

PENINGKATAN IKLIM USAHA KECIL MENENGAH MELALUI STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PENANAMAN MODAL DAN PERIZINAN TERPADU SATU PINTU

Ali Arif Setiawan ¹⁾

Wahjoe Mawardiningsih ²⁾

^{1, 2)} Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Surakarta

e-mail: ¹⁾ aliarifsetiawan@yahoo.com

²⁾ wahyu.mawar@gmail.com

ABSTRACT

Small and Medium Enterprises (SMEs) are of special concern to the government. Reform and regional autonomy triggered the implementation and development of a new public service bureaucracy (NPS) into the administration of public services. NPS places the citizens to be served. One government program is One Stop Service (OSS). OSS uses the principle of work easy, cheap, fast and can be transparent. Thus, the institution concerned makes communication strategy based on media strategy so that people are more familiar and actively participate. This study aims to find out how the implementation of the communication strategy, and how the effectiveness of communication strategies to the public in Sragen regency. Data were collected by interviewing the resource persons involved in the compilation and implementation of the communication strategy and by collecting supporting data. The results show that DPMPTSP works together with related SKPD, improvise to formulate and run socialization and publication through media according to the typology of audience. DPMPTSP avoids high-cost media and further maximizes the potential of existing resources. As a mainstay for further development is the online media. Nevertheless DPMPTSP has succeeded in improvisation as evidenced by the increase of applicants for permits and growth of SMEs.

Keywords: *SME, one stop service, government communication strategy*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi memicu perubahan budaya konsumtif masyarakat baik di perkotaan maupun di pedesaan. Hal itu berdampak baik dengan munculnya peluang usaha skala kecil dan menengah yang diharapkan dapat menopang kekuatan sektor ekonomi di kota-kota kecil dan pedesaan. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) menjadi hal yang sangat realistis dilakukan baik dalam bidang jasa maupun barang, baik pada sektor produksi maupun perniagaan. Usaha Kecil adalah usaha yang pemiliknya mempunyai jalur komunikasi langsung dengan kegiatan operasi dan

juga dengan sebagian besar tenaga kerja yang ada dalam kegiatan usaha tersebut, dan biasanya hanya mempekerjakan tidak lebih dari lima puluh orang (Haryono, 2017: 1).

Salah satu hal yang dipandang menjadi kendala bagi para calon pelaku usaha adalah permodalan, mereka cenderung kalah dengan pemilik modal besar yang cenderung mudah menguasai pasar baik di kota maupun sampai ke pelosok desa. Hal yang paling realistis dalam menghadapi kondisi tersebut adalah dengan mengurus legalitas usaha. Pada satu sisi, para pelaku usaha dituntut untuk memiliki kelengkapan perizinan untuk da-

pat mengajukan kredit permodalan pada bank. Di sisi lain pemerintah juga memiliki banyak kepentingan terkait pendataan UKM. Namun masalahnya adalah mereka memiliki keterbatasan informasi dan pemahaman birokrasi dalam mengurus legalitas usaha mereka. Perizinan dipandang masyarakat sebagai proses yang berbelit, birokratis dan tidak transparan. Menurut Hadisapoetra, UMKM merupakan unit usaha yang tergolong ekonomi lemah, tidak saja lemah dalam kepemilikan aset, tetapi lemah dalam pengetahuan, keterampilan, teknologi yang digunakan dan sering juga lemah dalam semangatnya untuk maju. (Haryono, 2017: 122).

Fenomena ini sempat menjadi tantangan besar bagi pemerintah, setelah era reformasi bergulir, situasi dan kondisi pemerintahan mengalami perubahan. Pemerintah mulai menyadari dan memahami sekat birokrasi yang selama ini menghambat tumbuhnya iklim usaha dan ekonomi pada umumnya. Maka reformasi birokrasi pun harus dilakukan. Pemerintah mulai meninggalkan birokrasi klasik (*the old management*) yang selama ini digunakan. Birokrasi mulai bergeser pada *New Public Management* (NPM), namun meski telah terjadi perubahan besar, hasilnya kurang begitu memuaskan. Maka kemudian muncul Pelayanan Publik baru atau *New public service* (NPS). Berbeda dengan NPM yang lebih mengaitkan negara dengan pasar semata serta menganggap publik sebagai *customer*, NPS memperlakukan publik sebagai warga negara (*as citizen*) yang memiliki hak untuk menuntut pemerintah agar bertanggung jawab atas tindakan yang diambilnya, warga negara juga memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan atas hak-haknya serta menuntut pertanggungjawaban pemerintah. Denhardt and Denhardt menegaskan bahwa *Public servant do not deliver customer service, they deliver democracy* (Mindarti, 2007: 164).

Dapat disimpulkan bahwa pandangan *The New Public Service* adalah untuk

meningkatkan kemuliaan dan nilai-nilai pelayanan publik dan untuk menjadikan nilai-nilai demokrasi, kewarganegaraan dan kepentingan umum sebagai nilai-nilai yang diunggulkan dalam administrasi publik, di mana menempatkan *citizen* sebagai publik yang harus mendapatkan pelayanan prima. Pemerintah telah mengadopsi hal di atas dalam kaitannya dengan program otonomi daerah. Program ini mutlak untuk dilaksanakan dalam rangka mendukung sistem pemerintahan daerah yang memacu tumbuhnya iklim investasi dan berkembangnya sektor usaha kecil dan menengah. Salah satu hasil dari NPS adalah digulirkannya program Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) atau yang populer disebut *One Stop Service* (OSS).

Salah satu pemerintah daerah yang tanggap dan mulai mengadopsi adalah Kabupaten Sragen. Pemerintah Kabupaten Sragen mulai mempelajari apa yang dapat dimaksimalkan dalam upaya meningkatkan iklim usaha untuk menopang otonomi daerah. Maka Melalui keputusan bupati, telah membentuk tata kerja Unit Pelayanan Terpadu (UPT) kabupaten Sragen. Saat ini UPT telah berkembang menjadi Badan Perizinan Terpadu dan Penanaman Modal (BPTPM) kabupaten Sragen dan yang terbaru menjadi Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu Satu Pintu (DPMPSTP) (www.sragenkab.go.id).

BPTPM bahu membahu bekerja baik dalam sistem maupun informasi dalam merubah stigma masyarakat tentang birokrasi perizinan. Hingga pada tahun 2007 BPTPM kabupaten Sragen telah berhasil meraih sejumlah prestasi tingkat nasional. Bahkan OSS Kabupaten Sragen menjadi rujukan studi banding dari berbagai kabupaten lain di Indonesia. Dalam perjalanan perkembangannya, BPTPM Kabupaten Sragen juga mengalami banyak kendala. Meskipun program sosialisasi terus dilakukan, ternyata masih ada kelompok masyarakat yang belum paham betul terhadap perubahan

proses birokrasi perizinan usaha yang sudah tergolong sangat mudah dan cepat ini. Dalam hal ini tidak ada upaya lain, pemerintah berusaha mensinergikan *New Public Service (NPS)* dengan OSS yang menjadi kekuatan dalam menciptakan iklim usaha serta investasi yang bagus demi suksesnya program otonomi daerah.

Di dalam Surat Keputusan Menpan Nomor 81 Tahun 1993 menjelaskan bahwa Prinsip dari pelayanan prima antara lain: sederhana, jelas, aman, transparan, efisien, ekonomis, adil dan tepat waktu. Hal ini sangat sejalan dengan didirikannya BPTPM yang antara lain: a). Mewujudkan pelayanan prima b). Meningkatkan efisiensi dan efektivitas kinerja aparatur Pemerintah kabupaten Sragen, khususnya yang terlibat langsung dengan pelayanan masyarakat. c). Mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat, yang pada gilirannya masyarakat dapat terdorong untuk berpartisipasi aktif dalam berbagai kegiatan pembangunan.

Sudah saatnya pemerintah memperbaiki citra birokrasi di mata publik. Paradigma baru yang disebut *New Public Service (NPS)* sangat sersuai dengan program otonomi daerah yang digulirkan oleh pemerintah, secara teoritis, NPS yang dibangun oleh Denhart and Denhart tersebut berdasarkan (1) *Theories odd democratic citizenship*, (2) *Models of community and civil Society*, (3) *Organizational humanism and the new public administration, and post-modern Administration* (Mindarti, 2007: 165).

Menurut Reksohadiprodjo, salah satu faktor yang berperan dalam birokrasi dalam upaya meningkatkan peningkatan investasi daerah adalah adanya perubahan teknologi di bidang transportasi dan komunikasi (Tangkilisan, 2007: 281). Bagi Pemerintah Kabupaten Sragen ini bukan hal yang mustahil bahkan sangat tidak sulit, letak geografis yang berada di alur perlintasan utama angkutan darat, serta munculnya internet sebagai penunjang media komunikasi yang berkembang sangat menguntungkan. Tinggal bagaimana

strategi yang akan dilakukan serta dievaluasi secara berkala. Karena salah satu indikator keberhasilan suatu pemerintahan adalah kualitas dalam memberikan pelayanannya kepada masyarakat.

STRATEGI KOMUNIKASI OSS

Publik menjadi prioritas utama dalam penerapan NPS, meskipun harus ada strategi khusus dan perjuangan keras untuk merubah paradigma birokrasi di tengah masyarakat. Hal ini bertujuan agar segera memicu tumbuhnya iklim usaha kecil dan menengah yang diharapkan mampu menopang kesejahteraan masyarakat. Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*). Untuk itu, dari hasil observasi di lapangan, penulis menjabarkan langkah yang dilakukan sebagai berikut ada dua hal. Pertama adalah perencanaan, di mana langkah ini meliputi:

- a. Analisis situasi
- b. Penetapan tujuan
- c. Penetapan program

Langkah kedua adalah pengelolaan yang meliputi

- a. Sumber daya Manusia
- b. Sarana dan Prasarana
- c. Media Publikasi
- d. Partisipasi aktif BPTPM dalam kegiatan komunikasi Pemerintah Kabupaten Sragen

Selain hal tersebut di atas, hal yang tidak kalah penting adalah bagaimana menekankan peran serta sosialisasi dan komunikasi oleh Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) kabupaten Sragen, berdasarkan wawancara yang penulis lakukan, salah satu faktor yang mendukung meningkatnya pengguna layanan BPTPM adalah kinerja sosialisasi yang ada di SKPD terkait kepada masyarakat. Dari sini penulis melihat adanya simbiosis mutualisme atau sinergi yang kuat dalam meningkatkan partisipasi masyarakat. Sesuai dengan strategi Rogers dan Adhikarya (dalam Nasution 2002) yang telah

mengusulkan komunikasi dengan pendekatan konvergensi yang didasari oleh komunikasi sirkular untuk mengganti pendekatan komunikasi yang digunakan sebelumnya yaitu komunikasi linear, maka beberapa kegiatan yang dilakukan oleh SKPD adalah sebagai berikut:

- a. Penggunaan pesan yang dirancang khusus (*tailored message*). Yaitu pesan untuk khalayak yang spesifik. BPTPM atau DPMPTSP merancang berbagai media yang sudah disesuaikan dengan penerima pesan, baik tingkat pendidikan, pemahaman, geografis serta tingkat ekonominya. Salah satu contoh adalah menggunakan media seni dan wayang kulit untuk masyarakat desa. Termasuk menggunakan siaran radio pemerintah untuk menjangkau khalayak yang lebih luas.
- b. Pendekatan “*ceilling effect*” yaitu dengan mengkomunikasikan pesan-pesan pada golongan yang tidak dituju atau kecil manfaatnya, namun masih tetap bermanfaat. Salah satu contoh adalah yang dilakukan oleh dinas tenaga kerja dan transmigrasi serta dinas industri perdagangan dan koperasi. Team melacak keberadaan warga Sragen yang merantau di luar daerah serta memantau perkembangannya dan mengkomunikasikan program OSS. Langkah tersebut pada intinya adalah untuk menumbuhkan minat berinvestasi di daerah asal dengan fasilitas dinas terkait. Selain itu Dinas Perindustrian dan Perdagangan juga mengintensifkan pelatihan-pelatihan keterampilan usaha berbasis potensi lokal seperti pembuatan sarung goyor dan emping garut di daerah kecamatan Gesi atau usaha konveksi di daerah Plupuh.
- c. Pemanfaatan saluran tradisional. Yaitu melalui pertunjukan yang sejak lama berfungsi sebagai saluran pesan yang akrab dengan masyarakat setempat. Hal ini menjadi senjata ampuh untuk menjangkau khalayak yang heterogen. Menurut kepala Disperindagkop Peme-

rintah Kabupaten Sragen, efektivitas dari langkah ini sudah mendapatkan pengakuan dari *International Development Bank (IDB)*.

- d. Pengenalan para pemimpin opini di kalangan masyarakat yang berkekurangan (*disadvantage*) dan meminta bantuan mereka untuk meminta mengkomunikasikan pesan-pesan pembangunan. BPTPM berusaha semaksimal mungkin, para pejabat di tingkat desa dan tokoh masyarakat menjadi ujung tombak dalam strategi ini. Pemahaman para pemimpin opini ini banyak didukung oleh artikel *website* yang dikelola BPTPM yang saat ini telah berubah menjadi Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP).
- e. Mengaktifkan keikutsertaan agen-agen perubahan yang berasal dari masyarakat sendiri. Pada strategi ini DPMPTSP lebih berperan sebagai pengikut dari program yang telah dibentuk khusus oleh dinas terkait, seperti kelompok tani, asosiasi profesi dan lain sebagainya.
- f. Diciptakannya dan dibina cara-cara atau mekanisme bagi keikutsertaan khalayak dalam proses pembangunannya, yaitu sejak tahap perencanaan sampai evaluasi. DPMPTSP melakukan hal ini baik secara internal maupun eksternal. Ada semacam kuesioner yang dapat diisi oleh pengguna layanan OSS dan dievaluasi tiap semester.

STRATEGI MEDIA

Tipologi audiens menjadi perhatian utama dalam perencanaan sosialisasi, untuk masyarakat di pedesaan sosialisasi menggunakan media tradisional, semacam wayang kulit, tayub, musik etnik, ternyata mampu menarik lebih banyak perhatian massa dibanding sarasehan atau penyuluhan secara formal.

Untuk masyarakat perkotaan, kegiatan komunikasi lebih diarahkan dengan menggunakan media cetak, media luar ruang (*outdoor*) dan media baru seperti

internet. Hal tersebut didasarkan pada karakteristik masyarakat kota yang lebih memiliki keterampilan media, yaitu kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan pesan media (Baran, 2010: 47).

Menurut salah seorang pegawai di lingkup DPMPTSP, perancangan harus bersifat informatif dan mudah dipahami oleh masyarakat, tidak berbelit-belit, untuk media seperti baliho dan poster desa-in dibuat sebegitu menarik namun tetap mengedepankan materi informasi.

Manajemen dan pengorganisasian dilaksanakan dengan membentuk tim yang terdiri dari berbagai SKPD yang terkait. Sehingga diharapkan masing-masing dapat memberikan penjelasan dan jawaban secara teknis bila ada pertanyaan yang spesifik. Satuan Kerja teknis sendiri yang memiliki otoritas sebagai komunikator adalah minimal menjabat sebagai kepala bidang, seperti yang disampaikan oleh nara sumber dari BPTPM, ada beberapa ketentuan sebagai pelaksana sosialisasi yaitu setingkat eselon 3 dari Bapedda dari bidang hukum adalah kepala bagian dan dari Pekerjaan Umum (PU) adalah Kepala Bidang perencanaan tata ruang yang sederajat. Hal ini agar informasi dan pertanyaan harus bisa dijawab dengan jelas dan mudah dipahami, serta dapat disampaikan lagi ke orang lain.

Nara sumber DPMPTSP menyampaikan bahwa di dalam internal DPMPTSP para staf harus mampu dan menguasai pengetahuan tentang OSS sehingga selalu siap kapanpun dan di manapun untuk memberikan informasi dan pemahaman kepada masyarakat luas.

Dari keempat strategi komunikasi pembangunan yang dipaparkan oleh AED, (Nasution 2002: 164), salah satunya adalah strategi yang didasarkan pada media yang dipakai (*media based strategy*), strategi ini biasanya digunakan untuk mengelompokkan kegiatan-kegiatan dengan memanfaatkan media-media yang cenderung disukai. Strategi ini me-

rupakan teknik paling mudah dan paling populer sekaligus diyakini paling kurang efektif, namun di sini peneliti mencoba memaparkan strategi media yang digunakan oleh BPTPM untuk menyampaikan pesan (*message*) sekaligus menyimpulkan seberapa efektif strategi media yang digunakan.

Sejumlah penelitian yang diarahkan pada strategi media tertentu telah dilakukan terutama untuk mengetahui: "media manakah yang terbaik", "media apakah yang termurah biayanya?", "Media apakah yang terbaik untuk mempopulerkan, mengajarkan, memantapkan atau mengingatkan suatu hal" (Nasution, 2002: 165).

Dengan menggunakan dasar teori di atas maka penulis memulai untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan di atas sebagai berikut:

1. Media Terbaik

Untuk mencari media terbaik tentu tidak mudah. Masing-masing media memiliki karakteristik khusus untuk menjangkau khalayak yang spesifik, namun khalayak yang menjadi sasaran tujuan pesan yaitu masyarakat di wilayah kabupaten Sragen memiliki kompleksitas sosiografi, maka pada masa awal DPMPTSP memperkenalkan layanan OSS adalah dengan melakukan sosialisasi di tengah masyarakat secara langsung. Untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat di wilayah daerah, media yang digunakan adalah dengan menggunakan kesenian tradisional yaitu seni wayang kulit. Menurut Salah seorang nara sumber di DPMPTSP, Secara kebetulan pada saat layanan OSS ditahap pengenalan, Untung Wiyono yang menjabat sebagai bupati sangat piawai dalam mendalang, sehingga sosialisasi yang dikombinasikan dengan kesenian daerah sangat efektif dalam menyampaikan pesan-pesan pembangunan khususnya layanan OSS. Terlebih lagi, acara tersebut diliput dan disiarkan secara langsung oleh radio pemerintah kabupaten Sragen

yaitu Radio Buana Asri (RBA) untuk dipancarkan ke seluruh daerah yang dapat dijangkau oleh pancaran RBA. Dalam menjangkau kalangan masyarakat perkotaan, media yang dipandang terbaik adalah dengan melakukan tatap muka secara langsung, baik dari pihak jajaran pemerintahan terkecil yaitu RT, tokoh masyarakat, pemuka agama, dan beberapa ormas terkait. Kegiatan ini dilakukan secara berkala terlebih bila ada hal yang berkaitan dengan perkembangan layanan OSS, dan perubahan peraturan dan lain sebagainya. Selain itu, untuk lebih memperjelas DPMPTSP juga menyebar poster dan brosur di setiap kantor pemerintahan, hal tersebut diharapkan dapat menjadi tindak lanjut program sosialisasi yang telah dilakukan menggunakan media kesenian dan sosialisasi tatap muka.

2. Media dengan Biaya Termurah

Biaya menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kinerja program di pemerintahan, mengingat pemerintahan termasuk organisasi non profit (*Non Profit Organization*) meskipun sebagian orientasinya pada peningkatan pendapatan Asli Daerah. Untuk mensiasati hal tersebut BPTPM kabupaten Sragen memiliki langkah jitu dengan memaksimalkan sumber daya manusia, mengelola titik-titik yang potensial untuk melakukan publikasi.

Orientasi media termurah bukan hanya pada pertimbangan biaya, namun juga efektivitasnya dalam menjangkau khalayak yang menjadi tujuan pesan. Dengan pertimbangan tersebut pula, pemerintah memaksimalkan radio pemerintah "Radio Buana Asri" atau RBA. Radio RBA menggunakan frekuensi ganda yaitu AM 873KHz dan FM 94,7 MHz yang sangat memungkinkan menjangkau audiens yang luas. Selama ini DPMPTSP memanfaatkan RBA secara maksimal, maka DPMPTSP merasa tidak perlu mengeluarkan ang-

garan untuk membeli "*prime time*" di media media berbayar lainnya.

Media cetak dirancang dan diproduksi sendiri oleh DPMPTSP dari bagian Kehumasan Pemerintah Kabupaten Sragen. Demikian pula hubungan baik dengan para wartawan juga menjadi salah satu kunci agar publikasi menggunakan media cetak senantiasa terjaga keberlangsungannya. Hal ini sangat penting mengingat format publikasi dalam bentuk berita lebih mudah diterima di masyarakat.

3. Media yang terbaik untuk mempopulerkan, mengajarkan, memantapkan atau mengingatkan

Beberapa jenis media yang dipandang tepat dalam kategori ini adalah media televisi baik lokal maupun nasional, media massa cetak serta media internet. DPMPTSP beberapa kali tayang di stasiun televisi lokal yaitu TATV yang memiliki jangkauan regional Jawa Tengah serta pernah diundang oleh sebuah stasiun televisi nasional pada program acara tertentu. Hal tersebut sangat efektif mempopulerkan keberhasilan OSS pemerintah kabupaten Sragen. Hal ini menjadi sebuah capaian program publikasi yang sangat tinggi, mengingat daya jangkau frekuensi stasiun televisi nasional dapat diakses di seluruh dunia secara serempak. Meskipun demikian, publikasi melalui saluran (media) televisi tidak menjadi prioritas dan lebih bersifat insidental.

Selain hal di atas, prestasi DPMPTSP (BPTPM) sudah 2 kali menjadi *headline* di majalah yang dikelola Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara (KEMENPAN). Hal ini ternyata telah mempengaruhi minat kantor-kantor pemerintahan di Indonesia untuk melakukan kunjungan, studi banding bahkan penelitian di DPMPTSP kabupaten Sragen. Dari kegiatan tersebut otomatis menjadi berita yang terpublikasi melalui media massa yang

diketahui oleh publik. Artinya bahwa media massa cetak menjadi media publikasi yang mempopulerkan kepada masyarakat dan mendorong berpartisipasi menggunakan layanan OSS.

Internet sebagai *new media* memiliki peran yang cukup besar dalam mempublikasikan, mempopulerkan serta memantapkan partisipasi masyarakat terhadap OSS DPMPTSP kabupaten Sragen. Perencanaan website DPMPTSP sudah dimulai sejak media internet diperkenalkan di lingkup kantor pemerintah kabupaten Sragen sebagai bagian dari perkembangan komputerisasi administrasi perkantoran. Penggunaan web dimulai efektif tahun 2006 sebagai media publikasi dan sosialisasi yang menginduk pada domain www.sragenkab.go.id dan DPMPTSP menggunakan subdomain www.bpt.sragenkab.go.id. Penggunaan media web ini akan terus dimaksimalkan.

Sebagai sarana untuk lebih mendekatkan pelayanan publik khususnya di tingkat kecamatan sekaligus terintegrasi dengan administrasi Satker teknis terkait, DPMPTSP telah memaksimalkan Operasional PATEN. PATEN sendiri adalah singkatan dari Pelayanan Administrasi Terpadu Kecamatan, yaitu sebuah sistem administrasi berbasis web yang di-*launching* bulan Januari tahun 2012. Dasar diberlakukannya PATEN adalah Peraturan Bupati Nomor 85 tahun 2011 tentang Pelimpahan Sebagian Wewenang Bupati kepada Camat di Kabupaten Sragen. Dengan adanya PATEN diharapkan partisipasi masyarakat untuk menggunakan layanan OSS lebih banyak.

Publikasi dan keberhasilan sistem PATEN ini ternyata menarik minat beberapa pemerintah kabupaten lain untuk mengenal lebih jauh ini. Menurut nara sumber, pada saat ini sistem pelayanan publik OSS sudah *full online*. Bila pada tahun-tahun sebelumnya masih mengadopsi sistem semi online di mana pemohon izin dapat memantau secara *online* perjalanan berkas yang diajukan, maka ke

depan, administrasi perizinan sudah dapat dilakukan di manapun pemohon berada.

Media internet adalah media yang dianggap dapat mempopulerkan, mengajarkan dan memantapkan dalam kaitannya dengan strategi media. Dengan media berbasis komputer pula DPMPTSP mengembangkan media interaktif yaitu pemasangan layar informasi *touchscreen* di ruang *lobby* sehingga masyarakat yang datang dan masih sungkan bertanya dapat memanfaatkan media tersebut, tentunya pada tahap awal diberikan panduan oleh petugas.

Lebih lanjut, nara sumber menyampaikan bahwa upaya DPMPTSP dalam rangka meningkatkan komunikasi masyarakat khususnya pelayanan publik OSS yaitu dengan melaksanakan:

1. Optimalisasi publikasi melalui *website*
2. Penyediaan layanan *call center*, dan *sms gateway*
3. Memelihara hubungan baik dengan media massa
4. Evaluasi yang intensif dengan menggunakan Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) dan Grafik pengguna layanan OSS.

Dari hasil data yang diperoleh, perkembangan jumlah perizinan meningkat 2002: 2.027, 2003: 3.170, 2004: 3.332, 2005: 4.072, 2006: 5.274, 2007: 4.548, 2008: 5034, 2009: 4873, 2010: 4780, 2011: 5295, 2012: 12.897, 2013: 14.382, 2014: 6.570, 2015: 8.134 (sumber: DPMPTSP Sragen/ bptpm.sragenkab.go.id).

KESIMPULAN

Strategi komunikasi pelayanan publik yang digunakan dalam *One Stop Service* (OSS) pada Badan Perizinan Terpadu Penanaman Modal (BPTPM) Kabupaten Sragen adalah dengan menyusun perencanaan dan manajemen. pangkal dari perencanaan ini adalah visi dan misi yang telah disusun yang kemudian dikembangkan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki pemerintah kabupaten Sragen. Strategi komunikasi

disusun bersama oleh SKPD yang terkait dengan perizinan dan non perizinan. Pelaksanaan dan pengelolaan dan dilaksanakan oleh masing-masing satker teknis SKPD sesuai tugas pokok dan fungsi masing-masing.

Implementasi dari strategi komunikasi yang dilaksanakan oleh DPMPTSP dalam mempublikasikan dan mensosialisasikan OSS kepada khalayak pada masa awal di tahun 2002 lebih bersifat improvisasi. Untuk mendapatkan kemajuan dalam hal sosialisasi dan pelayanan, selain dilaksanakan *briefing* internal personil BPTPM sekali dalam seminggu, juga evaluasi dari Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) pada tiap semester. Efektivitas penggunaan media sebagai sarana penyampaian pesan, lebih didasarkan pada situasi dan kondisi yang ada meskipun tipologi audiens telah ditentukan. Seperti halnya pertemuan mengundang para jajaran pemerintahan tertinggi sampai tingkat bawah, tokoh agama dan masyarakat, pengusaha, wartawan serta perwakilan masyarakat umum, termasuk penggunaan media kesenian saat bupati yang saat itu menjabat hobi mendalang. Demikian pula dengan media elektronik, dikarenakan anggaran yang disediakan terbatas, maka DPMPTSP harus melakukan langkah taktis, seperti memanfaatkan program *achievement* pada siaran televisi nasional, memaksimalkan fungsi stasiun siaran radio pemerintah, menjalin hubungan baik dengan para wartawan, serta optimalisasi media cetak (baliho, poster, leaflet) dan media internet. Dari berbagai media yang digunakan oleh DPMPTSP dalam melakukan kegiatan sosialisasi dan publikasi dapat mencapai khalayak yaitu masyarakat umum yang ada di wilayah kabupaten Sragen, masyarakat yang khusus menjadi sasaran sosialisasi OSS, dan publik luas yang dapat dijangkau oleh media termasuk di luar negeri.

Melalui teori AED dan Roges, penulis menganalisis kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh SKPD di lingkup Pemerintah Kabupaten Sragen, hasilnya: kegiatan tersebut sangat menunjang sosialisasi OSS serta memberikan dampak positif terhadap peningkatan penggunaan layanan OSS.

Efektivitas strategi komunikasi DPMPTSP terhadap publik di Kabupaten Sragen berdasarkan indeks kepuasan pelanggan mengalami peningkatan yang cukup signifikan baik dari sisi pengetahuan, partisipasi masyarakat serta peningkatan pelayanan OSS. Dari analisis yang dilakukan penulis, masyarakat perkotaan lebih cenderung banyak mendapatkan pengetahuan dari media cetak (baliho, brosur), media massa (koran dan televisi), serta media internet. Untuk masyarakat daerah, sosialisasi lebih efektif menggunakan media radio, kesenian daerah, sarasehan seperti *srawung* warga dan pemanfaatan para pemimpin opini (tokoh masyarakat, tokoh agama).

Kegiatan *srawung* warga yang dilaksanakan secara rutin oleh jajaran pemerintahan kabupaten Sragen di daerah-daerah menjadi ujung tombak strategi komunikasi pemerintahan yang sangat efektif dan efisien, dan dari wawancara yang dilakukan terungkap bahwa meskipun strategi komunikasi yang dilaksanakan lebih bersifat improvisasi dan berdasarkan situasi dan kondisi, namun dengan evaluasi yang intensif membuat hambatan-hambatan yang dihadapi segera dapat terpecahkan sekaligus menjadi keunggulan yang telah banyak dicontoh oleh banyak pihak sekaligus menarik investor asing. Berkaitan dengan media kesenian sebagai media sosialisasi kepada masyarakat, pelaksanaannya hanya bergantung atas inisiatif kepala daerah yang menjabat yang masa itu menjabat.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Perizinan Terpadu dan Penanaman Modal, 2012. *Buku Profil BPTPM*, Kabupaten Sragen.
- Barran, Stanley J. Dan Davis, Dennis K, 2010, *Teori Komunikasi Massa, Dasar Pergolakan dan Masa Depan*. Salemba Humanika, Jakarta.
- Haryono, Tulus 2017. *Manajemen Usaha Kecil dan Menengah*, UNS PRESS, Surakarta
- Hessel Nogi s. Tangkilisan, 2007, *Manajemen Publik*, Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.
- Mindarti, Lely Indah, 2007. *Revolusi Administrasi Publik, Aneka Pendekatan dan Teori Dasar*, Baru media, Malang.
- Nasution, Zulkarimein, 2002, *Komunikasi Pembangunan, mengenal teori dan penerapannya*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Undang Undang Pelayanan Publik Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik, Pustaka Yustisia, Yogyakarta.
- www.sragenkab.go.id diakses tanggal 10 September 2017
- www.bptpm.sragenkab.go.id diakses tanggal 2 Agustus 2017