



Strategi Komunikasi Humas Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak dalam Menginformasikan Layanan SAPA 129

Dian Yusuf*, Wina Puspita Sari, Asep Soegiarto, Muria Putriana, Menati Fajar Rizki

Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas Kemen PPPA dalam menginformasikan layanan SAPA 129, serta mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambatnya. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan kerangka analisis model perencanaan strategi komunikasi lima tahap dari Hafied Cangara, yang meliputi Penelitian (*Research*), Perencanaan (*Plan*), Pelaksanaan (*Execute*), Pengukuran (*Measure*), dan Pelaporan (*Report*). Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan informan dari Biro Humas Kemen PPPA, observasi, studi dokumentasi, dan diperkuat dengan triangulasi sumber melalui wawancara dengan seorang praktisi komunikasi publik sebagai informan ahli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Kemen PPPA telah menerapkan strategi komunikasi secara siklus, terstruktur, dan berbasis data. Proses ini diawali dengan riset mendalam berbasis data dari SIMFONI PPA, dilanjutkan dengan perencanaan multi saluran yang berfokus pada *platform* digital, diwujudkan melalui diseminasi konten edukatif dan pemanfaatan komunikator kunci, serta dievaluasi dan dilaporkan secara sistematis untuk pengambilan keputusan. Praktik ini divalidasi oleh ahli komunikasi publik sebagai sebuah pendekatan yang profesional dan menunjukkan tingkat kematangan organisasi yang tinggi, terutama dalam pengambilan keputusan berbasis bukti. Faktor pendukung utama adalah dukungan pimpinan yang kuat dan kolaborasi eksternal yang luas. Sementara itu, faktor penghambatnya meliputi keterbatasan sumber daya manusia dan anggaran, tantangan jangkauan ke daerah 3T, serta tingkat kepercayaan publik yang masih perlu ditingkatkan.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Humas Pemerintah, SAPA 129, Kekerasan terhadap Perempuan dan Anak, Kemen PPPA

DOI:

<https://doi.org/10.53697/iso.v5i1.2649>

*Correspondence: Dian Yusuf

Email:

dianyusufunj@gmail.com

Received: 12-04-2025

Accepted: 14-05-2025

Published: 25-06-2025



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This research aims to conduct an in-depth study of the communication strategy implemented by the Public Relations Bureau of Kemen PPPA in disseminating information about the SAPA 129 service, as well as to identify its supporting and inhibiting factors. The research method employed is qualitative descriptive, using the analytical framework of Hafied Cangara's five-stage communication strategy planning model, which includes Research, Plan, Execute, Measure, and Report. Data was collected through in-depth interviews with informants from the Kemen PPPA's Public Relations Bureau, observation, and documentation studies, and was strengthened by source triangulation through an interview with a public communication practitioner as an expert informant. The results show that the Kemen PPPA's Public Relations Bureau has implemented a cyclical, structured, and data-driven communication strategy. This process begins with in-depth research based on data from the Online Information System for the Protection of Women and Children (SIMFONI PPA), followed by multi-channel planning focused on digital platforms, realized through the dissemination of educational content and the utilization of key communicators, and is systematically evaluated and reported for decision-making purposes. This practice was validated by a public communication expert

as a professional approach that demonstrates a high level of organizational maturity, particularly in evidence-based decision-making. The main supporting factors are strong leadership support and extensive external collaboration. Meanwhile, the inhibiting factors include limited human and financial resources, challenges in reaching remote, outermost, and disadvantaged (3T) regions, and a level of public trust that still needs to be improved.

Keywords: *Communication Strategy, Government Public Relations, SAPA 129, Violence against Women and Children, Kemen PPPA*

Pendahuluan

Kekerasan terhadap perempuan dan anak merupakan isu krusial yang tidak hanya menjadi prioritas pembangunan nasional, tetapi juga merupakan bagian integral dari komitmen global dalam pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). Di Indonesia, urgensi isu ini dipertegas melalui mandat yang diberikan kepada Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (Kemen PPPA) untuk memimpin upaya perlindungan. Skala permasalahan ini tercermin jelas dalam data Sistem Informasi Online Perlindungan Perempuan dan Anak (SIMFONI PPA), yang sepanjang tahun 2024 mencatat 19.628 kasus kekerasan yang menimpa 21.648 anak, serta 12.161 kasus dengan 12.416 korban perempuan dewasa. Angka yang signifikan ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak akan layanan pengaduan yang mudah diakses, aman, dan responsif bagi korban (Kementerian PPPA, 2025).

Sebagai respons langsung terhadap kebutuhan tersebut, Kemen PPPA pada 8 Maret 2021 meluncurkan layanan Sahabat Perempuan dan Anak (SAPA) 129. Layanan ini didesain sebagai garda terdepan dan *one stop service*, yang menyediakan kanal pengaduan 24 jam, konsultasi, hingga rujukan ke layanan pendampingan komprehensif, mulai dari bantuan hukum, psikologis, hingga rumah aman (Rahma et al., 2022). Namun, data operasional menunjukkan sebuah tantangan. Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP) 2024 dan 2025 menunjukkan volume kasus yang signifikan. Berdasarkan data dari LAKIP (Asdep Pelayanan Anak Yang Memerlukan Perlindungan Khusus, 2025), tercatat bahwa pada bulan Januari 2025 saja, layanan SAPA 129 telah mengelola 204 kasus kekerasan terhadap anak, dengan total 281 anak menjadi korban. Dari jumlah korban anak tersebut, 133 adalah anak laki-laki, 129 adalah anak perempuan, dan 19 tidak disebutkan jenis kelaminnya. Lebih lanjut, LAKIP (Asdep Penyediaan Layanan Perempuan Korban Kekerasan, 2024), menunjukkan bahwa sepanjang tahun 2024, SAPA 129 menerima total 2.461 pengaduan kasus dengan 2.514 korban Perempuan dewasa. Data ini juga mengungkap sebuah tren signifikan dalam cara pelaporan yakni dari total pengaduan kasus yang menimpa perempuan dewasa, sejumlah 2.266 kasus yang masuk melalui WhatsApp SAPA 129 dengan nomor 08111-129-129, sementara hanya 25 kasus yang melalui telepon SAPA 129. Preferensi yang kuat terhadap WhatsApp ini, sebagaimana disebutkan dalam laporan, disebabkan karena kebanyakan pelapor merasa lebih nyaman mengirimkan pesan terlebih dahulu sebelum kemudian dihubungi oleh petugas layanan untuk dapat menceritakan kasusnya secara verbal.

Kajian mengenai strategi komunikasi humas pemerintah telah banyak dilakukan dalam berbagai konteks. Sebagai contoh, penelitian oleh (Rizki & Sabuya, 2023) yang

mengkaji strategi komunikasi Humas Kemenko Marves menunjukkan bahwa penyajian data yang akurat menjadi kunci untuk membangun pemahaman dan kepatuhan masyarakat terhadap kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Selain itu, studi oleh (Multaza et al., 2021) tentang sosialisasi program Lambe Hoaks oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika menemukan bahwa penerapan teori Difusi Inovasi melalui berbagai saluran komunikasi efektif untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan klarifikasi berita hoaks. Serupa, penelitian oleh (Aprianti & Mardiana, 2023) tentang Strategi Komunikasi Humas Polda Banten dalam Menginformasikan Program “Lancar Ambulanku Selamatkan Pasienku” bahwa Untuk menjangkau seluruh kalangan di Banten, strategi yang digunakan adalah memilih beragam media seperti aplikasi IMM, media sosial, dan radio lokal, serta menyusun pesan dengan bahasa yang sesuai kode etik. Penelitian-penelitian terdahulu ini secara umum membahas strategi komunikasi humas dalam konteks penyebaran informasi berskala luas, penanganan isu publik, dan sosialisasi kebijakan kepada masyarakat umum.

Meskipun lanskap penelitian yang ada cukup kaya, teridentifikasi sebuah celah penelitian yang signifikan. Belum ada studi yang secara mendalam mengkaji strategi komunikasi humas untuk layanan yang bersifat sangat sensitif dan vital seperti saluran pengaduan kekerasan. Konteks layanan SAPA 129 secara fundamental berbeda dari sosialisasi program pemerintah pada umumnya karena audiensnya adalah kelompok rentan yang mungkin berada dalam situasi krisis, terisolasi, atau menghadapi keterbatasan akses. Kesenjangan dalam literatur ini, ditambah dengan adanya temuan data pola akses layanan yang didominasi kanal WhatsApp, menegaskan urgensi penelitian ini. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji secara mendalam strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas Kemen PPPA dalam menginformasikan layanan SAPA 129 serta mengkaji faktor pendukung dan penghambatnya selama strategi ini berlangsung.

Dengan demikian, signifikansi penelitian ini terletak pada kontribusi teoretis dan praktisnya. Secara teoretis, studi ini akan memperkaya khazanah ilmu komunikasi, khususnya dalam penerapan model strategi komunikasi pada isu kekerasan berbasis gender yang dikelola oleh pemerintah. Secara praktis, temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis berbasis bukti kepada Humas Kemen PPPA dan lembaga sejenis. Rekomendasi tersebut dapat digunakan untuk mengoptimalkan upaya sosialisasi, memastikan informasi layanan SAPA 129 menjangkau lebih banyak korban secara merata, dan pada akhirnya memperkuat jaring pengaman bagi perempuan dan anak di seluruh Indonesia.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang mendalam dan kontekstual mengenai strategi komunikasi Humas Kemen PPPA. Pendekatan ini dipilih karena kemampuannya untuk menggali kompleksitas fenomena secara langsung dalam latar alaminya dan menangkap perspektif partisipan secara otentik (Creswell, 2023). Penelitian dilaksanakan di Kemen PPPA pada rentang waktu Januari hingga Mei 2025. Subjek penelitian dipilih secara *purposif* untuk memastikan

kedalaman dan akurasi informasi. Informan terdiri dari satu informan kunci (Pranata Humas Ahli Madya Kemen PPPA), dua informan pendukung (Pranata Humas Ahli Pertama Kemen PPPA), dan satu informan ahli (Praktisi Komunikasi Publik) untuk keperluan triangulasi sumber.

Pengumpulan data dibedakan menjadi data primer yang diperoleh langsung dari sumber dan data sekunder yang didapatkan melalui perantara (Sugiyono, 2020). Pengumpulan data primer dalam penelitian ini menggunakan tiga teknik utama yang menjadi ciri khas penelitian kualitatif, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi (Creswell, 2023). Pertama, wawancara mendalam dilakukan secara terstruktur dengan seluruh informan untuk menggali informasi mengenai riset, perencanaan, pelaksanaan, pengukuran, dan pelaporan (Fadhallah, 2021). Kedua, observasi partisipasi pasif diterapkan dengan mengamati kanal-kanal komunikasi yang dikelola Humas Kemen PPPA, seperti media sosial (Instagram, X, Facebook) dan situs web resmi, untuk melihat implementasi strategi secara langsung tanpa terlibat dalam aktivitas subjek. Ketiga, studi dokumentasi dilakukan untuk memperkaya data dari wawancara dan observasi. Data sekunder yang dianalisis mencakup dokumen relevan seperti Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP), siaran pers, kalender konten, dan *brand guidelines* (Fadhallah, 2021).

Analisis data merupakan proses sistematis untuk mengorganisasi dan menginterpretasi data guna meningkatkan pemahaman peneliti (Ahmad Rijali, 2019). Dalam penelitian ini, digunakan model analisis interaktif dari Miles dan Huberman yang mencakup tiga kegiatan simultan: reduksi data (memfokuskan dan menyederhanakan data), penyajian data (mengorganisasi informasi dalam bentuk naratif atau matriks), dan penarikan kesimpulan (memberi interpretasi dan menjawab rumusan masalah). Untuk menjamin keabsahan atau *trustworthiness* data (Jailani, 2017), penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber. Teknik ini dilakukan dengan cara memvalidasi temuan dari informan internal Kemen PPPA melalui perbandingan dengan pandangan objektif seorang informan ahli. Validitas dan kekayaan data ditingkatkan melalui integrasi hasil observasi tidak langsung peneliti, analisis verbatim kutipan wawancara dari seluruh informan, serta justifikasi teoretis yang relevan. (Vera Nurfaejriani et al., 2024).

Hasil dan Pembahasan

Strategi dapat dipahami sebagai perpaduan antara *blueprint* dan manual instruksi. *Blueprint* menyediakan kerangka konseptual dan tujuan akhir, sementara manual instruksi merinci tindakan-tindakan praktis dan taktik yang harus dijalankan. Dengan kata lain, strategi bukan hanya tentang apa yang ingin dicapai, tetapi juga secara mendetail menjelaskan bagaimana cara mencapainya (Uchjana, 2019). Asal-usul istilah komunikasi yang berakar dari Bahasa Latin *communicatio*, berarti kesamaan makna. Berdasarkan etimologi ini, komunikasi didefinisikan sebagai proses transmisi pesan dari pengirim ke penerima melalui suatu medium, dengan tujuan utama menciptakan kesamaan pemahaman antara kedua belah pihak. Selanjutnya, (Ummah et al., 2021) mengintegrasikan pemahaman ini ke dalam konsep strategi komunikasi. Strategi komunikasi dimaknai sebagai suatu proses perencanaan yang dirancang secara optimal, yang secara cermat

memadukan berbagai elemen komunikasi untuk merealisasikan tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut pandangan (Sari & Soegiarto, 2021), strategi merupakan sebuah kerangka kerja perencanaan yang dikembangkan secara kolaboratif dalam sebuah organisasi. Kerangka kerja ini diawali dengan penentuan tujuan bersama yang spesifik, kemudian dilanjutkan dengan perancangan rencana yang sistematis dan terukur sebagai sarana untuk mencapai tujuan tersebut. Strategi sangat penting karena mencakup metode untuk menerapkan berbagai ide dari tim mengenai perencanaan aktivitas kehumasan di lapangan. Selain itu, strategi juga melibatkan cara untuk mengidentifikasi secara kolektif faktor-faktor yang sesuai dengan prinsip pelaksanaan rencana. Dengan demikian, kegiatan kehumasan dapat berjalan lancar dan tujuan yang telah disepakati bersama dapat tercapai secara efektif (Ubaidillah et al., 2024).

Lebih lanjut definisi komunikasi diartikan sebagai sebuah proses interaktif di mana seseorang berupaya menyampaikan informasi dan pemahaman kepada orang lain. Proses ini dapat melibatkan penggunaan beragam moda, baik verbal melalui kata-kata maupun nonverbal melalui ekspresi, simbol, atau isyarat. Keberhasilan komunikasi, dalam pandangan Herlina dkk., ditentukan oleh tercapainya pemahaman dan pengertian yang resiprokal antara pihak-pihak yang terlibat. Hanya ketika kondisi saling memahami ini terpenuhi, komunikasi dapat dinyatakan efektif atau komunikatif (Herlina et al., 2023).

Dalam diskursus mengenai strategi komunikasi, Pakar komunikasi Harold Lasswell pada tahun 1948 yang sebagaimana dikutip oleh buku *Effective communication skills* (Kumar, 2024) mengartikulasikan sebuah paradigma yang menekankan pentingnya analisis mendalam terhadap elemen-elemen kunci komunikasi. Paradigma ini, yang sering direduksi menjadi formula "*Who Says What, in Which Channel, to Whom, with What Effect?*", menawarkan sebuah model praktis untuk menganalisis setiap peristiwa komunikasi secara terstruktur. Berdasarkan berbagai pandangan tersebut, strategi komunikasi dapat disimpulkan sebagai sebuah kerangka kerja perencanaan yang sistematis, praktis, evaluatif dan komprehensif.

Dalam upaya menyajikan uraian yang terstruktur mengenai langkah-langkah strategi komunikasi, penulis menjadikan kerangka kerja lima tahap yang diusulkan oleh (Cangara, 2017) sebagai panduan. Konsep ini dijabarkan dalam publikasinya yang berjudul *Perencanaan & strategi komunikasi*. Analisis data menunjukkan bahwa Humas Kemen PPPA menerapkan strategi komunikasi yang terstruktur sesuai model lima tahapan dari (Cangara, 2017).

1. Tahap Riset (*Research*)

Langkah awal dalam menyusun strategi komunikasi untuk layanan SAPA 129 adalah tahap riset dan analisis situasi yang komprehensif, bertujuan untuk memastikan program yang dirancang dapat tepat sasaran. Tahap fundamental ini sejalan dengan konsep penelitian sebagai rangkaian proses ilmiah yang dirancang untuk menemukan solusi atas berbagai persoalan melalui pengkajian sistematis terhadap tantangan organisasi (Syahroni, 2022). Sebagai wujud implementasinya pada tahap riset, Kemen PPPA melakukan analisis lingkungan internal (kemampuan SDM, infrastruktur),

eksternal (kesadaran dan kepercayaan publik), analisis SWOT, serta pemetaan pemangku kepentingan. Sumber data utama dalam riset ini adalah data statistik dari SIMFONI PPA, yang menyediakan informasi detail mengenai jumlah kasus, jenis kekerasan, dan demografi korban. Temuan riset krusial antara lain adalah rendahnya kesadaran publik mengenai SAPA 129, ketakutan masyarakat untuk melapor, serta preferensi audiens muda terhadap media sosial. Temuan ini akan digunakan sebagai acuan utama untuk merumuskan tahap berikutnya. Praktik ini diperkuat oleh pandangan ahli komunikasi publik yang menilainya sebagai sebuah keunggulan strategis yang proaktif dan patut dicontoh, yang belum tentu merata di semua instansi pemerintah. Hal ini menunjukkan bahwa Humas Kemen PPPA telah berhasil membangun fondasi analisis yang kuat untuk mendiagnosis masalah komunikasi mereka, di mana temuan-temuan riset (seperti rendahnya kesadaran publik dan preferensi audiens) menjadi input vital yang secara langsung membentuk arah perencanaan strategis.

2. Tahap Perencanaan (*Planning*)

Pada hakikatnya, perencanaan merupakan suatu proses untuk menentukan aktivitas-aktivitas yang akan dilaksanakan pada waktu yang akan datang. Tujuan utamanya adalah untuk mengorganisasikan berbagai sumber daya sehingga dapat meraih hasil sesuai dengan harapan (Arifudin et al., 2021). Hasil riset diterjemahkan menjadi rencana aksi yang terukur. Tujuan spesifik ditetapkan, yaitu meningkatkan kesadaran, kepercayaan, jumlah pengguna layanan, dan *engagement* di media sosial. Tujuan ini sejalan dengan kerangka tujuan komunikasi untuk mencapai pemahaman (*to secure understanding*), penerimaan (*to establish acceptance*), dan mendorong tindakan (*to motivate action*) (Uchjana, 2019)). Audiens di segmentasi menjadi target primer (korban dan orang terdekat) dan sekunder (pendidik, tokoh masyarakat, media, *influencer*) berdasarkan tingkat risiko, kerentanan, dan pengaruh sosial. Pesan kunci dirumuskan dengan empatik, seperti "*Dare to Speak Up*" dan "Jangan Takut Melapor!", serta menonjolkan aspek aksesibilitas layanan (gratis 24 jam). Pemilihan media komunikasi menggunakan pendekatan multi-saluran dengan fokus kuat pada *platform* digital (Instagram, TikTok, X, Facebook, YouTube) untuk menjangkau *audiens* muda, tanpa meninggalkan media konvensional dan kampanye tatap muka untuk jangkauan yang lebih luas. Perencanaan ini juga melibatkan koordinasi strategis dengan berbagai pihak internal (antar deputy) dan eksternal (Kementerian, Lembaga, LSM, mitra internasional, media) untuk memastikan sinergi dan dukungan. Namun, sebagaimana disoroti oleh ahli komunikasi publik, meskipun strategi multi-saluran ini progresif, fokus yang terlalu besar pada platform digital berisiko memperlebar kesenjangan akses informasi bagi masyarakat di daerah 3T. Ini menjadi sebuah catatan kritis bahwa perencanaan perlu menyeimbangkan antara pendekatan modern dengan jangkauan inklusif. Pelibatan berbagai pihak internal dan eksternal dalam perencanaan juga menunjukkan pendekatan kolaboratif yang krusial untuk isu sekompleks kekerasan terhadap perempuan dan anak.

3. Tahap Pelaksanaan (*Execution*)

Pelaksanaan merupakan tindak lanjut dan penerapan konkret dari tahap perencanaan yang telah disusun (Nugroho et al., 2021) Pada tahap ini, rencana strategis diwujudkan menjadi berbagai kegiatan komunikasi yang terintegrasi. Aktivitas utama meliputi diseminasi konten edukatif berupa *online* melalui media sosial seperti instagram, X, Facebook, Youtube dan website dalam bentuk (infografis, video, siaran pers), dan media konvensional berupa *flyer, banner, dll.* Pemanfaatan komunikator kunci seperti pejabat dan *influencer*, serta pelaksanaan kampanye tematik pada hari-hari besar. Untuk menjaga konsistensi pesan, Humas Kemen PPPA memiliki panduan komunikasi (*brand guideline*), mengadakan *briefing* rutin, dan melakukan supervisi konten. Adanya protokol komunikasi krisis yang terstruktur memungkinkan Humas merespons isu kekerasan yang viral secara cepat dan terkoordinasi, di mana informasi mengenai SAPA 129 selalu disisipkan dalam setiap pernyataan resmi. Kolaborasi dengan figur publik seperti Raffi Ahmad dan Nagita Slavina menjadi contoh konkret pelaksanaan strategi untuk amplifikasi pesan ke audiens yang lebih luas. Praktik ini diapresiasi oleh ahli komunikasi publik sebagai langkah yang inovatif dan progresif dalam manajemen reputasi dan krisis. Namun, ahli juga mengingatkan bahwa pendekatan proaktif ini memiliki risiko etik dan persepsi publik yang harus dikelola dengan sangat hati-hati melalui pedoman yang jelas dan pendekatan berbasis empati. Adanya protokol komunikasi krisis yang terstruktur juga dinilai cukup matang, meskipun disarankan untuk diperkuat dengan kecepatan, fleksibilitas, dan narasi yang lebih personal agar lebih efektif di era media *social*.

4. Pengukuran (*Measure*)

Evaluasi implementasi strategi merupakan tahap final yang esensial untuk mengukur keberhasilan dan merumuskan tujuan selanjutnya (Jamilah et al., n.d.). Evaluasi pada tahap ini yang dilakukan oleh Humas Kemen PPPA secara holistik dengan menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Metode kuantitatif mencakup Survei Kepuasan Masyarakat (SKM) dan analisis data pengguna SAPA 129, sementara metode kualitatif meliputi media monitoring dan analisis sentimen di media sosial. Indikator Kinerja Utama (KPI) yang diukur antara lain adalah jangkauan dan keterlibatan (*reach & engagement*) konten, peningkatan jumlah laporan yang masuk, serta sentimen publik. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan kesadaran dan jumlah pelaporan, serta preferensi yang tinggi pada kanal WhatsApp. Namun, evaluasi ini juga mengidentifikasi tantangan, yaitu masih rendahnya jangkauan ke kelompok rentan di daerah 3T dan perlunya penguatan pesan untuk mendorong keberanian melapor. Mekanisme pengumpulan umpan balik dari masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya, seperti melalui SKM, diskusi, dan monitoring media, serta pemanfaatannya untuk penyesuaian pesan, saluran, kualitas layanan, dan strategi keseluruhan menunjukkan adanya siklus pembelajaran dan perbaikan berkelanjutan. Respons yang tenang, empatik, dan berbasis data terhadap kritik atau umpan balik negatif di media sosial juga mencerminkan profesionalisme dalam pengelolaan komunikasi dua arah.

5. Tahap Pelaporan (*Report*)

Fase pelaporan menjadi mekanisme akuntabilitas dan jembatan untuk siklus strategi berikutnya. Hasil evaluasi didokumentasikan dalam format laporan resmi yang sistematis dan disampaikan kepada pimpinan sebagai dasar pengambilan keputusan. Laporan ini terbukti memiliki dampak konkret, misalnya temuan mengenai kurang efektifnya kampanye *offline* di area *Car Free Day* (CFD) mendorong adanya realokasi sumber daya dan penguatan strategi komunikasi di platform digital. Adanya aliran pelaporan dari tingkat pelaksana (misalnya laporan performa media sosial) ke tingkat manajerial memastikan proses pengambilan keputusan didasarkan pada data yang komprehensif dan aktual. Menurut ahli komunikasi publik, praktik ini jarang ditemukan di lembaga pemerintah lain dan merupakan indikasi tingkat kematangan organisasi (*organizational maturity*) yang relatif tinggi. Kemampuan untuk secara fleksibel mengubah strategi berdasarkan data evaluasi mencerminkan kultur kerja yang adaptif, *evidence-based*, dan terbuka terhadap perubahan, yang menjadi jembatan penting antara siklus strategi yang telah berjalan dengan perencanaan periode berikutnya.

Faktor Pendukung dan Penghambat

Implementasi strategi komunikasi Humas Kemen PPPA dalam menginformasikan layanan SAPA 129 tidak terlepas dari pengaruh berbagai faktor, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), faktor diartikan sebagai suatu keadaan atau peristiwa yang turut serta menyebabkan atau memberikan pengaruh terhadap terjadinya sesuatu (Pusat Bahasa Kemdikbud, 2016). Secara garis besar, faktor-faktor ini dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori utama, yaitu faktor pendukung yang memberikan pengaruh positif dan faktor penghambat yang memberikan pengaruh negatif. Lebih lanjut, kedua jenis faktor tersebut dapat dibedakan berdasarkan asalnya. Faktor internal merujuk pada segala kondisi pendukung maupun penghambat yang muncul dari dalam suatu objek atau individu. Sebaliknya, faktor eksternal adalah seluruh kondisi pendukung maupun penghambat yang berasal dari luar objek atau individu tersebut. (Sutiyono, 2022). Identifikasi faktor-faktor ini krusial untuk memahami dinamika pelaksanaan strategi dan merumuskan langkah-langkah optimalisasi di masa depan.

1. Faktor Pendukung

Dari sisi internal, faktor utama adalah kepemimpinan yang kuat dan aktif dari pimpinan Kemen PPPA, di mana keterlibatannya sebagai komunikator kunci meningkatkan kredibilitas dan jangkauan pesan sejalan dengan konsep *source credibility* (Uchjana, 2019). Dukungan ini diperkuat pada tingkat operasional melalui arahan yang jelas, responsivitas, ketersediaan perangkat, dan kerja sama tim yang solid. Sementara itu, dari sisi eksternal, pilar pendukung utama adalah sinergi multipihak yang dibangun melalui koordinasi efektif antara Humas Kemen PPPA dengan berbagai pemangku kepentingan, mencakup Forum Bakohumas kementerian/lembaga, media massa, pemerintah daerah, dunia pendidikan, dunia usaha, lembaga masyarakat, tokoh publik, dan mitra pembangunan lainnya. Kolaborasi strategis ini, yang telah divalidasi oleh ahli

sebagai kunci untuk menavigasi tantangan struktural pemerintah, menjadi vital bagi Humas Pemerintah dalam upaya membangun pemahaman bersama (*mutual understanding*) dan partisipasi publik.

2. Faktor Penghambat

Secara internal, kendala utama bersumber dari keterbatasan sumber daya manusia dan anggaran khusus untuk publikasi layanan SAPA 129 secara masif. Tantangan operasional juga muncul dari isu koordinasi antar unit kerja yang berpotensi memperlambat alur informasi, infrastruktur layanan yang terkadang belum optimal sehingga respons dirasakan lambat oleh masyarakat, serta alur persetujuan konten yang perlu melewati beberapa tahapan yang menghambat kecepatan komunikasi, terutama untuk isu-isu aktual. Sementara itu, faktor penghambat eksternal meliputi masih rendahnya kesadaran dan kepercayaan sebagian masyarakat terhadap efektivitas layanan pemerintah, ketakutan korban untuk melapor akibat stigma sosial, serta keterbatasan jangkauan media Humas Kemen PPPA untuk menjangkau daerah 3T (Terdepan, Terluar, Tertinggal) yang menyebabkan kesenjangan akses informasi. Pandangan ahli memperkuat temuan ini dengan menyarankan langkah strategis berupa maksimalisasi dukungan pimpinan melalui penyajian data, pembangunan kolaborasi lintas sektor untuk mengatasi keterbatasan sumber daya, dan pembentukan mekanisme *fast-track* untuk menyiasati birokrasi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Humas Kemen PPPA telah bertindak profesional, kemampuan untuk menavigasi tantangan struktural yang melekat pada sistem pemerintahan secara kreatif dan adaptif menjadi kunci keberhasilan program.

Simpulan

Strategi komunikasi yang diimplementasikan oleh Humas Kemen PPPA dalam menginformasikan layanan SAPA 129 merupakan sebuah proses siklus yang terstruktur, komprehensif, dan dinamis, yang selaras dengan kerangka kerja lima tahap dari Hafied Cangara. Dimulai dari riset berbasis data yang mendalam, strategi ini dilanjutkan dengan perencanaan multi-saluran yang terarah, pelaksanaan yang terintegrasi dengan melibatkan berbagai komunikator kunci, evaluasi holistik untuk mengukur dampak, dan diakhiri dengan pelaporan yang menjadi dasar pengambilan keputusan untuk perbaikan berkelanjutan.

Keberhasilan strategi ini sangat ditopang oleh dukungan pimpinan yang kuat dan kolaborasi eksternal yang luas. Namun, implementasinya masih menghadapi tantangan signifikan terkait keterbatasan sumber daya internal (SDM, anggaran), birokrasi, serta faktor eksternal seperti tingkat kepercayaan publik, stigma sosial, dan kesenjangan digital di daerah 3T. Pemahaman terhadap dinamika ini krusial untuk terus menyempurnakan strategi komunikasi layanan publik yang sensitif dan vital seperti SAPA 129, demi menjangkau dan melindungi kelompok masyarakat yang paling rentan.

Berdasarkan temuan penelitian, penulis merumuskan sejumlah saran yang diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi Humas Kemen PPPA dan akademis

bagi pengembangan ilmu komunikasi. Secara praktis, Humas Kemen PPPA disarankan untuk memperkuat jangkauan inklusif melalui strategi komunikasi *offline* yang menyoar daerah 3T, meningkatkan kepercayaan publik melalui transparansi data kinerja dan pemanfaatan narasi testimonial yang humanis, serta mengoptimalkan sinergi internal dan kapasitas sumber daya manusia untuk memastikan respons krisis yang lebih cepat dan efektif. Sementara itu, dari sisi akademis, penelitian selanjutnya dianjurkan untuk bergeser mengkaji efektivitas layanan SAPA 129 dari perspektif pengguna. Studi kualitatif mendalam yang berfokus pada pengalaman penyintas atau pelapor diyakini dapat menggali pemahaman yang lebih kaya mengenai faktor-faktor psikologis dan sosial yang memengaruhi keputusan melapor serta kepuasan mereka terhadap layanan yang diterima.

Referensi

- Ahmad Rijali. (2019). Analisis Data Kualitatif (Vol. 17, Issue 33).
- Aprianti, E. F., & Mardiana, S. (2023). Strategi Komunikasi Humas Polda Banten dalam Menginformasikan Program "Lancar Ambulanku Selamatkan Pasienku." *Communicator Sphere*, 3(1), 32–43.
- Arifudin, M., Sholeha, F. Z., & Umami, L. F. (2021). Planning (Perencanaan) Dalam Manajemen Pendidikan Islam. *MA'ALIM: Jurnal Pendidikan Islam*, 2(02), 162–183.
- Asdep Pelayanan Anak Yang Memerlukan Perlindungan Khusus. (2025). Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah Asdep AMPK.
- Asdep Penyediaan Layanan Perempuan Korban Kekerasan. (2024). Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah.
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. PT. Rajagrafindo Persada: Depok.
- Creswell. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches Sixth Edition*. Sage publications.
- Fadhallah, R. A. (2021). *Wawancara*. Unj Press.
- Herlina, S., Boer, R. F., Fasadena, N. S., Sos, M., Kede, A., Kahfi, M. A.-M., Sos, S., Ganiem, L. M., Putri, S. S., & Hasibuan, N. (2023). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Basya Media Utama.
- Jailani, M. S. (2017). Membangun Kepercayaan Data dalam Penelitian Kualitatif. 36363. <http://pej.ftk.uinjambi.ac.id/index.php/PEJ/index>
- Jamilah, O. P., Utami, Y. S., & Kurniadi, E. (n.d.). EVALUASI AKHIR STRATEGI KOMUNIKASI STASIUN RADIO DALAM MENGHADAPI KONVERGENSI MEDIA (Studi Kasus Pada PT. Radio Tjandra Buana Suara FM Cianjur).

- Kementerian PPPA. (2025). SIMFONI PPA (Sistem Informasi Online Perlindungan Perempuan dan Anak). Kementerian PPPA. <https://kekerasan.kemenpppa.go.id>
- Kumar, K. (2024). *Effective communication skills*. KHANNA PUBLISHING HOUSE.
- Multaza, W. I., Meliala, Y. H., Ningsih, C., & Dewi, Y. R. (2021). Strategi Komunikasi Humas Kementerian Komunikasi Dan Informatika RI Dalam Menyosialisasikan Program Lambe Hoaks. *Jurnal Cyber PR*, 1(1), 32–44.
- Nugroho, D. A., Khasanah, D. N., Pangestuti, I. A. I., & Kholili, M. I. (2021). Problematika pelaksanaan bimbingan dan konseling di SMA: A systematic literature review (SLR). *TERAPUTIK: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 5(1), 87–96.
- Pusat Bahasa Kemdikbud. (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Kementerian Pendidikan Dan Budaya.
- Rahma, A. N., Cipto Nugroho, P., Damayanti, R., & Mulatasih, T. (2022). Efektivitas Layanan Sahabat Perempuan dan Anak (SAPA) 129 (Studi Kasus Kualitas SDM Pada Layanan SAPA 129 di Kementerian PPPA).
- Rizki, M. F., & Sabuya, M. (2023). Strategi Komunikasi Humas Kemenkomarves Dalam Pemberian Informasi Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat. *Commed Jurnal Komunikasi Dan Media*, 7(2), 176–185.
- Sari, W. P., & Soegiarto, A. (2021). Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Daerah Dalam Mengimplementasikan Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). *Jurnal Communicology*, 9.
- Sugiyono, S. (2020). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*. Alfabeta, Bandung, 4.
- Sutiyono, S. (2022). Analisis faktor pendukung dan faktor penghambat pembentukan profil pelajar pancasila sd negeri deresan sleman. *Journal of Nusantara Education*, 2(1), 1–10.
- Syahroni, M. I. (2022). Prosedur penelitian kuantitatif. *EJurnal Al Musthafa*, 2(3), 43–56.
- Ubaidillah, A. F., Rochmah, L. M., & Sobri, A. Y. (2024). Systematic Review: Strategi Humas Perguruan Tinggi dalam Meningkatkan Citra dan Reputasi melalui Media Sosial. *Proceedings Series of Educational Studies*, 2, 1–9.
- Uchjana, O. (2019). *Ilmu Komunikasi, Teori Dan Praktek*.

Ummah, A. H., Djuanda, G., Ahmad, D., Afriza, E. S. D., Athalarik, F. M., Moekahar, F., Diwyarthi, N. D. M. S., Sukri, A., Arifudin, O., & Dewi, N. P. S. (2021). Komunikasi Korporat Teori Dan Praktis.

Vera Nurfajriani, W., Ilhami, M. W., Mahendra, A., Sirodj, R. A., Afgani, W., Negeri, U. I., Fatah, R., & Abstract, P. (2024). Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(17), 826–833.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.13929272>