (2020). Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Bekasi dalam Program Bekasi Smart City. *ETTISAL: Journal of Communication*, 5(1), 79–89.
<https://doi.org/10.21111/ejoc.v5i1.3454>
- Zubair, F., Dewi, R., & Kadarisman, A. (2018). Strategi Komunikasi Publik dalam Membangun Pemahaman Mahasiswa terhadap Penerapan PTNBH. *Profetik Jurnal Komunikasi*, 11(2), 74–84.