

PENYELENGGARAAN KEHUMASAN PEMERINTAH DALAM MENGHADIRKAN STRATEGI PENYAMPAIAN INFORMASI TENTANG CORE VALUES AND EMPLOYER BRANDING

Ade Suria Sumantri¹, Rudiana², Ufa Anita Afrilia³

^{1,3}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran

² Departemen Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran
E-mail Korespondensi: ade21005@mail.unpad.ac.id

Submitted: 02-02-2025; Accepted: 11-02-2025; Published : 03-03-2025

ABSTRAK

Penyelenggaraan kehumasan di pemerintah merupakan faktor penting untuk mencapai tujuan komunikasi organisasi, baik dalam memperkenalkan program, kebijakan, maupun citra positif di masyarakat. Di lingkungan Pusat Pelatihan dan Pengembangan Pemetaan Kompetensi Aparatur Sipil Negara, kehumasan bertanggung jawab dalam memberikan informasi mengenai *Core Values* dan *Employer Branding* bagi ASN. Unjuk kerja ini bertujuan untuk menganalisis penyelenggaraan kehumasan di Puslatbang PKASN LAN RI dalam menyampaikan informasi tentang *Core Values* dan *Employer Branding* ASN, mengidentifikasi hambatan serta pendukung dalam proses komunikasi berdasarkan teori efektivitas, dan mendeskripsikan strategi komunikasi yang efektif untuk meningkatkan penyampaian informasi tersebut. Unjuk kerja ini menggunakan metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan observasi, studi pustaka, serta analisis teori dan regulasi yang relevan. Teori implementasi Edward III digunakan sebagai kerangka analisis untuk menilai keberhasilan kebijakan berdasarkan empat indikator utama, yaitu komunikasi, sumber daya, disposisi, dan struktur birokrasi. Hasil dari unjuk kerja ini menunjukkan bahwa masih terdapat tantangan dalam aspek konsistensi komunikasi dan keterlambatan penyebaran informasi akibat koordinasi antar unit yang kurang optimal. Implementasi strategi yang dilakukan diharapkan dapat memperkuat pemahaman ASN terhadap *Core Values* dan *Employer Branding*, serta meningkatkan efektivitas komunikasi di lingkungan pemerintahan.

Kata Kunci: *Kehumasan Pemerintah, Core Values, Employer Branding*

ABSTRACT

The implementation of public relations in the government is an important factor in achieving organizational communication objectives, both in introducing programs, policies, and a positive image in the community. Within the Training and Development Center for Competency Mapping of State Civil Apparatus, public relations is responsible for providing information about Core Values and Employer Branding for ASN. This performance aims to analyze the implementation of public relations at Puslatbang PKASN LAN RI in conveying information about ASN Core Values and Employer Branding, identify barriers and supporters in the communication process based on effectiveness theory, and describe effective communication strategies to improve the delivery of information. This performance uses a descriptive method using an observation approach, literature study, and analysis of relevant theories and regulations. Edward III's implementation theory is used as an analytical framework to assess policy success based on four main indicators, namely communication, resources, disposition, and bureaucratic structure. The results of this performance show that there are still challenges in the aspects of communication consistency and delays in information dissemination due to less than optimal coordination between units. The implementation of the strategy carried out is expected to strengthen ASN's understanding of Core Values and Employer Branding, and increase the effectiveness of communication in the government environment.

Keywords: *Government Public Relations, Core Values, Employer Branding*

PENDAHULUAN

Program Magang MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdeka) merupakan salah satu upaya strategis pemerintah Indonesia untuk menjawab tantangan Revolusi Industri 4.0 di bidang pendidikan. Program yang diprakarsai oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi ini bertujuan untuk membekali mahasiswa dengan berbagai kompetensi guna mempersiapkan mereka menghadapi dunia kerja (Kemendikbud, 2020). Kebijakan ini memberikan kebebasan bagi mahasiswa dalam memilih pengalaman belajar sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka. Program MBKM membuka peluang bagi mahasiswa untuk terlibat dalam pembelajaran berbasis praktik di berbagai institusi (Kementerian PANRB, 2021). Tujuannya adalah untuk menyeimbangkan antara pembelajaran teori dengan pengalaman praktis. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat mengharuskan mahasiswa siap menghadapi globalisasi yang dinamis. Pembelajaran yang hanya berfokus pada teori tanpa praktik dinilai kurang efektif, karena tidak memberikan pengalaman aplikasi terkait keterampilan teknis maupun profesional (Harsono & Wibowo, 2020). Banyak lulusan perguruan tinggi yang kesulitan mendapatkan pekerjaan sesuai bidang mereka akibat minimnya pengalaman kerja yang relevan.

Melalui program magang di instansi pemerintah, mahasiswa memperoleh pengalaman dan pengelolaan sumber daya, pengambilan keputusan, dan penerapan prinsip *Good Governance*. (Gunawan, 2021) menyebutkan bahwa magang di instansi pemerintah memberikan wawasan tentang tantangan yang dihadapi pemerintah dalam menyediakan pelayanan publik berkualitas. Sebagai implementasi kebijakan MBKM, penulis berkesempatan mengikuti kegiatan magang di Pusat Pelatihan dan Pengembangan Pemetaan Kompetensi Aparatur Sipil Negara PKASN LAN RI. Selama magang, penulis ditempatkan di unit kehumasan dan keprotokolan, sehingga memperoleh pengalaman dalam bidang kehumasan, seperti penyampaian informasi pembuatan konten media sosial, serta dokumentasi kegiatan.

Berdasarkan Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 6 Tahun 2014 mengenai

Jabatan Fungsional Pranata Humas dan Angka Kreditnya, dijelaskan bahwa Pranata Hubungan Masyarakat (Humas) memiliki peran yang sangat penting dalam bidang komunikasi dan informasi. Sebagai profesi yang berfokus pada pelayanan informasi dan kehumasan, humas memiliki ruang lingkup kerja yang mencakup tugas, tanggung jawab, serta wewenang dalam mengelola komunikasi publik. Tugas yang dijalankan oleh humas meliputi, perencanaan strategi komunikasi dan kehumasan, pelayanan informasi dan kehumasan, menjalin hubungan eksternal maupun internal, melaksanakan audit komunikasi kehumasan, serta mengembangkan sisten pelayanan informasi dan kehumasan. Humas berperan dalam membentuk citra positif organisasi melalui berbagai kegiatan kehumasan yang dirancang untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap instansi yang diwakilinya (Padjadjaran, 2022). Menurut Cutlip, Center, dan Broom (1999) dalam jurnal (Padjadjaran, 2022) tugas dan peran kehumasan mencerminkan tanggung jawab sosial yang diemban oleh departemen humas dalam suatu organisasi. Strategi yang diterapkan dalam aktivitas kehumasan biasanya mencakup penyesuaian kebijakan organisasi, perubahan prosedur, pengembangan produk dan layanan, serta perbaikan perilaku organisasi guna menciptakan citra yang lebih positif dan responsif terhadap kebutuhan publik.

Perkembangan kehumasan saat ini semakin pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Hal ini mendorong organisasi pemerintah untuk mengoptimalkan pelayanan publik secara lebih profesional dengan memanfaatkan teknologi dalam penyebaran informasi. Dalam menjalankan fungsinya, kehumasan dapat memanfaatkan berbagai platform digital, seperti situs web dan media sosial, untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Seiring dengan perubahan pola komunikasi, kehumasan dituntut untuk lebih kreatif dalam mengadaptasi strategi komunikasi, beralih dari metode tradisional yang bersifat tatap muka (offline) menuju komunikasi berbasis digital (online) agar lebih efektif dan sesuai dengan perkembangan teknologi (Saputra & Marta, 2020).

Kehumasan dalam pemerintahan merupakan organisasi yang bertugas mengelola komunikasi antara pemerintah dan masyarakat.

Kehumasan dalam pemerintah memiliki beberapa peran penting, yaitu sebagai *komunikator*, *fasilitator*, *penyebarnya informasi*, *katalisator* dan *konseling*. Kehumasan sebagai komunikator membangun dan memelihara jalur komunikasi dua arah yang terbuka antara lembaga pemerintah dan publik, dengan memanfaatkan berbagai alat dan metode kehumasan. Kehumasan sebagai *penyebarnya informasi*, yang menyebarkan informasi secara luas. Kehumasan sebagai *katalisator*, yang merangsang keterlibatan dan tindakan. Dan kehumasan dapat berperan sebagai *konseling* kepada lembaga pemerintah tentang opini publik dan strategi komunikasi (Sani, et al., 2020).

Peran utama kehumasan adalah menyampaikan kebijakan pemerintah secara efektif, baik melalui media massa, platform digital, maupun kegiatan langsung di lapangan. Selain itu, kehumasan juga berfungsi untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat diterima dan dipahami dengan jelas bahwa informasi yang disampaikan dapat diterima dan dipahami dengan jelas oleh masyarakat, sehingga tercipta komunikasi yang lebih transparan dan responsif.

Dalam penyelenggaraannya, kehumasan pemerintah memainkan peran penting dalam membangun komunikasi efektif antara pemerintah dan masyarakat. Kehumasan bertugas mengelola hubungan ini untuk menciptakan kepercayaan masyarakat, dan dukungan publik terhadap kebijakan pemerintah (Nugraha et al., 2022). Kegiatan kehumasan pemerintah mencakup pengelolaan media, penyebaran informasi, dan ruang bagi masyarakat untuk menyampaikan aspirasi. Keberhasilan kehumasan tidak hanya dilihat dari seberapa baik informasi yang disampaikan saja, tetapi juga efektivitas strategi komunikasi dalam mempengaruhi persepsi publik (Saputra & Marta, 2020). Pemerintah perlu memahami dinamika sosial dan kebutuhan masyarakat, serta berkolaborasi dengan berbagai pihak untuk menyampaikan kebijakan yang mudah dipahami oleh semua lapisan masyarakat (Meivia et al., 2024).

Dalam menjalankan fungsinya, kehumasan pemerintah bertugas memperkenalkan kebijakan atau program pemerintah dengan cara yang mudah dipahami oleh masyarakat guna membangun citra positif

pemerintah serta meningkatkan kepercayaan publik terhadap institusi negara. Pelaksanaan kehumasan ini melibatkan berbagai pihak, baik dari lembaga pemerintah maupun organisasi masyarakat (Tresnawaty, 2020). Keberhasilan kehumasan tidak hanya diukur dari sejauh mana informasi tersampaikan, tetapi juga dari efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan dalam membentuk persepsi dan sikap publik terhadap kebijakan yang ada. Oleh karena itu, pemerintah perlu memahami dinamika sosial dan politik yang berkembang serta melakukan analisis terhadap kebutuhan dan harapan masyarakat. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Elyus & Soleh, 2021), pengelolaan komunikasi yang baik dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap institusi pemerintah. Kehumasan pemerintah memiliki peran strategis dalam membangun komunikasi yang efektif antara pemerintah dan masyarakat, baik secara internal maupun eksternal. Komunikasi yang transparan, akurat, dan jelas dapat memperkuat implementasi kebijakan serta mempererat hubungan antara lembaga pemerintah dan publik.

Di Indonesia, pengelolaan sumber daya manusia dan urusan umum bagi Aparatur Sipil Negara (ASN) dilakukan oleh Pusat Pelatihan dan Pengembangan Pemetaan Kompetensi Aparatur Sipil Negara (Puslatbang PKASN). Lembaga ini beroperasi di bawah naungan Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia (LAN RI) dan berlokasi di Jatinangor, Sumedang. Puslatbang PKASN LAN RI adalah lembaga non-kementerian yang bertugas melaksanakan pelatihan dan pengembangan kompetensi ASN. Salah satu fokus utamanya adalah penerapan *core values* “Ber-AKHLAK” yang meliputi Berorientasi Pelayanan, Akuntabel, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif, sebagai dasar perilaku dan kinerja ASN (Kementerian PANRB, 2021). Selain itu, *employer branding* “Bangga Melayani Bangsa” bertujuan untuk membangun citra positif pemerintah sebagai tempat kerja yang kompeten dan profesional.

Dalam konteks kehumasan pemerintah, *Core Values* (nilai-nilai inti) dan *Employer Branding* memiliki peran yang sangat strategis dalam membentuk kepercayaan publik terhadap pemerintah. *Core Values* berfungsi sebagai pedoman dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab aparatur sipil negara yang

mencerminkan nilai-nilai fundamental dalam penyelenggaraan pemerintah. Sementara itu, *employer branding* berperan dalam membangun citra positif pemerintah sehingga mampu meningkatkan motivasi, loyalitas, serta daya saing ASN dalam memberikan pelayanan berkualitas kepada masyarakat (Juniwati et al., 2024). *Employer Branding* yang baik akan meningkatkan daya tarik Puslatbang PKASN LAN RI sebagai institusi yang tidak hanya mendukung pengembangan kompetensi ASN, tetapi juga memberikan lingkungan kerja yang berorientasi pada inovasi dan kualitas pelayanan publik. Hubungan antara *Core Values* dan *Employer Branding* ini akan memperkuat lembaga dalam menjalankan tugasnya sebagai garda terdepan dalam peningkatan kapasitas ASN di Indonesia.

Core values merupakan seperangkat prinsip mendasar yang membentuk pemahaman dan orientasi tindakan baik pada tingkat individu maupun organisasi (Pangerapan, 2024). *Core Values* juga berperan dalam memberikan semangat dan motivasi bagi individu di dalam organisasi, dengan mengacu pada prinsip dasar yang harmonis dan produktif. Pada tahun 2021, Presiden Joko Widodo memperkenalkan *Core Values* dan *Employer Branding* ASN sebagai upaya untuk menyatukan nilai-nilai perilaku aparatur dalam memberikan pelayanan publik. Tujuan utama kebijakan ini adalah membangun pondasi budaya kerja yang responsif dan berorientasi pada pelayanan (Syawitri et al., 2022). Untuk memastikan penerapan nilai-nilai dasar ASN Ber-AKHLAK, pemerintah aktif menyebarluaskan informasi melalui berbagai kegiatan transfer *knowledge*, baik melalui platform digital seperti *zoom* dan *youtube*. (Cahyono Sugiarto, 2021) menekankan bahwa pemerintah perlu menyiapkan langkah-langkah strategis guna memperbaiki tata kelola pemerintahan, mendukung pembangunan nasional, serta meningkatkan daya saing bangsa.

Selain *Core Values*, *Employer Branding* juga menjadi elemen penting dalam membangun organisasi yang kompetitif. *Employer Branding* membantu mengkomunikasikan nilai dan budaya organisasi kepada tenaga kerja, sehingga organisasi dapat menjadi tempat kerja yang lebih menarik (Ghandhi & Shah, 2024). Di era digital, media sosial memainkan peran penting dalam membangun citra institusi, terutama dalam

menjangkau generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi digital (Juniwati et al., 2024). Maka dari itu, strategi *employer branding* juga perlu disesuaikan dengan preferensi generasi Z, yang lebih menyukai lingkungan kerja yang fleksibel dan bermakna (Liebhart, 2024). Untuk memastikan nilai-nilai tersebut dapat tersampaikan secara efektif, diperlukan strategi komunikasi yang terstruktur dan berbasis digital, sehingga pesan yang disampaikan dapat lebih mudah diterima, dipahami, serta diinternalisasikan oleh seluruh ASN. Dalam hal ini, konten yang menarik, relevan, serta disajikan secara kreatif menjadi faktor utama dalam meningkatkan daya tarik dan efektivitas komunikasi, baik melalui media sosial, platform internal, maupun kanal informasi resmi pemerintah.

Pembuatan konten terkait *Core Values* dan *Employer Branding* menjadi salah satu elemen krusial dalam strategi komunikasi kehumasan pemerintah, terutama dalam meningkatkan pemahaman serta kesadaran ASN terhadap nilai-nilai utama organisasi. *Core Values* ASN yang dikenal dengan konsep “Ber-AKHLAK”, serta *Employer Branding* dengan slogan “Bangga Melayani Bangsa” berfungsi sebagai pedoman dalam membentuk identitas profesional ASN yang berintegritas, berdedikasi, serta berorientasi pada pelayanan berkualitas bagi masyarakat. Proses pembuatan konten ini mencakup perancangan strategi, penyusunan materi, desain visual, serta penyebaran informasi agar komunikasi yang dihasilkan efektif, menarik, serta mudah dipahami oleh ASN (Syawitri et al., 2022).

Pada praktiknya, kehumasan di Puslatbang PKASN LAN RI menghadapi tantangan dalam menyampaikan informasi terkait *Core Values* dan *Employer Branding*, seperti kurangnya pemahaman ASN dan keterbatasan sumber daya kehumasan. Rendahnya kompetensi dalam memproduksi konten dan penggunaan media yang belum optimal menjadi kendala dalam menjangkau khalayak luas. Oleh karena itu, analisis penyampaian informasi mengenai *core values* dan *employer branding* menjadi penting untuk meningkatkan pemahaman ASN dan efektivitas strategi komunikasi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis menganalisis terkait penyelenggaraan kehumasan pemerintah dalam menyampaikan

informasi terkait *Core Values* dan *Employer Branding* di Puslatbang PKASN LAN RI.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana penyelenggaraan kehumasan di Puslatbang PKASN LAN RI dalam penyampaian informasi terkait *core values* dan *employer branding* ASN?
2. Faktor-faktor apa saja yang menjadi penghambat dan pendukung dalam proses penyampaian informasi kehumasan di Puslatbang PKASN LAN RI?
3. Bagaimana upaya penyelesaian permasalahan yang dilakukan agar penyampaian informasi terkait *core values* dan *employer branding* ASN dapat lebih efektif dan diterima dengan baik oleh para ASN?

Tujuan Penulisan

1. Menganalisis penyelenggaraan kehumasan di Puslatbang PKASN LAN RI dalam penyampaian informasi terkait *core values* dan *employer branding* ASN.
2. Mengidentifikasi hambatan dan pendukung dalam proses penyampaian informasi kehumasan berdasarkan teori efektivitas.
3. Menganalisis dan mendeskripsikan strategi komunikasi yang efektif untuk meningkatkan upaya penyelesaian permasalahan yang dilakukan agar penyampaian informasi terkait *Core Values* dan *Employer Branding* ASN.

METODE PENELITIAN

Laporan unjuk kerja ini disusun secara deskriptif, dengan tujuan memberikan gambaran rinci dan sistematis berdasarkan fakta-fakta yang diperoleh dari pengamatan dan penelusuran selama pelaksanaan magang di Puslatbang PKASN LAN RI. Dalam laporan ini, penulis menjelaskan tugas-tugas yang dilakukan selama magang, mengidentifikasi masalah yang dihadapi, baik oleh penulis maupun oleh instansi dalam melaksanakan tugas administrasi pemerintahan, serta menyajikan analisis kritis terkait solusi atas permasalahan tersebut.

Sumber data dalam laporan unjuk kerja ini diperoleh melalui observasi langsung dengan pegawai ASN di unit kehumasan Puslatbang PKASN LAN RI terkait penyampaian tentang *Core Values* dan *Employer Branding*. Sumber data yang digunakan terdiri dari dua jenis yaitu,

sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer didapat dengan pengawasan dan wawancara dari hasil kegiatan praktek kerja langsung melalui kegiatan praktik unjuk kerja yang di lakukan di instansi lembaga pemerintah yaitu Puslatbang PKASN LAN RI, sedangkan sumber data sekunder adalah data yang tidak dikumpulkan langsung oleh peneliti, melainkan berasal dari sumber-sumber yang sudah ada. Data ini berasal dari hasil penelitian terdahulu, laporan tahunan lembaga, arsip pemerintah, ataupun publikasi lainnya. Data sekunder pada laporan unjuk kerja ini berupa peraturan perundang-undangan, Peraturan Pemerintah, kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 20 Tahun 2021, serta jurnal yang relevan.

Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan wawancara, observasi, dan studi pustaka atau literatur. Unjuk kerja ini terhitung dari tanggal 4 Maret sampai dengan 4 Juni 2014 selama 3 bulan dalam pelaksanaan Magang Bersama Kampus Merdeka (MBKM). Peneliti selama melaksanakan program magang terlibat langsung dalam kegiatan proses penyelenggaraan kehumasan di lingkungan Puslatbang PKASN LAN RI.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Puslatbang PKASN merupakan salah satu unsur pendukung dalam penyelenggaraan Lembaga Administrasi Negara (LAN) bersama empat unsur lainnya. Puslatbang PKASN turut serta dalam *ASN Corporate University*, sebuah pendekatan baru dalam pengembangan kompetensi ASN yang lebih efektif dan efisien.



Gambar 1. Gerbang utama memasuki Puslatbang PKASN LAN RI

Dapat dilihat pada gambar 1 bahwa ini merupakan gerbang utama Puslatbang PKASN

LAN RI. Pusat ini memiliki tugas utama dalam pelatihan, pengembangan, serta pemetaan kompetensi ASN, dengan fungsi meliputi pelatihan, inovasi pemetaan, dan juga pengelolaan sumber daya. Berdasarkan Peraturan LAN Nomor 8 Tahun 2020, struktur Puslatbang PKASN terdiri dari tiga bidang utama, yaitu bidang pelatihan dan pengembangan, bidang pemetaan kompetensi, dan bagian umum. Bagian umum ini tetap menjalankan fungsi administratif dan teknis, termasuk perencanaan, keuangan, serta pengelolaan sumber daya. Saat ini, bagian ini memiliki dua sub koordinator, yaitu sub koordinator perencanaan keuangan, dan sub koordinator sumber daya manusia. Dalam pelaksanaan tugasnya, Pusat Pelatihan dan Pengembangan Pemetaan Kompetensi Aparatur Sipil Negara menyelenggarakan fungsi yaitu, dalam pelaksanaan pelatihan dan pengembangan ASN, pelaksanaan pengkajian dan inovasi pengembangan instrumen di bidang pemetaan kompetensi ASN, pelaksanaan pemetaan kompetensi ASN, serta pelaksanaan urusan perencanaan, keuangan, sumber daya manusia, dan umum.

Pusat Pelatihan dan Pengembangan Pemetaan Kompetensi Aparatur Sipil Negara (Puslatbang PKASN LAN RI) memiliki tujuan utama yang mendukung terciptanya *World Class Government* sesuai dengan visi Indonesia maju yang berdaulat, mandiri, dan berkepribadian, dengan tetap mengedepankan prinsip gotong royong. Untuk mencapai visis tersebut, Puslatbang PKASN LAN RI telah merumuskan serangkaian misi strategis sebagai langkah operasional dalam periode 2020-2024 yaitu, mengoptimalkan peran sebagai fasilitator, inisiator utama, serta mitra strategis dalam pengembangan kompetensi ASN, memperkuat peran sebagai mitra strategis dalam penelitian, inovasi, dan implementasi pemetaan kompetensi ASN, meningkatkan kapasitas sumber daya internal melalui penguatan budaya organisasi pembelajar.

Lembaga Puslatbang PKASN LAN RI memiliki bagian atau Keprotokoleran dan Kehumasan, unit Keprotokoleran dan Kehumasan Puslatbang PKASN menjadi wajah bagi lembaga tersebut. Kehumasan dan keprotokoleran berperan penting dalam pemerintahan sebagai penghubung antara masyarakat dan pemerintah. Keprotokoleran

diatur dalam UU Nomor 9 Tahun 2010 yang berkaitan dengan aturan dalam acara kenegaraan atau acara resmi yang meliputi Tata Tempat, Tata Upacara, dan Tata Penghormatan sebagai media komunikasi pemerintah dalam menyampaikan informasi, kebijakan, serta menampung aspirasi masyarakat. Di Puslatbang PKASN LAN RI, unit keprotokoleran bertugas mengelola acara resmi seperti pembukaan pelatihan kepemimpinan nasional dan seleksi pejabat tinggi. Sedangkan unit kehumasan bertanggung jawab atas publikasi di media sosial, dokumentasi kegiatan, serta produksi konten edukatif seperti video pembelajaran dan *podcast*.



Gambar 2. Sedang Melakukan wawancara kepada Pj Bupati Sumedang mengenai tanggapan Seleksi Sekretaris Daerah Sumedang

Dapat dilihat pada gambar 2 bahwa penulis sedang melakukan wawancara kepada PJ Bupati Sumedang mengenai tanggapan seleksi sekretaris daerah Sumedang. Selama magang, penulis berpartisipasi dalam berbagai tugas, termasuk dokumentasi acara, persiapan pelatihan, notulensi rapat, pembuatan konten media sosial, serta pelaksanaan wawancara dengan pejabat. Tantangan yang ditemukan meliputi kurangnya komunikasi efektif antar pegawai, keterbatasan sumber daya dalam produksi konten, serta pemahaman yang belum optimal terkait implementasi *Core Values* “Ber-AKHLAK” dan *Employer Branding* ASN.

Dalam menganalisis permasalahan yang muncul selama pelaksanaan di lapangan terkait penyelenggaraan kehumasan di Puslatbang PKASN LAN RI dalam menyampaikan informasi mengenai *Core Values* dan *Employer Branding* ASN, penulis menerapkan metode pengumpulan data berdasarkan praktik kerja magang. Metode ini mencakup observasi, studi pustaka, analisis teori, serta analisis legalistik berlandaskan pada peraturan yang relevan.

Unjuk kerja ini mengungkapkan temuan terkait penyelenggaraan kehumasan di Puslatbang PKASN LAN RI dalam menyampaikan informasi tentang *Core Values* dan *Employer Branding* ASN. Selain itu, penulis juga menggunakan analisis teoritis dengan menggunakan teori implementasi kebijakan yang dikembangkan oleh Edward III pada tahun 1980 (Syawitri et al., 2022). Teori implementasi kebijakan yang dikemukakan oleh George C. Edwards III melihat implementasi kebijakan sebagai suatu proses yang dinamis, di mana terdapat banyak faktor yang saling berinteraksi dan mempengaruhi implementasi kebijakan. Adapun empat indikator teori ini yaitu komunikasi yang merupakan faktor penting untuk memastikan kebijakan dan prosedur disampaikan dengan jelas dan konsisten kepada para pelaksana, lalu sumber daya yang meliputi ketersediaan staf yang kompeten, selanjutnya disposisi yang mengacu pada sikap dan komitmen dari para pelaksana kebijakan, dan yang terakhir adalah struktur birokrasi yang mempengaruhi efektivitas kebijakan, terutama dalam hal Standar Operasional Prosedur (SOP).

Komunikasi

Pendekatan indikator komunikasi dalam teori implementasi kebijakan mencakup aspek transmisi, kejelasan, dan konsistensi. Informasi kebijakan harus disampaikan secara jelas dan tepat, melibatkan semua pihak dari pembuat hingga pelaksana kebijakan. Konsistensi informasi sangat penting untuk mencegah penyimpangan melalui panduan yang terstandar, pelatihan berkala, dan pemanfaatan teknologi digital.

Analisis penulis berdasarkan hasil observasi dan studi pustaka, indikator komunikasi dalam penyampaian informasi terkait *Core Values* dan *Employer Branding* di lingkungan Puslatbang PKASN LAN RI masih belum optimal dalam menjangkau seluruh ASN. Meskipun informasi telah disebarluaskan melalui media sosial instagram, efektivitas penyampaian informasi masih terbatas (Wulan, 2023). Kejelasan informasi yang disampaikan oleh tim humas sudah cukup baik, tetapi masih terdapat ASN yang belum sepenuhnya memahami makna dan penerapan nilai-nilai tersebut dalam keseharian mereka (Lani & Handayani, 2021). Selain itu, bentuk konten yang digunakan dalam penyampaian informasi

belum cukup menarik dan efektif, sehingga mengurangi minat ASN untuk memahami lebih dalam tentang *Core Values* dan *Employer Branding*. Kurangnya variasi dalam penyajian konten dapat menyebabkan rendahnya tingkat pemahaman terhadap pesan yang ingin disampaikan.

Konsistensi dalam penyampaian informasi juga menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan. Proses pembuatan dan publikasi konten harus mempertimbangkan keseragaman format dan pesan, serta koordinasi yang baik antar staf guna memastikan keselarasan dengan peraturan yang berlaku. Namun, pada praktiknya, publikasi terkait *Core Values* dan *Employer Branding* masih kurang konsisten. Sebagai contoh, penyampaian informasi terakhir mengenai *Core Values* dan *Employer Branding* di media sosial dilakukan pada 29 Juli 2021, bertepatan dengan diterbitkannya Surat Edaran terkait, sementara informasi terbaru ini baru kembali dipublikasikan pada 29 Mei 2024. Jarak waktu yang cukup lama ini menunjukkan kurangnya kesinambungan dalam strategi komunikasi.

Secara keseluruhan, pelaksanaan kehumasan dalam penyampaian informasi telah berjalan dengan baik dan selaras dengan peraturan pemerintah yang berlaku, seperti Peraturan Kementerian PANRB No. 20 Tahun 2021 (Kementerian PANRB, 2021). Namun, dalam implementasinya masih terdapat beberapa tantangan, khususnya dalam hal efektivitas komunikasi berdasarkan teori implementasi kebijakan. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi dan perbaikan dalam pengelolaan komunikasi yang lebih strategis, konsisten, dan menarik agar penyampaian informasi terkait *Core Values* dan *Employer Branding* di lingkungan Puslatbang PKASN LAN RI dapat lebih optimal dan memberikan dampak yang signifikan bagi ASN.

Sumber Daya

Dalam implementasi penyampaian informasi terkait *Core Values* dan *Employer Branding* di Puslatbang PKASN LAN RI, sumber daya menjadi salah satu indikator penting yang dianalisis. Sumber daya ini mencakup beberapa aspek utama, yaitu sumber daya manusia, wewenang, dan fasilitas yang berperan dalam efektivitas penyelenggaraan kehumasan di lingkungan lembaga pemerintah. Sumber daya manusia memiliki peran krusial

dalam unit kehumasan, terutama dalam memastikan penyampaian informasi *Core Values* dan *Employer Branding* berjalan dengan baik. Unit kehumasan di Puslatbang PKASN LAN RI terdiri dari 1 kepala unit dan 5 staf, yang secara jumlah sudah cukup memadai. Namun, masih diperlukan pelatihan tambahan guna meningkatkan kompetensi mereka dalam mengelola komunikasi publik secara lebih efektif.

Selama melakukan unjuk kerja, ditemukan adanya miskomunikasi antar unit yang berdampak pada efektivitas kerja kehumasan. Contohnya ketika penulis diberikan tugas khusus oleh mentor untuk melakukan dokumentasi, namun terdapat kendala ketika penulis tidak diizinkan memasuki ruangan akibat kurangnya koordinasi antara mentor dan bagian asesmen. Selain itu, keterlambatan dalam penerimaan informasi oleh unit lain juga berpengaruh terhadap kinerja unit kehumasan dalam menyampaikan informasi terkait *Core Values* dan *Employer Branding*. Unit kehumasan memiliki tingkat kewenangan yang cukup tinggi dalam menyampaikan informasi kepada publik. Namun, kewenangan ini tetap dibatasi oleh kebijakan tertentu, terutama dalam melindungi kerahasiaan dan sensitivitas data, khususnya informasi yang berkaitan dengan bagian asesmen. Oleh karena itu, hanya informasi bersifat umum, seperti kegiatan pembukaan dan penutupan acara, yang diperbolehkan untuk dipublikasikan.

Dari segi fasilitas yang tersedia di unit kehumasan cukup memadai untuk mendukung kegiatan operasionalnya. Namun, terdapat beberapa aspek yang masih perlu ditingkatkan. Salah satu kendala yang ditemukan oleh penulis yaitu adanya ketergantungan unit kehumasan terhadap fasilitas yang dikelola oleh bagian pelatihan dan pengembangan, terutama studio dan peralatan dokumentasi seperti kamera, *drone*, dan ruang studio. Ketergantungan ini sering menimbulkan tantangan dalam koordinasi. Dalam beberapa kasus, staf bagian pelatihan dan pengembangan meminjam peralatan tanpa adanya konfirmasi kepada pengelola studio, sehingga menyebabkan kesalahpahaman antara unit terkait. Untuk meningkatkan efisiensi kerja, diperlukan penguatan sistem pengelolaan inventaris, serta koordinasi yang lebih baik antar unit dalam penggunaan fasilitas bersama.

Disposisi

Disposisi merupakan indikator penting untuk menilai sikap dan komitmen staf kehumasan pemerintah dalam menyampaikan informasi. Disposisi terdiri dari dua aspek, yaitu sikap pelaksana dan insentif. Sebagai bagian dari komunikasi publik, disposisi yang baik dalam kehumasan pemerintah mencakup sikap keterbukaan dalam menyampaikan informasi kepada publik dan menjaga citra positif institusi pemerintah. Disposisi yang kuat dalam kehumasan menjadi faktor kunci dalam meningkatkan efektivitas komunikasi publik serta memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah.

Di unit humas Puslatbang, para staf menunjukkan komitmen tinggi dalam menyampaikan informasi, meskipun ada tantangan dalam koordinasi antar unit. Penghargaan diberikan dari LAN pusat untuk memotivasi para staf dalam meningkatkan kinerjanya. Penyelenggaraan kehumasan dalam penyampaian informasi sudah cukup baik dan sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Peraturan Kementerian PANRB No. 20 Tahun 2021. Efek dari strategis kehumasan dalam penyampaian informasi *Core Values* dan *Employer Branding* yaitu membantu menciptakan citra positif pemerintah sebagai pemberi kerja. Hal ini menarik dan mempertahankan ASN berbakat, meningkatkan moral, komitmen, dan dorongan mereka untuk memberikan layanan berkualitas tinggi (Juniwati et al., 2024).

Namun, dalam implementasinya masih terdapat tantangan yang perlu diperbaiki, terutama dalam proses penyampaian informasi. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan dalam pengelolaan disposisi kehumasan secara lebih efektif dan strategis guna memastikan informasi terkait *Core Values* dan *Employer Branding* dapat tersampaikan dengan optimal di lingkungan Puslatbang PKASN LAN RI.

Struktur Birokrasi

Keberadaan unit atau divisi khusus yang menangani komunikasi publik menjadi elemen penting dalam memastikan keterbukaan informasi serta pengelolaan citra pemerintah yang profesional. Struktur birokrasi yang baik akan menciptakan lingkungan kerja yang mendukung dan meningkatkan daya tarik institusi sebagai tempat kerja yang kredibel dan

berkualitas. *Employer branding* yang kuat dalam birokrasi pemerintah dapat diwujudkan melalui kebijakan pengembangan SDM, kesejahteraan pegawai, serta keterbukaan dalam sistem rekrutmen dan promosi jabatan. Dengan struktur birokrasi yang efektif, *Employer Branding* dapat dikomunikasikan dengan baik kepada publik sebagai upaya meningkatkan daya saing ASN di era modern, *selain itu Core Values* dapat dijadikan sebagai budaya kerja yang melekat dalam organisasi. Jika budaya organisasi di puslatbang PKASN LAN RI tidak mendukung dan paham mengenai nilai-nilai “Ber-AKHLAK”, maka ASN mungkin enggan atau tidak termotivasi untuk menginternalisasi nilai-nilai tersebut secara rutin. Perlu ada upaya untuk mengubah budaya organisasi secara bertahap dalam proses perubahan penyampaian informasi dengan mencerminkan nilai-nilai yang ada.

Sebagaimana dijelaskan di atas bahwa analisis struktur birokrasi itu sangat penting guna menilai bagaimana struktur birokrasi di unit kehumasan Puslatbang dalam proses penyampaian informasi. Analisis indikator struktur birokrasi ini mencakup dua aspek, yaitu Standar Operasional Prosedur dan fragmentasi. SOP yang dimaksud adalah kejelasan prosedur terkait penyampaian informasi di unit kehumasan Puslatbang, sementara aspek fragmentasi ini berkaitan dengan koordinasi antar unit serta kendala yang muncul selama proses koordinasi tersebut.

Berdasarkan analisis yang dilakukan, penyelenggaraan kehumasan dalam penyampaian informasi telah berjalan dengan cukup baik dan sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Peraturan Kementerian PANRB No. 20 Tahun 2021. Namun, dalam aspek struktur birokrasi masih terdapat tantangan sebagaimana dikaji dalam teori implementasi kebijakan. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan dan evaluasi berkelanjutan untuk memperkuat efektivitas kehumasan pemerintah dalam menyampaikan informasi *Core Values* dan *Employer Branding* di lingkungan Puslatbang PKASN LAN RI, sehingga komunikasi dapat lebih sistematis, efisien, dan tepat sasaran.

Faktor Pendukung dan Penghambat

Dalam pelaksanaan kehumasan pemerintah dalam menyampaikan informasi terkait *Core Values* dan *Employer Branding*,

terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi keberlangsungan proses tersebut. Faktor-faktor ini dapat berperan sebagai faktor pendukung maupun penghambat dalam efektivitas penyampaian informasi. Pemahaman terhadap faktor-faktor ini menjadi dasar dalam mengidentifikasi permasalahan yang ditemukan pada tahap awal observasi yang telah dilakukan oleh penulis.

Tabel 1. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat

No	Faktor Pendukung	Faktor Penghambat
1.	Prosedur Operasional yang jelas	Konsistensi penyampaian informasi
2.	Dedikasi dan Komitmen Staff Kehumasan	Koordinasi antar unit
3.	Dukungan Regulasi atau Peraturan	Ketergantungan pada fasilitas eksternal
4.	Penggunaan Fasilitas dan Teknologi Digital	Kualitas konten yang belum optimal
5.	Kerjasama dan Wewenang yang memadai	

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh pada tabel 1, terdapat sejumlah faktor yang berkontribusi terhadap keberhasilan implementasi kehumasan. Faktor-faktor ini memberikan dukungan yang signifikan dalam memastikan efektivitas komunikasi publik serta meningkatkan citra pemerintah di mata masyarakat. Namun, selain faktor pendukung tersebut, terdapat pula berbagai tantangan yang dapat menghambat optimalisasi kinerjanya. Faktor-faktor penghambat ini perlu diidentifikasi dan dikelola dengan strategi yang tepat agar tidak mengurangi efektivitas komunikasi serta keterbukaan informasi yang disampaikan kepada publik.

Adapun faktor pendukung yang penulis temui yaitu, prosedur operasional yang cukup jelas, dedikasi dan komitmen staff kehumasan, dukungan regulasi atau peraturan, penggunaan fasilitas dan teknologi digital, serta kerja sama dan wewenang yang memadai. Puslatbang PKASN LAN RI memiliki Standar Operasional Prosedur (SOP) yang jelas dalam penyampaian

informasi, termasuk yang berkaitan dengan Core Values dan Employer Branding. SOP ini telah disusun berdasarkan pedoman resmi, seperti Surat Edaran Kementerian PANRB No. 20 Tahun 2021. Salah satu dampak positif dari adanya SOP ini adalah menjadi panduan utama dalam menjaga konsistensi dan keselarasan informasi yang disampaikan, sehingga memastikan komunikasi yang lebih terstruktur dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Tim kehumasan Puslatbang PKASN LAN RI bersama stafnya telah menunjukkan dedikasi kuat dalam menjalankan tanggung jawab mereka, termasuk dalam produksi, publikasi, dan distribusi informasi agar dapat diterima dengan baik oleh khalayak. Dukungan dalam bentuk penghargaan dari LAN pusat berperan sebagai dorongan motivasi bagi mereka untuk terus meningkatkan kualitas penyelenggaraan kehumasan pemerintah, terutama dalam penyebaran informasi terkait *Core Values* dan *Employer Branding*. Sebagai hasilnya, komitmen yang tinggi tetap terjaga, memastikan keberlanjutan komunikasi meskipun menghadapi berbagai tantangan dalam proses pelaksanaannya.

Selain itu, kehumasan di Puslatbang PKASN LAN RI didukung oleh landasan regulasi yang kuat, salah satunya Peraturan No. 20 Tahun 2021, yang berfungsi sebagai panduan dalam pengelolaan kehumasan di instansi pemerintah. Regulasi ini memberikan arahan yang jelas terkait tata kelola komunikasi publik, sehingga menjadi dasar yang kokoh dalam melaksanakan kegiatan kehumasan secara efektif dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Unit kehumasan juga telah didukung oleh berbagai fasilitas yang memadai dalam menjalankan tugasnya, termasuk adanya 6 komputer, 2 kamera, mikrofon, dan tripod. Selain itu, terdapat fasilitas tambahan seperti akses ke studio Puslatbang dan peralatan penunjang kehumasan, meskipun penggunaannya masih memerlukan koordinasi dengan unit pengelola lainnya.

Dari sisi pemanfaatan teknologi digital. Kehumasan telah menggunakan platform media sosial, seperti instagram untuk menjangkau ASN dan masyarakat secara luas. Media digital memungkinkan informasi tersebar dengan lebih cepat, interaktif, serta mendukung komunikasi dua arah antara pemerintah dan publik. Namun, dalam praktiknya implementasi penggunaan

media digital masih perlu dioptimalkan agar dapat memberikan dampak yang lebih maksimal. Dalam penyebaran informasi terkait *Core Values* dan *Employer Branding*, unit kehumasan Puslatbang PKASN LAN RI memiliki fleksibilitas dalam menentukan strategi komunikasi yang akan diterapkan. Meskipun diberi kebebasan dalam perancangan strategi komunikasi, unit ini tetap harus mematuhi aturan internal, terutama terkait kerahasiaan informasi sensitif. Kewenangan yang cukup luas ini memungkinkan kehumasan merancang program dan strategi komunikasi yang lebih inovatif dan efektif, sehingga penyampaian informasi dapat berjalan dengan lebih optimal dan tepat sasaran.

Selain faktor pendukung di atas, pelaksanaan kehumasan pemerintah dalam penyampaian informasi juga terdapat faktor penghambat seperti, dalam segi konsistensi penyampaian informasi, koordinasi antar unit, ketergantungan pada fasilitas eksternal, serta kualitas konten yang belum optimal. Meskipun Standar Operasional Prosedur (SOP) telah disusun dengan baik, tantangan utama yang masih dihadapi adalah kurangnya konsistensi dalam penyampaian informasi. Informasi terkait *Core Values* dan *Employer Branding* belum disampaikan secara rutin atau terjadwal dengan baik, sehingga efektivitas komunikasi menjadi berkurang. Misalnya, pembaruan konten terakhir kali dilakukan pada Mei 2024, setelah jeda yang cukup panjang sejak 2021. Ketidakkonsistenan ini dapat berdampak negatif, di mana ASN berpotensi kurang memahami dan menginternalisasikan nilai-nilai yang disampaikan.

Koordinasi antar unit masih sering mengalami kendala, terutama dalam menangani informasi mendadak yang harus segera dipublikasikan. Salah satu tantangan yang dihadapi adalah keterlambatan dalam penyampaian informasi dari unit lain ke unit kehumasan Puslatbang, yang berdampak pada ketidaktepatan waktu untuk publikasi. Miskomunikasi antar unit ini dapat menghambat kelancaran proses penyampaian informasi serta mengurangi efektivitas strategi komunikasi yang telah dirancang.

Meskipun unit kehumasan Puslatbang memiliki fasilitas yang cukup memadai, terdapat ketergantungan pada fasilitas tambahan yang dikelola oleh unit lain. Hal ini dapat

menimbulkan kendala operasional, terutama ketika terjadi ketidaksesuaian jadwal penggunaan fasilitas tersebut. Ketergantungan ini berpotensi menghambat efisiensi kerja tim kehumasan, khususnya dalam produksi dan publikasi konten yang memerlukan dukungan teknis dari fasilitas eksternal. Selain itu, keterbatasan dalam akses terhadap fasilitas ini juga berdampak pada kualitas konten yang dihasilkan, yang menjadi aspek penting dalam efektivitas penyampaian informasi kepada ASN. Oleh karena itu, meningkatkan variasi format konten, pemanfaatan teknologi digital yang lebih kreatif, serta penyampaian yang lebih interaktif dapat membantu meningkatkan daya tarik dan efektivitas komunikasi dalam menyampaikan *Core Values* dan *Employer Branding* kepada ASN di lingkungan Puslatbang.

Upaya Penyelesaian Permasalahan

Untuk meningkatkan efektivitas penyelenggaraan kehumasan pemerintah dalam menyampaikan informasi terkait *Core Values* dan *Employer Branding* di Puslatbang PKASN LAN RI, diperlukan berbagai upaya strategis agar komunikasi dapat berjalan optimal serta memenuhi kebutuhan ASN maupun publik. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, adapun langkah-langkah yang dapat diterapkan guna mengatasi tantangan dalam penyelenggaraan kehumasan terkait penyampaian informasi *Core Values* dan *Employer Branding*, yaitu dengan meningkatkan konsistensi dalam penyampaian informasi. Dengan menerapkan jadwal publikasi yang terencana dan rutin, serta memanfaatkan alat manajemen konten digital, informasi dapat disampaikan secara berkelanjutan di berbagai platform komunikasi. Konsistensi ini memungkinkan ASN untuk secara bertahap memahami dan menginternalisasikan nilai-nilai inti organisasi dengan lebih baik.

Selain itu, koordinasi antar unit juga menjadi aspek penting dalam memastikan kelancaran penyebaran informasi. Dengan membentuk tim koordinasi lintas unit dan mengadakan rapat berkala, alur informasi dapat diminimalkan. Hal ini akan berkontribusi pada penyampaian informasi yang lebih akurat dan tepat waktu.

Di sisi lain, ketergantungan terhadap fasilitas eksternal masih menjadi tantangan yang perlu diatasi. Untuk mengurangi hambatan

operasional akibat ketergantungan ini, diperlukan alokasi anggaran khusus guna pengadaan fasilitas tambahan serta perbaikan pengelolaan inventaris di studio Puslatbang. Dengan memiliki peralatan yang lebih lengkap dan dikelola secara mandiri, tim kehumasan dapat lebih fleksibel dalam memproduksi dan mendistribusikan konten, sehingga proses kerja menjadi lebih efisien dan tidak bergantung pada unit lain.

Sebagai langkah akhir dalam optimalisasi penyelenggaraan kehumasan, monitoring dan evaluasi strategi komunikasi internal perlu dilakukan secara berkala. Salah satu metode yang dapat diterapkan adalah survei kepuasan ASN terkait informasi yang diterima, khususnya mengenai *Core Values* dan *Employer Branding*. Hasil evaluasi ini akan menjadi bahan perbaikan dan penyempurnaan strategi komunikasi di masa mendatang, sehingga efektivitas penyampaian informasi dapat terus meningkat. Dengan menerapkan strategi-strategi ini, diharapkan kualitas komunikasi terkait *Core Values* dan *Employer Branding* dapat semakin baik, memungkinkan ASN untuk memahami dan menerapkan nilai-nilai inti dalam aktivitas kerja mereka secara lebih optimal.

SIMPULAN

Penyelenggaraan kehumasan di Puslatbang PKASN LAN RI dalam menyampaikan informasi terkait *Core Values* dan *Employer Branding* ASN telah berjalan dengan cukup baik, sesuai dengan Peraturan Kementerian PANRB No. 20 Tahun 2021. Analisis dilakukan melalui observasi, studi pustaka, analisis teori, serta pendekatan legalistik untuk mengevaluasi efektivitas penyampaian informasi. Meskipun sudah memiliki Standar Operasional Prosedur (SOP) yang jelas, masih terdapat beberapa tantangan yang perlu diperbaiki agar komunikasi lebih optimal dan relevan bagi ASN maupun publik.

Dari segi komunikasi, tantangan utama terletak pada konsistensi dan efektivitas penyampaian informasi. Meskipun terdapat SOP yang jelas, publikasi informasi mengenai *Core Values* “Ber-AKHLAK” dan *Employer Branding* “Bangga Melayani Bangsa” tidak dilakukan secara rutin, menyebabkan kurangnya pemahaman ASN terhadap nilai-nilai tersebut. Selain itu, miskomunikasi antar unit sering menjadi kendala dalam penyebaran informasi

yang tepat waktu. Dalam aspek sumber daya, unit kehumasan memiliki jumlah staf yang cukup dan kompetensi yang baik, namun masih memerlukan pelatihan tambahan guna meningkatkan kualitas komunikasi publik. Fasilitas yang tersedia, seperti komputer dan kamera, dinilai cukup mendukung, tetapi masih ada ketergantungan pada fasilitas eksternal, khususnya studio yang dikelola oleh unit lain, yang terkadang menghambat efektivitas produksi konten. Dari segi disposisi, staf kehumasan menunjukkan komitmen tinggi, yang didukung oleh penghargaan dari insentif atas produktivitas mereka. Namun, miskomunikasi internal terkadang berdampak pada efektivitas kerja tim dalam penyampaian informasi. Struktur birokrasi juga menjadi faktor yang perlu diperbaiki, terutama dalam koordinasi antar unit untuk menjaga konsistensi pesan publik serta menghindari tumpang tindih tugas antara kehumasan dan unit lainnya.

Sejumlah faktor menjadi pendukung dan penghambat dalam proses penyelenggaraan kehumasan. Faktor pendukung meliputi SOP yang jelas, dedikasi tinggi staf kehumasan, dukungan regulasi seperti Peraturan Menpan No. 12 tahun 2007 dan No. 30 Tahun 2011, serta pemanfaatan teknologi digital dalam penyebaran informasi. Selain itu, kebebasan unit kehumasan dalam merancang strategi komunikasi memungkinkan terciptanya inovasi dalam pendekatan komunikasi publik. Adapun beberapa faktor penghambat seperti ketidakkonsistenan dalam penyampaian informasi, miskomunikasi antar unit, ketergantungan pada fasilitas eksternal, serta kurangnya kualitas konten yang menarik. Penyajian informasi yang monoton dan minimnya elemen visual membuat ASN kurang memahami dan menginternalisasikan nilai-nilai inti organisasi.

Penyelenggaraan kehumasan yang efektif di instansi pemerintah memiliki dampak luas terhadap kebijakan publik dan praktik komunikasi pemerintahan. Dengan pemanfaatan strategi komunikasi digital yang lebih terstruktur dan interaktif, transparansi serta akuntabilitas informasi publik dapat ditingkatkan. Hal ini tidak hanya memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap institusi pemerintah tetapi juga mendorong partisipasi aktif ASN dalam memahami serta mengimplementasikan nilai-nilai inti organisasi.

Untuk mengoptimalkan kualitas penyelenggaraan kehumasan, diperlukan beberapa strategi peningkatan, antara lain penjadwalan publikasi yang lebih terstruktur menggunakan alat manajemen konten digital, penguatan koordinasi antar unit guna mengurangi miskomunikasi, alokasi anggaran untuk pengadaan fasilitas tambahan, serta monitoring dan evaluasi berkala terhadap efektivitas komunikasi.

SARAN

Berdasarkan hasil analisis, ada beberapa saran untuk mendukung keberlanjutan penyelenggaraan fungsi kehumasan pemerintah di Puslatbang PKASN LAN RI oleh unit kehumasan di masa mendatang yaitu, disarankan untuk membuat jadwal menggunakan alat manajemen konten digital, seperti *hootsuite* yang memungkinkan pengelolaan dan pengaturan postingan di berbagai platform media sosial. Lalu mengembangkan konten yang mampu meningkatkan daya tarik publik, baik di lingkungan internal Puslatbang maupun eksternal. Selanjutnya melakukan perencanaan, pemantauan, dan evaluasi secara berkala terhadap program kerja, baik yang sedang berjalan maupun yang direncanakan untuk meningkatkan kualitas penyelenggaraan fungsi kehumasan pemerintah.

Untuk meningkatkan efektivitas penyelenggaraan kehumasan di Puslatbang PKASN LAN RI, disarankan untuk menggunakan alat manajemen konten digital seperti *Hootsuite* guna menjadwalkan publikasi secara teratur dan memantau kinerja konten. Selain itu, pembuatan konten interaktif seperti video pendek dan infografis dapat meningkatkan daya tarik informasi bagi ASN dan masyarakat luas. Monitoring serta evaluasi berkala terhadap program kerja kehumasan juga diperlukan untuk memastikan efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyono Sugiarto, E. (2021). *Internalisasi Core Values Berakhlak menuju Birokrasi Kelas Dunia*.
https://www.setneg.go.id/baca/index/internalisasi_core_values_berakhlak_menuju_birokrasi_kelas_dunia
- Elyus, D. S., & Soleh, M. (2021). Strategi

- Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Era Pandemi Covid 19. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 09, 281–289.
- Ghandhi, M. P., & Shah, K. (2024). *Boundaryless Organization: Challenges for HR*.
- Gunawan, S. (2021). *Good Governance dan Pelayanan Publik di Era Digital*.
- Harsono, A., & Wibowo, F. (2020). Kesiapan Mahasiswa Menghadapi Dunia Kerja melalui Program Magang. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 7(3), 45–60.
- Juniwati, J., Fahrana, Y., & Fauzan, R. (2024). The Influence of Employer Branding and the Use of Social Media on Gen Z's Intention to Apply. *Cattleyad Journal*.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. (2020). *Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi*.
- Lani, O. P., & Handayani, B. (2021). Peranan Humas Pemerintahan (Government Public Relations) dalam Menciptakan Reputasi Pemerintahan yang Baik. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 130–140. <https://doi.org/10.30656/lontar.v9i2.4071>
- Liebhart, F. H. (2024). *Herausforderung Generation Z: Rebranding der Arbeitgebermarke*. AAU Netlibrary.
- Meivia, N. S., Delima, I. D., & Hardiyanti, R. (2024). Strategi Kehumasan Pemerintah Kota Tangerang dalam Mensosialisasikan Kegiatan Porprov VI Banten melalui Media Sosial. *Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(2), 859–868.
- Nugraha, A. R., Sjoraida, D. F., & Novianti, E. (2022). Analisis strategi humas pemerintahan era milenial dalam menghadapi tata kelola informasi publik. *Profesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(2), 286. <https://doi.org/10.24198/prh.v6i2.37095>
- Padjadjaran, D. I. U. (2022). *Penguatan Jabatan Fungsional Pranata Hubungan*. 5(26), 7–17.
- Pangerapan, S. (2024). Analisis Penerapan Sistem Pengendalian Manajemen dengan Four Levers of Control pada PT Bank Negara Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*.
- PANRB, K. (2021). *Pedoman Implementasi Core Values Ber-AKHLAK*.
- Sani, A., Hidayat, M., & Sjafirah, N. A. (2020). Pemahaman petugas kehumasan kementerian dalam negeri tentang peran humas pemerintah. *PROfesi Humas*, 4(2), 215–236.
- Saputra, R., & Marta, R. (2020). Strategi Kehumasan dalam Pengelolaan Informasi Publik di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Publik*, 12(4), 45–60.
- Syawitri, Fitrisia, A., & Ofianto. (2022). Core Value Ber-Akhlak Aparatur Sipil Negara Sebagai Etika dan Budaya Kerja. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(6), 2558–2565.
- Tresnawaty, B. (2020). Prinsip Kearifan Lokal dalam Pengembangan Strategi Kehumasan pada Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 229–248. <https://doi.org/10.15575/cjik.v4i2.10566>
- Wulan, B. D. N. (2023). Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Sebagai Strategi Kehumasan Digital di Pemerintah Kabupaten Bantul. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(4), 4664–4671.