

LAMPIRAN

Lampiran 1. Curriculum Vitae



RHESEVSKY CAHAYA RAMADHANI

Undergraduate Communication Science Studies



+62 856 9401 3995



rhesevsky.cahaya@gmail.com



Rhesevsky Cahaya Ramadhani

ABOUT ME

I am an undergraduate student majoring Communication Science. Seeking for more and more opportunity to have experience of working as a professional. Recently working as an intern in hotel industry as marketing communication. I am a person who like to challenge myself to learn new things as my preparation for a bright future.

EDUCATION

Communication Science
Pembangunan Jaya University
2020 - Present

Senior High School 1
Kendari
2017 - 2020

EXPERTISE

- Management Skills
- Digital Marketing
- Negotiation
- Critical Thinking
- Communication Skills
- Teamwork
- Public Speaking



WORK EXPERIENCE & TITLE

2023

Claro Hotel Kendari

Marketing Communication Intern

- Working with the Sales & Marketing team.
- Manage Social Media including design, content, and SEO Marketing, and Branding

2023

Kendariinfo

Journalist Intern

- Working with senior journalist as mentor.
- Creating article with a News value, about things happen in Kendari City of South East Sulawesi

2023

Luale Anandonia

1st RU & Inspirational Social Media Anandonia

- Achieve the best performance of interview
- Participating at promoting tourism of Kendari City as an ambassador



PROJECT & ORGANIZATION

CORE UPJ 2023

Business Development Manager

HIMAKOM UPJ 2023

Leader

KOMPRESS UPJ 2023

Executive Producer

PRIMA UPJ 2023

Health Coordinator

HIMAKOM UPJ 2022

Fundraising Division


DAKAURI 2022

Fundraising Division

Lampiran 2. Sertifikat LDK



Lampiran 3. Formulir Pengajuan Sidang Skripsi


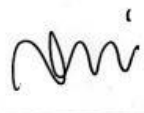


	FORMULIR PENGAJUAN SIDANG SKRIPSI/TA	SPT-I/04/SOP-06/F-01
		No. Rekaman

Nama Mahasiswa : Rhesevsky Cahaya Ramadhani
 Prodi/NIM : Ilmu Komunikasi / 2020041056
 Judul Skripsi/TA : Perencanaan Program *Employee Advocacy* Sebagai Upaya Amplifikasi Pesan Edukasi Melalui Media Sosial
 Dosen Pembimbing : 1. Reni Dyanasari, S.I.Kom., M.Si
 : 2.
 Dosen Penguji : 1. JAD :
 : 2. JAD :
 : 3. JAD :
 Jadwal Sidang : Tempat : Hari/Tanggal:

Telah memenuhi syarat Sidang Skripsi/TA: (mohon beri tanda V untuk syarat yang relevan)

No	Syarat	Ya	Tidak
1	IPK minimal 2.00	v	
2	Tidak ada nilai D untuk mata kuliah mayor/inti Prodi	v	
3	MK Skripsi/TA tercantum di BRS semester berjalan	v	
4	Lulus minimal 1 mata kuliah KOTA untuk tiap rumpun	v	
5	SPT-I/03/SOP-28/F-03 Formulir Pembimbingan Skripsi (minimal 8 x)	v	
6	Poin JSDP (minimal 75% persen dari syarat kelulusan)	v	
7	Mengumpulkan dokumen Skripsi/TA (sesuai ketentuan Prodi)	v	

Tangerang Selatan, 14 JUN 2024

Mengajukan	Mengetahui	Memeriksa	Menyetujui
			
Rhesevsky Cahaya Ramadhani	Reni Dyanasari, S.I.Kom., M.Si	Dr. Sri Wjayanti, S.Sos., M.Si	Naurissa Biasini, S.Si., M.Ikom

Lampiran 4. Screenshot Bimbingan Skripsi

NIM	2020041056	Nama Mahasiswa	RHESEVSKY CAHAYA RAMADHANI
Program Studi	Ilmu Komunikasi	SKS Lulus	139 SKS
Tgl. Pengajuan	9 Februari 2024	Judul Dajjukan	Praktik Employee Advocacy Pada Pemda Kota kendari

Data tidak bisa diubah, Status Pengajuan proposal sudah **Disetujui**

No	Tanggal	Dosen Pembimbing	Topik	Disetujui	Aksi
1	13 Februari 2024	Reni Dyanasari, S.IKom., M.Si.	Bimbingan 1 Revisi Outline	✓	➡
2	26 Februari 2024	Reni Dyanasari, S.IKom., M.Si.	Bimbingan 2 Kerangka Penyusunan Proposal	✓	➡
3	13 Maret 2024	Reni Dyanasari, S.IKom., M.Si.	Bimbingan 3 Diskusi Hasil Bab 2	✓	➡
4	21 Maret 2024	Reni Dyanasari, S.IKom., M.Si.	Bimbingan 4 Diskusi Bab 3 & Revisi Proposal	✓	➡

NIM	2020041056	Nama Mahasiswa	RHESEVSKY CAHAYA RAMADHANI
Program Studi	Ilmu Komunikasi	SKS Lulus	139 SKS
Tgl. Mulai	29 April 2024	Judul Tugas Akhir	Praktik Employee Advocacy Pada Pemda Kota kendari

No	Tanggal	Dosen Pembimbing	Topik	Disetujui	Aksi
5	3 April 2024	Reni Dyanasari, S.IKom., M.Si.	Bimbingan 5 pembahasan poin-poin Seminar Proposal	✓	➡
6	24 April 2024	Reni Dyanasari, S.IKom., M.Si.	Bimbingan 6 Persiapan Penyusunan Bab 4	✓	➡
7	8 Mei 2024	Reni Dyanasari, S.IKom., M.Si.	Bimbingan 7 Persiapan Pelaksanaan Wawancara	✓	➡
8	28 Mei 2024	Reni Dyanasari, S.IKom., M.Si.	Bimbingan 8 Pembahasan Hasil Wawancara	✓	➡
9	6 Juni 2024	Reni Dyanasari, S.IKom., M.Si.	Bimbingan 9 Pembahasan Penyusunan Bab 4	✓	➡
10	12 Juni 2024	Reni Dyanasari, S.IKom., M.Si.	Bimbingan 10: Pemantapan Isi Tugas Akhir	✓	➡

Lampiran 5. Surat Pernyataan Informan

SURAT PERNYATAN

Nama : Budi Sulistyو
Jabatan : Kepala Bagian Manajemen Strategi Komunikasi
Masa Kerja : 23 Tahun

Menyatakan bahwa saya bersedia menjadi informan pada Tugas Akhir yang berjudul **“PERENCANAAN PROGRAM *EMPLOYEE ADVOCACY* SEBAGAI UPAYA AMPLIFIKASI PESAN EDUKASI MELALUI MEDIA SOSIAL (Studi Deskriptif Program *Employee Advocacy* Kementerian Keuangan RI)”** yang dibuat oleh Rhesevsky Cahaya Ramadhani Mahasiswa Program studi Ilmu Komunikasi universitas Pembangunan Jaya. Saya bersedia untuk di minta keterangan dan baik lisan maupun tulisan guna kelengkapan pengumpulan data penelitian oleh mahasiswa yang bersangkutan. Surat pernyataan ini saya buat dengan sadar tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Jakarta Pusat, 22 Mei 2024

Informan Penelitian



Ditandatangani secara elektronik

Budi Sulistyو

SURAT PERNYATAN

Nama : Nico Aditia
Jabatan : Kepala Subbagian Riset dan Audit
Masa Kerja : 17 Tahun

Menyatakan bahwa saya bersedia menjadi informan pada Tugas Akhir yang berjudul **“PERENCANAAN PROGRAM *EMPLOYEE ADVOCACY* SEBAGAI UPAYA AMPLIFIKASI PESAN EDUKASI MELALUI MEDIA SOSIAL (Studi Deskriptif Program *Employee Advocacy* Kementerian Keuangan RI)”** yang dibuat oleh Rhesevsky Cahaya Ramadhani Mahasiswa Program studi Ilmu Komunikasi universitas Pembangunan Jaya. Saya bersedia untuk di minta keterangan dan baik lisan maupun tulisan guna kelengkapan pengumpulan data penelitian oleh mahasiswa yang bersangkutan. Surat pernyataan ini saya buat dengan sadar tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Jakarta Pusat, 22 Mei 2024

Informan Penelitian



(ditandatangani secara elektronik)

Nico Aditia

SURAT PERNYATAN

Nama : Ibrahim Harriadi

Jabatan : Penelaah Teknis Kebijakan Tingkat II

Masa Kerja : 12 Tahun

Menyatakan bahwa saya bersedia menjadi informan pada Tugas Akhir yang berjudul **“PERENCANAAN PROGRAM *EMPLOYEE ADVOCACY* SEBAGAI UPAYA AMPLIFIKASI PESAN EDUKASI MELALUI MEDIA SOSIAL (Studi Deskriptif Program *Employee Advocacy* Kementerian Keuangan RI)”** yang dibuat oleh Rhesevsky Cahaya Ramadhani Mahasiswa Program studi Ilmu Komunikasi universitas Pembangunan Jaya. Saya bersedia untuk di minta keterangan dan baik lisan maupun tulisan guna kelengkapan pengumpulan data penelitian oleh mahasiswa yang bersangkutan. Surat pernyataan ini saya buat dengan sadar tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Jakarta Pusat, 28 Mei 2024

Informan Penelitian



Ibrahim Harriadi

Lampiran 6. Bukti Wawancara Informan



Wawancara bersama informan 1



Wawancara bersama informan 2



Wawancara Bersama informan 3

Lampiran 7. Pedoman Wawancara

(Pedoman Wawancara)

Tahapan	Kategori	Deskripsi	Daftar Pertanyaan
---------	----------	-----------	-------------------

<p>Tahapan Perencanaan <i>Employee Advocacy</i> Program</p>	<p>Melakukan Perencanaan, Promosi dan Memperoleh Dukungan</p>	<p>a. Melakukan pengumpulan informasi yang berkaitan dengan <i>Employee Advocacy</i> sebagai kerangka yang akan digunakan dalam penelitian</p> <p>b. Melakukan diskusi untuk menentukan peran <i>stakeholder</i> dalam melakukan <i>Employee Advocacy</i></p> <p>c. Melakukan simulasi terkait pelaksanaan <i>Employee Advocacy</i> untuk kemudian melihat manfaat apa yang dapat ditimbulkan dalam praktiknya</p> <p>d. Melakukan diskusi untuk memahami bentuk <i>Employee Advocacy</i> berdasarkan temuan yang telah diperoleh dari tahapan awal.</p> <p>e. Menentukan cara yang akan dilakukan untuk mendorong karyawan dalam melakukan <i>Employee Advocacy</i></p>	<p>a. Bagaimana proses penyusunan riset yang dilakukan oleh Kementerian Keuangan RI?</p> <p>b. Kategori data seperti apa yang dapat bermanfaat dalam konsep EA?</p> <p>c. Sejauh mana <i>stakeholder</i> mengambil peran dalam EA?</p> <p>d. Apa manfaat keterlibatan <i>stakeholder</i> bagi Perusahaan, karyawan dan <i>stakeholder</i> itu sendiri?</p> <p>e. Apakah Kemenkeu RI membuat formal <i>case</i> untuk melakukan pengujian terhadap EA sebelum diterapkan?</p> <p> i. Jika ya, apa yang dilakukan oleh Kemenkeu RI?</p> <p> ii. Capaian apa yang diperoleh dari formal <i>case</i> tersebut?</p> <p> iii. Bagaimana tanggapan karyawan terkait EA melalui formal <i>case</i> tersebut?</p> <p> iv. Apakah ekspektasi Kemenkeu RI terkait EA sesuai dengan apa yang telah dirancang?</p> <p>f. Apa yang diperoleh melalui diskusi Kemenkeu RI terkait EA?</p> <p>g. Bagaimana respon karyawan terkait EA?</p> <p>h. Apakah terdapat pro kontra terkait penerapan EA? Jelaskan!</p> <p>i. Bagaimana cari Kemenkeu RI mendorong karyawan untuk melakukan EA?</p>
--	--	--	---

		a. Pengukuran terhadap sejauh mana karyawan melaksanakan praktik <i>Employee Advocacy</i>	a. Bagaimana awal penerapan EA yang dilakukan Kemenkeu RI?
	a. Tingkat Pelaksanaan Karyawan	b. Pengukuran terkait seberapa besar Tingkat pelaksanaan <i>Employee Advocacy</i> yang telah terjadi di Perusahaan	b. Apakah penerapan EA terjadi secara menyeluruh? v. Jika tidak, apa faktor ketidakmerataan penerapan EA di Kemenkeu RI
Menetapkan Tujuan dan Sasaran	b. Frekuensi Pelaksanaan	c. Pengukuran terkait sejauh mana pesan dalam <i>Employee Advocacy</i> tersampaikan kepada Masyarakat	c. Media apa yang paling banyak digunakan oleh karyawan dalam melakukan EA?
	c. Jangkauan Pesan	d. Pengukuran terhadap bagaimana <i>Employee Advocacy</i> memiliki pengaruh terhadap perkembangan perusahaan	d. Media apa yang paling efektif dalam meningkatkan citra Perusahaan?
	d. Dampak Terhadap Bisnis		e. Apa manfaat yang diperoleh Kemenkeu RI setelah menerapkan EA?
			f. Seberapa besar dan bagaimana pengaruh EA dalam meningkatkan citra Kemenkeu RI?

**Melakukan
Penerapan
Secara
Menyeluruh**

- a. Pemberdayaan
 - b. Konsistensi
 - a. Peran yang dimunculkan oleh Perusahaan dalam melaksanakan *Employee Advocacy* baik dari segi konten yang disiapkan sampai dengan cara yang dilakukan untuk menyampaikan pesan tersebut
 - b. Peran pengawasan yang dilakukan oleh Perusahaan dalam memantau progress pelaksanaan *Employee Advocacy* yang terjadi diperusahaan
 - a. Bagaimana bentuk dukungan yang diberikan Kemenkeu RI kepada karyawan dalam melaksanakan EA?
 - vi. Fasilitas?
 - vii. Pelatihan?
 - viii. Konten?
 - ix. Kebebasan Berpendapat?
 - b. Apakah terdapat kerja sama eksternal dalam melaksanakan EA yang dilakukan oleh Kemenkeu RI?
 - c. Seberapa besar Tingkat pelaksanaan EA di Kemenkeu RI?
 - d. Apakah EA memiliki anggaran yang lebih besar dibandingkan dengan Program lainnya?
 - e. Bagaimana Tingkat keamanan dari publikasi yang diperoleh dari EA?
 - f. Apakah pernah ditemukan permasalahan dari pelaksanaan EA yang dilakukan oleh Kemenkeu RI?
 - g. Apakah terdapat ruang diskusi public baik internal maupun eksternal dalam Kemenkeu RI terkait pelaksanaan EA?
 - x. Jika Ya, bagaimana umpan balik yang diterima terkait pelaksanaan EA yang dilakukan oleh Kemenkeu RI? (Prespektif Karyawan & Publik)
 - h. Bagaimana alur pengelolaan serta pemantauan EA yang dilakukan oleh Kemenkeu RI?
-

Lampiran 8. Transkrip Waawancara Informan 1

TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN 1 (BUDI SULISTYO)

Keterangan:

R: Rhesevsky Cahaya Ramadhani (Peneliti)

B: Budi Sulisty (Informan 1)

R: Baik Pak Budi terima kasih atas kesempatannya untuk dapat menghadiri sesi wawancara pada hari ini. Baik, langsung kita mulai saja ya, Pak Budi. Sebelumnya, mungkin dari Pak Budi boleh untuk memperkenalkan diri terlebih dahulu, silahkan.

B: Terima kasih atas waktunya mas Dani. Perkenalkan, saya Budi Sulisty, saya Kabag Manajemen Strategi Komunikasi (MSK) Sekretariat Jendral, Kemenkeu, tugas sehari-hari, kami menyusun strategi komunikasi secara rutin maupun tematik, kemudian monitoring dan analisis media, lalu riset dan audit komunikasi.

R: Oke, baik. Pak, kita langsung masuk ke pertanyaan. Untuk pertanyaannya pertama ini dari indikator pertama, yaitu terkait melakukan perencanaan, promosi, dan memperoleh dukungan. Di mana tahapan ini adalah untuk melihat bagaimana Kemenkeu menyusun kerangka dari program EA yang akan dilakukan nantinya. Baik, kita masuk ke pertanyaan pertama ya Pak. Sebelumnya kalau untuk dari Kemenkeu sendiri, bagaimana sih Pak cara atau tahapan proses penyusunan riset sebelum membentuk program EA ini?

B: Yang pertama, ini memang kita lihat fenomena bahwa di Kemenkeu itu program yang sudah kita susun itu cukup banyak baik itu yang sifatnya proaktif, kita lakukan setiap bulan dengan penyusunan agenda setting yang melibatkan seluruh unit Eselon I, kemudian unit-unit non-struktural di Kemenkeu. Dan dari perencanaan itu, diturunkan lagi menjadi agenda setting mingguan. Jadi kita ada perencanaan strategi komunikasi tahunan, bulanan, dan mingguan. Di sini kita lihat untuk dukungan kebijakan Kemenkeu yang secara statistik dari pegawai itu kita tidak terukur bagaimana dukungan pegawai. Sementara kan kita butuh banyak dukungan untuk kebijakan yang dikeluarkan oleh Kemenkeu. yang sifatnya harus secara organik. Nah ini dengan pegawai Kemenkeu yang jumlahnya 77 ribu, ini kan misalnya masing-masing punya follower seribu aja, itu kan kalau kita statistikan misalnya 10% penyebaran pesan edukasi keuangan terkait kebijakan yang dilakukan Kemenkeu, kan itu sudah... Cukup banyak ya masyarakat yang bisa terkerahkan dengan kebijakan Kemenkeu. Sehingga kita menyusun kebijakan EA untuk meminta dukungan dari para pegawai mengamplifikasi kebijakan yang dilakukan oleh Kemenkeu. Dan di proses penyusunan ini dengan riset, kita minta karena baru awal itu masih cukup rendah ya, kita targetkan dan ini masuk ke dalam indikator kinerja utama (IKU) yang wajib untuk diikuti oleh seluruh pegawai. Dan di tahun ketiga ini, alhamdulillah tingkat partisipasinya sampai 46%. yang dilakukan oleh pegawai Kemenkeu dan terus kita riset programnya di 2022 kita riset program EA dan ternyata itu cukup impactful dukungan pegawai Kemenkeu untuk mendukung kebijakan dan salah satu rekomendasinya kita tidak hanya meminta untuk mereka berpartisipasi tapi juga Kita buat capacity building untuk

terus meningkatkan partisipasi pegawai Kemenkeu yang melakukan aktivasi sendiri. Jadi kan untuk EA kan mereka dengan topik yang sudah kita susun mereka bisa mengamplifikasi melalui like, komen dari postingan yang sudah kita susun maupun membuat konten mandiri dari tema yang ada. Jadi kita memperbanyak orang-orang yang menyusun konten mandiri, karena kan kalau konten mandiri kan sesuai personifikasinya adalah personifikasi pribadi. Kadang-kadang kan kalau anak pegawai kementerian yang saat ini 60-an% itu gen Z, Itu kan mereka bahasanya bukan bahasa yang serius ya, dengan bahasa yang mereka sendiri bisa dikaitkan dengan hobinya masing-masing. Isu-isu kemenku kan juga bisa relate dengan personifikasi masing-masing dan itu dari hasil riset menyatakan bahwa itu lebih impactful dibanding hanya like, komen, dan share dari konten yang sudah diposting oleh Kemenkeu.

R: Pertanyaan berikutnya, pada saat penyusunan riset ini, sebenarnya kategori data seperti apa yang memang bermanfaat untuk perencanaan EA di awal bagi Kemenkeu ini, Pak?

B: Yang pasti itu adalah kita lihat statistik bagai Kemenkeu dulu. Ya, mereka itu kan generasinya, generasi apa saja. Terus perkembangan di media sosial Kemenkeu saat ini. Itu nanti mungkin bisa disampaikan lebih banyak oleh Pak Nico ya, karena kan saya baru bergabung kembali ke Biro KLI sekitar 6-7 bulan yang lalu. Intinya adalah statistik, baik itu statistik pegawai maupun media sosial Kemenkeu. Jadi kita tahu tujuannya kemana saat ini, bagaimana gitu. Jadi dari situ dikembangkan kira-kira caranya seperti apa supaya bagaimana kita memperoleh tujuan partisipasi pegawai Kemenkeu itu bisa lebih optimal.

R: Berikutnya Pak kalau dari EA ini apakah stakeholder ini mempunyai peran juga di dalam pelaksanaannya dan sejauh mana sih Pak kalau misalnya memang ada?

B: Berperannya otomatis yang pertama itu mereka memilih memilih mau like, komen, dan share atau menyusun konten mandiri itu mereka yang memilih kedua mereka harus lapor jadi kami yakin dan di beberapa kali kegiatan kami tanya ke pegawai ketika di daerah itu salah satu hal yang ditemui adalah mereka udah like, komen dan share, tapi mereka lupa lapor. Dan minta supaya pelaporannya itu dipermudah. Dan saat ini kita terus memperbaiki salah satunya untuk pelaporan tidak sampai satu menit sudah selesai. Dan itu lewat sistem. Ini kan...seperti kita menyusun program segala macam kan terus kita perbaiki ya supaya nanti bisa lebih memudahkan pegawai karena kan ini kan program yang dalam tanda kutip memaksa pegawai untuk mau secara sukarela kan.

R: Baik, untuk pertanyaan berikutnya, dari misalnya tadi likes, dari komen, dan juga share konten yang disampaikan oleh karyawan, untuk yang terlihat mulai dari tahun 2022, sejak awal EA ini dilaksanakan di Kemenkeu, apa sih pemanfaat yang paling ditonjolkan dari pelaksanaan program ini, Pak?

B: Yang pertama, yang pasti adalah peningkatan partisipasi pegawai. Terus yang kedua itu adalah kita meminta supaya pegawai itu tidak dalam tanda kutip dipaksa. Jadi mereka dengan suka rela menyatakan salah satu cara cinta kepada institusi adalah dengan memasarkan. memasarkan kayak orang jualan kita biasa bikin produk tapi pemasarannya kita seringkali lupa, nah ini kita sampaikan bahwa ini adalah cara untuk memasarkan institusi kita apalagi zaman sekarang Kemenkeu kan

termasuk salah satu instansi yang sering di bully netizen ya. Nah dengan EA ini ya Kemenkeu tugasnya itu macam-macam dan yang isu biaya cukai itu pun juga sebenarnya cuma salah sedikit dari sekian isu Kemenkeu yang sangat luas. karena memang peningkatan literasi ini sangat penting di tengah era media sosial yang sangat masif.

R: Baik pak lanjut untuk pertanyaan berikutnya apakah ada bentuk formal case yang dilakukan dari Kemenkeu pak sebelum memang menetapkan program ini?

B: kita secara rutin diskusi ya dengan unit-unit Eselon I terkait dengan progres EA jadi disitu kan terdapat topik seperti apa itu kita diskusikan dengan para peserta ketika kita pelatihan juga kita diskusikan termasuk kalau saat ini adalah bagaimana kita menyusun penghargaan atau reward untuk pegawai yang aktif mengamplifikasi konten EA jadi bukan semata-mata dari segi finansial ya hadiahnya tapi mungkin nanti kita lagi formatkan apakah mendapatkan piagam, ikut pelatihan, kita dapat merchandise yang masih sesuai dengan budget. Sebenarnya bukan masalah uangnya, tapi bagaimana kita menghargai terhadap apa yang sudah dilakukan oleh pegawai Kemenkeu. Jadi ini terus kita konsolidasikan, kita perbaiki supaya program ini lebih impactful ke masyarakat.

R: baik Pak langsung ke pertanyaan berikutnya melalui tadi kan dari Pak Budi bilang ada diskusi bersama unit-unit lainnya untuk hasil diskusinya itu Pak terkait program ini itu seperti apa sih Pak setelah ditetapkan?

B: yang mudah contohnya tadi yang saya sampaikan misalnya untuk laporan yang tadinya dianggap Rumit dan lama, ini kita sudah permudah. Yang kedua, bagaimana meningkatkan partisipasi pegawai. Kita selalu mengingatkan ke unit-unit, kita laporkan itu setiap dua minggu, tingkat partisipasi tiap unit. Sekian bahkan kita akan proses tiap unit itu untuk mengecek di unit masing-masing itu sudah berapa persen tingkat partisipasinya. Mereka kemudian menyebarkan lagi ke unit-unitnya sampai ke unit terkecil. Karena itu dilaporkan kepemimpinan juga, otomatis nanti kalau saya masih paling rendah. Atau saya di bawah target itu. Mereka pasti akan mendorong teman-teman masing-masing untuk berpartisipasi. Jadi kita pakai sistemnya berjenjang. Kita tidak lupa mengingatkan semuanya. ke unit-unit sampai unit terkecil.

R: Oke, untuk pertanyaan berikutnya Pak, bagaimana respon karyawan terkait penerapan program ini?

B: Ini kan yang pasti, kami kalau misalnya sedang ke daerah ya, kami juga menyelipkan materi EA ini ke teman-teman pegawai Kemenkeu yang di daerah. Saya beberapa kali bertanya, ketika kita ada sosialisasi di Surabaya, kemudian Bali, itu yang pasti memang untuk hal-hal seperti ini, itu kan memang kita untuk sebuah habituasi ya habituasi itu dalam tanda kutip harus dipaksa termasuk ini apalagi banyak masukan ketika ditanya tentang EA itu, masa media sosial pribadi dipakai untuk sosialisasi tentang kantor Mereka kan gak mau dalam tanda kutip dikotori media sosial saya yang biasa ngomongin tentang Mungkin orang suka sepedaan tiap hari posting sepedaan, yang hobi masak kita kan punya kecenderungan masing-masing di media sosial, apa hal yang menjadi hobi kita kan masuk di situ ya kan. Tiba-tiba masuk story feed APBN yang berat gitu kan. Itu makanya ini tantangan-tantangan kita untuk ya terus bisa memasukkan konten-konten APBN yang

mungkin bagi pegawai itu. ah udahlah saya udah sehari-hari ngomongin APBN saya nggak mau di media sosial saya ngomongin APBN tapi ketika institusi Kemenkeu sedang ada masalah atau hal-hal yang ingin di konfirmasi otomatis masyarakatkan nanyanya ke kita sebagai pegawai Kemenkeu. Jadi, kita harapkan mereka juga membaca, mengetahui apa yang saat ini sedang ada di Kemenkeu secara umum, meskipun Itu bukan isu kita sehari-hari. Misalnya kalau saya di beacukai kan saya nggak ngurusin pajak. Tapi mau nggak mau paling nggak kulit-kulitnya kita tahu. Itu impact-nya seperti itu.

R: Baik Pak. Pertanyaan berikutnya mungkin tadi sudah menjelaskan sedikit ya. Ini terkait pro dan kontra, tapi tadi kontranya sebenarnya sudah dijelaskan Pak, bahwa memang dari para pegawai itu menganggap bahwa ini seperti eksploitasi media sosial pribadi ya Pak. Kalau dari sisi pronya gimana Pak?

B: Jadi pronya ya, mereka karena dalam tanda kutip dipaksa, karena menjadi sebuah IKU, mau nggak mau kan mereka baca. Saat ini nih misalnya capaian pajak, kan tiap bulan kadang ada presscon APBN kita yang menyampaikan capaian APBN. Mau gak mau mereka yang biasanya ya cuman muncul feed gak pernah dibaca. Dan kami dari Biro KLI juga membuat kontennya sekarang yang lebih kekinian misalnya waktu zaman gadis kretek ya kita pakai tema-tema gadis kretek, yang waktu kemarin sepak bola Indonesia U23 lagi menang malamnya besoknya konversa PPN kita, kita pakai tema-tema timnas. Jadi dibuat yang lebih kekinian supaya orang mau baca dulu, tertarik dulu dengan visualnya, setelah itu baru mereka baca kontennya.

R: Ini untuk pertanyaan terakhir dari indikator pertama ya Pak. Bagaimana cara dari Kemenkeu ini untuk mendorong karyawan dalam melakukan EA ini Pak?

B: Pertama, memang kita nggak bisa secara langsung ke semua pegawai, yang secara rutin ya, jadi kita dorongnya kita punya PIC tiap unit Eselon I mas, unit-unit itu yang kita dorong untuk secara kreatif bagaimana meningkatkan partisipasi dari pegawai di unit masing-masing, kalau kami kan membandingkannya partisipasi dari tiap unit-unit Eselon I, nah itu tiap unit Eselon I nanti bandingnya tiap unit Eselon II, dan sampai yang terkecil, jadi kita metode pemasarannya bertahap. Itu yang pertama. Yang kedua, untuk pegawai Kemenkeu secara umum, kami melakukan peningkatan kapasitas yang dilakukan secara hybrid. Jadi semua pegawai tahu bagaimana sih bikin konten yang kekinian. Jadi mereka bisa ikut di situ. Kita kasih doorprize dan lain-lain gitu. Baik. Jadi dengan cara yang menarik dan kekinian gitu aja sih Mas. Dan terakhir itu yang masih kita konsepkan untuk penghargaan ke pegawai.

R: Baik Pak kita lanjut ke indikator kedua, itu mengenai menetapkan tujuan dan sasaran. Nah untuk tahapan ini, itu berkaitan dengan untuk menghasilkan pengukuran bagi Kemenkeu dalam menyusun EA. Baik, untuk pertanyaan pertamanya, Pak. Di tahun 2022 kemarin, bagaimana Pak, awal penerapan yang terjadi di dalam Kemenkeu ini?

B: Kalau itu nanti Pak Nico yang bisa jawab, karena saya sedang tidak di Biro KLI, nanti bisa dengan Pak Nico.

R: Bapak baru bergabung kembali ya Pak, di Biro KLI ya?

B: Iya benar, biar nggak salah jawabannya.

R: Baik, untuk pertanyaan kedua. Mungkin Bapak jawabnya pada saat yang Bapak masuk ya Pak. Apakah memang penerapan EA ini sudah terjadi secara menyeluruh atau mungkin belum Pak?

B: Sudah, sudah secara menyeluruh. Bahkan sekarang kita sedang ke tahap public advocacy. tidak hanya oleh pegawai, tapi publik secara organik ikut menyuarakan, ikut mengamplifikasi kebijakan Kemenkeu, tapi sedang kita susun. Jadi bukan hanya EA, tapi public advocacy.

R: Pertanyaan berikutnya Pak, media apa sih Pak yang memang sebenarnya paling banyak digunakan oleh karyawan Kemenkeu dalam melakukan EA atau memang ada media khusus yang dipilih oleh Kemenkeu?

B: Ini kita ada beberapa pilihan ya, yang pasti media-media yang saat ini banyak digunakan itu kita ada pilihannya baik itu Instagram, Twitter, LinkedIn, bahkan atas masukan pegawai untuk WhatsApp juga sudah kita akomodir, baik itu WA Status maupun di WA Group. Jadi kita sangat terbuka media sosial yang banyak digunakan, termasuk Facebook ya, itu masih kita akomodir juga dan dari hasil pelaporan paling banyak memang di Instagram. Termasuk TikTok juga.

R: Kemudian Pak, kalau untuk media yang paling banyak digunakan dan yang paling efektif dari yang pemantauan Bapak untuk penyampaian amplifikasi pesan edukasi itu ada di mana Pak?

B: Ya, sebenarnya kalau paling efektif... itu kan kita lihat saat ini masyarakat di Indonesia paling banyak membaca melalui platform apa dan sesuai tadi kan karena Mas dari awal sudah menyampaikan terkait hasil survei Hotsuite ya di situ kan kita lihat masyarakat Indonesia paling banyak kan menggunakan Instagram ya saat ini ya di range umur tertentu di umur yang masih cukup muda, Instagram paling banyak digunakan. Dan ini sesuai dengan komposisi jumlah persentase pegawai Kemenkeu dari 77 ribu pegawai. Itu 60%, itu mereka generasi milenial dan generasi Z. Jadi platform yang paling banyak digunakan itu Instagram. Tapi statistiknya nanti dengan Pak Nico ya.

R: Baik Pak. Oke, pertanyaan berikutnya Pak. Setelah melaksanakan EA ini Pak, dimulai dari tahun 2022 sampai dengan sekarang ini, manfaat apa sih Pak yang diperoleh secara nyata dari Kemenkeu Pak?

B: Ya, yang pasti meskipun ini kita belum riset secara langsung ya. Kami yakin bahwa interaksi masyarakat dengan inklusi kementerian itu lebih meningkat. Karena memang cara yang paling efektif kita untuk menyampaikan informasi di tengah gempuran dunia. gempuran arus informasi yang sangat masif ini adalah melalui orang-orang yang bisa dipercaya kita. Kita tahu misalnya kalau di majalah, di bagian awal ada iklan, di Di aplikasi-aplikasi kita masuk iklan, misalnya mas, pakai CapCut di awal iklan, males baca kan? Tapi kalau story, misalnya story atau feed teman-teman, itu kan kita justru yang buka. Ini teman-teman saya lagi ngapain, lagi pasang status apa. Dari kita sendiri yang pengen buka termasuk ketika muncul nanti story teman-teman yang dari Kemenkeu yang posting unggah terkait konten APBN kita atau itu yang merupakan aktivasi dari EA. Jadi kita harapkan literasi

masyarakat terkait keuangan negara ini bisa meningkat. Ini kita juga sebenarnya memakai cara word of mouth tapi melalui media sosial.

R: Oke. Baik, Pak. Ini pertanyaan terakhir pada indikator kedua. Seberapa besar sih Pak, pengaruh dari EA ini dalam penyampaian amplifikasi pesan edukasi?

B: Iya. Kita tahu bahwa Kemenkeu ini kan sebuah institusi yang sangat besar. Jadi kita tidak bisa lagi menggunakan pola-pola konvensional untuk menyampaikan informasi di tengah arus informasi yang sangat masif sekarang. Justru yang lebih konvensional lagi itu zaman dulu yang word of mouth, yang ada personifikasi orangnya. Itu saat ini kembali lagi. Lebih bisa dipercaya daripada kita pakai institusi resmi yang langsung menyampaikan. Karena ada kedekatan pribadi ya. Ada kedekatan pribadi ketika ada apa-apa kita lebih enak nanya. ke teman kita daripada misalnya kita harus call center Kemenkeu. Sehingga ini salah satu pendekatan karena ada personifikasi sosok-sosok pegawai Kemenkeu. Bukan one to all lagi, bukan di platform Kemenkeu ke semua pegawai, tapi one on one dari pegawai-pegawai ke teman-temannya dan ini saya pikir menjadi sebuah pendekatan yang bagus mengingat kemarin ketika isu beacukai itu ketika di counter oleh Pak Yustinus Prastowo sebagai Stafsus Kemenkeu itu malah di media online dan media cetak dibanding misalnya mengkonter adalah dari tim beacukai jadi pendekatan personifikasi ini ternyata impactful.

R: Oke, baik Pak kita lanjut untuk ke indikator terakhir dari tahapan EA yang saya gunakan itu terkait melakukan penerapan secara menyeluruh. Nah, indicator ini adalah untuk melihat bagaimana konsistensi dari Kemenkeu dalam melakukan program EA

B: Peningkatannya dilakukan yang pertama. Itu yang pasti dari peningkatan target, target partisipasi yang masuk dalam IKU. Untuk mencapai itu kan kita juga ada peningkatan kapasitas dari pegawai sendiri melalui berbagai pelatihan dan juga kita secara rutin setiap bulan menyampaikan statistik perkembangan partisipasi. Dan terus dilakukan perbaikan seperti tadi yang saya sampaikan terkait bagaimana memberikan reward. Bagaimana pegawai lebih mampu untuk berpartisipasi dalam EA dan hal-hal lain yang ketika ke daerah kami juga menanyakan langsung kepada pegawai terkait perbaikan EA ini dan di menu pelaporan itu juga ada, kalau ada saran perbaikan silahkan disampaikan langsung ke situ.

R: Oke, untuk pertanyaan berikutnya. bagaimana sih Pak dan seperti apa dukungan yang diberikan dari Kemenkeu ini kepada para pegawai dalam melaksanakan EA mulai dari fasilitasnya seperti apa mungkin kemudian pelatihan tadi sudah diinfokan dari Pak Budi kemudian dari segi kontennya apakah kontennya juga itu disediakan dari Kemenkeu atau memang ada kebebasan kepada pegawai untuk melakukan kreasi dan juga terakhir apakah memang akan ada ruang diskusi bagi para pegawai setelah melaksanakan EA ini Pak?

B: Ya, baik. Jadi untuk pelaporan dan semua konten itu kita pakai platform Kemenku 1 ya, itu yang web-based yang dikembangkan oleh Pusintek yang mengembangkan IT di Kemenkeu. Semua pegawai pakai di situ. Itu aplikasi yang kita gunakan untuk bekerja ya, baik menyusun persuratan, absen, segala macam itu ada di situ. Jadi sangat powerful kita pakai itu, termasuk untuk melaporkan EA ada disitu jadi secara sistem sudah kita permudah kontennya sudah disediakan semua

ada sisi itu begitu yang mau komen like share maupun konten mandiri mereka di diberikan ruang kebebasan untuk mengamplifikasi konten EA gitu.

R: Baik ke pertanyaan berikutnya, Pak. Apakah terdapat kerjasama eksternal yang dilakukan oleh Kemenkeu dalam program EA ini, Pak?

B: Untuk saat ini, belum ya. Untuk yang sifatnya memang secara government to government atau government to business, itu nggak ada. Karena itu saat ini kita lakukan secara... organik untuk pegawai. Meskipun kerjasama yang ada itu masih dari kementerian lain mereka benchmark apa yang sudah kita lakukan untuk di amplifikasi, di kopas di institusi lain pengembangan EA ini.

R: Oke. Baik, Pak. Ini mungkin untuk saya menanyakan kembali aja ya, Pak. Kalau untuk tingkat pelaksanaan EA di Kemenkeu itu sudah terlaksana sepenuhnya ya, Pak? Di seluruh bagian dari Kemenkeu ya, Pak?

B: Ya, semua unit sudah dan secara statistik meningkat partisipasinya. Nanti Pak Nico bisa cerita dulu seperti apa targetnya kita berapa bahkan misalnya untuk yang perbulan 1, 2024 ini kita targetnya masih 12% di akhir nanti 16% ini sudah partisipasinya sampai 46%

R: Oke. Baik Pak, Jadi, tentunya dari banyaknya strategi komunikasi yang dikeluarkan dari Kemenkeu, termasuk EA ini, apakah di sini menunjukkan bahwa EA itu memerlukan anggaran yang lebih besar dibandingkan strategi komunikasi yang lainnya, atau mungkin sebaliknya?

B: Justru ini anggarannya minimal ya. Karena kan kita tidak pakai influencer atau buzzer sama sekali. Dan platform yang kita gunakan juga platform yang ada di Kemenkeu sudah tidak berbayar lagi. Kontennya juga sudah ada. Jadi kita tidak menambah biaya. Jadi ini dari segi biaya itu cukup minim. Paling kita penyediaan narasumber untuk peningkatan kapasitas pegawai, pemerintah terus koordinasi ke daerah pun itu nempel kegiatan yang ada jadi tidak menyusun program khusus EA saya pikir ini dengan anggaran yang cukup minimal tapi output dan outcome nya bisa sangat maksimal.

R: Baik Pak pertanyaan berikutnya dari pemantauan Bapak selama pelaksanaan EA yang Bapak awasi bagaimana sih Pak tingkat keamanan dari publikasi yang dilakukan oleh para pegawai di Kemenkeu ini Pak?

B: Jadi memang saat ini karena di media sosial ini kan memang seperti yang di awal Proaktif maupun reaktif. Untuk EA ini kita masuk dalam isu proaktif atau tidak meminta pegawai untuk merespon isu-isu yang sifatnya negatif. Kita khusus isu-isu yang tonenya positif. Karena memang sudah punya perlindungan ketika nanti dia diserang secara personal dan lain-lain itu kan kita sudah harus siap ya dan ini kita belum melangkah ke arah seperti itu sehingga kita masih isu proaktif pun masih sangat banyak yang perlu untuk disampaikan kepada masyarakat jadi kita ingin melindungi pegawai mereka Supaya tetap nyaman.

R: Oke baik Pak pertanyaan berikutnya dari Dari pelaksanaan yang memang sudah dilakukan oleh Kemenkeu ini, apakah ada ditemukan permasalahan dari pelaksanaannya?

B: Nanti Pak Nico yang akan lebih banyak menjelaskan ini ya. Yang pasti tantangannya itu ada unit-unit yang disuruh substansi, itu banyak kita dorong untuk melakukan EA, tapi unit itu tingkat partisipasinya malah rendah gitu. Ya ini challenging gitu untuk mengingatkan, banyak kita minta pegawai untuk memberi, tapi uniknya malah partisipasi itu salah satu tantangannya itu.

R: Oke baik Pak, lanjut ke pertanyaan berikutnya, dari pelaksanaan EA ini, apakah ada yang namanya ruang diskusi publik, yang entah itu antara sesama pegawai Kemenkeu di dalam Kemenkeu sendiri, atau mungkin apakah juga dari Kemenkeu kepada publik, sebagai orang yang menerima pesan amplifikasi publik ini Pak?

B: Oh iya, ketika kami sedang di daerah biasanya kami merespon isu EA nih untuk minta masukan dari pegawai-pegawai yang di daerah yang selama ini kan kami nggak langsung ketemu ya sama orang-orangnya. Kalau dengan PIC di unit masing-masing ini kan biasanya kami ketemu langsung, ada forum rapat sebulan sekali terkait komunikasi, tapi kalau dengan pegawai yang di daerah, biasanya ketika kami ke daerah kami tanyakan itu.

R: Oke baik Pak. Untuk pertanyaan terakhir dari indikator ketiga, bagaimana sih Pak alur pemantauan yang dilakukan dari Kemenkeu terkait EA?

B: Iya. Ini kami seperti yang saya sampaikan tadi, kami koordinasinya ke para PIC unit kehumasan di unit Eselon I Kemenkeu. Jadi kami selalu memantau ke unit-unit tersebut secara bertahap. Nanti dari unit itu yang menyampaikan ke unit lebih kecil lagi. Karena ini kita laporkan secara rutin ke semua unit dan ditembuskan kepemimpinan. Jadi kita harapkan partisipasinya bisa terus meningkat.

R: Mungkin sebagai penutup dari wawancara Pak, saya ingin meminta tips masukan serta saran dari Bapak terkait apa sih yang bisa dilakukan oleh kelompok atau organisasi untuk dapat merencanakan EA dengan baik dan benar.

B: Pertama memang untuk EA ini adalah sebuah program yang baru dilakukan oleh Kemenkeu bahkan mungkin di lembaga atau instansi lain ini banyak juga yang baru dan mereka excited untuk melakukan program ini. Yang pasti yang pertama itu adalah diberikan pemahaman kepada pegawai bahwa Ini bukan sebuah upaya untuk mengintervensi kepada pegawai terkait dengan konten media sosial mereka, tapi kita adalah bagian dari organisasi yang baik buruknya organisasi itu juga sedikit banyak dipengaruhi oleh pegawai kita. Sehingga ketika organisasi kita sedang baik-baik saja hal yang baik itu juga perlu diperlukan masyarakat melalui pegawai jadi kita buat seorganisasi mungkin EA jangan buat pegawai kaget dan juga disampaikan dari awal terkait kelebihan-kelebihan dari program ini supaya untuk memberikan pemahaman yang baik dari sisi pegawai dan dari sisi pengelolaan juga harus dimatangkan dari pengelolaannya dari bagaimana memberikan penghargaannya bagaimana konten tersebut bisa cukup mudah dinikmati oleh pegawai maupun PRnya dan juga tidak kalah penting adalah bagaimana terus mengingatkan dengan cara yang baik kepada para PIC dan yang nanti akan berimbas ke pegawai.

R: Oke. Baik. Mungkin itu saja Pak untuk sesi wawancara kita pada kesempatan kali ini. Sebelumnya saya mengucapkan terima kasih banyak Pak atas partisipasi Bapak dalam penyelesaian tugas akhir saya Pak. Terima kasih banyak Pak Budi.

Lampiran 9. Transkrip Waawancara Informan 2

TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN 2 (NICO ADITIA)

Keterangan:

R: Rhesevsky Cahaya Ramadhani (Peneliti)

N: Nico Aditia (Informan 2)

R: Oke. Baik. Sebelumnya, terima kasih kesempatannya, Pak Nico, untuk dapat menghadiri sesi wawancara pada hari ini. Baik kita langsung masuk saja pada sesi tanya jawab pada kesempatan kali ini sebelumnya Pak mungkin saya persilahkan kepada Bapak untuk memperkenalkan diri terlebih dahulu Pak terima kasih.

N: Baik, selamat pagi Mas Dani ya. Terima kasih, perkenalkan nama saya Nico Aditla. Saya Kasubag Riset dan Audit di bagian MSK, Biro KLI, Sekretariat Jenderal Kementerian Keuangan. Nah tugas dan fungsi saya di Biro KLI adalah untuk melaksanakan research serta melakukan audit komunikasi. Nah research dan audit komunikasi ini merupakan bagian yang penting dari siklus komunikasi di tempat kami. Yang komunikasi di Kemenkeu diawali dari riset komunikasi. Jadi kami melakukan riset untuk mencari berbagai macam alternatif solusi terbaik komunikasi yang mungkin seiring dengan perkembangan media sosial yang perubahannya sangat cepat sekali dan komunikasi publik mungkin berbeda dengan 10 tahun yang lalu ketika waktu itu media sosial belum berkembang banyak dan sekarang sudah bahkan merubah habituasi dari masyarakat dalam mengkonsumsi informasi Sehingga tugas kami cukup signifikan menentukan dan mencari tahu adanya perubahan-perubahan. Kami melakukan deteksi sedini mungkin sehingga komunikasi publiknya Kemenkeu tetap relevan seiring dengan perkembangan zaman. Selain itu, kami juga melakukan audit komunikasi untuk menentukan apakah implementasi maupun perencanaan komunikasi Biro KLI maupun unit-unit kehumasan di Kemenkeu sudah sesuai dengan guidelines yang sebelumnya ditentukan. Karena sebelumnya kami sudah mempunyai guidelines berupa pedoman komunikasi di lingkungan Kemenkeu. Walaupun di sana, di dalam panduan tersebut masih terdapat ruang yang sangat luas untuk melakukan penyusunan pembuatan konten atau melaksanakan komunikasi publik yang ruang kreativitas masih tetap dibuka namun yang menjadi panduan dari kami adalah bagaimana komunikasi dengan segala macam bentuk kreativitas itu tetap efektif dilakukan karena sumber daya komunikasi yang kami miliki baik dari sisi keuangan sisi personil maupun isu yang sangat banyak itu juga merupakan limitasi bagi kami sehingga komunikasinya harus efektif dan tentu tujuan utama komunikasi kan adalah mendukung pelaksanaan implementasi dari kebijakan Kemenkeu yang paling penting adalah kebijakan dari apa yang dihasilkan oleh kemenkeu bisa disupport secara efektif oleh fungsi komunikasi terutama fungsi komunikasi publik Di sini. Biro KLI, bagian riset dan audit memiliki tugas yang paling utama adalah mengawal implementasi dari ekosistem kehumasan Kemenkeu. Ekosistem di sini banyak aspek yang kita lihat. baik dari sisi bagaimana kita melakukan komunikasi publik, kemudian bagaimana kita merespon sebuah isu, maupun pelaksanaan EA. EA ini merupakan hal yang baru. di Kemenkeu baru 3 tahun yang lalu ya 2021 kami

ditugaskan dan secara statistik jumlahnya cukup signifikan dan sepertinya mungkin sesuai dengan harapan walaupun dalam pelaksanaannya tentu banyak up and down yang tentunya kami harus kawal dan yang paling penting adalah bagaimana program ini pertama low cost yang kedua efektif karena berdasarkan hasil riset yang kami lakukan ternyata stakeholder maupun publik yang selama ini tidak terjangkau oleh kanal-kanalnya Kemenkeu, somehow dengan EA ini ternyata mereka dapat informasi bahkan lebih cepat. Dan ini merupakan temuan yang sangat menarik karena katanya di jaman... media sosial ini informasi mudah didapatkan gitu kan tapi nyatanya informasi mengenai Kemenkeu sulit untuk didapatkan. Nah ini tentu juga sama halnya dengan entitas lain ya atau organisasi lain yang beranggapan media sosial sekali posting semua orang bakal tau ternyata gak juga Nah ini merupakan satu hal yang penting sekali, apalagi sekarang ini media mainstream lainnya seperti media cetak, radio, televisi, daya jangkauannya makin menurun. kirasnya, oplahnya makin menurun, kemudian efektivitas dalam retensi informasinya juga tidak sebagus dahulu ya. Orang cenderung menggunakan media mainstream yang pertama karena golongan tertentu, usia tertentu, sudah terbiasa dengan penggunaan media tersebut. Kemudian yang kedua, Sekarang ini penggunaannya karena untuk melengkapi saja. Karena kebiasaan. Dan yang ketiga memang mereka tidak memiliki akses terhadap media sosial. Yang dimana media sosial ini kan walaupun free, tapi pada gilirannya dia punya satu obstacle berupa paket data. Nah, mungkin untuk kalangan-kalangan yang tertentu, yang paket data merupakan hambatan, itu juga tidak bisa dijangkau secara mudah melalui media sosial, sehingga penggunaan media mainstream masih relevan untuk digunakan. Nah, ini yang kami coba lakukan di Kemenkeu, dan mungkin ini gambaran dari pekerjaan saya di Biro KLI Kemenkeu.

R: Baik Pak, kita langsung masuk ke pertanyaan terkait tahapan perencanaan yang EA yang saya gunakan itu melalui referensi Hotsuite ya Pak. Baik, untuk tahapan pertamanya itu terkait dengan melakukan perencanaan dan memperoleh dukungan. Baik, Pak, untuk pertanyaan pertama, sebenarnya bagaimana proses penyusunan riset yang dilakukan oleh Kemenkeu dalam menyusun EA ini, Pak?

N: Oke, baik. Jadi dulu ada sebuah permasalahan di Kemenkeu di media sosial yang pada waktu itu ada disinformasi yang mention pimpinan kami dan tentu yang namanya disinformasi salah gitu ya, cuman respon dari masyarakat nampaknya agak tidak mudah nih untuk diluruskan karena walaupun sudah disampaikan klarifikasi tetap saja ada masyarakat baru yang mungkin gak baca kali ya klarifikasinya atau terkena disinformasi di akun lain atau di konten lain sehingga masih terus muncul. nah sehingga kami dihadapkan oleh sebuah permasalahan yang harus dicarikan jalan keluarnya dan kebetulan sebenarnya permasalahan itu bukan ditujukan ke sebagian riset dan audit, tapi ke tempat lain di pengelolaan isu yang mereka memang harus menjawab permasalahan itu nah Kemudian karena permasalahannya tidak kunjung bisa terselesaikan dan dari pimpinan menginginkan ada respon yang lebih terukur lagi bagaimana cara untuk mengontrol disinformasi tersebut, maka kami ditugaskan oleh kepala bagian untuk membantu. Ketika ditugaskan untuk membantu, pendekatan yang kami lakukan adalah pendekatan riset. Pendekatan riset, kami cari apa berbagai macam alternatif solusi yang dapat digunakan untuk menjawab hal tersebut. Dari pengkajian awal, kami menemukan ada tiga solusi yang bisa digunakan. Yang pertama adalah employee engagement

(EE). EE ini berarti meminta pegawai untuk menjelaskan kepada publik melalui kanalnya masing-masing mengenai informasi yang tidak tepat tersebut. Tapi EE di sini menargetkan pegawai dengan institusi itu engagementnya sangat tinggi. Yang kedua, menggunakan influencer. Influencer dan tipe-tipe lainnya. Namun demikian, kendalanya adalah yang pertama, influencer ini kan mahal ya. Untuk yang tipenya makro, kalau yang mikro mungkin terjangkau. Cuma yang mikro kan dampaknya juga nggak langsung kelihatan. kemudian yang kedua, isunya bukan cuma satu di Kemenkeu. Banyak yang harus dijelaskan. Sehingga... nampaknya alternatifnya agak berat gitu ya. Nah, ada satu lagi, kami baru juga menemukan pada saat kami melakukan kajian, namanya EA. Nah, EA ini sebenarnya bukan hal yang baru, karena sebenarnya sudah dijalankan oleh perusahaan-perusahaan di dunia, bahkan di Indonesia juga menjalankan. Contohnya, Unicorn ya Mereka menggunakan Tapi memang tujuannya bukan untuk menyebarkan informasi, tapi untuk mencari talent-talent terbaik, pegawai yang kualitasnya bagus, dan metain pegawai mereka yang bagus-bagus supaya nggak pindah kantor. Tujuan keduanya adalah meningkatkan sales. Nah kami melihat disitu ada potensi yang kemudian kami lanjutkan lagi dengan research experiment. Research experiment pada waktu itu kami menguji apakah sebuah informasi ketika disampaikan oleh influencer dibandingkan dengan pegawai biasa itu efektif, sama-sama efektif atau lebih efektif yang artis. Sama. Kemudian yang kedua, Apakah kualitas informasi juga mempengaruhi efektivitas penyampaian pesan? Nah, kami melakukan eksperimen uji beda dan hasilnya adalah... Ternyata tidak ada perbedaan yang signifikan antara pesan disampaikan oleh influencer dengan pesan yang disampaikan oleh pegawai biasa. Kemudian yang kedua, ada perbedaan yang signifikan antara informasi yang berkualitas dengan informasi yang tidak berkualitas. Nah, kami uji silang kan, hasilnya adalah, ketika pegawai menyampaikan informasi yang berkualitas kepada masyarakat, maka penerimaan pesannya sama seperti informasi berkualitas yang disampaikan oleh influencer kepada publik. Nah, cuman kan di sini yang kami temukan adalah, oh berarti kalau kayak gitu kita bisa melakukan penghematan dong. Kalau misalkan pegawai ternyata sama efektifnya dengan influencer. Walaupun mungkin di dalam kenyataannya ada perbedaan. Perbedaannya dari jumlah follower. Si influencer followernya banyak, pegawai followernya mungkin nggak terlalu banyak. Cuma di sini kami menemukan adanya sebuah potensi yang mungkin bisa dimanfaatkan. Nah kemudian dari dua hasil riset tersebut kami juga melakukan FGD ya. FGD salah satunya kami mengundang dari Kominfo yang melakukan penelitian juga. Ternyata hasilnya, hasil riset yang dia lakukan juga mendukung hipotesis kami. Kalau misalkan sebuah informasi kalau disampaikan secara terus-menerus kepada masyarakat, lama-kelamaan juga akan diterima secara efektif. Kemudian setelah kita rangkum penelitian tersebut, kami melakukan piloting, uji coba. Nah uji cobanya ini kepada pegawai-pegawai Kemenkeu yang memang secara jumlah followernya besar gitu ya. Kita cobalah piloting di sana EA. Kita supply dengan informasi yang berkualitas dan pegawai tersebut diminta untuk mempublikasikan melalui kanal media sosialnya masing-masing. Nah yang kami temukan adalah Itu di tahun 2021 akhir yang kami temukan adalah ternyata efektif untuk menyebarluaskan informasi. Nah, namun yang kurang adalah konsistensi. Konsistensi. Karena gini, hambatan utamanya adalah mereka bikin konten kan punya nichenya masing-masing. Nah, sementara kontennya Kemenkeu bervariasi dan banyak. Mereka hanya mau mengunggah konten yang sesuai dengan nichenya.

Sementara kalau nggak sesuai dengan nichenya, nggak sesuai dengan followernya, nggak mau. Nah, ini tantangannya. Sehingga kalau misalkan kita mau secara konsisten menyampaikan informasi Kemenkeu, harus dicarikan cara. Nah, ini adalah cikal bakal dari EA yang pada saat itu kami simpulkan tidak bisa kalau hanya mengandalkan EE. Kalau kebutuhan organisasi lagi tinggi, sementara si pegawainya lagi nggak mau, maka ya tidak efektif, tidak ada komunikasi yang tercipta di sana. Sehingga kami mencari cara lain. Gimana caranya? Akhirnya di tahun 2022 kita gulirkan secara resmi yang namanya EA. Nah, EA ini kami... kami tautkan dengan strategi komunikasinya Kemenkeu sehingga EA ini bukan karena sebuah atau ide dari seseorang yang harus dijalankan oleh banyak orang gitu ya tapi ini adalah amanat strategi komunikasinya Kemenkeu agar kebijakan Kemenkeu ini dapat tersebarluaskan kepada publik. Nah, kita linkan dalam perencanaan EA-nya juga. EA ini tidak akan diaktivasi kalau tidak ada strategi komunikasinya. Yang di sana, di dalam strategi komunikasi Kemenkeu, itu merupakan sebuah bagian dari siklus besar komunikasi publiknya Kemenkeu. Kalau misalkan strategi komunikasinya mencaratkan atau mewajibkan adanya bentuk komunikasi berupa EA maka kami selaku pengelola EA akan mengaktifkan. Mengaktifkan maksudnya oh perintahnya dari strategi ada kami akan berkoordinasi dengan berbagai bagian untuk menyiapkan dan tentu dimediasi oleh teknologi ya. Kita ada, kita memiliki aplikasi yang dapat diakses, sehingga mereka tahu. Nah, ketika ada strategi, kita aktivasi, kita minta bahan publikasinya ke teman-teman publikasi, kemudian kita olah sedemikian rupa sehingga menjadi sebuah instruksi yang kemudian muncul dalam aplikasi meja kerja. Dan ketika ada muncul di sana, maka seluruh pegawai bisa tahu ada yang harus dilakukan terkait dengan EA. Kemudian teman-teman nanti di unit kehumasan akan bergerak ke masing-masing kantor untuk mengingatkan di Kanwil. Untuk melakukan aktivasi Ini loh ada strategi komunikasinya Kemenkeu Berupa EA yang kita di dalamnya bisa turut berpartisipasi untuk menyampaikan Nah setelah itu pegawai nanti akan melakukan aktivasi Ada tiga pilihan yang bisa mereka lakukan Mereka bisa sekedar memberikan like, komen maupun share konten-konten dari akun resminya Kemenkeu atau yang kedua, kami sudah menyiapkan materi bahan yang tinggal diposting saja di media sosialnya masing-masing. Dan yang ketiga, mereka juga bisa untuk membuat konten sendiri dengan narasi sendiri. Dan tentunya ada guidelines yang harus diikuti, panduan yang harus diikuti. Kemudian setelah mereka selesai melakukan implementasi, aktivasi, mereka melaporkan kepada kami. Melalui sistem yang sebelumnya digunakan untuk menyebar luas informasi. Nah, di situ kami dapat data-datanya sehingga kami bisa menilai apakah penyebaran informasinya ini sudah efektif atau belum. Nah dari situ implementasi EA selesai dilaksanakan dan kemudian kami laporkan kepada pimpinan maupun sebagai masukan bagi perencanaan komunikasi selanjutnya.

R: Dari situ, Pak, sebenarnya untuk menyusun program EA itu, data apa saja sih, Pak, yang menurut Bapak paling penting untuk dipersiapkan sebelum melakukan perencanaan programnya secara besar?

N: Data yang paling penting untuk diperoleh adalah yang pertama hasil risetnya. Apakah ini efektif atau tidak? Jangan sampai kita melaksanakan program tapi itu tidak efektif. Kemudian yang kedua, kami juga pernah melakukan audit komunikasi dan menemukan bahwa bentuk komunikasi misalkan seperti majalah, itu harus

diubah bentuknya. Karena secara cost sudah tidak efektif lagi. Nah Efektivitas Itulah yang kami cari Yang kami peroleh Harus kami dapatkan data-datanya Kemudian yang kedua tentu Data mengenai pegawai karena Biro KLI kan Tidak punya data pegawai. Sehingga kami harus cari data pegawai. Supaya kami bisa melihat, menganalisis. Pertama, untuk penyebaran informasinya ini seperti apa. Kemudian yang kedua, potensi untuk program ini dilaksanakan seperti apa. Kemudian data yang kami butuhkan lagi adalah hasil exercise seberapa cepat program ini bisa dilaksanakan. kemudian informasi yang dihasilkan, kualitasnya seperti apa. Nah ini yang kami lihat, yang kami perlukan data-datanya. Sehingga kami bisa menentukan ini visible apa enggak projectnya. Kayak gitu. Terus data yang kami perlukan lagi adalah... mengenai media sosialnya itu sendiri memungkinkan nggak kalau misalkan ada satu konten yang sama kemudian diposting di semua media sosial. Kemudian juga kami memerlukan data mengenai perilaku pegawai di media sosial untuk mengukur tingkat resiko dari program ini. Yang tentunya kami dapatkan itu dari kepatuhan internal. Nah dari sana kita gunakan untuk menentukan bagaimana program EA ini harus dilaksanakan. Kayak misalkan ini banyak-banyak masukan atau banyak aspirasi dari teman-teman pegawai. Topiknya jangan ditentukan dong Biar kami sendiri aja yang tentukan Biar bebas Atau misalkan Mas kalau misalkan Akunnya Kemenkeu diserang oleh komentar jahat boleh gak kami bales. Nah, dari data-data yang kami perlukan Kami akhirnya menyimpulkan Supaya Mitigasi risikonya Atau risikonya bisa kita tekan maka ada yang boleh, ada yang tidak boleh. Ini sekaligus menentukan bentuk dari apa yang boleh dilakukan di dalam EA. Bukan berarti pegawai yang membela di media sosial itu adalah bagian dari EA. Tidak. Kita batasi supaya risiko atas penggunaan media sosial ini bisa kita tekan. Nah, itu yang kami lakukan di Kemenkeu.

R: Baik Pak, lanjut ke pertanyaan berikutnya sejauh mana sih Pak, stakeholder itu terlibat dan juga apa sih manfaat dari peran stakeholder dalam EA?

N: Kalau saya sekarang berbicara menggunakan perspektif stakeholder kami sebagai bagian MSK. Stakeholder kami berarti bagian lain di luar bagian MSK, bagian MSK, pimpinan, serta unit kehumasan, pegawai, dan publik. Kalau misalkan kita mau pakai perspektif itu. Nah, bagi kami di MSK, peran stakeholder ini sangat penting sekali. Mereka sebagai enabler bahkan. Yang pertama, ini adalah program yang komprehensif, luas, memiliki resiko, dan berdampak. Sehingga kami membutuhkan support, dukungan. Karena di awal-awal penerapan, EA itu tidak mudah dan banyak penolakan. Kenapa banyak penolakan? Karena media sosial ini merupakan hal yang baru ya. hal yang baru. Kemudian timbul pertanyaan, apakah media sosial ini adalah haknya pegawai, ranah privat, atau sebenarnya dia juga bagian dari ranahnya organisasi. Nah, diskursus soal itu masih terus terjadi. Yang kemudian, Karena ada 1-2 kasus, akhirnya terjawab. Mau nggak mau, ketika kalian bekerja di unit atau organisasi tertentu, media sosial kalian berdampak terhadap keberlangsungan organisasi. Ini yang kami temukan di kajian kami. Nah sehingga diskursusnya akhirnya, ada simpulannya lah ya, media sosial, ada hubungannya juga, walaupun itu milik pribadi, tapi ada hubungannya dengan organisasi di mana kita bekerja. Kemudian juga ada diskursus mengenai risiko-risiko dalam penyelenggaraan atau melaksanakan EA karena risikonya mungkin sampai UU ITE kemudian risiko di doxing risiko yang mana gitu kan Sehingga bagi kami tentu

dukungan dari para pimpinan sangat penting sekali. Kalau berbicara soal berpartisipasi, ini kan kaitannya dengan bagaimana pegawai engage dengan Kemenkeu. Tentu dalam sebuah organisasi, perlu perjalanan yang panjang untuk membuat sebuah engagement antara organisasi dengan Kemenkeu, dengan pegawainya. Kalau misalkan dituntut untuk cepat, tentu kami membutuhkan perangkat, sistem, ekosistem gitu ya. Salah satunya adalah berupa Key Performance Indicator (KPI). Nah, kalau misalkan tidak ada support dari pimpinan agar EA bisa masuk dalam KPI, tentu program ini tidak bisa. Nah, KPI ini kalau di dalam, namanya balance scorecard. Itu di kasih ke semua unit sehingga kami memiliki ekosistem yang cukup kuat ketika masuk KPI itu yang kedua kemudian yang ketiga enabler selanjutnya adalah dari sisi teknologi tanpa ada bantuan dari pusat teknologi program ini juga tidak akan berjalan dengan baik, sebenarnya EA ini kan komunikasi eksternal yang didahului oleh komunikasi internal. Nah, kalau komunikasi internalnya belum tuntas, bagaimana bisa dilakukan komunikasi eksternal? Nah, bantuan teknologi ini yang membuat komunikasi internalnya jadi cepat. semua pegawai di detik yang sama ketika kami mempublish pedoman implementasi mereka bisa tahu mereka bisa langsung mengeksekusi jadi bantuan pusat teknologi juga sangat penting kemudian kami juga mendapatkan bantuan dari HR atau Biro SDM ini berupa data terkini mengenai Pegawai di Kemenkeu. Yang mana ternyata data pegawai itu tidak statis. Data pegawai itu dinamis. Ada yang pensiun, ada yang masuk, ada yang keluar, dan lain sebagainya. Dari data itu kami bisa mendapatkan informasi mengenai pegawai-pegawai. Posisinya, statusnya. Sehingga ketika kami masukkan ke dalam sistem aplikasi. Itu bisa terkoneksi gitu ya. Dan ini juga ada kaitannya dengan KPI. Karena teman-teman yang bekerja tentu akan memperhatikan KPI. Ketika datanya tidak tepat. Ada perpindahan pegawai misalkan. Nah ini akan mempengaruhi KPI. Nah sehingga bantuan data tersebut juga sangat kami perlukan. Dan yang tentunya yang paling penting juga adalah bantuan dari teman-teman unit kehumasan. Beserta kepatuhan internal. Kemudian stakeholder berikutnya adalah ya tentu penerima layanan maupun publik ya masyarakat secara umum ini peran mereka penting terutama bagi responden yang kami gunakan untuk mengevaluasi EA kita lihat yang pertama apakah program ini benar-benar sampai ke mereka. Kedua, pandangan mereka terhadap informasi yang dihasilkan. Kemudian yang ketiga, efektivitas dari pesan yang disampaikan. Nah, feedback dari mereka itu menjadi parameter bagi kami untuk mengevaluasi EA. Karena balik lagi kan, komunikasi walaupun sudah terjadi, tapi kalau nggak efektif, ngapain dilanjutkan? Sehingga ini akan kami pantau terus supaya program ini benar-benar efektif dilaksanakan. Nah, kayak gitu.

R: Baik pertanyaan berikutnya. Kemudian setelah EA ini ditetapkan, Pak, di tahun 2022 secara resmi, bagaimana tanggapan para pegawai?

N: Ya, tanggapan pegawai ketika baru pertama kali mendengar atau menjalankan EA, tentu ada yang melihat itu sebagai hal yang positif, ada juga yang sebaliknya, bahkan menolak. Dan bahkan sampai dengan saat ini ada juga yang masih menolak. Karena memang yang pertama, Antara benefit dengan risiko, mereka lebih melihat risiko. kemudian yang kedua mungkin perspektifnya beda dengan unit kehumasan kalau unit kehumasan kan melihat bahwa komunikasi publik itu penting tapi kalau misalkan unit non-kehumasan tidak melihat sebuah komunikasi publik itu penting sehingga tugas kami adalah walaupun di awal masih belum diterima kemudian juga

masih kami sering mendapatkan keluhan mengenai program ini tapi ketika kita jelaskan lebih lanjut dan mereka tahu manfaatnya secara big picture gitu ya dibandingkan dengan apa yang mereka hadapi ternyata manfaatnya besar akhirnya setelah tahun ketiga makin bagus ini kami lihat dari data-data pegawai yang berpartisipasi kalau pegawai yang contohnya kurang bisa menerima berarti di tahun awal-awal mereka tidak ikut tapi ikutnya di tahun 2024 misalkan gitu ya atau kalau misalkan mereka terpaksa untuk ikut kita lihat di awal-awal mungkin mereka ikut tapi habis itu gak ada lagi gitu ya nah kami menemukan ada teman-teman yang konsisten dari awal sampai dengan sekarang ikut berpartisipasi setelah kami melakukan juga penelitian kepada pegawai memang ada pegawai yang melihat bahwa program ini bagus dan bermanfaat dan mereka dengan suka rela ikut Tapi di satu sisi juga ada teman-teman pegawai yang menganggap program ini kurang fit dengan dirinya. Nah tentu dalam sebuah program apalagi ini adalah program yang besar ada dinamika di sana yang menurut pengamatan kami sebenarnya itu hal yang normal dan yang harus kami lakukan tentu adalah perbaikan secara kualitas.

R: Baik Pak tadi terkait dengan tanggapan para pegawai Pro kontra seperti apa sih Pak yang terjadi ketika memang ini sudah diberlakukan di Kemenkeu?

N: Pro kontranya adalah dari sisi unit kehumasan ya, kehumasan yang mendapatkan KPI, EA ini tidak mudah. Kontrolnya sangat sulit bagi mereka karena ini kan meminta pegawai untuk menggunakan media sosialnya menyebarluaskan informasi dari Kemenkeu. ada pegawai yang mau berpartisipasi ada juga kan yang merasa ini karena private bukan karena organisasi mereka gak mau nah itu kemudian yang kedua pro kontranya adalah topik yang diangkat ada yang sangat sensitif terhadap suatu topik Sehingga mereka tidak mau Tidak berani mengangkat, Ada yang yang gak apa-apa topiknya Apapun disampaikan. Kemudian yang ketiga Jenis Aktivasinya Ada yang Saya gak mau Nge-like, komen, share Maunya bikin konten sendiri ada yang mau disediakan kontennya kemudian ada yang sudah disediakan kontennya tapi tidak sesuai dengan branding dari akunnya gitu ya kemudian juga Pro kontra soal penggunaan akun Apakah harus menggunakan akun utama atau menggunakan akun Akun kedua. Boleh apa enggak gitu kan? Terus juga pro kontra soal pelaporan. Apakah kami harus melapor atukah kalau sudah melaksanakan ya sudah. Kami anggap sudah terlaksana. Nah itu detail dari pro kontranya. Tentu yang paling utama adalah pro kontranya ini program masuk ranah privat. Sementara ranah privat itu kan bukan ranahnya organisasi. Dan tentu ada satu lagi yang pro kontranya apakah informasi yang disampaikan itu boleh dimodifikasi atau tidak. Kalau yang lainnya secara frekuensi minim. Minim terjadi. Oh ya, sama satu lagi. Ketika mendapatkan respon yang tidak mengenakan, apa yang harus dilakukan? Nah itu yang prokontraknya ya, kalau dari perspektif kami sebagai pengelola tentu yang paling minim resikonya. Tapi dalam lapangan ternyata tidak mudah gitu ya, antara implementasi sama kita sebagai pemilik program.

R: Sebenarnya menarik tadi dari jawaban terakhir dari Bapak terkait dengan ketika mendapatkan respon yang negatif, bagaimana cara kita meresponnya. Kalau untuk itu, apakah sudah diindikasikan pada Kemenkeu? Apa solusi yang memang bisa diarahkan kepada para pegawai?

N: Iya, kalau terkait dengan hal itu, itu memang muncul sampai dengan saat ini. Contohnya gini, kadang-kadang responnya bukan dari netizen yang tidak kita kenal,

tapi dari orang yang kita kenal. Misalkan ada satu laporan yang masuk ke saya, dia memposting informasi yang kami siapkan, ke dalam whatsapp grup alumni waktu itu ada kebijakan dari Kemenkeu yang mungkin gak populer di dalam whatsapp grup itu dia dicacimaki gitu kemudian tanya kepada kami apa yang harus kami lakukan yang saya lakukan tentu EA ini kami tidak mengharapkan pegawai membela dalam arti meng-counter secara reaktif gitu ya. Sebuah masukan input dari masyarakat. Tugas mereka sebenarnya hanya menyampaikan informasi. Ketika sudah disampaikan informasi, apapun reaksinya tidak perlu untuk direspon. Karena itu adalah salah satu hambatan di dalam komunikasi publik. Informasinya tidak sampai. Kenapa tidak sampai? Karena sekarang ini... Kita harus bersaing dengan jutaan informasi lainnya. Kalau ada komentar yang terus menekan, arahkan ke media sosial resmi Kemenkeu atau melalui call center. Di situ kami akan menanggapi, melakukan komunikasi dua arah kepada masyarakat publik yang mungkin masih membutuhkan informasi soal kebijakan yang disebarluaskan. Itu yang kami lakukan, kami arahkan kepada teman-teman pegawai. Kami juga ingatkan kepada teman-teman pegawai bahwa ini adalah bagian dari strategi komunikasinya Kemenkeu. Sehingga informasi yang disampaikan adalah informasi yang tentunya sifatnya netral, sifatnya informatif, sifatnya edukatif. Jadi potensi dicacimaknya sebenarnya potensi respon negatifnya tentu tidak terlalu besar gitu jadi pendoman atau panduan bagaimana merespon itu sudah kami berikan dan tentu sebagai salah satu bagian dari peningkatan kualitas EA kami juga memberikan ini ya informasi mengenai kebijakan tersebut kepada pegawai Jadi pegawai bisa mengetahui secara detail informasi kebijakan yang dihasilkan Kemenkeu. Dan tentu ini akan meningkatkan pemahaman mereka. Yang sebenarnya sih juga ketika ada respon atau respon negatif ya mereka nggak perlu meng-counter sih. Yang penting pesannya sampai saja. Begitu Mas.

R: Baik, ini untuk pertanyaan terakhir pada indikator pertama Pak. Kemudian setelah semuanya selesai diproses, perancangannya telah selesai, pelaksanaan yang boleh dilaksanakan, bagaimana cara yang dilakukan oleh Kemenkeu, untuk kemudian mendorong karyawan agar bersedia untuk melakukan program ini, Pak?

N: Yang pertama, tentu informasinya harus sampai dulu ke mereka. Nah, kita sampaikan apa itu EA, apa yang bisa dilakukan, materinya apa saja, bagaimana cara melaporkannya. Kemudian yang kedua, memang pendekatan secara komunikasi internal. Nanti teman-teman di unit eselon 1, mereka akan keliling menjelaskan apa sih ini manfaatnya, apa gitu ya. Teman-teman unit kehumasan kami juga sediakan dashboard untuk melihat siapa saja pegawai yang sudah berpartisipasi maupun yang belum berpartisipasi. Jadi bisa mengingatkan, terus yang ketiga, kami juga sering melakukan sosialisasi. Kemudian yang keempat, di tahun ini kami coba untuk memberikan insentif. Mungkin bukan insentif yang sifatnya finansial ya, tapi dalam bentuk mungkin penghargaan. kepada teman-teman yang memang secara proaktif ikut berpartisipasi nah jadi mekanisme stick and carrot nya ya berjalan ya carrot nya ada kalau stick nya sebenarnya gak ada tidak ada punishment buat orang yang ikut atau yang tidak ikut karena sifatnya suka rela ya dan basisnya kan adalah EE Kalau engagementnya memang tidak tinggi, rendah, mau didorong apapun juga nggak bakal mau mereka posting di media sosial mereka, di ranah pribadi mereka. Tapi kalau misalkan ada kebanggaan dari mereka bekerja di Kemenkeu, tentu mereka akan memposting itu. Walaupun tentu ada pertimbangan yang lain

juga. Misalkan memang tugasnya jangan sampai terekspos di publik, di media sosial tentu agak sulit juga tapi setidaknya mereka punya punya kanal menginformasikan kepada circle di keluarganya informasi tersebut karena bagaimanapun keluarga dari pegawai Kemenkeu juga kan merupakan publiknya Kemenkeu Nah mereka harus tersampaikan juga informasi dari Kemenkeu. Jangan sampai nanti di luar misalkan gitu ya keluarganya Kemenkeu eh malah memposting konten informasi yang salah mengenai Kemenkeu. Nah ini kan juga nggak tepat juga.

R: Oke, baik Pak. Kita lanjut ya Pak ke indikator kedua dalam... tahapan perencanaan EA yang saya gunakan yaitu pada tahapan menetapkan tujuan dan sasaran dimana pada tahapan ini adalah untuk memberikan pengukuran bagi Kemenkeu dalam EA yang perlu dilaksanakan, kita masuk ke apa pada pertanyaan pertama, di tahun 2022 kemarin pada saat awal penerapan EA ini seperti apa sih Pak awal penerapan yang dilakukan oleh Kemenkeu?

N: Jadi, EA itu adalah salah satu taktik yang bisa digunakan oleh Kemenkeu untuk menyampaikan informasi. Jadi ketika mau menggunakan EA, tentu di dalam penyusunan strategi sudah menentukan siapa saja audiens yang mau kita sasar dan bagaimana cara supaya informasi itu sampai ke audiens yang kita tuju. apakah EA adalah tools yang tepat untuk menyampaikan informasi ini ataukah bukan. Tentu harus diawali oleh strategi komunikasi yang tepat, yang baik. Kalau misalkan audiensnya sudah spesifik dan tidak bisa dijangkau oleh EA, maka EA-nya tidak usah dilaksanakan. Jadi EA hanya merupakan bagian salah satu taktik dari strategi komunikasinya Kemenkeu. Di awal-awal sudah kami tekankan, bahkan sudah kami masukkan juga ke dalam aturan panduan komunikasinya Kemenkeu. Kalau EA ini adalah salah satu bagian dari strategi komunikasi dan tidak berdiri sendiri. Sehingga dalam mengaktifasi tentunya harus diawali oleh strategi komunikasi. Karena di dalam siklus ya, dalam siklus Kemenkeu, komunikasi publiknya pertama kan diawali oleh riset, yang kedua nanti ada monitoringnya. untuk monitoring publik, baru disusunlah strategi komunikasi, kemudian yang ketiga implementasi, dan yang keempat adalah evaluasi. Nah, EA itu bagian dari implementasi yang kami hanya menjalankan sesuai dengan dokumen strategi komunikasinya Kemenkeu.

R: Lanjut ke pertanyaan berikutnya. Apakah di dalam Kemenkeu ini, EA itu sudah terjadi secara menyeluruh kepada seluruh unit atau bagian dari Kemenkeu?

N: Sudah, sudah seluruh menyeluruh. Dari Sabang sampai Maroke, kami punya datanya dan kami tahu berapa banyak yang berpartisipasi dari kantor ke kantor. Jadi, bahkan sudah saat ini 40% lebih pegawai Kemenkeu yang berpartisipasi.

R: Baik Pak, kita lanjut ke pertanyaan berikutnya. Dari segi media platform yang digunakan, media apa yang dinilai memang paling banyak digunakan dan yang paling efektif dalam menyampaikan amplifikasi pesan edukasi kepada Masyarakat?

N: kalau dari sisi jumlah kuantitas yang paling banyak adalah Instagram. instagram paling banyak itu, sebentar saya buka datanya 23.564 yang menggunakan. Kemudian yang menggunakan status WhatsApp ada 4.155. Yang menggunakan Facebook ada 3.600an. Twitter 3.000an, dan seterusnya. Jadi sebenarnya untuk menentukan apakah ini efektif atau tidak efektif, tentu kami harus menguji dulu. di masyarakat itu yang menggunakan platform tersebut berapa banyak persentasenya.

Sejauh ini kami menguji kemarin ketika kami melakukan riset, kita tidak secara spesifik mengkontifikasi jumlah dari media sosialnya. Tapi yang kami uji adalah apakah informasi yang disampaikan melalui kanal tersebut efektif disampaikan dan dia mampu mengingat informasi apa yang disampaikan. Jadi memang kalau secara statistik kita bandingkan Instagram yang paling bagus, yang paling banyak secara kualitas.

R: Oke. Baik, Pak. Kemudian ini untuk pertanyaan terakhir dari indikator kedua ini, yaitu apa manfaat serta seberapa besar dan bagaimana pengaruh EA ini dalam penyampaian pesan edukasi kepada masyarakat, Pak?

N: Kalau mengukur impact-nya... Secara kuantitas, pegawai yang ikut banyak. Kemudian kalau kita lihat dari kinerja media sosialnya Kemenkeu, ada perbedaan yang signifikan antara Tidak ada EA dengan ada EA ya. Jadi kami melakukan uji beda dalam satu tahun. EA itu kan nggak tiap hari. Mungkin kan sebulan cuma dua kali gitu ya. Nah sementara kan kalau posting konten kan tiap hari. Nah kemudian kami uji beda tuh. Hari di mana tidak ada EA dengan hari di mana ada EA. Dan ternyata perbedaannya signifikan. Dan yang paling penting adalah tingkat engagement ratenya dari kanal Kemenkeu meningkat. Karena salah satu opsinya kan pegawai bisa berpartisipasi dalam bentuk memberikan komen like and share ya. Nah ternyata itu berdampak ke kinerja dari media sosialnya Kemenkeu. Terutama dari engagement rate dengan jangkauan pesan. Profile reach. Kalau dari engagement rate, kalau nggak ada EA, kami cuplik data, engagement ratenya 4,55%. Tapi kalau ada EA, engagement ratenya jadi naik 6,03%. Padahal kalau dilihat lagi, pegawai yang partisipasi tadi kan cuma 23.000. Sementara terdapat kenaikan dari... engagement rate yang kalau kita ukur tuh melebihi 23.000 itu dan dari post view-nya ya, ada peningkatan 100 ribu jangkauan padahal yang like nge-share cuma 20 ribu artinya ada tambahan 5 kali. 5 ini ya yang jumlahnya cukup lumayan besar disana artinya berarti program ini memberikan pengaruh terhadap bagaimana media sosial itu bekerja menyampaikan informasi. Berarti kan media sosial ketika ada EA, mereka menyebarkan informasi akun Kemenkeu mungkin kepada follower dari pegawai. Berarti kan yang sebelumnya follower pegawai ini nggak pernah terpapar informasi Kemenkeu dengan adanya EA jadi terpapar. Ini kan sebuah hasil yang bagus lah dibandingkan kita tidak melakukan apapun. Atau bahkan lebih bagus dibandingkan kita beriklan. Karena kalau beriklan kan butuh biaya. Kalau ini kan nggak pakai biaya. Kayak gitu. Itu yang mampu kami ukur sih. Karena untuk kesuksesan kebijakan mungkin time frame-nya lebih panjang ya.

R: Berarti bisa dibilang jangkauannya sangat besar ya Pak? Bukan lebih besar lagi ya Pak?

N: Iya jadi sangat besar. Itu yang baru lewat satu platform ya. Baru Instagram aja ya. Ini juga punya data dari yang platform Facebook juga meningkat. Engagement ratenya dari 5,4% jadi 6,64%. Kemudian Page engagementnya juga meningkat. Meningkatkan dari 2000 menjadi 4800. Di twitter juga gitu. Di twitter juga meningkat. Wow ini meningkatnya malah lebih Tajem lagi kalau di twitter. Contohnya aja. Dari sisi retweet ya tadinya 1400 jadi 3300 kemudian dari interaksi dari sebelumnya 2700 jadi 6600 padahal jumlah pegawai yang partisipasi kan jumlahnya tidak sebesar selisih itu nah ini berarti kan ada pihak lain, orang lain yang kemudian tertrigger kan secara algoritma media sosialnya akhirnya menyebarluaskan juga tuh

informasinya Kemenkeu Berarti memang terbukti secara data statistik kalau program ini memberikan tambahan manfaat dalam komunikasi publik melalui media sosial. Apalagi dengan jumlah yang sangat besar. Sejauh ini efektif.

R: Oke, kita lanjut ke indikator terakhir yaitu terkait melakukan penerapan secara menyeluruh. Nah, tahapan ini adalah untuk melihat konsistensi dari Kementerian Keuangan terkait dengan EA yang dijalankan. Untuk pertanyaannya, pelaksanaan EA yang dilakukan dari Kemenkeu ini apakah melibatkan kerjasama eksternal atau memang hanya berfokus pada internal saja?

N: Kalau kerjasama dengan eksternal, saya rasa belum. Dalam bentuk mungkin penyediaan tools. Tapi kalau dalam bentuk pelatihan, ada. Kami melakukan itu. Jadi untuk meningkatkan kualitas EA kan salah satunya idealnya pegawai sendiri yang membuat konten. Sehingga konten yang dihasilkan lebih relate dengan audiencenya pegawai. Kalau kami yang membuat kontennya kan kelihatannya beda ya. Mungkin kaku atau bahasanya juga bukan bahasa sehari-hari. Nah sehingga penerimaannya kurang begitu tinggi dibandingkan kalau misalkan pegawai bikin sendiri. Nah, kami menjalankan program peningkatan kualitas dengan cara kami melatih pegawai-pegawai yang memang mempunyai passion dan keinginan untuk membuat konten. Nah, kami kerjasama dengan konten kreator untuk mengajarkan pegawai gimana sih caranya buat konten yang bagus gitu ya, sederhana tapi bagus, bagaimana caranya untuk melakukan editing video secara cepat.

R: Oke, baik Pak. Pertanyaan berikutnya apakah memang dari banyaknya strategi komunikasi yang digunakan oleh Kemenkeu, EA ini memiliki anggaran yang lebih besar ataupun sebaliknya?

N: Jadi EA sebenarnya gak ada anggaran ketika kita melakukan aktivasi misalkan ya. Ini kan kalau di tahun ini kita sudah 7 kali melakukan aktivasi. Hampir sebulan 2 kali. Itu pun kita nggak mengeluarkan biaya sama sekali. Karena yang pertama, EA ini kan sudah di aplikasi kerjanya Kemenkeu ya. Jadi ketika kita posting di sana, nggak pakai biaya gratis. Kemudian yang kedua, pembuatan konten yang dirujukan. Kami menggunakan konten yang sama dengan kontennya Kemenkeu. Jadi tidak ada biaya untuk memproduksi konten. Kemudian membuat captionnya juga tidak berbiaya. Kemudian penyebar luasan informasinya juga tidak berbiaya. Jadi bisa dibilang ini program yang tidak berbiaya. Nah yang berbiaya itu adalah yang peningkatan kualitas. Karena kami kan kerjasama dengan content creator ya. Undang mereka untuk sharing ilmunya gitu kan. Itu pun setahun paling beberapa kali aja gak banyak. Dan mekanismenya juga bisa dalam bentuk rekaman video. Jadi lebih murah lah ya. Jadi bisa dibilang sebenarnya program ini ya minim biayanya. Untuk aktivasinya minim, produksinya minim. Paling cuma maintenance aja dalam bentuk peningkatan kualitas.

R: Baik, kita lanjut ke pertanyaan berikutnya. Setelah melakukan EA ini sampai di tahun 2024 ini, bagaimana tingkat keamanan dari publikasi yang dilakukan oleh para pegawai dari EA ini?

N: Kalau dari sisi keamanan, yang pertama kan panduannya sudah ada. Tidak perlu membalas atau memberikan komentar atau merespon komentar negatif dari netizen. Sehingga kami bisa menekan dari sisi resiko di sana. Kemudian dari sisi konten. Kami kan ada tiga alternatif yang bisa digunakan. Comment, like, share. Yang

kedua menggunakan konten yang kami sediakan. Atau bikin konten sendiri. Otomatis alternatif satu dan dua risikonya jadi minim. yang berisiko cuma ada di pegawai bikin konten sendiri itu yang berisiko namun sejauh ini kami belum menemukan konten yang dihasilkan pegawai yang tidak sesuai dengan panduan yang kami berikan. Karena boleh jadi pemahaman pegawai tidak sama alias berbeda dengan unit pemilik kebijakan. Boleh jadikan gini, yang membuat konten adalah pegawai Becukai, sementara pemilik kebijakannya ada di pajak atau ada di anggaran nah ini kan si pegawai tersebut boleh jadi tidak memahami atau sebaliknya yang membuat konten adalah pegawai direktorat kekayaan negara sementara kebijakannya ada di be cukai gitu ya nah ini kan Agak sulit nih. Tapi biasanya yang kami temukan di lapangan adalah pegawai sendiri pun ketika mau bikin konten alternatif ketiga, mereka akan melihat lagi mereka punya pengetahuannya atau enggak. Kalau misalkan mereka enggak punya pengetahuannya, biasanya yang kami temukan di data, mereka hanya menggunakan alternatif satu atau dua. alternatif yang cuma komen, like, share, atau konten yang sudah kami sediakan.

R: Baik, Pak. Lanjut ke pertanyaan berikutnya. Apakah memang pernah ditemukan permasalahan, Pak, dalam pelaksanaan EA yang dilakukan oleh para pegawai ini?

N: Kalau pengalaman saya dan data yang kami temukan, nggak ada sih. Mudah-mudahan nggak terjadi. Walaupun mungkin ada yang melaporkan ini gara-gara EA. Setelah kami cek, nggak ada kaitannya sama EA. Jadi belum ditemukan hal yang seperti itu.

R: baik Pak lanjut ke pertanyaan berikutnya, apakah terdapat ruang diskusi entah itu baik secara internal maupun eksternal dari Kemenkeu untuk memfasilitasi kepada karyawan dan juga publik untuk berdiskusi terkait EA ini Pak?

N: Iya, jadi di dalam fitur aplikasi yang kami gunakan, di situ ada fitur untuk memberikan feedback, masukan maupun laporan. Bisa berupa kritik, masukan pendapat, ataupun mereka menemukan link yang sifatnya disinformasi. Dan masukan dari mereka, kami jadikan materi untuk diskusi di internal. mengenai pengembangan EA sekaligus mitigasi risikonya seperti apa. Jadi sebenarnya ada diskusi itu. Kemudian yang kedua, kalau diskusi dengan unit kehumasan, kami hampir tiap bulan ya berdiskusi, menerima masukan dari mereka. Jadi kita terus-menerus mendengarkan pegawai maupun dari masyarakat juga. Kalau dari masyarakat itu, kita menggunakan mekanisme riset. Riset, jadi kami meriset, menerima masukan dari masyarakat, informasi apa yang harusnya disampaikan, kanalnya seperti apa, bentuknya kayak gimana, waktunya kapan, apakah yang berfokus ini sudah memadai atau belum. atau ada ruang perbaikan atau seperti apa, itu kami menggunakan mekanisme riset. Kalau mekanisme yang lain, FGD kepada masyarakat, itu biasanya terkait dengan kebijakan. Kalau ini kan komunikasi. Terus kami juga biasanya minta masukan kepada akademisi. beberapa kali itu terkait dengan EA kami minta masukan mengenai EA harusnya gimana idealnya gimana dan apa yang harus kami lakukan jadi Masukan-masukan tersebut ya kami pertimbangkan ya Kami cermati secara serius Karena bagaimanapun yang namanya efektivitas dari sebuah komunikasi kan gak bisa dipaksakan Dan efektivitas komunikasi itu kan bisa jadi berubah seiring dengan perkembangan teknologi.

Berarti kan harus ada cara lain yang harus kami temukan. Paling penting adalah kami bisa menemukan bentuk komunikasi yang efektif.

R: Baik Pak sebagai pertanyaan terakhir dari indikator ketiga. Bagaimana alur pengelolaan atau pemantauan yang dilakukan dari Kemenkeu terhadap EA ini?

N: Jadi kami karena sejak awal kan dibantu oleh pusat teknologi ya kami dibuatkan dashboard khusus untuk pemantauan EA karena Pelaporan itu kan biasanya kuantitatif yang sifatnya real-time online. Once pegawai melaporkan melalui aplikasinya masing-masing, di detik itu juga kami mempunyai data yang sama. Jadi kami bisa mengetahui progres dari hari ke hari, bahkan detail laporannya. Nah, aksesnya kami berikan ke unit kehumasan, sehingga mereka memiliki data yang sama. Memang kelemahannya adalah aplikasi kami API-nya tidak terintegrasi dengan API medsos. Jadi pelaporannya menunggu atau bergantung pada laporan yang diberikan pegawai. Kalau misalkan pegawai sudah amplifikasi tapi tidak melaporkan, kami tidak tahu kalau itu sudah diamplifikasi. Nah sehingga data yang dihasilkan under report. misalkan saya mendapatkan data 44 ribu pegawai berpartisipasi boleh jadi yang berpartisipasi sudah 50 ribu tapi sisanya 6 ribu orang mereka gak lapor. Nah kelemahannya itu. Dan kami juga melakukan audit untuk memastikan bahwa yang dilaporkan adalah faktual.

R: Baik, kita masuk ke pertanyaan penutup pada sesi wawancara kali ini yaitu disini saya meminta sedikit tips, saran dan juga masukan dari Pak Nico EA terkait dengan apa sih yang bisa kita lakukan bagi kita yang ingin merencanakan EA Pak?

N: Oke kalau tips dari saya ya yang paling penting adalah bagaimana menciptakan engagement dengan pegawai. Mau sebegitu apapun EA-nya, tapi engagement dengan pegawainya tidak dicipta, tidak dibina, maka EA memiliki hambatan yang tinggi. Karena di belakang program itu ada hubungan antara manusia dengan organisasi dan manusia dengan manusia. Sehingga yang paling penting adalah bagaimana kita bisa melihat psikologi dari orang-orang yang di belakang itu. Jadi ketika kita bisa melihat itu, maka implementasi dari EA ini akan lebih mudah. Dan tentunya akan dipermudah apabila memiliki teknologi informasi berupa mungkin aplikasi untuk mempermudah implementasi EA. Kalau tidak ada tiga, dua itu agaknya berat ya. Kemudian yang paling penting juga adalah support dari stakeholder, pimpinan, kemudian teknologi, HR. Kalau tidak ada support dari mereka juga. Kayaknya tidak mudah gitu ya. Apalagi ini melibatkan orang yang jumlahnya banyak sekali. Dan kalau perusahaan kecil atau organisasi kecil juga tidak mudah. Bukan berarti karena orangnya lebih sedikit. Tapi karena ini adalah hubungan manusia ya. mereka berkenan nggak medsosnya dipakai buat menyampaikan informasi organisasi. Dan dari hasil kajian yang kami temukan, memang program ini memiliki manfaat yang luar biasa. Kalau dari kajian kami itu bisa meningkatkan sampai 400% jangkauan pesan. Kemudian retensi pegawainya juga tinggi. Mungkin kayak gitu tips and trick dari saya.

R: Baik, dengan begitu selesai sudah Pak sesi wawancara kita pada kesempatan kali ini. Sekali lagi saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya Pak Nico atas kesempatannya juga waktunya untuk sesi wawancara pada kesempatan kali ini.

N: Oke, kalau gitu. Terima kasih banyak. Sampai ketemu lagi, Mas Dani.

Lampiran 10. Transkrip Waawancara Informan 3

TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN 3 (IBRAHIM HARYADI)

Keterangan:

R: Rhesevsky Cahaya Ramadhani (Peneliti)

I: Ibrahim Haryadi (Informan 3)

R: Baik Pak, sebelumnya saya ingin mengucapkan terima kasih atas kesedihan Bapak pada kesempatan kali ini untuk menghadiri sesi wawancara tugas akhir saya yang membahas mengenai EA yang dilakukan oleh Kemenkeu. Sebelum kita mulai pada pertanyaannya, saya persilakan kepada Pak Ibrahim untuk memperkenalkan diri terlebih dahulu. Silahkan, Pak.

I: Baik Mas, terima kasih. Perkenalkan nama saya Ibrahim Haryadi. Saya bekerja di Kementerian Keuangan sudah 12 tahun. Dan kebetulan memang kebetulan pas banget mengelola di EA ini. Mengawal dari awal lahir dari risetnya sampai implementasi di tahun sekarang. Saya kerjanya di Biro KLI, bagiannya MSK, kalau bagiannya tepatnya di sebagian riset dan audit komunikasi.

R: Oke. Baik, Pak, kita masuk pada indikator pertama. terkait dengan melakukan perencanaan, promosi, dan juga memperoleh dukungan. Nah, pada tahapan ini, saya ingin melihat terkait bagaimana Kemenkeu itu menyusun kerangka dari EA sebelum memang dilaksanakan. Nah, baik kita langsung masuk pada pertanyaan pertama, yaitu bagaimana proses penyusunan riset yang dilakukan oleh Kemenkeu sebelum memang melakukan EA ini?

I: Oke, Mas. Jadi, EA ini diawali dengan riset di tahun 2021. Jadi, waktu itu kita mendapatkan ini ya arahan dari pimpinan untuk melakukan riset di media sosial mas. Kondisi media sosialnya sekarang kan berubah sangat cepat ya, konsumsi masyarakat itu kan sekarang lebih banyak ke media ya, nyari berita juga di media. Tapi kita juga baca riset Kompas tahun 2020 itu memang sudah bergeser. Jadi media sosial itu memang... Udah jadi tempat all in one lah ya. Orang mau nyari hiburan, nyari berita, berinteraksi dengan rekan-rekan atau koleganya di situ. Karena memang dia salah satu tools baru nih untuk mendiseminasi komunikasi atau kebijakan Kemenkeu. Nah, waktu itu kita... Bagi respondennya ada tiga mas, kita mereset kepada masyarakat umum, ke pegawai internal yang ini ya, level staff dan level pejabat. Kita coba bikin ini, kalau waktu itu risetnya kualitatif ya, jadi kita sodorkan, kita tanyakan itu kira-kira tertarik nggak kalau kita mau bikin konsep. Waktu itu kita masih namakan agen komunikasi. Belum bernama EA ya. Jadi memang konsepnya kita dapat. Itu kan kita cari-cari studi literatur. Sebenarnya udah banyak kan ya. Kalau di swasta itu diterapkan. Cuma memang kalau kita lihat di kementerian kayaknya belum ada. Nah waktu itu kita coba. Dan hasilnya memang dari riset itu muncullah konsep yang bisa kita terapkan di tahun 2022, Mas. Mungkin ceritanya singkatnya seperti itu.

R: Baik, kita lanjut ke pertanyaan berikutnya, Pak, data seperti apa sih Pak yang memang bermanfaat untuk penyusunan EA?

I: Ya, jadi yang kita butuhkan kan, pertama kita mau nyusun konsep ya. Jadi kita mengharapkan kira-kira konsep apa yang tepat untuk EA ini kalau di pemerintahan. Karena sangat riskan ya. Begitu kita sodorkan pertanyaan tentang EA ini, banyak banget respon dari pegawai ya. Karena menganggapnya, oh ini apakah sama dengan Buzzer? Nah kita coba gali kira-kira konsep apa sih yang tepat diimplementasikan di kementerian gitu. Karena memang sebenarnya EA ini beda sama buzzer. Kalau EA yang kita terapkan kan memang kita hanya menyampaikan informasi-informasi yang sifatnya positif. Jadi mengisi di media sosial itu konten-konten positif tentang Kemenkeu. Sebatas itu saja. Jadi intinya itu teman-teman pegawai itu diminta untuk cerita nih. Apa kebijakan yang lagi mau dikeluarkan Kemenkeu. Atau mungkin cerita tentang... Oh Kemenkeu baru dapat prestasi sesuatu gitu ya. Nah mungkin kayak gitu aja. Terus kita juga tanya kayak ini. Kira-kira mereka mau gak dengan... Kalau diminta jadi agen komunikasi. Dan itu... jawaban pertanyaannya menarik sih distribusi normal ada yang mau tapi ada syaratnya ada yang tidak mau tapi dia juga kasih ini juga apa namanya ketentuan oh sebenarnya saya mau-mau aja tapi ada syarat karena dari jawaban-jawaban responden itu kita temukan konsep yang kita jalankan sampai sekarang dan itu setiap tahun kita riset lagi kita evaluasi lagi Kita bikin riset tiap tahunnya, Mas. Kita evaluasi misalkan tahun ini, apa yang kurang nih, apa yang perlu kita perbaiki. Kayak gitu, Mas. Jadi nggak sekali riset aja, tapi setiap tahun kita lakukan evaluasi dengan metode yang berbeda, dengan kayak yang terakhir tahun 2023 ya, kita riset itu. Risetnya adalah kontennya. Kontennya pegawai kita riset. Kira-kira yang mana nih yang... Kalau ada masyarakat yang nonton kontennya pegawai Kemenkeu ya, kira-kira yang lebih menarik buat mereka tuh yang kayak gimana. Nah itu sampai kita riset. Sampai pada kesimpulannya ternyata netizen atau mungkin jejaringnya pegawai itu ya, misalkan kan dia bikin konten. Terus ditonton sama followersnya gitu ya. Ternyata sebagian besar itu akan lebih suka ketika konten itu konten yang original. Jadi bukan reshare.

R: Kita lanjut ke pertanyaan berikutnya, terkait dengan stakeholder. Jadi dalam EA ini, sejauh mana stakeholder itu mengambil peran?

I: Oke, kalau dari stakeholder eksternal, tentu sangat kita butuhkan. Karena... Dengan itu kita jadi tahu nih program EA itu bermanfaat nggak buat masyarakat gitu ya. Karena memang berdasarkan riset itu ya, kalau kita lihat konten jangkauan dari konten media sosialnya official Kemenkeu kan terbatas juga ya. Apalagi sekarang algoritma media sosial berubah-ubah. Makanya dengan semakin banyak pegawai yang mengaktivasi atau menyebarkan informasi tersebut, Diharapkan semakin banyak nih informasi itu menyebar ke masyarakat. Nah dari situ kan nanti pasti ada respon nih. Oh komen-komenan dari masyarakat tuh kayak gimana sih sama Kemenkeu atau minimal komen terhadap kontennya ini nih pegawai ini kayak gitu. Jadi justru itu yang akan jadi... Masukkan perbaikan buat kita melakukan ini. Perbaikan ini ya. Konsep EA ke depannya. Jadi kayak kemarin tuh. Ada komen-komenan. Kita kan juga ada ini ya. Kolom kritik dan saran. Nah itu kan pegawai juga menyampaikan mas. Dan dia tidak hanya menyampaikan kritik dan saran. Yang disampaikan dia sendiri. Tapi dia juga menyampaikan. Mas ada kemarin ada komenan dari masyarakat nih. Atau komen dari followerku disini. Nah kemudian kalau jadi stakeholder internal, kita jadi bisa tahu juga ngerespon. Karena dulu pas di awal-awal EA ini ada mas, semua juga menganggapnya, oh ini buzzer ya? Padahal itu terjadi karena memang ada game of information program

baru dan belum banyak yang tahu ini sebenarnya apa. Nah ketika sudah banyak yang mengimplementasi, terutama pimpinan. Kita waktu itu kan ini karena programnya juga sifatnya kita juga tempelkan ke KPI ini ya pimpinan kita jadi dari diharapkan dari pimpinan itu memberikan contoh kepada bawahannya bahwa dia juga ikut mengadvokasi kebijakan Kemenkeu.

R: Oke, baik. Kita lanjut, Pak, pada pertanyaan berikutnya, apakah di dalam salah satu tahapannya itu terdapat pembuatan formal case terkait EA ini sebelum memang ditetapkan sebagai salah satu strategi komunikasi Kemenkeu, Pak?

I: Iya Mas, kalau untuk pengujian pasti ada ya. Kita pernah melakukan pengujian sebelum kita meluncurkan di level kementerian. Pertama kita ujikan di level Biro. Biro itu Eselon II Mas di kementerian. Jadi kita coba bikin di level internal. Biro KLI itu kan pegawainya waktu itu sekitar 150. Kita coba ujikan dan kita juga mintakan pendapat nih kira-kira seperti apa, konsep yang tepat. Dan di situ kita banyak dapat masukan. Itu pengujian pertama setelah riset. Setelah risetnya selesai dan rekomendasi kita lakukan. Setelah itu kita juga lakukan satu kali uji coba di level kementerian. Artinya kita langsung kita floor ini. Kita lempar edisi pertama ke... Semua unit Eselon I. Tapi memang di awal-awal masih sedikit banget. Baru ratusan lah. Nah setelah itu, baru kita ini, kita buat edisi officialnya, udah langsung dihitung sebagai capaian dari pimpinan-pimpinan tersebut.

R: Terus setelah pengujian yang dilakukan sebanyak dua kali itu, Pak, hasil apa yang dimunculkan dari prosesnya itu, Pak?

I: Hasilnya Kalau yang pertama, waktu itu kita jadi dapat masukan terkait bagaimana cara untuk menyebarluaskan informasi, karena kan waktu itu kita masih belum ada aplikasi. Jadi aplikasi yang satu dipakai untuk seluruh pekerjaan. Jadi kan kita punya ekosistem gitu. Waktu itu belum ada. Kalau sekarang udah ada namanya Kemenkeu 1. Jadi kita melakukan kegiatan apapun ada di situ. Gimana caranya untuk... Menyebarluaskan aktivasi EA ini Kita juga dapat masukan Masukan-masukan Oh harusnya seperti ini nih Pelaksanaan EA-nya Harusnya Karena waktu itu kita Di awal-awal kan kita Ini ya Masih Mencari bentuk kan Gimana Cara untuk mencari data nih Supaya kita bisa menangkap Berapa banyak yang Melakukan EA. Sebenarnya. Nah waktu itu kita akhirnya. Bikin aja sistemnya based on pelaporan. Jadi. Setiap pegawai yang sudah melakukan aktifasi EA. Melakukan pelaporan. Pelaporannya waktu itu kita pakai aplikasi yang. Sudah disediakan di Kemenkeu ya. Namanya Founds Kemenkeu waktu itu. Jadi kita manfaatkan saja aplikasi yang sudah ada. Nah jadi masukan-masukan seperti itu yang terus kita. Implementasikan. Sehingga lebih mempermudah kita untuk. Ini apa, aktivasi EA itu.

R: Oke, baik Pak, kita lanjut ke pertanyaan berikutnya. hasil apa yang diperoleh dari diskusi dari Kemenkeu ini, Pak, terkait penetapan EA ini?

I: Oke, jadi salah satunya adalah bagaimana cara metode pelaporan, kemudian yang kedua metode publikasi dan Yang ketiga itu metode aktifasinya. Jadi kalau metode aktifasinya ada tiga cara. Yang pertama, metode konten tersedia. Jadi pegawai kita siapkan infografis atau video atau foto-foto yang bisa untuk dipublikasikan. Yang kedua, cara kedua adalah namanya EA like, comment, share. Jadi kita sediakan saja link ini. Aktivasi media sosial dari Kemenkeu yang siap untuk di amplifikasi. Dan

satu lagi adalah konten mandiri. Metode konten mandiri ini, inilah yang lahir dari masukan-masukan itu juga. Jadi yang metode konten mandiri ini memberikan ruang kebebasan untuk pegawai ini, bikin konten sendiri. Asalkan masih tetap dalam koridornya.

R: Baik Pak, kita lanjut ke pertanyaan berikutnya, bagaimana Pak respon para pegawai di awal dari penetapan program ini?

I: Baik Mas, jadi kalau respon di awal tadi mungkin saya juga sudah cerita ya, karena masih resisten sebagai program baru, di awal-awal itu masih sangat sedikit yang berpartisipasi. Paling banyak itu waktu itu di triwulan 1 itu paling maksimal 2000 lah ya. Itu gak nyampe 5% dari seluruh pegawai. Nah terus. Karena ini. Apa namanya. Tapi di sisi lain juga banyak yang ngasih masukan. Publikasinya seperti apa. Kita perlu ngasih. Apa ya? Bentuk pengembangan gitu buat pegawai. Jadi kan sebenarnya mungkin banyak orang yang main media sosial. Tapi yang serius ber media sosial artinya bikin konten. Itu nggak banyak. Makanya kita kasih pembekalan juga tuh, mulai tahun kemarin. Kalau nggak salah kita coba bikin seri-seri tentang pelatihan cara membuat konten di media sosial. Jadi kita juga ngasih pembekalan nih.

R: Oke, baik Pak. Pertanyaan berikutnya, apakah terdapat pro ataupun kontra terkait penerapan EA di Kemenkeu ini, Pak?

I: Iya, ada Mas, di awal-awal. Itu cukup banyak karena memang waktu itu ada ini juga, pendapat bahwa media sosial itu ranah pribadi. Kantor nggak punya hak untuk mengatur-ngatur bagaimana cara mereka bermedia sosial. Nah, tapi adanya kasus, RAT itu ya, yang Mario Dendi dan itu juga akhirnya jadi menyadarkan banyak pegawai juga bahwa sebenarnya Siapapun kita nanti di media sosial akan ini, kelihatan. Secara tidak langsung menjawab juga nih pertanyaan dari pegawai. media sosial sebagai ranah pribadi diatur-atur juga gitu ya, kita disuruh untuk ini, mengamplifikasi konten media sosial kantor gitu kan, nah tapi setelah ada kasus itu oh iya ya, nanti kita juga harus menjaga media sosial kita untuk lebih positif seperti apa kayak gitu, jadi Jadi ya pasti ada sih di awal. Terus di level pejabat juga ada. Karena kan mereka juga di di apa dikasih tanggung jawab ya untuk mereka punya target nih untuk bisa menggerakkan apa timnya gitu kan. Timnya harus berapa persen. Jadi di level awal memang pejabatnya dikasih target juga. Dia harus bisa ngajak ngajak Timnya untuk yuk kita bareng-bareng yuk kita amplifikasi konten-konten di Kemenkeu seperti itu, Mas.

R: Baik, Pak. Ini kita masuk ke pertanyaan terakhir pada indikator pertama. Yaitu bagaimana sih, Pak, cara yang digunakan oleh Kemenkeu untuk mendorong karyawan dalam melakukan EA, Pak?

I: Yang pertama itu, tadi mungkin saya sudah sempat singgung. Jadi dari atasannya itu kita kasih KPI. Mereka perlu mengajak jajarannya untuk ikut menyebarkan konten positif di media sosial. Karena mereka semua punya tanggung jawab untuk mengisi ruang-ruang di media sosial secara positif. Karena kalau enggak, selama ini kalau kita lihat dulu awal-awal sebelum ada EA ya, konten-konten yang diunggah terkait Kemenkeu itu kebanyakan yang negatif, dan itu dilakukan oleh yang oposisi ya. Jadinya akhirnya yang menjadi pemahaman mereka seperti itu. Sedangkan tidak ada informasi pembandingan nih. Gak ada. Paling waktu itu akhirnya

ada Pak Yudinus Prasowo ya. Cuma kan dengan semakin banyak orang-orang atau pegawai yang berbicara tentang berbicara tentang Kemenkeu, tentang kebijakan keuangan negara. Jadi semakin banyak orang-orang yang paham. Nah, terus yang kedua kita sudah jalankan adalah bentuknya pelatihan. Jadi kita kasih pembekalan tadi ya. Gimana sih konten di media sosial? Kita kasih sharing-sharing tentang hal-hal yang positif di media sosial. Terus yang ketiga, ini sudah dilakukan juga Kita kasih penghargaan mas Kita kasih penghargaan Berupa sertifikat gitu ya Untuk pegawai-pegawai yang Secara Aktif Melakukan EA secara ini Terus menerus dan konten-kontennya Bagus, jadi kalau di tahun Awal 2022 itu kita Kita pakenya kuantitas, tapi di tahun 2023 kita coba utamanya lebih ke kualitas, jadi kita coba lihat konten-kontennya juga, konten-kontennya apakah berpengaruh nih ke masyarakat artinya kontennya beneran mengedukasi atau enggak, kayak gitu terus yang keempat keempat itu nanti sebenarnya masih akan berjalan ya, jadi kita nanti akan, sebenarnya mirip sama penghargaan cuma nanti kita coba bikin konsepnya seperti gamification gitu, jadi banyak-banyakkan skor nanti mas, jadi artinya nanti Ada bobotnya nih, orang yang melakukan aktivasi yang mandiri sama yang like komen kan beda ya. Effortnya beda. Dia kan bikin konten sendiri sama cuma like kan beda. Dan nanti kita akan kasih skor yang berbeda. Dan nanti kita di akhirnya akan ada penghargaannya. Seperti itu, Mas.

R: Oke. Baik, Pak. Kita masuk ke indikator kedua. Jadi untuk indikator kedua ini adalah menetapkan tujuan dan juga sasaran. Nah, pada tahapan ini adalah untuk melihat pengukuran dari Kemenkeu terkait kesuksesan pada EA ini, Pak. Baik, kita masuk pada pertanyaan pertama, yaitu bagaimana awal penerapan yang terjadi pada EA di Kemenkeu ini, Pak?

I: Jadi setelah riset berakhir di 2021, kita sudah bikin konsepnya. Langsung kita implementasikan di tahun berikutnya, yaitu tahun 2022, dengan menggunakan aplikasi-aplikasi yang tersedia.

R: Apakah kemudian penerapan EA ini sudah terjadi secara menyeluruh Pak di seluruh unit dari Kemenkeu?

I: Baik, kalau secara publikasinya kita sudah dorong ke semua seluruh satu mas ini pas kita ngomongin di awal ya di awal tahun 2022 publikasinya kita dorong ke semua unit cuma waktu itu memang pas di edisi pertama ya kalau aku gak salah Itu memang gak semuanya melakukan. Jadi ini sebenarnya antara dia tidak melakukan atau dia tidak lapor. Karena kita masih sistem berbasis pelaporan kan. Setauku memang belum ada tools yang bisa meng-capture nih. Terus... di edisi selanjutnya udah mulai banyak mas. Maksudnya udah mulai merata nih. Cuma di edisi 1 dan 2 aja. Jadi setelah itu semua unit melakukan. Dan semua pegawai dari masing-masing unit sudah melakukan. Di awal-awal aja. Jadi ya tadi sih. Antara dia sudah melakukan atau belum melapor aja.

R: Baik kita masuk ke pertanyaan berikutnya Pak, kira-kira penggunaan media apa yang memang paling banyak dan juga media apa sih Pak yang paling efektif untuk pelaksanaan EA ini?

I: Baik Mas kalau dari statistik yang kami tangkap ya Kami capture dari pelaporan itu paling banyak Instagram. Yang kedua Twitter, kemudian Facebook dan WhatsApp. Kalau bicara tentang mana yang efektif itu nanti tergantung. Karena

kalau kita lihat sampai sekarang kan bergeser terus ya. Cuma kalau kita pernah tuh dulu pernah bikin edisi khusus Twitter ya. Jadi karena waktu itu lagi ada apa namanya Isu yang pengen kita naikkan gitu kita coba trendingkan. Kita mau lakukan uji coba. Ternyata waktu itu berhasil. Jadi memang sempat masuk top 10 trending topik nasional. Masing-masing media itu kan punya karakter masing-masing ya. Bahkan sekarang udah mulai banyak juga sih yang pake TikTok ya. Jadi semua, menurut kami semua platform sangat, sangat perlu digarap, dan bisa sangat efektif, misalkan memang strateginya tepat.

R: Baik Pak selanjutnya, apa sih manfaat yang memang diperoleh secara nyata Oleh Kemenkeu dari pelaksanaan program ini Pak?

I: Baik Manfaat yang pertama Yang kelihatan itu dari Kita lihat di dashboardnya itu Statistik ini Kunjungan terhadap Postingan-postingan Akun Kemenkeu yang diboost Untuk dijadikan Edisi Misalkan nih Sekarang ini kan kemarin habis bikin konferensi pers APBN kita Nah itu kan habis itu kita bikin konten media sosial Nah biasanya konten yang dirujuk ini Yang kita minta pegawai untuk. Yuk kita sebar luaskan. Nah konten ini nih yang akan meningkat. Sangat pesat. Dan itu udah pernah kita bandingin. Dengan. Konten edisi yang sama. Tapi yang gak di EA-in. Itu. Jauh lebih tinggi. Kunjungannya yang. Kita boost. Jadi memang. Banyak kunjungan-kunjungan. Dari unique follower, Itu yang pertama Terus kalau Sebenarnya kalau Terkait kunjungan Terus Ini sih Kita bisa juga dapet Ini Masukan Karena dengan banyak Menyebarkan luaskan Pesan Kita bisa nangkap juga nih masukan-masukan dari masyarakat. Karena kan masyarakat nggak semuanya follow Kemenkeu. Ada juga yang dapat konten tadi dari pegawai. Nah, dari situ kita dapat masukan nih, karena kita di Kemenkeu juga ada program Kemenkeu Mendengar. Jadi kita menangkap masukan-masukan yang disampaikan masyarakat.

R: Oke, baik. Pak, kita masuk ke pertanyaan terakhir pada indikator kedua ini. Yaitu seberapa besar dan bagaimana pengaruh dari penerapan EA ini, Pak?

I: Baik, Mas. kita kalau di strategi komunikasi kan ada beberapa taktik, namanya above the line, below the line, sama through the line. Nah, EA ini masuk ke through the line ya, media sosial. Nah, itu kalau dibandingkan, kalau secara pengukuran Karena kita nggak menangkap ini ya, kita belum menangkap nih berapa banyak yang nonton dari salah satu konten pegawai. Kita belum ngasih form di situ. Nah, tapi kalau kita coba hitung-hitungan, ini untuk mensimulasi ketika satu konten dilakukan oleh seribu pegawai dengan kita pukul rata misalnya 500 followers itu akan berapa yang nonton. Itu kan angka yang besar ya. Cuma kalau. lewat TV kali ya atau kalau misalkan kontennya itu viral banget tapi kan jarang ya jarang konten-konten yang 3 juta itu kan biasanya konten-konten yang kalau di media sosial itu yang tipenya yang drama atau yang komedi gitu-gitu ya yang yang engage dengan masyarakat gitu kan nah mungkin setara dengan kayak gitu jadi Kalau kita coba simulasikan memang angkanya sangat besar. Itu mungkin bisa setara dengan taktik-taktik di level above the line kalau kita menggunakan media mainstream. Jadi jangkauannya semakin terluas.

R: Baik, kita masuk ke indikator ketiga yaitu melakukan penerapan secara menyeluruh. Tahapan ini untuk melihat bagaimana konsistensi dari Kemenkeu

dalam melakukan EA. Untuk pertanyaannya adalah seperti apa fasilitas yang diberikan kepada para pegawai dalam pelaksanaan EA?

I: Ya, yang pertama dukungannya yang jelas kita pakai aplikasi internal kita udah bangun di ruang internal kita jadi kita pastikan itu aman artinya dari sisi security-nya aman. Terus, jadi pegawai itu, karena udah terintegrasi dalam satu aplikasi kepegawaian yang kita punya tadi ya, Kemenkeu 1 jadi mereka lebih mudah. Kalau dulu, pas di awal-awal, kita masih menggunakan beberapa platform aplikasi. Cuma memang ada kendala security. Akhirnya kita pakai aplikasi yang sekarang. Jadi dengan satu klik, pegawai bisa langsung akses. Pelaporannya juga lebih mudah. Jadi satu fasilitas dari sisi sarana-prasarannya lebih mudah. Kemudian konten tadi sudah tentu saja kita kasih ya. Buat pegawai yang mungkin biar lebih mudah. Dalam melakukan aktifitasnya. Kemudian pelatihan juga sekarang sudah mulai kita rutinkan. Kemarin kita sudah melakukan pelatihan. Terus di akhir tahun 2023 juga kemarin kita sudah melakukan pelatihan. Jadi memang kita fasilitasi terus. Terus kita kasih juga penghargaan untuk pegawai-pegawai yang sangat aktif dalam melakukan EA.

R: Baik, kita lanjut, Pak, pertanyaan berikutnya. Dari pelaksanaan EA ini, apakah terdapat kerjasama eksternal yang dilakukan oleh Kemenkeu?

I: Kalau ingatku belum pernah sih. jadi memang karena sifatnya program ini adalah untuk mengadvokasi kebijakan Kemenkeu ya. Jadi memang full ini sih. Dari materi-materinya juga dari Kemenkeu.

R: Baik pertanyaan berikutnya yaitu seberapa besar sih Pak tingkat pelaksanaan EA di Kemenkeu?

I: Waktu itu udah sampai 33 ribu pegawai Mas. Jadi udah 44% yang melakukan. Dan sebagai informasi juga itu juga peningkatannya sangat tinggi baru di tahun ini. Dulu tuh paling 20%. Sekarang udah sampai 44%. Jadi emang hampir dua kali lipat. Jadi seiring dengan perbaikan-perbaikan yang kita lakukan, kayak tadi fasilitasnya kita permudah, terus kita berikan insentif atau penghargaan, kayak tadi ya sertifikat dan lain-lain, itu sangat ini juga mendorong pegawai untuk berpartisipasi. Jadi level rekornya tertinggi sudah 44% sih mas. Jadi 33 ribu pegawai dari... Dari 75 ribu yang melakukan aktivasi.

R: Baik Pak, lanjut ke pertanyaan berikutnya, apakah EA ini memiliki anggaran yang lebih besar atau mungkin malah sebaliknya?

I: Sebaliknya, Mas. Karena bisa dikatakan EA ini nggak ada anggaran khusus nol. Artinya memang dia bukan program yang berdiri sendiri ya. Karena kita memanfaatkan semua aplikasi yang udah ada di Kemenkeu. Jadi kita sangat efektif dan efisien lah boleh dikatakan seperti itu, terus untuk materi-materi atau konten itu kita pakai konten-konten yang dibuat sama desain grafis dari desainer dari Kemenkeu. Jadi memang semuanya udah. in-house kita lakukan mas, paling kalau ini sih ketika pelatihan ya mungkin pelatihan kita perlu menghadirkan menghadirkan sosok pemateri yang dari luar itu kan mungkin kita perlu narasumber tapi itu gak besar.

R: Baik Pak, kita lanjut ke pertanyaan berikutnya. Kemudian bagaimana sih Pak tingkat keamanan dari publikasi yang dilakukan oleh para pegawai terkait dengan program ini Pak?

I: Oh iya, jadi memang kalau dari sisi itu sih sebenarnya... Kita bikin edisi EA itu biasanya sesuai sama kebijakan apa yang sedang akan kita sampaikan. Waktu itu pernah yang agak rame ya. Kebijakan BLT subsidi BBM. Waktu itu rame banget di tahun 2022 ya. Bahkan ada salah satu salah satu kontennya pegawai di TikTok itu sampai viral banget. Dia sampai 500 ribu yang nge-view ke situ. Jadi banyak yang yang kontra gitu kan ya sama kebijakan pemerintah dan itu memang wajar-wajar dalam demokrasi komen-komentarnya sampai penuh gitu kan tapi yang kita tekankan ke pegawai adalah kita perlu hati-hati nih artinya kita bekal kalau jangan sampai kepancing sama logika media sosial artinya Kan gampang banget ya. Mungkin mas pernah baca juga berita yang salah satu pegawai kepancing tuh. Di konten tahun lalu kalau gak salah ya. Ya mungkin kita jaga seperti itu sih mas. Jadi mungkin masyarakat akan tidak sepakat gitu ya dalam satu hal. Ada juga yang pro. Nah mungkin kita lebih ini aja. menjaga supaya respon dari pegawai terhadap komen-komen tersebut tidak berlebihan atau bahkan sampai ke komen yang sara atau yang melakukan empatan maklumatnya. Jadi kita lebih menghimbau ke pegawai.

R: Oke, baik. Kita lanjut ke pertanyaan berikutnya. apakah memang ada permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam pelaksanaan EA ini, Pak?

I: Kalau permasalahan-permasalahan sih sebenarnya lebih ke yang banyak lebih ke ini sih Mas. Di internal itu kan kita ada aplikasi khusus ya. Aplikasi internal itu yang kita buat untuk meng-capture Aktivasi EA ini yang masih banyak sebenarnya PR-nya lebih ke ini justru. Akurasi teman-teman. Jadi memang itu masih kita butuh perbaikan. Karena kan pegawai kita banyak banget tuh 75 ribu. Dan kita perlu sinkronisasi data di situ.

R: Oke, baik Pak. Kita lanjut ke pertanyaan berikutnya, apa sih Pak sebenarnya plus minus yang bisa dibagikan ketika merencanakan program ini?

I: Ini bisa dibagikan dari perencanaan programnya. Yang jelas yang pertama kita perlu melakukan riset dulu. Jadi kita uji-cobakan, kita dengar masukan dari seluruh pegawai. Jadi kita bisa tahu kira-kira apa yang tepat kita lakukan dalam melakukan... Kita bikin konsepnya seperti apa nih, sesuai untuk karakteristik di Kemenkeu seperti apa. Jadi kita perlu, itinya lebih perlu mendengar. Jadi selain kita riset, kita juga benchmarking ke beberapa perusahaan swasta. Mas, kita undang beberapa nasum waktu itu. Jadi kita coba bandingkan kalau program di mereka seperti apa pelaksanaannya. Terus kita coba identifikasi sumber daya yang kita miliki. Misalkan yang paling mudah adalah bagaimana kita mengelola aktivasi itu. Kita punya tools apa sih yang bisa kita gunakan untuk meng-capture aktivasi yang dilakukan oleh pegawai. Terus kita punya concern di security, kita pindah ke aplikasi yang internal. Jadi kita manfaatkan sumber daya yang kita miliki. Seperti itu, Mas. Jadi sebelum kita implementasi, perlu kita riset juga.

R: Kalau untuk minusnya dari EA ini apa Pak?

I: Minusnya ya mungkin dari sisi ini ya, dari sisi pelaporan. Karena kan kita masih menggunakan basisnya pelaporan, jadi pegawai. Kalau pegawai nggak ngelapor,

kita nggak akan tahu nih, dia udah melakukan aktivasi atau belum. Mungkin itu lubang yang perlu kita cari. Terus juga. ini kita perlu. Ngejagain aja sih ya. Artinya. Kayak misalkan. Pengetahuan. Atau keep up information nih. Di pegawai-pegawai itu kan mungkin. Ada yang sangat. ini expert di media sosial, ada yang enggak. Nah itu mungkin kita akan coba supaya ininya jarak atau selisihnya enggak terlalu jauh. Artinya minimal mereka kalau dalam bermedia sosial tuh tahu nih batasannya. Kita udah punya SE, tapi sepertinya perlu hal lain yang bisa membekali mereka dengan pelatihan atau Gimana mereka mengelola Emosi di media sosial.

R: Baik kita lanjut ke pertanyaan berikutnya Apakah Pelaksanaan EA ini Memiliki ruang diskusi publik Entah itu baik dari segi internal Maupun dari segi eksternal?

I: Pelaksanaan ya kalau dari segi internal di landing page kita mas di aplikasi itu kita udah sediakan kritik dan saran yang bisa dimasukkan bahkan bentuknya sebenarnya Di landing page itu juga kita, pegawai juga bebas melakukan komen-komen. Jadi kayak blog. Kita kasih. Ada dua bahkan ya. Ada yang khusus. Atau lewat komen tadi. Kemudian kalau di eksternal. Di eksternal sebenarnya sifatnya sebagai ini sih. Respon masyarakat ya. Dan itu yang justru memang kita tangkap sih. Kira-kira kalau mereka dapat baca konten kayak gini tuh. Seperti apa? Apakah mereka mendukung? Atau mereka... Kok gini sih kebijakannya pemerintah? Jadi apapun yang publik tuangkan dalam komentar ya, ruang komentar media sosial itu yang juga kita tangkap. Jadi kita dorong pegawai juga untuk istilahnya melaporkan ya, cerita ke kita. Jadi kita dorong untuk bercerita.

R: Baik, kita masuk ke pertanyaan terakhir dari indikator ketiga, Pak, bagaimana sih, Pak, alur pengelolaan serta pemantauan dari EA ini di Kemenkeu, Pak?

I: Baik, kalau alurnya, jadi kita, EA ini kan sebagai salah satu taktik dalam strategi komunikasi Kemenkeu, ya. Jadi pelaksanaannya itu selalu merujuk pada stracom yang disusun. Artinya gini. EA ini nggak akan dilakukan kalau nggak muncul di stracom. Misalkan ni, kita kan nama dokumennya, dokumen agenda setting ya. Dokumen agenda setting itu kita keluarkan setiap 2 minggu sekali. Nah ketika di dalam agenda setting edisi itu muncul nih satu muncul taktik EA. Kita perlu EA nih di pekan ini. Itu akan kita lakukan. Jadi kita memang basisnya adalah dari dokumen stracom muncul taktik. Kalau nggak muncul, kita nggak akan bisa melakukan. Jadi kita merujuk ke situ. Nah, setelah kita muncul taktik ini, barulah kita melakukan perencanaan. Perencanaannya adalah biasanya kalau yang sering itu kan edisi APBN kita ya, di mana kita bercerita tentang kondisi perekonomian kita selama satu bulan terakhir. Dari situ kita... cek konten-konten yang disiapkan oleh teman-teman di, ada namanya bagian manajemen publikasi maksudnya mereka, mereka job desk-nya adalah membuat konten-konten di akun media sosial resmi kayak Media Publikasi Official-nya. Nah konten-konten tersebut kita koordinasi dengan mereka. Kita kira mereka akan bikin konten seperti apa, kita juga minta mereka untuk berbagi asetnya mereka untuk bisa dibagikan kepada pegawai. Dari situ, konten-konten tadi, terus kita jahit juga dengan strategi komunikasi yang ingin kita sampaikan. Kan tadi, strategi komunikasi sudah ada nih, taktiknya EA. Kira-kira dari EA nanti akan ngomong apa saja, pesan kuncinya apa. Kita jahit dengan konten-konten yang sudah dibikin, terus kita tuangkan ke dalam aplikasi internal yang kita punya tadi. Di landing page tadi, kita tempelin, Kemudian kita publish edisi tersebut kepada pegawai, kita sebar luaskan. Kemudian pegawai melakukan

aktifasi dan melaporkan. Nah, dari setelah melaporkan ini, data-data itu kita tangkap, kita rekam, kemudian kita visualisasikan. Kita visualisasikan dalam dashboard. Jadi, sudah berapa banyak yang melakukan, dari unit mana saja, media sosial apa yang mereka gunakan, seperti itu.

R: Baik kita masuk ke pertanyaan penutup ya Pak. Kira-kira tips dan masukan apa yang bisa Pak Ibrahim berikan kepada orang yang ingin melakukan perencanaan untuk pelaksanaan program EA Pak?

I: Yang pertama adalah coba lihat dulu kira-kira konsep seperti ini sudah pernah dilakukan atau belum. Itu kan cara paling cepat ya. Sudah pernah dilakukan di mana aja. Coba kita lihat di sekitar kita. Kalau di level swasta apakah sudah ada? Di level kementerian atau pemerintahan apakah sudah ada? Mungkin dari situ bisa digali terlebih dahulu. Kemudian dilakukan riset-risetnya ke internal dan eksternal. Kenapa perlu ke internal juga? Karena perlu menyesuaikan dengan karakteristik pegawainya. Saya percaya karena semua lingkungan bisnis maupun pemerintahan itu pasti beda-beda. Kalau di Kemenkeu itu kebetulan 60% atau 70% itu generasi muda. Jadi memang kita perlu menyesuaikan juga dengan... Kira-kira konsep apa yang sesuai. Nah mungkin akan berbeda. Nah mungkin itu. Jadi perlu coba benchmarking dengan unit-unit yang kita tahu sudah melakukan EA. Kemudian kita riset internal dan eksternal. Kita bandingkan. Kita bikin konsepnya, apa sih yang sesuai dengan organisasi kita. Mungkin itu.

R: Baik, terima kasih banyak Pak Ibrahim. Dengan begitu berakhir pula sesi wawancara kita pada kesempatan kali ini. Untuk sesi wawancara sudah selesai Pak sudah boleh meninggalkan ruangan terima kasih banyak Pak.

I: terima kasih banyak Mas Dani mudah-mudahan lancar skripsinya studinya juga lancar.

Lampiran 11. Open Coding Informan 1

OPEN CODING INFORMAN 1

Latar belakang informan

Nama lengkap : Budi Sulistyio

Jabatan saat ini : Kepala Bagian Manajemen Strategi Komunikasi

Periode kerja : 16 Tahun

Wawancara dilakukan pada 22 Mei 2024 pukul 08.00 – 08.50 melalui aplikasi Zoom meeting. wawancara dilakukan bersamaan dengan informan yang sedang menghadiri kegiatan luar ruangan. pada saat wawancara informan menggunakan jaket parasut berwarna abu gelap dan kacamata

Keterangan:

R: Rhesevsky Cahaya Ramadhani (Peneliti)

B: Budi Sulistyio (Informan Penelitian)

No.	<i>Personal View/ Refleksi Diri</i>	Isi Tanskrip Wawancara	Keterangan Observasi	Intisari/ Keterangan	Kategori
1.	Peneliti menyapa informan sekaligus mempersilahkan kepada informan untuk memperkenalkan diri dengan menanyakan identitas informan	R: Baik Pak Budi terima kasih atas kesempatannya untuk dapat menghadiri sesi wawancara pada hari ini. Baik, langsung kita mulai saja ya, Pak Budi. Sebelumnya, mungkin dari Pak Budi boleh untuk memperkenalkan diri terlebih dahulu, silahkan. B: Terima kasih atas waktunya mas Dani. Perkenalkan, saya Budi	Informan menjawab dengan formal dan membagi fokus karena sedang menghadiri kegiatan lapangan selama menjawab identitas	Penjelasan informan mengenai identitas: a. Nama b. Jabatan c. Tugas	Latar belakang informan

		<p>Sulistyo, saya Kabag Manajemen Strategi Komunikasi (MSK) Sekretariat Jendral, Kemenkeu, tugas sehari-hari, kami menyusun strategi komunikasi secara rutin maupun tematik, kemudian monitoring dan analisis media, lalu riset dan audit komunikasi.</p>			
2.	<p>Peneliti masuk pada pertanyaan terkait tahapan pertama dalam perencanaan Employee Advocacy (Hotsuite, 2020) yaitu melakukan perencanaan, promosi dan memperoleh dukungan yang terdiri dari beberapa indicator yaitu melakukan riset, mempertimbangkan stakeholder, membuat formal case terkait manfaat, berdiskusi dan memberikan dukungan</p>	<p>R: Oke, baik. Pak, kita langsung masuk ke pertanyaan, bagaimana sih Pak cara atau tahapan proses penyusunan riset sebelum membentuk program EA ini? B: Di sini kita lihat untuk dukungan kebijakan Kemenkeu yang secara statistik dari pegawai itu kita tidak terukur bagaimana dukungan pegawai. Sementara kan kita butuh banyak dukungan untuk kebijakan yang dikeluarkan oleh Kemenkeu. yang sifatnya harus secara organik.</p>	<p>Informan menjawab dengan formal dan menjawab sepengetahuan informan karena baru bergabung dengan Biro KLI terkait tahapan pertama</p>	<p>Penjelasan informan mengenai tahapan pertama</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Melakukan Riset b. Mempertimbangkan Stakeholder c. Membuat Formal Case Terkait Manfaat d. Berdiskusi e. Memberikan Dukungan 	<p>Melakukan perencanaan, promosi dan memperoleh dukungan</p>

		<p>Sehingga kita menyusun kebijakan EA untuk meminta dukungan dari para pegawai mengamplifikasi kebijakan yang dilakukan oleh Kemenkeu. Dan di proses penyusunan ini dengan riset, dan ini masuk ke dalam indikator kinerja utama (IKU) yang wajib untuk diikuti oleh seluruh pegawai.</p> <p>...</p> <p>R: Pertanyaan berikutnya, pada saat penyusunan riset ini, sebenarnya kategori data seperti apa yang memang bermanfaat untuk perencanaan EA di awal bagi Kemenkeu ini, Pak?</p> <p>B: Yang pasti itu adalah kita lihat statistik bagai Kemenkeu dulu. Ya, mereka itu kan generasinya, generasi apa saja. Terus perkembangan di media sosial Kemenkeu saat ini. Intinya adalah statistik, baik itu statistik</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>pegawai maupun media sosial Kemenkeu. Jadi kita tahu tujuannya kemana saat ini, bagaimana gitu. Jadi dari situ dikembangkan kira-kira caranya seperti apa supaya bagaimana kita memperoleh tujuan partisipasi pegawai Kemenkeu itu bisa lebih optimal.</p> <p>...</p> <p>R: Berikutnya Pak kalau dari EA ini apakah stakeholder ini mempunyai peran juga di dalam pelaksanaannya dan sejauh mana sih Pak kalau misalnya memang ada?</p> <p>B: Berperannya otomatis yang pertama itu mereka memilih memilih mau like, komen, dan share atau menyusun konten mandiri kedua mereka harus lapor jadi kami yakin. untuk pelaporan tidak sampai satu menit sudah selesai. Dan itu lewat sistem. Ini kan...seperti kita menyusun</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>program segala macam kan terus kita perbaiki ya supaya nanti bisa lebih memudahkan pegawai karena kan ini kan program yang dalam tanda kutip memaksa pegawai untuk mau secara sukarela kan.</p> <p>...</p> <p>R: Baik, untuk pertanyaan berikutnya, apa sih pemanfaat yang paling ditonjolkan dari pelaksanaan program ini, Pak?</p> <p>B: Yang pertama, yang pasti adalah peningkatan partisipasi pegawai. Terus yang kedua itu adalah kita meminta supaya pegawai itu tidak dalam tanda kutip dipaksa. Nah dengan EA ini ya Kemenkeu tugasnya itu macam-macam dan yang isu biaya cukai itu pun juga sebenarnya cuma salah sedikit dari sekian isu Kemenkeu yang sangat luas. karena memang peningkatan literasi ini</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>sangat penting di tengah era media sosial yang sangat masif.</p> <p>...</p> <p>R: Baik pak lanjut untuk pertanyaan berikutnya apakah ada bentuk formal case yang dilakukan dari Kemenkeu pak sebelum memang menetapkan program ini?</p> <p>B: kita secara rutin diskusi ya dengan unit-unit Eselon I terkait dengan progres EA, ketika kita pelatihan juga kita diskusikan termasuk kalau saat ini adalah bagaimana kita menyusun penghargaan atau reward untuk pegawai yang aktif mengamplifikasi konten EA jadi bukan semata-mata dari segi finansial ya hadiahnya tapi mungkin nanti kita lagi formatkan apakah mendapatkan piagam, ikut pelatihan, kita dapat merchandise yang masih sesuai dengan budget. Jadi</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>ini terus kita konsolidasikan, kita perbaiki supaya program ini lebih impactful ke masyarakat.</p> <p>...</p> <p>R: baik Pak langsung ke pertanyaan berikutnya untuk hasil diskusinya itu Pak terkait program ini itu seperti apa sih Pak setelah ditetapkan?</p> <p>B: yang mudah contohnya tadi yang saya sampaikan misalnya untuk laporan yang tadinya dianggap Rumit dan lama, ini kita sudah permudah. Yang kedua, bagaimana meningkatkan partisipasi pegawai. Kita selalu mengingatkan ke unit-unit, kita laporkan itu setiap dua minggu, tingkat partisipasi tiap unit.</p> <p>...</p> <p>R: Oke, untuk pertanyaan berikutnya Pak, bagaimana respon karyawan terkait penerapan program ini?</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>B: Ini kan yang pasti, kami kalau misalnya sedang ke daerah ya, kami juga menyelipkan materi EA, itu yang pasti memang untuk hal-hal seperti ini, itu kan memang kita untuk sebuah habituasi ya habituasi itu dalam tanda kutip harus dipaksa. Itu makanya ini tantangan-tantangan kita untuk ya terus bisa memasukkan konten-konten APBN yang mungkin bagi pegawai itu. ah udahlah saya udah sehari-hari ngomongin APBN saya nggak mau di media sosial saya ngomongin APBN tapi ketika institusi Kemenkeu sedang ada masalah atau hal-hal yang ingin di konfirmasi otomatis masyarakatkan nanyanya ke kita sebagai pegawai Kemenkeu. Jadi, kita harapkan mereka juga membaca, mengetahui apa yang saat ini sedang ada di</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>Kemenkeu secara umum, meskipun Itu bukan isu kita sehari-hari. Itu impact-nya seperti itu.</p> <p>...</p> <p>R: Baik Pak. Pertanyaan berikutnya Ini terkait pro dan kontra, tapi tadi kontranya sebenarnya sudah dijelaskan Pak, bahwa memang dari para pegawai itu menganggap bahwa ini seperti eksploitasi media sosial pribadi ya Pak. Kalau dari sisi pronya gimana Pak?</p> <p>B: Jadi pronya ya, mereka karena dalam tanda kutip dipaksa, karena menjadi sebuah IKU, mau nggak mau kan mereka baca. Saat ini nih misalnya capaian pajak, kan tiap bulan kadang ada presscon APBN kita yang menyampaikan capaian APBN. Mau gak mau mereka yang biasanya ya cuman muncul feed gak pernah dibaca.</p> <p>...</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>R: Ini untuk pertanyaan terakhir dari indikator pertama ya Pak. Bagaimana cara dari Kemenkeu ini untuk mendorong karyawan dalam melakukan EA ini Pak?</p> <p>B: Pertama, memang kita nggak bisa secara langsung ke semua pegawai, yang secara rutin ya, jadi kita dorongnya kita punya PIC tiap unit Eselon I mas, unit-unit itu yang kita dorong untuk secara kreatif bagaimana meningkatkan partisipasi dari pegawai di unit masing-masing. Yang kedua, untuk pegawai Kemenkeu secara umum, kami melakukan peningkatan kapasitas yang dilakukan secara hybrid. Jadi semua pegawai tahu bagaimana sih bikin konten yang kekinian. Jadi mereka bisa ikut di situ. Kita kasih doorprize dan lain-lain gitu. Baik. Jadi dengan cara yang menarik dan kekinian gitu</p>			
--	--	---	--	--	--

		aja sih Mas. Dan terakhir itu yang masih kita konsepkan untuk penghargaan ke pegawai.			
3.	Peneliti masuk pada pertanyaan terkait tahapan kedua dalam perencanaan Employee Advocacy (Hotsuite, 2020) yaitu menetapkan tujuan dan sasaran yang terdiri dari beberapa indicator yaitu tingkat pelaksanaan karyawan, frekuensi pelaksanaan, jangkauan pesan dan dukungan terhadap bisnis	<p>R: Baik, untuk pertanyaan berikutnya. Apakah memang penerapan EA ini sudah terjadi secara menyeluruh atau mungkin belum Pak?</p> <p>B: Sudah, sudah secara menyeluruh. Bahkan sekarang kita sedang ke tahap public advocacy. tidak hanya oleh pegawai, tapi publik secara organik ikut menyuarakan, ikut mengamplifikasi kebijakan Kemenkeu.</p> <p>...</p> <p>R: Pertanyaan berikutnya Pak, media apa sih Pak yang memang sebenarnya paling banyak digunakan oleh karyawan Kemenkeu dalam melakukan EA atau memang ada media khusus yang dipilih oleh Kemenkeu?</p>	Informan menjawab dengan formal, jelas dan tidak mengaktifkan kamera terkait dengan tahapan kedua	Penjelasan informan mengenai tahapan kedua <ul style="list-style-type: none"> a. Tingkat Pelaksanaan Karyawan b. Frekuensi Pelaksanaan c. Jangkauan Pesan d. Dampak Terhadap Bisnis 	Menetapkan tujuan dan sasaran

		<p>B: Ini kita ada beberapa pilihan ya, yang pasti media-media yang saat ini banyak digunakan itu kita ada pilihannya baik itu Instagram, Twitter, LinkedIn, bahkan atas masukan pegawai untuk WhatsApp juga sudah kita akomodir, baik itu WA Status maupun di WA Group. Jadi kita sangat terbuka media sosial yang banyak digunakan, termasuk Facebook ya, itu masih kita akomodir juga dan dari hasil pelaporan paling banyak memang di Instagram. Termasuk TikTok juga.</p> <p>...</p> <p>R: Kemudian Pak, kalau untuk media yang paling banyak digunakan dan yang paling efektif dari yang pemantauan Bapak untuk penyampaian amplifikasi pesan edukasi itu ada di mana Pak?</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>B: Ya, sebenarnya kalau paling efektif... itu kan kita lihat saat ini masyarakat di Indonesia paling banyak membaca melalui platform apa dan sesuai tadi kan karena Mas dari awal sudah menyampaikan terkait hasil survei Hotsuite ya di situ kan kita lihat masyarakat Indonesia paling banyak kan menggunakan Instagram ya saat ini ya di range umur tertentu di umur yang masih cukup muda, Instagram paling banyak digunakan. Dan ini sesuai dengan komposisi jumlah persentase pegawai Kemenkeu dari 77 ribu pegawai. Itu 60%, itu mereka generasi milenial dan generasi Z. Jadi platform yang paling banyak digunakan itu Instagram.</p> <p>...</p> <p>R: Baik Pak. Oke, pertanyaan berikutnya Pak, manfaat apa sih Pak yang</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>diperoleh secara nyata dari Kemenkeu Pak?</p> <p>B: Ya, yang pasti meskipun ini kita belum riset secara langsung ya. Kami yakin bahwa interaksi masyarakat dengan inklusi kementerian itu lebih meningkat. Karena memang cara yang paling efektif kita untuk menyampaikan informasi di tengah gempuran dunia ini adalah melalui orang-orang yang bisa dipercaya. ketika muncul nanti story teman-teman yang dari Kemenkeu yang posting unggah terkait konten APBN kita atau itu yang merupakan aktivasi dari EA. Jadi kita harapkan literasi masyarakat terkait keuangan negara ini bisa meningkat. Ini kita juga sebenarnya memakai cara word of mouth tapi melalui media sosial.</p> <p>...</p> <p>R: Oke. Baik, Pak. pertanyaan berikutnya.</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>Seberapa besar pengaruh EA dalam penyampaian amplifikasi pesan edukasi?</p> <p>B: Iya. Kita tahu bahwa Kemenkeu ini kan sebuah institusi yang sangat besar. Jadi kita tidak bisa lagi menggunakan pola-pola konvensional untuk menyampaikan informasi di tengah arus informasi yang sangat masif sekarang. Bukan one to all lagi, bukan di platform Kemenkeu ke semua pegawai, tapi one on one dari pegawai-pegawai ke teman-temannya dan ini saya pikir menjadi sebuah pendekatan yang bagus.</p>			
4.	<p>Peneliti masuk pada pertanyaan terkait tahapan ketiga dalam perencanaan Employee Advocacy (Hotsuite, 2020) yaitu menetapkan tujuan dan sasaran yang terdiri dari dua indikator yaitu</p>	<p>R: Oke, baik Pak kita lanjut untuk ke indikator terakhir dari tahapan EA yang saya gunakan itu terkait melakukan penerapan secara menyeluruh. Nah, indikator ini adalah untuk melihat bagaimana konsistensi dari Kemenkeu</p>	<p>Informan menjawab dengan formal, jelas terkait dan tidak mengaktifkan kamera dengan tahapan ketiga</p>	<p>Penjelasan informan mengenai tahapan ketiga</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Pemberdayaan b. Konsistensi 	<p>Melakukan penerapan secara menyeluruh</p>

	<p>pemberdayaan dan konsistensi</p>	<p>dalam melakukan program EA.</p> <p>B: Peningkatannya dilakukan yang pertama. Itu yang pasti dari peningkatan target, target partisipasi yang masuk dalam IKU. Untuk mencapai itu kan kita juga ada peningkatan kapasitas dari pegawai sendiri melalui berbagai pelatihan dan juga kita secara rutin setiap bulan menyampaikan statistik perkembangan partisipasi.</p> <p>...</p> <p>R: Oke, untuk pertanyaan berikutnya. bagaimana sih Pak dan seperti apa dukungan yang diberikan dari Kemenkeu ini kepada para pegawai dalam melaksanakan EA?</p> <p>B: Ya, baik. Jadi untuk pelaporan dan semua konten itu kita pakai platform Kemenku 1 ya, itu yang web-based yang dikembangkan oleh</p>			
--	-------------------------------------	--	--	--	--

		<p>Pusintek yang mengembangkan IT di Kemenkeu. Itu aplikasi yang kita gunakan untuk bekerja ya, baik menyusun persuratan, absen, segala macam itu ada di situ. Jadi sangat powerful kita pakai itu, termasuk untuk melaporkan EA.</p> <p>...</p> <p>R: Baik ke pertanyaan berikutnya, Pak. Apakah terdapat kerjasama eksternal yang dilakukan oleh Kemenkeu dalam program EA ini, Pak?</p> <p>B: Untuk saat ini, belum ya. Untuk yang sifatnya memang secara government to government atau government to business, itu nggak ada. Karena itu saat ini kita lakukan secara... organik untuk pegawai. Meskipun kerjasama yang ada itu masih dari kementerian lain mereka benchmark apa yang sudah kita lakukan</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>untuk di amplifikasi, di kopas di institusi lain pengembangan EA ini.</p> <p>...</p> <p>R: Oke. Baik, Pak. Ini mungkin untuk saya menanyakan kembali aja ya, Pak. Kalau untuk tingkat pelaksanaan EA di Kemenkeu itu sudah terlaksana sepenuhnya ya, Pak? Di seluruh bagian dari Kemenkeu ya, Pak?</p> <p>B: Ya, semua unit sudah dan secara statistik meningkat partisipasinya. Nanti Pak Nico bisa cerita dulu seperti apa targetnya kita berapa bahkan misalnya untuk yang perbulan 1, 2024 ini kita targetnya masih 12% di akhir nanti 16% ini sudah partisipasinya sampai 46%</p> <p>...</p> <p>R: Oke. Baik Pak, apakah di sini menunjukkan bahwa EA itu memerlukan anggaran yang lebih besar dibandingkan strategi</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>komunikasi yang lainnya, atau mungkin sebaliknya?</p> <p>B: Justru ini anggaranya minimal ya. Karena kan kita tidak pakai influencer atau buzzer sama sekali. Dan platform yang kita gunakan juga platform yang ada di Kemenkeu sudah tidak membayar lagi. Paling kita penyediaan narasumber untuk peningkatan kapasitas pegawai, pemerintah terus koordinasi ke daerah pun itu nempel kegiatan yang ada jadi tidak menyusun program khusus EA saya pikir ini dengan anggaran yang cukup minimal tapi output dan outcome nya bisa sangat maksimal.</p> <p>...</p> <p>R: Baik Pak pertanyaan berikutnya bagaimana sih Pak tingkat keamanan dari publikasi yang dilakukan oleh para pegawai di Kemenkeu ini Pak?</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>B: Jadi memang saat ini karena di media sosial ini kan memang seperti yang di awal Proaktif maupun reaktif. Untuk EA ini kita masuk dalam isu proaktif atau tidak meminta pegawai untuk merespon isu-isu yang sifatnya negatif. Kita khusus isu-isu yang tonenya positif. Karena memang sudah punya perlindungan ketika nanti dia diserang secara personal dan lain-lain itu kan kita sudah harus siap ya dan ini kita belum melangkah ke arah seperti itu sehingga kita masih isu proaktif pun masih sangat banyak yang perlu untuk disampaikan kepada masyarakat jadi kita ingin melindungi pegawai mereka. Supaya tetap nyaman.</p> <p>...</p> <p>R: Oke baik Pak pertanyaan berikutnya dari Dari pelaksanaan yang memang</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>sudah dilakukan oleh Kemenkeu ini, apakah ada ditemukan permasalahan dari pelaksanaannya?</p> <p>B: Yang pasti tantangannya itu ada unit-unit yang disuruh substansi, itu banyak kita dorong untuk melakukan EA, tapi unit itu tingkat partisipasinya malah rendah gitu. Ya ini challenging gitu untuk mengingatkan, banyak kita minta pegawai untuk memberi, tapi uniknya malah partisipasi itu salah satu tantangannya itu.</p> <p>...</p> <p>R: Oke baik Pak, lanjut ke pertanyaan berikutnya, apakah ada yang namanya ruang diskusi publik?</p> <p>B: Oh iya, ketika kami sedang di daerah biasanya kami merespon isu EA nih untuk minta masukan dari pegawai-pegawai yang di daerah yang selama ini kan kami nggak langsung ketemu ya sama orang-</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>orangnya. Kalau dengan PIC di unit masing-masing ini kan biasanya kami ketemu langsung, ada forum rapat sebulan sekali terkait komunikasi, tapi kalau dengan pegawai yang di daerah, biasanya ketika kami ke daerah kami tanyakan itu.</p> <p>...</p> <p>R: Oke baik Pak. Untuk pertanyaan terakhir, bagaimana sih Pak alur pemantauan yang dilakukan dari Kemenkeu terkait EA?</p> <p>B: Iya. Ini kami seperti yang saya sampaikan tadi, kami koordinasinya ke para PIC unit kehumasan di unit Eselon I Kemenkeu. Jadi kami selalu memantau ke unit-unit tersebut secara bertahap. Nanti dari unit itu yang menyampaikan ke unit lebih kecil lagi. Karena ini kita laporkan secara rutin ke semua unit dan ditembuskan ke pimpinan.</p>			
--	--	---	--	--	--

Lampiran 12. Open Coding Informan 2

OPEN CODING INFORMAN 2

Latar belakang informan

Nama lengkap : Nico Aditia

Jabatan saat ini : Kepala Subbagian Riset dan Audit

Periode kerja : 17 Tahun

Wawancara dilakukan pada 22 Mei 2024 pukul 09.00 – 10.40 melalui aplikasi Zoom meeting. wawancara dilakukan saat informan tiba di kantor dan telah selesai melakukan persiapan untuk bekerja dan melakukan sesi wawancara terlebih dahulu sesuai dengan kesepakatan Bersama peneliti. pada saat wawancara informan menggunakan baju PDH (Pakaian Dinas Harian) kemeja berwarna biru dongker.

Keterangan:

R: Rhesevsky Cahaya Ramadhani (Peneliti)

N: Nico Aditia (Informan Penelitian)

No.	<i>Personal View/ Refleksi Diri</i>	Isi Tanskrip Wawancara	Keterangan Observasi	Intisari/ Keterangan	Kategori
1.	Peneliti menyapa informan sekaligus mempersilahkan kepada informan untuk memperkenalkan diri dengan menanyakan identitas informan	R: Oke. Baik. Sebelumnya, terima kasih kesempatannya, Pak Nico, untuk dapat menghadiri sesi wawancara pada hari ini. Baik kita langsung masuk saja pada sesi tanya jawab pada kesempatan kali ini sebelumnya Pak mungkin saya persilahkan kepada Bapak untuk memperkenalkan diri	Informan menjawab dengan formal dengan pandangan yang fokus ketika menjawab identitas	Penjelasan informan mengenai identitas: a. Nama b. Jabatan c. Tugas	Latar belakang informan

		<p>terlebih dahulu Pak terima kasih.</p> <p>N: Baik, selamat pagi Mas Dani ya. Terima kasih, perkenalkan nama saya Nico AditIa. Saya Kasubag Riset dan Audit di bagian MSK, Biro KLI, Sekretariat Jenderal Kementerian Keuangan. Nah tugas dan fungsi saya di Biro KLI adalah untuk melaksanakan research serta melakukan audit komunikasi. Nah research dan audit komunikasi ini merupakan bagian yang penting dari siklus komunikasi di tempat kami.</p>			
2.	<p>Peneliti masuk pada pertanyaan terkait tahapan pertama dalam perencanaan Employee Advocacy (Hotsuite, 2020) yaitu melakukan perencanaan, promosi dan memperoleh dukungan yang terdiri dari beberapa indicator yaitu melakukan riset,</p>	<p>R: Baik Pak, kita langsung masuk ke pertanyaan pertama, sebenarnya bagaimana proses penyusunan riset yang dilakukan oleh Kemenkeu dalam menyusun EA ini, Pak?</p> <p>N: Oke, baik, pendekatan yang kami lakukan adalah pendekatan riset. Dari</p>	<p>Informan menjawab dengan formal ddengan pandangan yang fokus ketika menjawab terkait tahapan pertama perencanaan EA (Hotsuite, 2020)</p>	<p>Penjelasan informan mengenai tahapan pertama</p> <ul style="list-style-type: none"> f. Melakukan Riset g. Mempertimbangkan Stakeholder h. Membuat Formal Case Terkait Manfaat i. Berdiskusi j. Memberikan Dukungan 	<p>Melakukan perencanaan, promosi dan memperoleh dukungan</p>

	<p>mempertimbangkan stakeholder, membuat formal case terkait manfaat, berdiskusi dan memberikan dukungan</p>	<p>pengkajian awal, kami menemukan ada tiga solusi yang bisa digunakan. Yang pertama adalah employee engagement (EE). Yang kedua, menggunakan influencer, ada satu lagi, kami baru juga menemukan pada saat kami melakukan kajian, namanya EA. Nah kami melihat disitu ada potensi yang kemudian kami lanjutkan lagi dengan research experiment. Research experiment pada waktu itu kami menguji apakah sebuah informasi ketika disampaikan oleh influencer dibandingkan dengan pegawai biasa itu efektif, sama-sama efektif atau lebih efektif yang artis. Sama. Kemudian yang kedua, Apakah kualitas informasi juga mempengaruhi efektivitas penyampaian pesan? Nah, kami uji silang kan, hasilnya adalah, ketika pegawai menyampaikan</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>informasi yang berkualitas kepada masyarakat, maka penerimaan pesannya sama seperti informasi berkualitas yang disampaikan oleh influencer kepada publik. Nah kemudian dari dua hasil riset tersebut kami juga melakukan FGD ya. FGD salah satunya kami mengundang dari Kominfo yang melakukan penelitian juga. Kemudian setelah kita rangkum penelitian tersebut, kami melakukan piloting, uji coba. Dan menggulirkan EA di tahun 2022.</p> <p>...</p> <p>R: Dari situ, Pak, sebenarnya untuk menyusun program EA itu, data apa saja sih, Pak, yang menurut Bapak paling penting untuk dipersiapkan sebelum melakukan perencanaan programnya secara besar?</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>N: Data yang paling penting untuk diperoleh adalah yang pertama hasil risetnya. Apakah ini efektif atau tidak? Kemudian yang kedua tentu Data mengenai pegawai karena Biro KLI kan Tidak punya data pegawai. Kemudian data yang kami butuhkan lagi adalah hasil exercise. Kayak gitu. Terus data yang kami perlukan lagi adalah... mengenai media sosialnya itu sendiri. Kemudian juga kami memerlukan data mengenai perilaku pegawai di media sosial untuk mengukur tingkat resiko dari program ini.</p> <p>...</p> <p>R: Baik Pak, lanjut ke pertanyaan berikutnya sejauh mana sih Pak, stakeholder itu terlibat dan juga apa sih manfaat dari peran stakeholder dalam EA?</p> <p>N: Nah, bagi kami di MSK, peran stakeholder ini sangat</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>penting sekali. Mereka sebagai enabler bahkan. Yang pertama, ini adalah program yang komprehensif, luas, memiliki resiko, dan berdampak. Sehingga kami membutuhkan support, dukungan. Karena di awal-awal penerapan, EA itu tidak mudah dan banyak penolakan. Kemudian juga ada diskursus mengenai risiko-risiko dalam penyelenggaraan atau pelaksanaan EA karena risikonya mungkin sampai UU ITE kemudian risiko di doxing risiko yang mana gitu kan Sehingga bagi kami tentu dukungan dari para pimpinan sangat penting sekali. Kalau misalkan dituntut untuk cepat, tentu kami membutuhkan perangkat, sistem, ekosistem gitu ya. Salah satunya adalah berupa Key Performance Indicator (KPI). Nah, kalau misalkan</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>tidak ada support dari pimpinan agar EA bisa masuk dalam KPI, tentu program ini tidak bisa. Kemudian yang ketiga enabler selanjutnya adalah dari sisi teknologi tanpa ada bantuan dari pusat teknologi program ini juga tidak akan berjalan dengan baik, kemudian kami juga mendapatkan bantuan dari HR atau Biro SDM ini berupa data terkini mengenai Pegawai di Kemenkeu. Dan yang tentunya yang paling penting juga adalah bantuan dari teman-teman unit kehumasan. Kemudian stakeholder berikutnya adalah ya tentu penerima layanan maupun publik peran mereka penting terutama bagi responden yang kami gunakan untuk mengevaluasi EA.</p> <p>...</p> <p>R: Baik pertanyaan berikutnya. Kemudian</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>setelah EA ini ditetapkan, Pak, di tahun 2022 secara resmi, bagaimana tanggapan para pegawai?</p> <p>N: Ya, tanggapan pegawai ketika baru pertama kali mendengar atau menjalankan EA, tentu ada yang melihat itu sebagai hal yang positif, ada juga yang sebaliknya, bahkan menolak. Karena memang, Antara benefit dengan risiko, mereka lebih melihat risiko. kemudian yang kedua mungkin perspektifnya beda dengan unit kehumasan kalau unit kehumasan kan melihat bahwa komunikasi publik itu penting tapi kalau misalkan unit non-kehumasan tidak melihat sebuah komunikasi publik itu penting.</p> <p>...</p> <p>R: Baik Pak tadi terkait dengan tanggapan para pegawai Pro kontra seperti apa sih Pak yang terjadi</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>ketika memang ini sudah diberlakukan di Kemenkeu? N: Pro kontranya adalah dari sisi unit kehumasan ya, kehumasan yang mendapatkan KPI, EA ini tidak mudah. Kontrolnya sangat sulit bagi mereka karena ini kan meminta pegawai untuk menggunakan media sosialnya menyebarluaskan informasi dari Kemenkeu. Kemudian yang kedua pro kontranya adalah topik yang diangkat ada yang sangat sensitif terhadap suatu topik. Kemudian yang ketiga Jenis Aktivasinya. Kemudian pro kontra soal penggunaan akun Apakah harus menggunakan akun utama atau menggunakan akun Akun kedua. Boleh apa enggak gitu kan? Terus juga pro kontra soal pelaporan. Oh ya, sama satu lagi. Ketika mendapatkan respon yang tidak</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>mengenakan, apa yang harus dilakukan?</p> <p>...</p> <p>R: Lanjut Pak, bagaimana cara kita meresponnya. Kalau untuk itu, apakah sudah diindikasikan pada Kemenkeu? Apa solusi yang memang bisa diarahkan kepada para pegawai?</p> <p>N: Iya, kalau terkait dengan hal itu, kadang-kadang responnya bukan dari netizen yang tidak kita kenal, tapi dari orang yang kita kenal. Yang harus kami lakukan tentu EA ini kami tidak mengharapkan pegawai membela dalam arti meng-counter secara reaktif gitu ya. Sebuah masukan input dari masyarakat. Tugas mereka sebenarnya hanya menyampaikan informasi. Ketika sudah disampaikan informasi, apapun reaksinya tidak perlu untuk direspon.</p> <p>...</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>R: Baik, ini untuk pertanyaan terakhir pada indikator pertama Pak. Bagaimana cara yang dilakukan oleh Kemenkeu, untuk kemudian mendorong karyawan agar bersedia untuk melakukan program ini, Pak?</p> <p>N: Yang pertama, tentu informasinya harus sampai dulu ke mereka. Kemudian yang kedua, memang pendekatan secara komunikasi internal, terus yang ketiga, kami juga sering melakukan sosialisasi. Kemudian yang keempat, di tahun ini kami coba untuk memberikan insentif.</p>			
3.	<p>Peneliti masuk pada pertanyaan terkait tahapan kedua dalam perencanaan Employee Advocacy (Hotsuite, 2020) yaitu menetapkan tujuan dan sasaran yang terdiri dari beberapa indikator yaitu tingkat</p>	<p>R: Oke, baik Pak. pertanyaan berikutnya, seperti apa sih Pak awal penerapan yang dilakukan oleh Kemenkeu?</p> <p>N: Jadi, EA itu adalah salah satu taktik yang bisa digunakan oleh Kemenkeu untuk menyampaikan</p>	<p>Informan menjawab dengan formal dengan pandangan yang fokus ketika menjawab terkait tahapan kedua perencanaan EA (Hotsuite, 2020)</p>	<p>Penjelasan informan mengenai tahapan kedua</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Tingkat Pelaksanaan Karyawan b. Frekuensi Pelaksanaan c. Jangkauan Pesan 	<p>Menetapkan tujuan dan sasaran</p>

	<p>pelaksanaan karyawan, frekuensi pelaksanaan, jangkauan pesan dan dukungan terhadap bisnis</p>	<p>informasi. Jadi ketika mau menggunakan EA, tentu di dalam penyusunan strategi sudah menentukan siapa saja audiens yang mau kita sasar dan bagaimana cara supaya informasi itu sampai ke audiens yang kita tuju. Di awal-awal sudah kami tekankan, kalau EA ini adalah salah satu bagian dari strategi komunikasi dan tidak berdiri sendiri. Komunikasi publiknya pertama kan diawali oleh riset, yang kedua nanti ada monitoringnya, kemudian yang ketiga implementasi, dan yang keempat adalah evaluasi.</p> <p>...</p> <p>R: Lanjut ke pertanyaan berikutnya. Apakah di dalam Kemenkeu ini, EA itu sudah terjadi secara menyeluruh kepada seluruh unit atau bagian dari Kemenkeu?</p> <p>N: Sudah, sudah seluruh menyeluruh. Dari Sabang</p>		<p>d. Dampak Terhadap Bisnis</p>	
--	--	---	--	----------------------------------	--

		<p>sampai Maroke, kami punya datanya dan kami tahu berapa banyak yang berpartisipasi dari kantor ke kantor. Jadi, bahkan sudah saat ini 40% lebih pegawai Kemenkeu yang berpartisipasi.</p> <p>...</p> <p>R: Baik Pak, kita lanjut ke pertanyaan berikutnya. Dari segi media platform yang digunakan, media apa yang dinilai memang paling banyak digunakan dan yang paling efektif dalam menyampaikan amplifikasi pesan edukasi kepada Masyarakat?</p> <p>N: kalau dari sisi jumlah kuantitas yang paling banyak adalah Instagram. instagram paling banyak itu, sebentar saya buka datanya 23.564 yang menggunakan. Kemudian yang menggunakan status WhatsApp ada 4.155. Yang menggunakan Facebook ada 3.600an. Twitter</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>3.000an, dan seterusnya. Jadi memang kalau secara statistik kita bandingkan Instagram yang paling bagus, yang paling banyak secara kualitas.</p> <p>...</p> <p>R: Oke. Baik, Pak. Kemudian ini untuk pertanyaan terakhir dari indikator kedua ini, yaitu apa manfaat serta seberapa besar dan bagaimana pengaruh EA ini dalam penyampaian pesan edukasi kepada masyarakat, Pak?</p> <p>N: Kalau mengukur impact-nya... Secara kuantitas, pegawai yang ikut banyak. Kemudian kalau kita lihat dari kinerja media sosialnya Kemenkeu, ada perbedaan yang signifikan antara Tidak ada EA dengan ada EA ya. Dan yang paling penting adalah tingkat engagement ratenya dari kanal Kemenkeu meningkat, kalau nggak ada EA, kami cuplik data,</p>			
--	--	---	--	--	--

		engagement ratenya 4,55%. Tapi kalau ada EA, engagement ratenya jadi naik 6,03%.			
4.	Peneliti masuk pada pertanyaan terkait tahapan ketiga dalam perencanaan Employee Advocacy (Hotsuite, 2020) yaitu menetapkan tujuan dan sasaran yang terdiri dari dua indicator yaitu pemberdayaan dan konsistensi	<p>R: Oke, pertanyaan berikutnya pelaksanaan EA yang dilakukan dari Kemenkeu ini apakah melibatkan kerjasama eksternal atau memang hanya berfokus pada internal saja?</p> <p>N: Kalau kerjasama dengan eksternal, saya rasa belum. Dalam bentuk mungkin penyediaan tools. Tapi kalau dalam bentuk pelatihan, ada. Nah, kami kerjasama dengan konten kreator untuk mengajari pegawai gimana sih caranya buat konten yang bagus.</p> <p>...</p> <p>R: Oke, baik Pak. Pertanyaan berikutnya apakah memang dari banyaknya strategi komunikasi yang digunakan oleh Kemenkeu, EA ini memiliki anggaran yang</p>	Informan menjawab dengan formal dengan pandangan yang fokus ketika menjawab terkait tahapan ketiga perencanaan EA (Hotsuite, 2020)	Penjelasan informan mengenai tahapan ketiga c. Pemberdayaan d. Konsistensi	Melakukan penerapan secara menyeluruh

		<p>lebih besar ataupun sebaliknya?</p> <p>N: Jadi EA sebenarnya gak ada anggaran ketika kita melakukan aktivasi. Nah yang berbiaya itu adalah yang peningkatan kualitas. Karena kami kan kerjasama dengan content creator ya. Undang mereka untuk sharing ilmunya gitu kan. Jadi bisa dibilang sebenarnya program ini ya minim biayanya. Untuk aktivasinya minim, produksinya minim. Paling cuma maintenance aja dalam bentuk peningkatan kualitas.</p> <p>...</p> <p>R: Baik, kita lanjut ke pertanyaan berikutnya. bagaimana tingkat keamanan dari publikasi yang dilakukan oleh para pegawai dari EA ini?</p> <p>N: Kalau dari sisi keamanan, yang pertama kan panduannya sudah ada. Tidak perlu membalas atau</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>memberikan komentar atau merespon komentar negatif dari netizen. Sehingga kami bisa menekan dari sisi resiko di sana. Kemudian dari sisi konten. Kami kan ada tiga alternatif yang bisa digunakan. Comment, like, share. Yang kedua menggunakan konten yang kami sediakan. Atau bikin konten sendiri. Otomatis alternatif satu dan dua resikonya jadi minim. yang berisiko cuma ada di pegawai bikin konten sendiri itu.</p> <p>...</p> <p>R: Baik, Pak. Lanjut ke pertanyaan berikutnya. Apakah memang pernah ditemukan permasalahan, Pak, dalam pelaksanaan EA yang dilakukan oleh para pegawai ini?</p> <p>N: Kalau pengalaman saya dan data yang kami temukan, nggak ada sih. Mudah-mudahan nggak terjadi. Walaupun mungkin</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>ada yang melaporkan ini gara-gara EA. Setelah kami cek, nggak ada kaitannya sama EA. Jadi belum ditemukan hal yang seperti itu.</p> <p>...</p> <p>R: baik Pak lanjut ke pertanyaan berikutnya, apakah terdapat ruang diskusi baik secara internal maupun eksternal dari Kemenkeu untuk berdiskusi terkait EA Pak?</p> <p>N: Iya, jadi di dalam fitur aplikasi yang kami gunakan, di situ ada fitur untuk memberikan feedback, masukan maupun laporan. Bisa berupa kritik, masukan pendapat, ataupun mereka menemukan link yang sifatnya disinformasi. Jadi sebenarnya ada diskusi itu. Kalau dari masyarakat itu, kita menggunakan mekanisme riset. Kalau mekanisme yang lain, FGD kepada masyarakat, itu</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>biasanya terkait dengan kebijakan.</p> <p>...</p> <p>R: Baik Pak sebagai pertanyaan terakhir dari indikator ketiga. Bagaimana alur pengelolaan atau pemantauan yang dilakukan dari Kemenkeu terhadap EA ini?</p> <p>N: Jadi kami karena sejak awal kan dibantu oleh pusat teknologi ya kami dibuatkan dashboard khusus untuk pemantauan EA karena Pelaporan itu kan biasanya kuantitatif yang sifatnya real-time online. Once pegawai melaporkan melalui aplikasinya masing-masing, di detik itu juga kami mempunyai data yang sama. Jadi kami bisa mengetahui progres dari hari ke hari, bahkan detail laporannya.</p>			
--	--	--	--	--	--

Lampiran 13. Open Coding Informan 3

OPEN CODING INFORMAN 3

Latar belakang informan

Nama lengkap : Ibrahim Hariadi
 Jabatan saat ini : Penelaah Teknis Kebijakan Tingkat II
 Periode kerja : 12 Tahun

Wawancara dilakukan pada 28 Mei 2024 pukul 16.00 – 17.00 melalui aplikasi Zoom meeting. wawancara dilakukan saat informan telah selesai melakukan pekerjaan dan tetap berada dikantor. pada saat wawancara informan menggunakan baju kemeja berwarna biru dengan pola kotak – kotak dengan garis berwarna abu – abu.

Keterangan:

R: Rhesevsky Cahaya Ramadhani (Peneliti)

I: Ibrahim Hariadi (Informan Penelitian)

No.	<i>Personal View/ Refleksi Diri</i>	Isi Tanskrip Wawancara	Keterangan Observasi	Intisari/ Keterangan	Kategori
1.	Peneliti menyapa informan sekaligus mempersilahkan kepada informan untuk memperkenalkan diri dengan menanyakan identitas informan	R: Baik Pak, sebelumnya saya ingin mengucapkan terima kasih atas kesedihan Bapak pada kesempatan kali ini untuk menghadiri sesi wawancara tugas akhir saya yang membahas mengenai EA yang dilakukan oleh Kemenkeu. Sebelum kita mulai pada pertanyaannya, saya persilakan kepada Pak Ibrahim untuk memperkenalkan diri	Informan menjawab dengan formal dan seringkali mengalihkan pandangan selama menjawab identitas.	Penjelasan informan mengenai identitas: a. Nama b. Masa Kerja c. Jabatan d. Tugas	Latar belakang informan

		<p>terlebih dahulu. Silahkan, Pak.</p> <p>I: Baik Mas, terima kasih. Perkenalkan nama saya Ibrahim Haryadi. Saya bekerja di Kementerian Keuangan sudah 12 tahun. Dan kebetulan memang kebetulan pas banget mengelola di EA ini. Mengawal dari awal lahir dari risetnya sampai implementasi di tahun sekarang. Saya kerjanya di Biro KLI, bagiannya MSK, kalau sebagiannya tepatnya di sebagian riset dan audit komunikasi.</p>			
2.	<p>Peneliti masuk pada pertanyaan terkait tahapan pertama dalam perencanaan Employee Advocacy (Hotsuite, 2020) yaitu melakukan perencanaan, promosi dan memperoleh dukungan yang terdiri dari beberapa indicator yaitu melakukan riset, mempertimbangkan</p>	<p>R: Oke. Baik, Pak, pertanyaan pertama, yaitu bagaimana proses penyusunan riset yang dilakukan oleh Kemenkeu sebelum memang melakukan EA ini?</p> <p>I: Oke, Mas. Jadi, EA ini diawali dengan riset di tahun 2021. Jadi, waktu itu kita mendapatkan Ini ya arahan dari pimpinan untuk</p>	<p>Informan menjawab dengan formal dan seringkali mengalihkan pandangan selama memberikan jawaban terkait tahapan peretama perencanaan EA (Hotsuite, 2020)</p>	<p>Penjelasan informan mengenai tahapan pertama</p> <ul style="list-style-type: none"> k. Melakukan Riset l. Mempertimbangkan Stakeholder m. Membuat Formal Case Terkait Manfaat n. Berdiskusi o. Memberikan Dukungan 	<p>Melakukan perencanaan, promosi dan memperoleh dukungan</p>

	<p>stakeholder, membuat formal case terkait manfaat, berdiskusi dan memberikan dukungan</p>	<p>melakukan riset di media sosial mas. Karena memang dia salah satu tools baru nih untuk mendiseminasi komunikasi atau kebijakan Kemenkeu. Nah, waktu itu kita... Bagi respondennya ada tiga mas, kita mereset kepada masyarakat umum, ke pegawai internal yang ini ya, level staff dan level pejabat. Kita coba bikin ini, kalau waktu itu risetnya kualitatif ya, jadi kita sodorkan, kita tanyakan itu kira-kira tertarik nggak kalau kita mau bikin konsep Waktu itu kita masih namakan agen komunikasi. Belum bernama EA ya. Jadi memang konsepnya kita dapat. Itu kan kita cari-cari studi literatur. Sebenarnya udah banyak diterapkan. Cuma memang kalau kita lihat di kementerian kayaknya belum ada. Nah waktu itu kita coba. Dan hasilnya memang dari riset itu muncullah konsep yang</p>			
--	---	---	--	--	--

		<p>bisa kita terapkan di tahun 2022, Mas.</p> <p>...</p> <p>R: Baik, kita lanjut ke pertanyaan berikutnya, Pak, data seperti apa sih Pak yang memang bermanfaat untuk penyusunan EA?</p> <p>I: Ya, jadi yang kita butuhkan kan, pertama kita mau nyusun konsep ya. Jadi kita mengharapkan kira-kira konsep apa yang tepat untuk EA ini kalau di pemerintahan. Jadi mengisi di media sosial itu konten-konten positif tentang Kemenkeu. Sebatas itu saja. Jadi intinya itu teman-teman pegawai itu diminta untuk cerita nih. Apa kebijakan yang lagi mau dikeluarin Kemenkeu. Terus kita juga tanya kayak ini. Kira-kira mereka mau gak dengan... Kalau diminta jadi agen komunikasi. Jadi nggak sekali riset aja, tapi setiap tahun kita lakukan evaluasi dengan metode yang</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>berbeda, dengan kayak yang terakhir tahun 2023 ya, kita riset itu. Risetnya adalah kontennya.</p> <p>...</p> <p>R: Kita lanjut ke pertanyaan berikutnya, terkait dengan stakeholder. Jadi dalam EA ini, sejauh mana stakeholder itu mengambil peran?</p> <p>I: Oke, kalau dari stakeholder eksternal, tentu sangat kita butuhkan. Karena... Dengan itu kita jadi tahu nih program EA itu bermanfaat nggak buat masyarakat gitu ya. Nah kemudian kalau jadi stakeholder internal, kita jadi bisa tahu juga ngerespon. Karena dulu pas di awal-awal EA ini ada mas, semua juga menganggapnya, oh ini buzzer ya? Padahal itu terjadi karena memang ada game of information program baru dan belum banyak yang tahu ini sebenarnya apa. Nah ketika</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>sudah banyak yang mengimplementasi, terutama pimpinan. kita waktu itu kan ini karena programnya juga sifatnya kita juga tempelkan ke KPI ini ya pimpinan kita jadi dari diharapkan dari pimpinan itu memberikan contoh kepada bawahannya bahwa dia juga ikut mengadvokasi kebijakan Kemenkeu.</p> <p>...</p> <p>R: Oke, baik. Kita lanjut, Pak, pada pertanyaan berikutnya, apakah di dalam salah satu tahapannya itu terdapat pembuatan formal case terkait EA ini sebelum memang ditetapkan sebagai salah satu strategi komunikasi Kemenkeu, Pak?</p> <p>I: Iya Mas, kalau untuk pengujian pasti ada ya. Kita pernah melakukan pengujian sebelum kita meluncurkan di level kementerian. Pertama kita ujikan di level Biro. Biro itu</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>Eselon II Mas di kementerian. Jadi kita coba bikin di level internal. Biro KLI itu kan pegawainya waktu itu sekitar 150. Dan di situ kita banyak dapat masukan. Itu pengujian pertama setelah riset. Setelah risetnya selesai dan rekomendasi kita lakukan. Setelah itu kita juga lakukan satu kali uji coba di level kementerian. Tapi memang di awal-awal masih sedikit banget. Baru ratusan lah. Nah setelah itu, baru kita ini, kita buat edisi officialnya.</p> <p>...</p> <p>R: Oke, baik Pak, kita lanjut ke pertanyaan berikutnya. hasil apa yang diperoleh dari diskusi dari Kemenkeu ini, Pak, terkait penetapan EA ini?</p> <p>I: Oke, jadi salah satunya adalah bagaimana cara metode pelaporan, kemudian yang kedua metode publikasi dan Yang</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>ketiga itu metode aktifasinya.</p> <p>...</p> <p>R: Baik Pak, kita lanjut ke pertanyaan berikutnya, bagaimana Pak respon para pegawai di awal dari penetapan program ini?</p> <p>I: Baik Mas, jadi kalau respon di awal tadi mungkin saya juga sudah cerita ya, karena masih resisten sebagai program baru, di awal-awal itu masih sangat sedikit yang berpartisipasi. Paling banyak itu waktu itu di triwulan 1 itu paling maksimal 2000 lah ya. Itu gak nyampe 5% dari seluruh pegawai. Nah terus. Karena ini. Apa namanya. Tapi di sisi lain juga banyak yang ngasih masukan. Publikasinya seperti apa. Kita perlu ngasih. Apa ya? Bentuk pengembangan gitu buat pegawai. Jadi kan sebenarnya mungkin banyak orang yang main media sosial. Tapi yang serius ber</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>media sosial artinya bikin konten. Itu nggak banyak. Makanya kita kasih pembekalan juga tuh, mulai tahun kemarin. Kalau nggak salah kita coba bikin seri-seri tentang pelatihan cara membuat konten di media sosial. Jadi kita juga ngasih pembekalan nih.</p> <p>...</p> <p>R: Oke, baik Pak. Pertanyaan berikutnya, apakah terdapat pro ataupun kontra terkait penerapan EA di Kemenkeu ini, Pak?</p> <p>I: Iya, ada Mas, di awal-awal. Itu cukup banyak karena memang waktu itu ada ini juga, pendapat bahwa media sosial itu ranah pribadi. Nah, tapi adanya kasus Mario Dendi dan itu juga akhirnya jadi menyadarkan banyak pegawai juga bahwa sebenarnya Siapapun kita nanti di media sosial akan ini, kelihatan. Terus di level pejabat juga ada. Karena kan</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>mereka juga di di apa dikasih tanggung jawab ya untuk mereka punya target nih untuk bisa menggerakkan apa timnya gitu kan. Timnya harus berapa persen. Dia harus bisa ngajak ngajak Timnya untuk yuk kita bareng-bareng yuk kita amplifikasi konten-konten di Kemenkeu seperti itu, Mas.</p> <p>...</p> <p>R: Baik, Pak. Ini kita masuk ke pertanyaan terakhir pada indikator pertama. Yaitu bagaimana sih, Pak, cara yang digunakan oleh Kemenkeu untuk mendorong karyawan dalam melakukan EA, Pak?</p> <p>I: Yang pertama itu, dari atasannya itu kita kasih KPI. Mereka perlu mengajak jajarannya untuk ikut menyebarkan konten positif di media sosial. dengan semakin banyak orang-orang atau pegawai yang berbicara tentang berbicara</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>tentang Kemenkeu, tentang kebijakan keuangan negara. Jadi semakin banyak orang-orang yang paham. Nah, terus yang kedua kita sudah jalankan adalah bentuknya pelatihan. Jadi kita kasih pembekalan tadi ya. Terus yang ketiga, Kita kasih penghargaan mas Berupa sertifikat gitu ya Untuk pegawai-pegawai yang Secara Aktif Melakukan EA, jadi kalau di tahun Awal 2022 itu kita Kita pakenya kuantitas, tapi di tahun 2023 kita coba mainnya lebih ke kualitas, jadi kita coba lihat konten-kontennya juga, terus yang keempat keempat itu nanti sebenarnya masih akan berjalan ya, jadi kita nanti akan, sebenarnya mirip sama penghargaan cuman nanti kita coba bikin konsepnya seperti gamification gitu, jadi banyak-banyakkan skor nanti mas, Dan nanti kita di</p>		
--	--	---	--	--

		akhirnya akan ada penghargaannya.			
3.	Peneliti masuk pada pertanyaan terkait tahapan kedua dalam perencanaan Employee Advocacy (Hotsuite, 2020) yaitu menetapkan tujuan dan sasaran yang terdiri dari beberapa indicator yaitu tingkat pelaksanaan karyawan, frekuensi pelaksanaan, jangkauan pesan dan dukungan terhadap bisnis	<p>R: Oke. Baik, Pak. Kita masuk ke pertanyaan berikutnya, yaitu bagaimana awal penerapan yang terjadi pada EA di Kemenkeu ini, Pak?</p> <p>I: Jadi setelah riset berakhir di 2021, kita sudah bikin konsepnya. Langsung kita implementasikan di tahun berikutnya, yaitu tahun 2022, dengan menggunakan aplikasi-aplikasi yang tersedia.</p> <p>...</p> <p>R: Apakah kemudian penerapan EA ini sudah terjadi secara menyeluruh Pak di seluruh unit dari Kemenkeu?</p> <p>I: Baik, kalau secara publikasinya kita sudah dorong ke semua seluruh satu mas ini pas kita ngomongin di awal ya di awal tahun 2022 cuman waktu itu memang pas di edisi pertama ya kalau aku</p>	Informan menjawab dengan formal dan seringkali mengalihkan pandangan selama memberikan jawaban terkait tahapan kedua perencanaan EA (Hotsuite, 2020)	Penjelasan informan mengenai tahapan kedua <ul style="list-style-type: none"> e. Tingkat Pelaksanaan Karyawan f. Frekuensi Pelaksanaan g. Jangkauan Pesan h. Dampak Terhadap Bisnis 	Menetapkan tujuan dan sasaran

		<p>gak salah Itu memang gak semuanya melakukan. Jadi ini sebenarnya antara dia tidak melakukan atau dia tidak lapor. Terus... di edisi selanjutnya udah mulai banyak mas. Cuman di edisi 1 dan 2 aja. Jadi setelah itu semua unit melakukan. Di awal-awal aja. Jadi ya tadi sih. Antara dia sudah melakukan atau belum melapor aja.</p> <p>R: Baik kita masuk ke pertanyaan berikutnya Pak, kira-kira penggunaan media apa yang memang paling banyak dan juga media apa sih Pak yang paling efektif untuk pelaksanaan EA ini?</p> <p>I: Baik Mas kalau dari statistik yang kami tangkap dari pelaporan itu paling banyak Instagram. Yang kedua Twitter, kemudian Facebook dan WhatsApp. Kalau bicara tentang mana yang efektif itu nanti tergantung. Masing-masing media itu kan punya</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>karakter masing-masing ya. Bahkan sekarang udah mulai banyak juga sih yang pake TikTok ya. Jadi semua, menurut kami semua platform sangat, sangat perlu digarap, dan bisa sangat efektif, misalkan memang strateginya tepat.</p> <p>...</p> <p>R: Baik Pak selanjutnya, apa sih manfaat yang memang diperoleh secara nyata Oleh Kemenkeu dari pelaksanaan program ini Pak?</p> <p>I: Baik Manfaat yang pertama Yang kelihatan itu dari Kita lihat di dashboardnya itu Statistik ini Kunjungan terhadap Postingan-postingan Akun Kemenkeu meningkat. Sangat pesat. Dan itu udah pernah kita bandingin. Dengan. Konten edisi yang sama. Tapi yang gak di EA-in. Itu. Jauh lebih tinggi. Terus Kita bisa juga dapet Ini Masukan Karena dengan banyak Menyebar luaskan</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>Pesan Kita bisa nangkap juga nih masukan-masukan dari masyarakat.</p> <p>...</p> <p>R: Oke, baik. Pak, kita masuk ke pertanyaan terakhir pada indikator kedua ini. Yaitu seberapa besar dan bagaimana pengaruh dari penerapan EA ini, Pak?</p> <p>I: Baik, Mas. kita kalau di strategi komunikasi kan ada beberapa taktik, namanya above the line, below the line, sama through the line. Nah, EA ini masuk ke through the line ya, media sosial. Nah, itu kalau dibandingkan, kalau secara pengukuran Karena kita nggak menangkap berapa banyak yang nonton dari salah satu konten pegawai. Itu mungkin bisa setara dengan taktik-taktik di level above the line kalau kita menggunakan media mainstream. Jadi</p>			
--	--	--	--	--	--

		jangkauannya semakin terluas.			
4.	Peneliti masuk pada pertanyaan terkait tahapan ketiga dalam perencanaan Employee Advocacy (Hotsuite, 2020) yaitu menetapkan tujuan dan sasaran yang terdiri dari dua indicator yaitu pemberdayaan dan konsistensi	<p>R: Baik, kita masuk ke pertanyaan berikutnya adalah seperti apa fasilitas yang diberikan kepada pegawai dalam pelaksanaan EA?</p> <p>I: Ya, yang pertama dukungannya yang jelas kita pakai aplikasi internal kita udah bangun. Terus, jadi pegawai itu. Akhirnya kita pakai aplikasi yang sekarang. Jadi dengan satu klik, pegawai bisa langsung akses. Kemudian konten tadi sudah tentu saja kita kasih ya. Kemudian pelatihan juga sekarang sudah mulai kita rutinkan. Terus kita kasih juga penghargaan untuk pegawai-pegawai yang sangat aktif dalam melakukan EA.</p> <p>...</p> <p>R: Baik, kita lanjut, Pak, pertanyaan berikutnya. Dari pelaksanaan EA ini, apakah terdapat kerjasama eksternal</p>	Informan menjawab dengan formal dan seringkali mengalihkan pandangan selama memberikan jawaban terkait tahapan kedua perencanaan EA (Hotsuite, 2020)	Penjelasan informan mengenai tahapan ketiga e. Pemberdayaan f. Konsistensi	Melakukan penerapan secara menyeluruh

		<p>yang dilakukan oleh Kemenkeu?</p> <p>I: Kalau ingatku belum pernah sih. jadi memang karena sifatnya program ini adalah untuk mengadvokasi kebijakan Kemenkeu ya. Jadi memang full ini sih. Dari materi-materinya juga dari Kemenkeu.</p> <p>...</p> <p>R: Baik pertanyaan berikutnya yaitu seberapa besar sih Pak tingkat pelaksanaan EA di Kemenkeu?</p> <p>I: Waktu itu udah sampai 33 ribu pegawai Mas. Jadi udah 44% yang melakukan dari 75 ribu yang melakukan aktivasi.</p> <p>...</p> <p>R: Baik Pak, lanjut ke pertanyaan berikutnya, apakah EA ini memiliki anggaran yang lebih besar atau mungkin malah sebaliknya?</p> <p>I: Sebaliknya, Mas. Karena bisa dikatakan EA ini nggak</p>		
--	--	--	--	--

		<p>ada anggaran khusus nol. Karena kita memanfaatkan semua aplikasi yang udah ada di Kemenkeu. Jadi memang semuanya udah. in-house kita lakukan mas, paling kalau ini sih ketika pelatihan ya mungkin pelatihan kita perlu menghadirkan menghadirkan sosok pemateri yang dari luar itu kan mungkin kita perlu narasumber tapi itu gak besar.</p> <p>...</p> <p>R: Baik Pak, kita lanjut ke pertanyaan berikutnya. Kemudian bagaimana sih Pak tingkat keamanan dari publikasi yang dilakukan oleh para pegawai terkait dengan program ini Pak?</p> <p>I: Oh iya, jadi memang kalau dari sisi itu sih sebenarnya... Kita bikin edisi EA itu biasanya sesuai sama kebijakan apa yang sedang akan kita sampaikan. Banyak yang yang kontra</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>gitu kan ya sama kebijakan pemerintah dan itu memang wajar-wajar dalam demokrasi komen-komennya sampai penuh gitu kan tapi yang kita tekankan ke pegawai adalah kita perlu hati-hati nih artinya kita bekali kalau jangan sampai kepancing sama logika media sosial. Jadi kita lebih menghimbau ke pegawai.</p> <p>...</p> <p>R: Oke, baik. Kita lanjut ke pertanyaan berikutnya. apakah memang ada permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam pelaksanaan EA ini, Pak?</p> <p>I: Kalau permasalahan-permasalahan sih sebenarnya lebih ke yang banyak lebih ke internal, kan kita ada aplikasi khusus ya. Aplikasi internal itu yang kita buat untuk meng-capture Aktivasi EA ini yang masih banyak sebenarnya PR-nya lebih ke ini justru.</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>Akurasi teman-teman. Jadi memang itu masih kita butuh perbaikan. Karena kan pegawai kita banyak banget tuh 75 ribu. Dan kita perlu sinkronisasi data di situ.</p> <p>...</p> <p>R: Baik kita lanjut ke pertanyaan berikutnya Apakah Pelaksanaan EA ini Memiliki ruang diskusi publik Entah itu baik dari segi internal Maupun dari segi eksternal?</p> <p>I: Pelaksanaan ya kalau dari segi internal di landing page kita mas di aplikasi itu kita udah sediakan kritik dan saran. Kemudian kalau di eksternal. Di eksternal sebenarnya sifatnya sebagai ini sih. Respon masyarakat ya. Jadi apapun yang publik tuangkan dalam komentar ya, ruang komentar media sosial itu yang juga kita tangkap. Jadi kita dorong pegawai juga untuk istilahnya melaporkan ya, cerita ke kita.</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>...</p> <p>R: Baik, kita masuk ke pertanyaan terakhir dari indikator ketiga, Pak, bagaimana sih, Pak, alur pengelolaan serta pemantauan dari EA ini di Kemenkeu, Pak?</p> <p>I: Baik, kalau alurnya, jadi pelaksanaannya itu selalu merujuk pada stracom yang disusun. Artinya gini. EA ini nggak akan dilakukan kalau nggak muncul di stracom. Misalkan ni, kita kan nama dokumennya, dokumen agenda setting ya. Dokumen agenda setting itu kita keluarkan setiap 2 minggu sekali. Nah ketika di dalam agenda setting edisi itu muncul nih satu muncul taktik EA. Itu akan kita lakukan. Nah, setelah kita muncul taktik ini, barulah kita melakukan perencanaan. Perencanaannya adalah biasanya kalau yang sering itu kan edisi APBN kita ya,</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>di mana kita bercerita tentang kondisi perekonomian kita selama satu bulan terakhir. Dari situ kita... cek konten-konten yang disiapkan oleh teman-teman di, ada namanya bagian manajemen publikasi maksudnya mereka, mereka job desk-nya adalah membuat konten-konten di akun media sosial resmi kayak Media Publikasi Official-nya. Nah konten-konten tersebut kita koordinasi dengan mereka, terus kita tuangkan ke dalam aplikasi internal yang kita punya tadi. kita sebar luaskan. Kemudian pegawai melakukan aktifasi dan melaporkan. Nah, dari setelah melaporkan ini, data-data itu kita tangkap, kita visualisasikan. Kita visualisasikan dalam dashboard.</p>		
--	--	---	--	--

Lampiran 14. Axial Coding

No.	Kategori/ Konsep	Indikator	Keterangan/ Temuan	Informan 1 (Budi Sulisty)	Informan 2 (Nico Aditia)	Informan 3 (Ibrahim Hariadi)
1.	Latar Belakang Informan	-Nama -Posisi -Masa Kerja -Tugas	Penjelasan informan mengenai latar belakang	Budi Sulisty sebagai Kepala Bagian Manajemen Strategi Komunikasi masa kerja 15 tahun tugas menyusun strategi komunikasi secara rutin maupun tematik, kemudian monitoring dan analisis media, lalu riset dan audit komunikasi. Baru bergabung setelah EA diresmikan.	Nico Aditia sebagai Kepala Subbagian Riset dan Audit masa kerja 16 tahun tugas melaksanakan research serta melakukan audit komunikasi.	Ibrahim Hariadi sebagai Penelaah Teknis Tingkat II masa kerja 12 tahun tugas mengawal serta mengelola program Employee Advocacy.
2.	Melakukan Perencanaan, Promosi dan Memperoleh Dukungan	Melakukan riset	Penjelasan informan mengenai riset yang dilakukan	Didasari dengan statistik dukungan pegawai yang tidak terukur sedangkan kebutuhan akan dukungan dalam menyebarkan pesan sangat besar. Ditambahkan dengan pelaksanaan riset yang melibatkan statistik berupa data internal	Pengkajian awal yang menemukan 3 solusi yaitu employee engagement, influencer dan employe advocacy. Yang kemudian dilakukan research experiment dan diakhiri dengan focus group discussion Bersama Kominfo.	Riset awal media sosial sebagai tools baru dalam penyebaran informasi bagi Kemenkeu pada 3 level mulai dari Masyarakat, staff dan pejabat digabungkan dengan kajian literatur yang dikumpulkan

				Kemenkeu dan data media sosial.		kemudian menghasilkan employee advocacy yang awalnya Bernama Agen Komunikasi.
	Mempertimbangkan Stakeholder	Penjelasan informan mengenai peran stakeholder dalam EA	Untuk stakeholder internal pertama peran pemilihan pelaksanaan EA seperti apa, kedua pelaporan untuk peningkatan statistik data yang dimiliki Kemenkeu dan memberikan saran serta masukan.	Sebagai enabler keterlibatan pegawai, dukungan pimpinan sebagai bentuk partisipasi, kemudian dari sisi teknologi untuk kemudahan monitoring dan Masyarakat untuk dapat mengevaluasi EA.		Partisipasi pegawai sangat penting untuk meningkatkan jangkauan audiens dalam menyebarkan informasi dan bagi Masyarakat adalah untuk melihat seberapa efektif EA dan untuk memberi saran.
	Membuat Formal Case Terkait Manfaat	Penjelasan informan terkait pengujian yang dilakukan sebelum penetapan program	Yang dilakukan adalah diskusi rutin kepada seluruh unit dan juga melakukan pelatihan untuk peningkatan kualitas pegawai dalam implementasi EA.	Dilakukan uji coba kepada pegawai-pegawai yang memiliki followers yang banyak untuk mengamplifikasi konten Kemenkeu dengan hasil efektif dan kekurangan pada konsistensi dari para pegawai		Pengujian pertama pada level Biro dengan cakupan 150 orang dan pengujian kedua pada level Kementrian pada seluruh unit walaupun tidak menyeluruh kepada semua karyawan.
	Berdiskusi	Penjelasan informan	Terkait pelaporan yang dipermudah	Efektivitas program jika tidak maka untuk		Pertama metode pelaporan, kedua

			mengenai diskusi dalam pengambilan Keputusan terkait EA	kemudian pembahasan terkait peningkatan partisipasi pegawai.	apa dilakukan. Kemudian kualitas informasi yang dihasilkan dan juga perilaku pegawai dalam bermedia sosial untuk mengurangi resiko.	metode publikasi dan terakhir metode aktivasi yang bisa dipilih oleh pegawai.
		Memberikan Dukungan	Penjelasan informan mengenai dukungan Kemenkeu kepada pegawai dalam melaksanakan EA	Masuk kedalam Indikator Kerja Utama (IKU) pimpinan, diberikan kebebasan untuk memilih cara untuk melakukan EA dan terdapat pelatihan untuk peningkatan kualitas pegawai dalam membuat konten EA	Edukasi kepada pegawai terutama terkait pelaporan, penyediaan dashboard untuk melihat tingkat partisipasi, melakukan sosialisasi dan memberikan insentif sebagai bentuk penghargaan	Masuk kedalam KPI, diberikan pelatihan, memberikan penghargaan dan penghargaan yang dibuat dengan konsep gamification yang memberikan skor kepada pegawai setelah melakukan EA
3.	Menetapkan Tujuan dan Sasaran	Tingkat Pelaksanaan Karyawan	Penjelasan informan mengenai Tingkat pelaksanaan karyawan terhadap EA	Terjadi secara menyeluruh dan akan dilakukan peningkatan strategi menjadi public advocacy yang melibatkan Masyarakat dalam mengamplifikasi.	Sudah menyeluruh di seluruh Indonesia.	Sudah disebarkan ke seluruh unit yang ada di Kemenkeu namun masih banyak yang belum melaksanakan.

		Frekuensi Pelaksanaan	Penjelasan informan terkait frekuensi pelaksanaan	46%	40% lebih	44% sekitar 33 ribu pegawai
		Jangkauan Pesan	Penjelasan informan mengenai jangkauan pesan EA	Menggunakan platform Instagram, X, LinkedIn, Wa status dan group, Facebook dan TikTok dengan persentase tertinggi ada pada Instagram dengan patokan 60% pegawai Kemenkeu masuk pada generasi millennial	Profile reach meningkat dari 4.55% menjadi 6.03% dan post view dari 23 ribu menjadi 100 ribu jangkauan.	Penggunaan seluruh platform dengan Instagram sebagai media yang paling banyak digunakan kemudian X, Facebook, Whatsapp dan kini mulai jug TikTok.
		Dampak Terhadap Bisnis	Penjelasan informan mengenai dampak EA dalam Kemenkeu	Kemenkeu menemukan pendekatan personifikasi yang mumpuni untuk digunakan kepada Masyarakat yaitu pendekatan pribadi secara worth of mouth dan one to one antara Kemenkeu dan Masyarakat.	Secara kuantitas pegawai yang ikut banyak, engagement rate media sosial Kemenkeu meningkat dan terhadi penghematan anggaran.	Kunjungan terhadap postingan Kemenkeu meningkat dan Kemenkeu lebih banyak menangkap masukan karena jangkauan audiens yang meningkat.

4.	Melakukan Penerapan Secara Menyeluruh	Pemberdayaan	Penjelasan informan mengenai pemberdayaan yang terjadi dalam Kemenkeu terkait EA	Platform menggunakan platform pribadi Kemenkeu, konten juga menjadi salah satu yang disediakan dan penyediaan narasumber untuk peningkatan kapasitas pegawai.	Pegawai menjadi sarana pemberi masukan sebagai pelaksana EA, pelaksanaan kerja menggunakan aplikasi kerja Kemenkeu dan peningkatan kualitas pegawai mengundang narasumber yang ahli dibidangnya.	Dari segi SDM diharapkan pelaksanaan secara menyeluruh kemudian dari segi fasilitas aplikasi menggunakan aplikasi yang dikelola Kemenkeu sama dengan materi dan konten ditambah dengan pelatihan dengan mengundang narasumber.
		Konsistensi	Penjelasan informan mengenai konsistensi Kemenkeu dalam melaksanakan EA	Dengan membentuk sistem pemantauan dan kordinasi yang bertahap dari yang terkecil sampai atasan dengan tujuan peningkatan partisipasi pegawai.	Pemanfaatan dashboard khusus untuk pemantauan EA secara kuantitatif untuk melihat aktivitas yang dilakukan oleh pegawai dalam EA.	Edisi dari employee advocacy disesuaikan dengan kebijakan yang akan disampaikan kepada Masyarakat.

SELECTIVE CODING

1. Latar Belakang Informan

a. Informan 1

Informan pertama Bernama Budi Sulistyو. Laki – laki yang akrab disapa dengan panggilan pak Budi. Pak Budi merupakan karyawan Kementerian Keuangan yang saat ini menjabat sebagai Kepala Bagian Manajemen Strategi Komunikasi yang baru saja bergabung pada tahun 2022. Sampai dengan saat ini Pak Budi sudah bekerja di Kementerian Keuangan selama 15 tahun masa bakti. Pada Employee Advocacy Program, Pak Budi memiliki peran pengawasan utama sebagai Kepala dari Biro yang melakukan perencanaan terhadap program tersebut.

b. Informan 2

Informan kedua Bernama Nico Aditia. Laki – laki yang akrab disapa dengan panggilan pak Nico. Pak Nico merupakan karyawan Kementerian Keuangan yang saat ini menjabat sebagai Kepala SubBagian Riset dan Audit pada Bagian Manajemen Strategi Komunikasi. Sampai dengan saat ini Pak Nico sudah bekerja di Kementerian Keuangan selama 16 tahun masa bakti. Pada Employee Advocacy Program, Pak Budi memiliki peran perencanaan dan pengawasan sebagai sub bagian dan mengumpulkan data dan melakukan riset terhadap program tersebut.

c. Informan 3

Informan ketiga Bernama Ibrahim Harriadi. Laki – laki yang akrab disapa dengan panggilan pak Ibrahim. Pak Ibrahim merupakan karyawan Kementerian Keuangan yang saat ini menjabat sebagai Penelaah Teknis Kebijakan Tingkat II Bagian Manajemen Strategi Komunikasi. Sampai dengan saat ini Pak Ibrahim sudah bekerja di Kementerian Keuangan selama 12 tahun masa bakti. Pada Employee Advocacy Program, Pak Ibrahim memiliki peran pengawasan dan pengamatan terhadap kebijakan yang ditetapkan pada program tersebut.

2. Tahapan 1: Melakukan Perencanaan, Promosi dan Memperoleh Dukungan

a. Melakukan Riset

Pada penjelasan ketiga informan mengenai pelaksanaan riset yang dilakukan Kemenkeu dalam merencanakan EA informan 1 menerangkan bahwa perencanaan EA diukur melalui data internal Kemenkeu. Sedangkan informan kedua melengkapi bahwa perencanaan EA diawali dengan sebuah permasalahan yang memberikan 3 solusi alternatif dengan EA sebagai salah satu opsinya. Dan, informan 3 menerangkan bahwa perencanaan EA dilakukan secara kualitatif pada 3 level responden.

Berikut penjelasan informan 1:

“Di sini kita lihat untuk dukungan kebijakan Kemenkeu yang secara statistik dari pegawai itu kita tidak terukur bagaimana dukungan pegawai. Sementara kan kita butuh banyak dukungan untuk kebijakan yang dikeluarkan oleh Kemenkeu. yang sifatnya harus secara organik. Sehingga kita menyusun kebijakan EA untuk meminta dukungan dari para pegawai mengamplifikasi kebijakan yang dilakukan oleh Kemenkeu” (I-1)

“Yang pasti itu adalah kita lihat statistik bagi Kemenkeu dulu. Ya, mereka itu kan generasinya, generasi apa saja. Terus perkembangan di media sosial Kemenkeu saat ini. Intinya adalah statistik, baik itu statistik pegawai maupun media sosial Kemenkeu” (I-1)

Informan 1 menjelaskan bahwa perencanaan EA diawali dengan tidak adanya pengukuran terhadap dukungan pegawai dalam menyebarkan informasi mengenai edukasi kepada Masyarakat. Kemudian dilakukan riset dengan mengukur statistik data internal berupa data pegawai dan juga data media sosial. Kombinasi kedua data tersebut digunakan untuk menghasilkan cara yang tepat bagi Kemenkeu dalam memanfaatkan pegawai dalam mengamplifikasi pesan edukasi kepada Masyarakat.

Berikut penjelasan informan 2:

“Oke, baik. Jadi dulu ada sebuah permasalahan di Kemenkeu walaupun sudah disampaikan klarifikasi tetap saja ada disinformasi di akun lain. Maka kami ditugaskan oleh kepala bagian untuk membantu. Ketika ditugaskan untuk membantu, pendekatan yang kami lakukan adalah pendekatan riset. Pendekatan riset, kami cari apa berbagai macam alternatif solusi yang dapat digunakan untuk menjawab hal tersebut. Dari pengkajian awal, kami menemukan ada tiga solusi yang bisa digunakan. Yang pertama adalah employee engagement (EE). Yang kedua, menggunakan influencer. Nah, ada satu lagi, kami baru juga menemukan pada saat kami melakukan kajian, namanya EA” (I-2)

“Data yang paling penting untuk diperoleh adalah yang pertama hasil risetnya. Apakah ini efektif atau tidak? Jangan sampai kita melaksanakan program tapi itu tidak efektif. Kemudian yang kedua, kami juga pernah melakukan audit komunikasi dan menemukan bahwa bentuk komunikasi misalkan seperti majalah, itu harus diubah bentuknya. Karena secara cost sudah tidak efektif lagi. Kemudian yang kedua tentu Data mengenai pegawai karena Biro KLI kan. Supaya kami bisa melihat, menganalisis. Pertama, untuk penyebaran informasinya ini seperti apa. Kemudian yang kedua, potensi untuk program ini dilaksanakan seperti apa. Kemudian data yang kami butuhkan lagi adalah hasil exercise seberapa cepat program ini bisa dilaksanakan. kemudian informasi yang dihasilkan, kualitasnya seperti apa. Terus data yang kami perlukan lagi adalah... mengenai media sosialnya itu sendiri. Kemudian juga kami memerlukan data mengenai perilaku pegawai di media sosial untuk mengukur tingkat resiko dari program ini” (I-2)

Informan 2 menjelaskan bahwa perencanaan EA dilakukan menjawab permasalahan yang terjadi di Kemenkeu pada masa itu dima EA adalah

Solusi utama yang dipilih dari 3 solusi yang mereka temukan. Pemilihan strategi tersebut didasari oleh riset terkait efektivitas dari ketiga Solusi tersebut dan ringan dari segi anggaran. Dalam penyusunannya, data mengenai pegawai dan media sosial sampai dengan perilaku pegawai di media sosial menjadi data utama selama riset dilaksanakan argument tersebut sejalan dengan informasi yang diperoleh dari informan 1.

Berikut penjelasan informan 3:

“Oke, Mas. Jadi, EA ini diawali dengan riset di tahun 2021. Jadi, waktu itu kita mendapatkan Ini ya arahan dari pimpinan untuk melakukan riset di media sosial mas. Kondisi media sosialnya sekarang kan berubah sangat cepat ya, karena memang dia salah satu tools baru nih untuk mendiseminasi komunikasi atau kebijakan Kemenkeu. Nah, waktu itu kita... Bagi respondennya ada tiga mas, kita mereset kepada masyarakat umum, ke pegawai internal yang ini ya, level staff dan level pejabat. Kita coba bikin ini, kalau waktu itu risetnya kualitatif ya, jadi kita sodorkan, kita tanyakan itu kira-kira tertarik nggak kalau kita mau bikin konsep Waktu itu kita masih namakan agen komunikasi. Belum bernama EA ya. Jadi memang konsepnya kita dapat. Itu kan kita cari-cari studi literatur” (I-3)

“Ya, jadi yang kita butuhkan kan, pertama kita mau nyusun konsep ya. Jadi kita mengharapkan kira-kira konsep apa yang tepat untuk EA ini kalau di pemerintahan. Terus kita juga tanya kayak ini. Kira-kira mereka mau gak dengan... Kalau diminta jadi agen komunikasi dan itu setiap tahun kita riset lagi kita evaluasi lagi Kita bikin riset tiap tahunnya, yang terakhir tahun 2023 ya, kita riset itu. Risetnya adalah kontennya” (I-3)

Informan 3 menjelaskan bahwa perencanaan EA diawali dengan masuknya media sosial sebagai salah satu tools bagi Kemenkeu dalam menyebarkan informasi. Data yang dikumpulkan untuk perencanaan EA diperoleh melalui riset kualitatif kepada Masyarakat, pegawai pada level staff dan pejabat mengenai tanggapan terkait EA yang dirancang oleh Kemenkeu pada saat itu.

b. Mempertimbangkan Stakeholder

Pada penjelasan ketiga informan mengenai peran stakeholder dalam EA informan 1 menjelaskan bahwa dari sisi internal stakeholder berperan untuk memilih bentuk aktivitas dan memberikan saran. Sedangkan informan 2 menjelaskan bahwa stakeholder memiliki peran yang sangat penting bahkan sebagai enabler. Dan, informan 3 menjelaskan bahwa peran utama stakeholder adalah merespon baik dari sisi internal maupun eksternal.

Berikut penjelasan informan 1:

“Berperannya otomatis yang pertama itu mereka memilih memilih mau like, komen, dan share atau menyusun konten mandiri itu mereka yang memilih kedua mereka harus lapor jadi kami yakin. Dan minta supaya pelaporannya itu dipermudah” (I-1)

Informan 1 menjelaskan bahwa stakeholder Kemenkeu khususnya internal memiliki peran dan kebebasan untuk memilih akan melakukan EA atau mengaktivasi EA dan mengamplifikasi pesan edukasi dalam EA dengan cara apa sesuai dengan 3 cara yang diberikan sebagai alternatif oleh Kemenkeu selain itu juga berperan untuk memberikan masukan agar EA dapat terus dikembangkan.

Berikut penjelasan informan 2:

“Peran stakeholder ini sangat penting sekali. Mereka sebagai enabler Kalau berbicara soal berpartisipasi, ini kan kaitannya dengan bagaimana pegawai engage dengan Kemenkeu. Tentu dalam sebuah organisasi, perlu perjalanan yang panjang untuk membuat sebuah engagement antara organisasi dengan Kemenkeu, dengan pegawainya. Kalau misalkan dituntut untuk cepat, tentu kami membutuhkan perangkat, sistem, ekosistem gitu ya. Salah satunya adalah berupa Key Performance Indicator (KPI). Enabler selanjutnya adalah dari sisi teknologi tanpa ada bantuan dari pusat teknologi program ini juga tidak akan berjalan dengan baik, kemudian kami juga mendapatkan bantuan dari HR atau Biro SDM ini berupa data terkini mengenai Pegawai di Kemenkeu. Kemudian stakeholder berikutnya adalah ya tentu penerima layanan secara umum ini peran mereka penting terutama bagi responden yang kami gunakan untuk mengevaluasi EA” (I-2)

Informan 2 menjelaskan bahwa stakeholder Kemenkeu merupakan enabler sebagai dasar bahwa program ini layak untuk dijalankan atau tidak untuk itu dari sisi internal mulai dari pegawai, ekosistem berupa KPI, teknologi dengan sistemnya sampai dengan Biro SDM yang menyediakan data pegawai yang peran tersebut merupakan tiang awal dari ekosistem pada EA. Dan dari sisi eksternal Masyarakat juga sangat penting sebagai penerima pesan edukasi yang menjadi tolak ukur efektivitas EA dan dapat memberikan masukan dari sisi penerima layanan.

Berikut penjelasan informan 3:

“Oke, kalau dari stakeholder eksternal, tentu sangat kita butuhkan. Karena... Dengan itu kita jadi tahu nih program EA itu bermanfaat nggak buat masyarakat gitu ya. Nah kemudian kalau jadi stakeholder internal, kita jadi bisa tahu juga ngerespon. waktu itu kan ini karena programnya juga sifatnya kita juga tempelkan ke KPI ini ya pimpinan” (I-3)

Informan 3 menjelaskan bahwa stakeholder Kemenkeu sangat dibutuhkan karena dari sisi eksternal yaitu Masyarakat stakeholder menjadi acuan untuk melihat Tingkat efektivitas dari EA kemudian dari sisi internal kepatuhan pegawai menjadi dasar dari program ini agar tetap bisa dilaksanakan dan menjalankan fungsi untuk mengamplifikasi pesan Edukasi yang ada di Kemenkeu.

c. Membuat Formal Case Terkait Manfaat

Pada penjelasan ketiga informan terkait pengujian atau pembuatan formal case dalam penyusunan EA yang dilakukan Kemenkeu informan 1 menyatakan bahwa terdapat diskusi rutin dan juga pelatihan. Sedangkan, informan 2 menerangkan bahwa terdapat research experiment yang menjadi awal dari strategi EA yang ditetapkan di Kemenkeu. Dan, informan 3 menjelaskan bahwa pengujian dilakukan pada dua tingkatan.

Berikut penjelasan informan 1:

“kita secara rutin diskusi ya dengan unit-unit Eselon I terkait dengan progres EA dengan para peserta ketika kita pelatihan juga kita diskusikan termasuk kalau saat ini adalah bagaimana kita menyusun penghargaan atau reward untuk pegawai yang aktif mengamplifikasi konten EA kita perbaiki supaya program ini lebih impactful ke Masyarakat” (I-1)

Informan 1 menjelaskan bahwa yang lebih utama dilakukan di Kemenkeu adalah diskusi dan juga pelatihan untuk pengembangan kapasitas dalam melaksanakan EA tujuan utamanya adalah untuk membuat agar EA yang dilaksanakan lebih impactful kepada Masyarakat melalui diskusi tersebut mereka menggagaskan untuk pemberian penghargaan kepada pegawai yang konsisten dalam melaksanakan EA.

Berikut penjelasan informan 2:

“Kemudian kami lanjutkan lagi dengan research experiment, di sini kami menemukan adanya sebuah potensi yang mungkin bisa dimanfaatkan. Nah kemudian dari dua hasil riset tersebut kami juga melakukan FGD ya. FGD salah satunya kami mengundang dari Kominfo yang melakukan penelitian juga. Ternyata hasilnya, hasil riset yang dia lakukan juga mendukung hipotesis kami. Kemudian setelah kita rangkum penelitian tersebut, kami melakukan piloting, uji coba. Nah uji cobanya ini kepada pegawai-pegawai Kemenkeu. Kita supply dengan informasi yang berkualitas dan pegawai tersebut diminta untuk mempublikasikan melalui kanal media sosialnya masing-masing yang kami temukan adalah ternyata efektif untuk menyebarluaskan informasi. Nah, namun yang kurang adalah konsistensi” (I-2)

Informan 2 menjelaskan bahwa terkait dengan formal case Kemenkeu awalnya melakukan research experiment untuk menguji efektivitas dari penyebaran informasi yang dilakukan oleh pegawai, pada tahapan berikutnya dilakukan FGD Bersama Kominfo yang saat itu juga sedang meneliti terkait EA dan kemudian dilakukan uji piloting dan menemukan bahwa EA efektif dalam penyebaran informasi namun kurang dari segi konsistensi.

Berikut penjelasan informan 3:

“Kita pernah melakukan pengujian sebelum kita meluncurkan di level kementerian. Pertama kita ujikan di level Biro. Biro KLI itu kan

pegawainya waktu itu sekitar 150. Kita coba ujikan dan kita juga mintakan pendapat nih kira-kira seperti apa, konsep yang tepat. Setelah itu kita juga lakukan satu kali uji coba di level kementerian. ke... Semua unit Eselon I. Tapi memang di awal-awal masih sedikit banget. Baru ratusan lah. Nah setelah itu, baru kita ini, kita buat edisi officialnya” (I-3)

Informan 3 menjelaskan bahwa sebelum menjadi bagian dari strategi komunikasi Kemenkeu, terlebih dahulu dilakukan dua tahapan pengujian yang pertama pada level Biro yang dilaksanakan oleh Biro KLI yang saat itu berjumlah 150 orang dan kemudian pengujian kedua pada level Kementrian sebelum akhirnya ditetapkan menjadi salah satu strategi komunikasi Kemenkeu.

d. Berdiskusi

Pada penjelasan ketiga informan terkait hasil diskusi yang dilakukan Kemenkeu terkait dengan perencanaan EA yang telah dilaksanakan informan 1 dan 3 menjelaskan terkait permasalahan awal yang timbul dari penerapan EA sedangkan informan 2 menjelaskan secara terperinci terkait detail dari bahasan dalam diskusi yang dilakukan Kemenkeu dalam membahas pelaksanaan EA.

Berikut penjelasan informan 1:

“misalnya untuk laporan yang tadinya dianggap Rumit dan lama, ini kita sudah permudah. Yang kedua, bagaimana meningkatkan partisipasi pegawai” (I-1)

“karena dalam tanda kutip dipaksa, karena menjadi sebuah IKU, mau nggak mau kan mereka baca. Dan kami dari Biro KLI juga membuat kontennya sekarang yang lebih kekinian supaya orang mau baca dulu, tertarik dulu dengan visualnya, setelah itu baru mereka baca kontennya” (I-1)

Informan 1 menjelaskan bahwa diskusi yang terjadi dalam Kemenkeu membahas pelaksanaan EA berkaitan dengan pelaporan aktivasi yang dianggap cukup sulit bagi beberapa pegawai kemudian terkait peningkatan partisipasi yang saat ini sudah meningkat secara signifikan karena EA menjadi salah satu strategi yang masuk kedalam IKU Kemenkeu dan bentuk konten yang disediakan oleh Kemenkeu yang mulai dikemas dengan cara yang kekinian menyesuaikan dengan tren masa kini.

Berikut penjelasan informan 2:

“ada yang melihat itu sebagai hal yang positif, ada juga yang sebaliknya, bahkan menolak. Dan bahkan sampai dengan saat ini ada juga yang masih menolak. Karena memang yang pertama, Antara benefit dengan risiko, mereka lebih melihat risiko” (I-2)

“Pro kontranya adalah dari sisi unit kehumasan ya, kehumasan yang mendapatkan KPI, EA ini tidak mudah. Kontrolnya sangat sulit bagi

mereka karena ini kan meminta pegawai untuk menggunakan media sosialnya menyebarluaskan informasi dari Kemenkeu. kemudian yang kedua pro kontranya adalah topik yang diangkat Kemudian yang ketiga Jenis Aktivasinya. Terus juga pro kontra soal pelaporan. Dan tentu ada satu lagi yang pro kontranya apakah informasi yang disampaikan itu boleh dimodifikasi atau tidak. Oh ya, sama satu lagi. Ketika mendapatkan respon yang tidak mengenakan, apa yang harus dilakukan?” (I-2)

Informan 2 menjelaskan bahwa diskusi yang terjadi dalam Kemenkeu membahas pandangan dari pegawai yang melihat EA sebagai hal yang bagus dan tidak melalui pertimbangan risiko, kemudian terkait kontrol EA yang masih dalam tahap diskusi untuk cara maksimal yang seperti apa, kemudian dari segi pemilihan topik yang diangkat, kemudian dari jenis aktivasinya, kemudian dari segi pelaporan, bentuk informasi yang boleh dimodifikasi atau tidak dan mitigasi krisis jika ada informasi yang mendapatkan respon yang tidak mengesankan.

Berikut penjelasan informan 3:

“Oke, jadi salah satunya adalah bagaimana cara metode pelaporan, kemudian yang kedua metode publikasi dan Yang ketiga itu metode aktifasinya” (I-3)

“Baik Mas, jadi kalau respon di awal tadi mungkin saya juga sudah cerita ya, karena masih resisten sebagai program baru, di awal-awal itu masih sangat sedikit yang berpartisipasi. Tapi di sisi lain juga banyak yang ngasih masukan. Publikasinya seperti apa” (I-3)

“Pendapat bahwa media sosial itu ranah pribadi. Kantor nggak punya hak untuk mengatur-ngatur bagaimana cara mereka bermedia sosial” (I-3)

Informan 3 menjelaskan bahwa diskusi yang terjadi dalam Kemenkeu membahas tiga topik yang terbagi menjadi terkait metode pelaporan, metode publikasi dan metode aktivasi fokusnya adalah terkait dengan sistem yang diterapkan di Kemenkeu terkait dengan pelaksanaan EA untuk menghasilkan sistem yang mumpuni dan memudahkan pegawai Kemenkeu dalam melaksanakannya.

e. Memberikan Dukungan

Pada penjelasan ketiga informan terkait dukungan yang diberikan Kemenkeu kepada para pegawai memiliki keterkaitan fokusnya adalah untuk mendorong pegawai untuk mau melakukan EA secara sukarela, informan 1 menjelaskan alur yang dilakukan Kemenkeu dalam mendorong pegawai. Sedangkan, informan 2 menjelaskan terkait pemantauan yang dilakukan Kemenkeu untuk melihat Tingkat pelaksanaan serta efektivitas EA. Dan, informan 3 menjelaskan secara detail terkait bentuk dukungan yang diberikan kepada pegawai agar mau untuk melaksanakan EA.

Berikut penjelasan informan 1:

“Pertama, memang kita nggak bisa secara langsung ke semua pegawai, yang secara rutin ya, jadi kita dorongnya kita punya PIC tiap unit Eselon I. Yang kedua, untuk pegawai Kemenkeu secara umum, kami melakukan peningkatan kapasitas yang dilakukan secara hybrid. Kita kasih doorprize dan lain-lain gitu. Dan terakhir itu yang masih kita konsepkan untuk penghargaan ke pegawai” (I-1)

Informan 1 menjelaskan bahwa dukungan yang diberikan kepada pegawai adalah dengan memberikan tugas kepada pimpinan untuk memantau pelaksanaan EA selain itu dilakukan juga pelatihan untuk peningkatan kapasitas untuk pelaksanaan EA yang dilakukan pegawai serta terakhir memberikan penghargaan kepada pegawai yang melakukan EA.

Berikut penjelasan informan 2:

“Yang pertama, tentu informasinya harus sampai dulu ke mereka. Kemudian yang kedua, memang pendekatan secara komunikasi internal. kami juga sediakan dashboard untuk melihat siapa saja pegawai yang sudah berpartisipasi maupun yang belum berpartisipasi, terus yang ketiga, kami juga sering melakukan sosialisasi. Kemudian yang keempat, di tahun ini kami coba untuk memberikan insentif” (I-2)

Informan 2 menjelaskan bahwa dukungan yang diberikan kepada pegawai adalah dengan memastikan bahwa pesan yang akan di amplifikasi tersampaikan kepada seluruh pegawai, kemudian dengan melakukan pendekatan dan menyediakan dashboard informasi kepada pegawai, melakukan sosialisasi dan memberikan insentif sebagai bentuk penghargaan kepada pegawai.

Berikut penjelasan informan 3:

“Yang pertama itu, dari atasannya itu kita kasih KPI. Nah, terus yang kedua kita sudah jalankan adalah bentuknya pelatihan. Terus yang ketiga, ini sudah dilakukan juga Kita kasih penghargaan mas Kita kasih penghargaan Berupa sertifikat, jadi kalau di tahun Awal 2022 itu kita Kita pakenya kuantitas, tapi di tahun 2023 kita coba mainnya lebih ke kualitas, jadi kita coba lihat konten-kontennya juga, konten-kontennya apakah berpengaruh nih ke masyarakat artinya kontennya beneran mengedukasi atau enggak, kayak gitu terus yang keempat keempat itu nanti sebenarnya masih akan berjalan ya, jadi kita nanti akan, sebenarnya mirip sama penghargaan” (I-3)

Informan 3 menjelaskan bahwa bentuk dukungan yang diberikan kepada pegawai adalah dengan memastikan bahwa mereka tidak bekerja sendiri dan memasukkan EA sebagai salah satu dari KPI pimpinan. Kemudian mengadakan pelatihan, kemudian memberikan penghargaan untuk mengapresiasi para pegawai yang konsisten dalam melakukan EA.

3. Tahapan 2: Menetapkan Tujuan dan Sasaran

a. Tingkat Pelaksanaan Karyawan

Pada penjelasan ketiga informan terkait Tingkat pelaksanaan karyawan terhadap EA ketiga informan bahwa pegawai Kemenkeu memang sudah banyak yang melakukan EA dan dikatakan pada Informan 1 dan 3 bahwa EA ini sudah dilaksanakan secara menyeluruh pembedanya ada dari segi tambahan informasi pada informan 1 mengarah pada penggunaan media dari para pegawai. Sedangkan informan 2 dari alur strategi EA yang dijalankan. Dan, informan 3 menjelaskan terkait awal pelaksanaan yang terjadi.

Berikut penjelasan informan 1:

“Sudah, sudah secara menyeluruh. Bahkan sekarang kita sedang ke tahap public advocacy. tidak hanya oleh pegawai, tapi publik secara organik ikut menyuarakan, ikut mengamplifikasi kebijakan Kemenkeu” (I-1)

“Ini kita ada beberapa pilihan ya, yang pasti media-media yang saat ini banyak digunakan itu kita ada pilihannya baik itu Instagram, Twitter, LinkedIn, bahkan atas masukan pegawai untuk WhatsApp juga sudah kita akomodir, baik itu WA Status maupun di WA Group. termasuk Facebook ya, itu masih kita akomodir juga dan dari hasil pelaporan paling banyak memang di Instagram” (I-1)

Informan 1 menjelaskan bahwa pelaksanaannya saat ini sudah secara menyeluruh dan akan ada peningkatan strategi yang awalnya khusus pada pegawai ditingkatkan ke ranah masyarakat dengan nama Public Advocacy. Kemudian melihat dari pemilihan media yang digunakan itu dibebaskan pada seluruh media yang ada namun pada praktiknya Instagram menjadi media yang paling banyak digunakan oleh pegawai Kemenkeu.

Berikut penjelasan informan 2:

“Kalau mengukur impact-nya... Secara kuantitas, pegawai yang ikut banyak” (I-2)

“Jadi ketika mau menggunakan EA, tentu di dalam penyusunan strategi sudah menentukan siapa saja audiens yang mau kita sasar dan bagaimana cara supaya informasi itu sampai ke audiens yang kita tuju. apakah EA adalah tools yang tepat untuk menyampaikan informasi ini atautkah bukan. Tentu harus diawali oleh strategi komunikasi yang tepat, yang baik. Kalau misalkan audiensnya sudah spesifik dan tidak bisa dijangkau oleh EA, maka EA-nya tidak usah dilaksanakan” (I-2)

Informan 2 menjelaskan pelaksanaan EA secara kuantitas itu sudah banyak. Namun dari segi strategi akan penentuan kapan EA ini akan dijalankan, semuanya berdasarkan strategi komunikasi mingguan yang dikeluarkan oleh Kemenkeu sehingga Tingkat pelaksanaannya juga bergantung apakah EA akan dijadikan sebagai strategi komunikasi pada saat itu atau tidak.

Berikut penjelasan informan 3:

“Baik, kalau secara publikasinya kita sudah dorong ke semua seluruh satu mas ini pas kita ngomongin di awal ya di awal tahun 2022

publikasinya kita dorong ke semua unit cuman waktu itu memang pas di edisi pertama ya kalau aku gak salah Itu memang gak semuanya melakukan. Terus... di edisi selanjutnya udah mulai banyak mas. Maksudnya udah mulai merata nih. Jadi setelah itu semua unit melakukan. Dan semua pegawai dari masing-masing unit sudah melakukan” (I-3)

Informan 3 menjelaskan pelaksanaan EA sudah terjadi terjadi diseluruh unit bahkan dari awal pelaksanaannya namun yang terjadi adalah pelaksanaannya tidak merata disebabkan oleh penolakan awal dan pelaporan yang sistemnya di awal masih belum terintegrasi, namun seiring berjalannya waktu, mulai terlihat jelas peningkatan pelaksanaan EA yang dilakukan oleh pegawai Kemenkeu.

b. Frekuensi Pelaksanaan

Pada penjelasan ketiga informan terkait frekuensi pelaksanaan pegawai pada EA menunjukkan statistik yang tidak jauh berbeda. Pada umumnya, statistik yang diberikan ketiga informan menunjukkan bahwa frekuensi pelaksanaan EA yang terjadi di Kemenkeu menunjukkan pelaksanaan di angkat > 40% dan ini sesuai dengan penjelasan dari informan 1 bahwa melebihi dari apa yang mereka harapkan.

Berikut penjelasan informan 1:

“Ya, semua unit sudah dan secara statistik meningkat partisipasinya. Bahkan misalnya untuk yang perbulan 1, 2024 ini kita targetnya masih 12% di akhir nanti 16% ini sudah partisipasinya sampai 46%” (I-1)

Informan 1 menjelaskan statistik pelaksanaan EA yang dilakukan pegawai Kemenkeu pada angka 46% dengan target awal 12% dan pada akhir bulan mei sebesar 16% sehingga melebihi target yang diharapkan oleh Kemenkeu dalam menetapkan target di awal pelaksanaannya.

Berikut penjelasan informan 2:

“Sudah, sudah seluruh menyeluruh. Dari Sabang sampai Maroke, kami punya datanya dan kami tahu berapa banyak yang berpartisipasi dari kantor ke kantor. Jadi, bahkan sudah saat ini 40% lebih pegawai Kemenkeu yang berpartisipasi” (I-2)

Informan 2 menjelaskan statistik pelaksanaan EA yang dilakukan pegawai Kemenkeu pada angka lebih dari 40% yang tersebar di seluruh Indonesia dan sesuai dengan data yang dimiliki oleh Kemenkeu terhadap partisipasi pegawai dalam pelaksanaan EA.

Berikut penjelasan informan 3:

“Waktu itu udah sampai 33 ribu pegawai Mas. Jadi udah 44% yang melakukan. Dan sebagai informasi juga itu juga peningkatannya sangat tinggi baru di tahun ini. Dulu tuh paling 20%. Sekarang udah sampai 44%. Jadi emang hampir dua kali lipat” (I-3)

Informan 3 menjelaskan statistik pelaksanaan EA yang dilakukan pegawai Kemenkeu pada angka 44% yang awalnya paling tinggi hanya

menyentuh angkat 20% menunjukkan peningkatan partisipasi yang signifikan melebihi 2 kali frekuensi pelaksanaan awal.

c. Jangkauan Pesan

Pada penjelasan ketiga informan terkait jangkauan pesan yang disampaikan oleh Kemenkeu setelah adanya EA sejalan yaitu menginformasikan terkait peningkatan yang memang sangat besar, informan 1 menjelaskan bahwa terjadi peningkatan interaksi. Sedangkan, informan 2 dan 3 lebih menerangkan terkait jangkauan yang diperoleh oleh Kemenkeu melalui platform media sosial yang memang digunakan oleh Kemenkeu dalam melakukan EA.

Berikut penjelasan informan 1:

“Ya, yang pasti meskipun ini kita belum riset secara langsung ya. Kami yakin bahwa interaksi masyarakat dengan inklusi kementerian itu lebih meningkat. Ini kita juga sebenarnya memakai cara word of mouth tapi melalui media sosial” (I-1)

Informan 1 menjelaskan bahwa memang terjadi peningkatan interaksi Masyarakat dengan inklusi Kementerian, walaupun memang belum dilakukan riset dari Kemenkeu, namun memang ini merupakan informasi yang bias dalam Kemenkeu mengingat sistem pelaksanaan EA yang diberlakukan adalah dengan melakukan penyebaran informasi secara word of mouth.

Berikut penjelasan informan 2:

“kalau dari sisi jumlah kuantitas yang paling banyak adalah Instagram. Instagram paling banyak itu, sebentar saya buka datanya 23.564 yang menggunakan. Kemudian yang menggunakan status WhatsApp ada 4.155. Yang menggunakan Facebook ada 3.600an. Twitter 3.000an, dan seterusnya. Jadi memang kalau secara statistik kita bandingkan Instagram yang paling bagus, yang paling banyak secara kualitas” (I-2)

“Iya jadi sangat besar. Itu yang baru lewat satu platform ya. Baru Instagram aja ya. Ini juga punya data dari yang platform Facebook juga meningkat. Engagement ratenya dari 5,4% jadi 6,64%. Kemudian Page engagementnya juga meningkat Meningkatkan dari 2000 menjadi 4800 Di twitter juga gitu Di twitter juga meningkat Dari sisi retweet ya tadinya 1400 jadi 3300 kemudian dari interaksi dari sebelumnya 2700 jadi 6600 padahal jumlah pegawai yang partisipasi kan jumlahnya tidak sebesar selisih itu” (I-2)

Informan 2 menjelaskan bahwa Kemenkeu memang menggunakan beberapa platform media sosial dalam melaksanakan EA diantaranya Instagram sebagai media yang paling banyak digunakan, kemudian Twitter, Whatsapp dan Facebook yang memang menunjukkan peningkatan engagement rate dari media media tersebut baik pada angka yang pesat maupun jumlah selisih yang kecil.

Berikut penjelasan informan 3:

“Kalau dari statistik yang kami tangkap ya Kami capture dari pelaporan itu paling banyak Instagram. Yang kedua Twitter, kemudian Facebook dan WhatsApp. Kalau bicara tentang mana yang efektif itu nanti tergantung. Bahkan sekarang udah mulai banyak juga sih yang pake TikTok ya. Jadi semua, menurut kami semua platform sangat, sangat perlu digarap, dan bisa sangat efektif, misalkan memang strateginya tepat” (I-3)

Sejalan dengan penjelasan informan 2, informan 3 juga menjelaskan terkait penggunaan media yang paling banyak digunakan oleh pegawai dalam melakukan EA yang menjadi pembeda terdapat pada kunci informasi yang menjelaskan bahwa memang belum ada riset terkait media yang paling efektif, namun umumnya seluruh media adalah peluang yang bagus untuk digunakan karena memiliki potensi dengan ciri dan audiensnya masing – masing.

d. Dampak Terhadap Bisnis

Pada penjelasan ketiga informan terkait dengan dampak yang dimunculkan oleh pelaksanaan EA bagi Kemenkeu informan 1 menjelaskan terkait pola penyebaran informasi yang berkembang dalam Kemenkeu. Sedangkan, informan 2 menjelaskan terkait dampak dari indicator kesuksesan pelaksanaan EA. Dan, informan 3 menjelaskan terkait jangkauan audiens yang meningkat setelah diberlakukannya EA sebagai salah satu strategi komunikasi Kemenkeu.

Berikut penjelasan informan 1:

“Iya. Kita tahu bahwa Kemenkeu ini kan sebuah institusi yang sangat besar. Jadi kita tidak bisa lagi menggunakan pola-pola konvensional untuk menyampaikan informasi. Karena ada kedekatan pribadi ya daripada misalnya kita harus call center Kemenkeu. Sehingga ini salah satu pendekatan karena ada personifikasi sosok-sosok pegawai Kemenkeu. Bukan one to all lagi, bukan di platform Kemenkeu ke semua pegawai, tapi one on one dari pegawai-pegawai ke teman-temannya” (I-1)

Informan 1 menjelaskan bahwa secara dampak setelah adanya EA ini Kemenkeu menemukan pola komunikasi yang tepat dengan adanya pergeseran dari pola konvensional dalam menyampaikan informasi, sehingga untuk saat ini EA menjadi Solusi utama dalam penyebaran informasi terutama pesan edukasi Kemenkeu yang sistemnya adalah one on one dari pegawai ke kerabatnya.

Berikut penjelasan informan 2:

“Kalau mengukur impact-nya... Secara kuantitas, pegawai yang ikut banyak. Kemudian kalau kita lihat dari kinerja media sosialnya Kemenkeu, ada perbedaan yang signifikan antara Tidak ada EA dengan ada EA ya. Dan yang paling penting adalah tingkat engagement ratenya dari kanal Kemenkeu meningkat” (I-2)

Informan 2 menjelaskan bahwa terdapat 3 poin yang menjadi dampak setelah diberlakukannya EA sebagai salah satu strategi komunikasi

Kemenkeu yaitu mulai dari partisipasi pegawai yang memang mulai meningkat dan konsisten, kemudian dari kinerja media sosial yang mengalami peningkatan serta terakhir dari engagement rate yang dimiliki Kemenkeu dalam media sosial juga mengalami peningkatan.

Berikut penjelasan informan 3:

“Baik Manfaat yang pertama Yang kelihatan itu dari Kita lihat di dashboardnya itu Statistik ini Kunjungan terhadap Postingan-postingan Akun Kemenkeu yang diboost Nah konten ini nih yang akan meningkat. Sangat pesat. Jauh lebih tinggi. Kunjungannya yang. Kita boost. Jadi memang. Banyak kunjungan-kunjungan. Dari unique follower, Terus Kita bisa juga dapat Masukan Karena dengan banyak Menyebar luaskan Pesan Kita bisa nangkap juga nih masukan-masukan dari Masyarakat” (I-3)

“EA ini masuk ke through the line ya, media sosial. Nah, itu kalau dibandingkan, kalau secara pengukuran kita coba hitung-hitungan, ini untuk mensimulasi ketika satu konten dilakukan oleh seribu pegawai dengan kita pukul rata misalnya 500 followers itu akan berapa yang nonton. Itu kan angka yang besar ya. Itu mungkin bisa setara dengan taktik-taktik di level above the line kalau kita menggunakan media mainstream. Jadi jangkauannya semakin terluas” (I-3)

Informan 3 menjelaskan bahwa terdapat 2 dampak yang memang menonjol dari pelaksanaan EA ini bagi Kemenkeu. Pertama, adanya peningkatan kunjungan dari owned media yang dimiliki oleh Kemenkeu dan berbeda dengan Ketika EA tidak dilaksanakan. Kedua, Kemenkeu jadi dapat menangkap lebih banyak masukan dari Masyarakat yang awalnya belum tertapar dengan informasi pesan edukasi dari Kemenkeu sebelum adanya EA yang pada intinya jangkauan audiens bagi Kemenkeu menjadi sangat meningkat.

4. Tahapan 3: Melakukan Penerapan Secara Menyeluruh

a. Pemberdayaan

Pada penjelasan ketiga informan terkait dengan pemberdayaan yang dilakukan oleh Kemenkeu dalam melaksanakan EA ketiga informan sama-sama menjelaskan bahwa adanya penekanan dari pelaksanaan EA yang memang fokus dalam menggunakan fasilitas yang sudah tersedia di Kemenkeu khususnya dalam melakukan pemantauan dan pelaksanaan alur kerja EA yang diterapkan dalam strategi komunikasi Kemenkeu.

Berikut penjelasan informan 1:

“Yang pasti dari peningkatan target, target partisipasi yang masuk dalam IKU. Untuk mencapai itu kan kita juga ada peningkatan kapasitas dari pegawai sendiri melalui berbagai pelatihan dan juga kita secara rutin setiap bulan menyampaikan statistik perkembangan partisipasi. Dan terus dilakukan perbaikan seperti tadi yang saya sampaikan terkait bagaimana memberikan reward. Kami juga menanyakan langsung kepada pegawai terkait perbaikan EA ini dan di

menu pelaporan itu juga ada, kalau ada saran perbaikan silahkan disampaikan langsung ke situ” (I-1)

“Jadi untuk pelaporan dan semua konten itu kita pakai platform Kemenku 1 ya, itu yang web-based yang dikembangkan oleh Pusintek yang mengembangkan IT di Kemenkeu. Kontennya sudah disediakan semua ada sisi itu begitu yang mau komen like share maupun konten mandiri mereka di diberikan ruang kebebasan untuk mengamplifikasi konten EA gitu” (I-1)

“Platform yang kita gunakan juga platform yang ada di Kemenkeu sudah tidak berbayar lagi. Kontennya juga sudah ada” (I-1)

Informan 1 menjelaskan bahwa pemberdayaan yang dilakukan Kemenkeu dalam pelaksanaan EA terdapat pada sistem kerja pimpinan sebagai pemberi contoh kepada pegawai yang masuk kedalam KPI. Kemudian, seperti yang disampaikan juga oleh informan 2 dan 3 yaitu terkait penggunaan web-based kemenkeu sebagai tempat pelaksanaan kerja untuk memudahkan pegawai dalam melakukan amplifikasi pesan dalam EA dan ini fokus pada penggunaan platform yang memang sudah tersedia di Kemenkeu.

Berikut penjelasan informan 2:

“Kalau dalam bentuk pelatihan, ada. Kami melakukan itu. Jadi untuk meningkatkan kualitas EA kan salah satunya idealnya pegawai sendiri yang membuat konten. Nah, kami menjalankan program peningkatan kualitas dengan cara kami melatih pegawai-pegawai yang memang mempunyai passion dan keinginan untuk membuat konten. Nah, kami kerjasama dengan konten kreator untuk mengajari pegawai gimana sih caranya buat konten yang bagus gitu ya, sederhana tapi bagus untuk melakukan editing video secara cepat” (I-2)

“EA ini kan sudah di aplikasi kerjanya Kemenkeu ya. Kemudian yang kedua, pembuatan konten yang dirujukan. Kami menggunakan konten yang sama dengan kontennya Kemenkeu. Jadi tidak ada biaya untuk memproduksi konten. Kemudian membuat captionnya juga tidak berbiaya. Kemudian penyebar luasan informasi kontennya juga tidak berbiaya” (I-2)

“Iya, jadi di dalam fitur aplikasi yang kami gunakan, di situ ada fitur untuk memberikan feedback, masukan maupun laporan. Bisa berupa kritik, masukan pendapat, ataupun mereka menemukan link yang sifatnya disinformasi” (I-2)

Informan 2 menjelaskan bahwa pemberdayaan yang dilakukan Kemenkeu dalam pelaksanaan EA adalah melakukan pelatihan untuk peningkatan kualitas pegawai, kemudian penggunaan aplikasi kerja Kemenkeu, penyediaan konten yang terintegrasi dengan aplikasi Kemenkeu dan juga penyediaan fitur pelaporan untuk memberikan feedback berupa saran, masukan maupun informasi yang memang berkaitan dengan pelaksanaan EA yang dilakukan.

Berikut penjelasan informan 3:

“Ya, yang pertama jelas kita pakai aplikasi internal kita udah bangun di ruang internal kita jadi kita pastikan itu aman artinya dari sisi security-nya aman. Kemudian konten tadi sudah tentu saja kita kasih ya. Buat pegawai yang mungkin biar lebih mudah. Kemudian pelatihan juga sekarang sudah mulai kita rutinkan” (I-3)

“Kita memanfaatkan semua aplikasi yang udah ada di Kemenkeu. Jadi kita sangat efektif dan efisien lah boleh dikatakan seperti itu, terus untuk materi-materi atau konten itu kita pakai konten-konten yang dibuat sama desain grafis dari desainer dari Kemenkeu” (I-3)

“Pelaksanaan ya kalau dari segi internal di landing page kita mas di aplikasi itu kita udah sediakan kritik dan saran yang bisa dimasukkan bahkan bentuknya sebenarnya Di landing page itu juga kita, pegawai juga bebas melakukan komen-komen” (I-3)

Informan 3 menjelaskan bahwa pemberdayaan yang dilakukan Kemenkeu dalam pelaksanaan EA terdapat pada penggunaan aplikasi internal yang sudah menyediakan berbagai fitur sampai dengan penyediaan materi dan konten karena memang menggunakan publikasi yang disediakan oleh desainer di Kemenkeu. Fitur lainnya juga terdapat landing page untuk memberikan saran dan masukan yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan EA yang dilaksanakan.

b. Konsistensi

Pada penjelasan ketiga informan terkait dengan konsistensi Kemenkeu dalam melakukan EA sebagai salah satu strategi komunikasi yang dijalankan informan 1 menjelaskan bahwa alur pelaksanaan EA menjadi eratan konsistensi bagi pegawai. Sedangkan, informan 2 menjelaskan bahwa menampilkan progress menjadi salah satu faktor konsistensi. Dan, informan 3 menjelaskan bahwa konsistensi EA merujuk pada strategi komunikasi yang diberlakukan oleh Kemenkeu yang sifatnya dapat berubah sesuai dengan situasi dan kondisi.

Berikut penjelasan informan 1:

“Iya. Ini kami seperti yang saya sampaikan tadi, kami koordinasinya ke para PIC unit kehumasan di unit Eselon I Kemenkeu. Jadi kami selalu memantau ke unit-unit tersebut secara bertahap. Nanti dari unit itu yang menyampaikan ke unit lebih kecil lagi. Karena ini kita laporkan secara rutin ke semua unit dan ditembuskan ke pimpinan. Jadi kita harapkan partisipasinya bisa terus meningkat” (I-1)

Informan 1 menjelaskan bahwa konsistensi Kemenkeu dalam melaksanakan EA sebagai salah satu strategi komunikasi Kemenkeu terdapat pada sistem pemantauan yang sangat terintegrasi mulai dari atasan sampai dengan unit terkecil yang pelaporannya dilakukan secara berkala dan rutin ke semua unit sehingga melalui sistem yang terintegrasi ini diharapkan terjadinya peningkatan partisipasi pegawai.

Berikut penjelasan informan 2:

“Jadi kami karena sejak awal kan dibantu oleh pusat teknologi ya kami dibuatkan dashboard khusus untuk pemantauan EA karena Pelaporan

itu kan biasanya kuantitatif yang sifatnya real-time online. Jadi kami bisa mengetahui progres dari hari ke hari, bahkan detail laporannya. Dan kami juga melakukan audit untuk memastikan bahwa yang dilaporkan adalah factual” (I-2)

Informan 2 menjelaskan bahwa konsistensi Kemenkeu dalam melaksanakan EA sebagai salah satu strategi komunikasi Kemenkeu terdapat pada penggunaan dashboard yang menyediakan data realtime yang dapat diakses oleh pegawai sebagai bentuk pelaporan. Penggunaan dashboard ini mendorong pegawai untuk terus melakukan EA melalui data yang ditampilkan secara real time yang tentunya merupakan data yang factual berdasarkan hasil audit.

Berikut penjelasan informan 3:

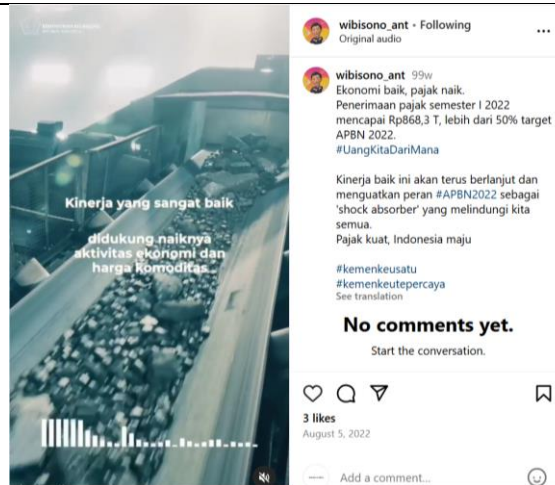
“EA ini kan sebagai salah satu taktik dalam strategi komunikasi Kemenkeu, ya. Jadi pelaksanaannya itu selalu merujuk pada stracom yang disusun. Artinya gini. EA ini nggak akan dilakukan kalau nggak muncul di stracom. Jadi kita memang basisnya adalah dari dokumen stracom muncul taktik. Kalau nggak muncul, kita nggak akan bisa melakukan. Jadi kita merujuk ke situ” (I-3)

Informan 3 menjelaskan bahwa konsistensi Kemenkeu dalam melaksanakan EA sebagai salah satu strategi komunikasi Kemenkeu bergantung pada strategi komunikasi yang di sepakati oleh Kemenkeu karena pada dasarnya strategi komunikasi Kemenkeu sangat dinamis dan dapat berubah menyesuaikan dengan pengaruh media penyebaran informasi jadi konsistensinya didasari oleh apakah EA masih dapat dikatakan efektif atau tidak untuk tetap dikeluarkan sebagai salah satu strategi komunikasi yang dijalankan oleh Kemenkeu dalam menyebarkan informasi.

Lampiran 16. Dokumentasi Media Sosial Kemenkeu

No	Nama Akun (@)	Dokumentasi
1	@fandymhatta	
2	@frans1108	
3	@febriokacaribu	

4 @wibisono_ant



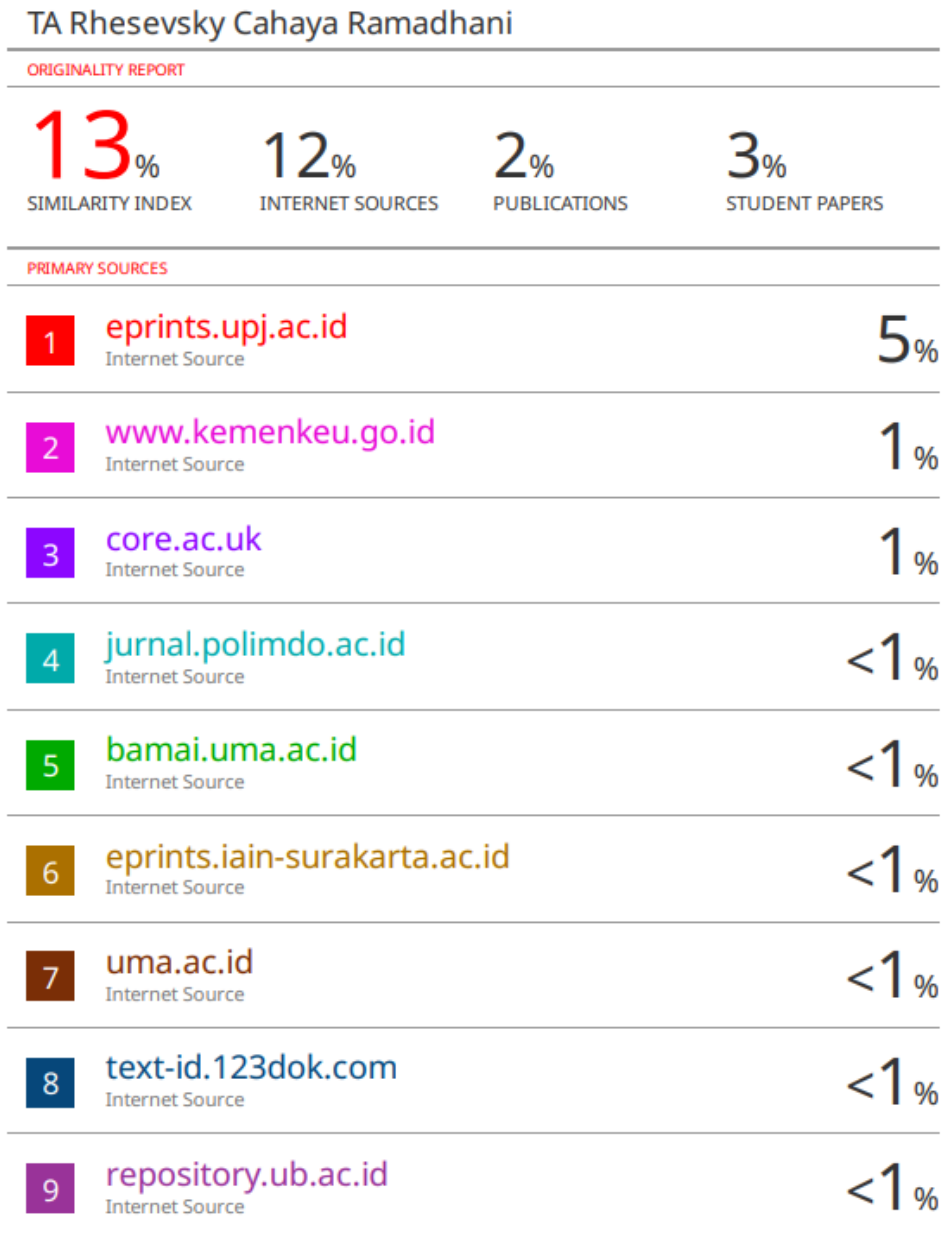
The image shows an Instagram post from the user @wibisono_ant. The main content is a video with a blue-tinted background showing a large industrial facility, possibly a port or refinery, with a conveyor belt in the foreground. The video has the following text overlay: "Kinerja yang sangat baik didukung naiknya aktivitas ekonomi dan harga komoditas". The post includes a caption in Indonesian: "Ekonomi baik, pajak naik. Penerimaan pajak semester I 2022 mencapai Rp868,3 T, lebih dari 50% target APBN 2022. #UangKitaDariMana". It also features a quote: "Kinerja baik ini akan terus berlanjut dan menguatkan peran #APBN2022 sebagai 'shock absorber' yang melindungi kita semua. Pajak kuat, Indonesia maju". The post has 3 likes and was posted on August 5, 2022.

5 @rahayupuspaofficial



The image shows an Instagram post from the official account @rahayupuspaofficial. The main content is a yellow infographic titled "FORMAT NPWP BARU" (New NPWP Format) from the Directorate General of Taxation (DJP). The infographic lists the following information: "Selesai dengan PMK 112/PMK.03/2022, mulai tanggal 14 Juli 2022, format NPWP menjadi:", "NIK" (16-digit number) for individual taxpayers, "16 Digit Angka" (16-digit number) for non-individual taxpayers, and "Nomor Identitas Tempat Kegiatan Usaha" (Business Activity Location Identity Number) for branch taxpayers. It also includes a note that the old NPWP format is still valid until December 31, 2023. The post includes a caption in Indonesian: "Penyederhanaan dokumen untuk identitas pribadi menjadi hal yang dinantikan penduduk Indonesia. Saat ini, pemerintah telah menerbitkan PMK 112/PMK.03/2022 untuk implementasi penggunaan NIK Nomor Induk Kependudukan sebagai Nomor Pokok Wajib Pajak sesuai amanat UU HPP. Yuk geser untuk tahu ketentuan lengkapnya! #NPWP #APBN". It is a repost from @ditjenpajakri and has 7 likes as of July 21, 2022.

Lampiran 17. Hasil Cek Plagiarisme



Ket: (<https://drive.google.com/file/d/1B9iVCqjIXbE5A7fgu2vWi0mpS-h4EoxM/view?usp=sharing>)