

Strategi Public Relations Perumda Pembangunan Sarana Jaya dalam Sosialisasi Program Hunian Terjangkau di Jakarta

Raden Roro Sri Yulianita Rianti*¹, Fitri Zakiyah²

^{1,2}Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Paramadina, Indonesia
Email: ¹rr.yulianita@students.paramadina.ac.id, ²fitri.zakiyah@students.paramadina.ac.id

Abstrak

Sosialisasi Program Hunian Terjangkau oleh Perumda Pembangunan Sarana Jaya di Jakarta merupakan langkah penting dalam memastikan akses masyarakat terhadap informasi dan manfaat program. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi public relations (PR) yang diterapkan oleh Sarana Jaya dalam meningkatkan pemahaman dan partisipasi masyarakat. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara terhadap delapan informan dari tim PR dan pejabat Sarana Jaya, serta observasi dan analisis dokumen pemberitaan media, penelitian ini mengadopsi Excellence Theory of Public Relations oleh James E. Grunig dan Todd Hunt, serta teori Government Public Relations (GPR). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sarana Jaya telah menerapkan model komunikasi Two-Way Symmetrical, yang menekankan pentingnya dialog terbuka dan saling menguntungkan antara organisasi dan publik. Strategi PR yang digunakan mencakup media sosial, pameran perumahan, dan sosialisasi langsung melalui roadshow, yang memungkinkan masyarakat memberikan umpan balik untuk memperbaiki strategi komunikasi. Kolaborasi dengan media, lembaga perbankan, serta penggunaan komunikasi digital turut memperkuat citra positif program ini. Studi ini menunjukkan bahwa strategi PR Sarana Jaya telah mencerminkan prinsip Excellence Theory dan GPR, dengan menekankan transparansi, dialog terbuka, serta responsivitas terhadap kebutuhan publik. Penelitian ini penting sebagai rujukan dalam penerapan PR pemerintahan yang lebih inklusif dan responsif.

Kata Kunci: Excellence Theory, Government Public Relations, Hunian Terjangkau, Public Relations, Sosialisasi Program, Two-Way Symmetrical Communication

Abstract

The socialization of the Affordable Housing Program by Perumda Pembangunan Sarana Jaya in Jakarta is an important step in ensuring public access to information and benefits of the program. This study aims to analyze the public relations (PR) strategy implemented by Sarana Jaya in increasing public understanding and participation. Using a qualitative approach with interviews with eight informants from the PR team and Sarana Jaya officials, as well as observation and analysis of media reporting documents, this study adopts the Excellence Theory of Public Relations by James E. Grunig and Todd Hunt, and the Government Public Relations (GPR) theory. The results of the study indicate that Sarana Jaya has implemented the Two-Way Symmetrical communication model, which emphasizes the importance of open and mutually beneficial dialogue between the organization and the public. The PR strategies used include social media, housing exhibitions, and direct socialization through roadshows, which allow the public to provide feedback to improve communication strategies. Collaboration with the media, banking institutions, and the use of digital communication have also strengthened the positive image of this program. This study shows that Sarana Jaya's PR strategy has reflected the principles of Excellence Theory and GPR, by emphasizing transparency, open dialogue, and responsiveness to public needs. This research is important as a reference in implementing more inclusive and responsive government PR.

Keywords: Affordable Housing, Excellence Theory, Government Public Relations, Public Relations, Program Socialization, Two-Way Symmetrical Communication

1. PENDAHULUAN

Perumahan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia selain sandang dan pangan. Di kota-kota besar seperti Jakarta, permintaan akan hunian terus meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk yang pesat. Jakarta, sebagai ibu kota Indonesia, mengalami tingkat urbanisasi yang sangat tinggi, dan ini berdampak langsung pada meningkatnya kebutuhan hunian di wilayah ini. Meski permintaan akan hunian

terus meningkat, kenyataannya masih banyak masyarakat yang tidak mampu memiliki rumah sendiri. Menurut Rencana Strategis Dinas Perumahan Rakyat dan Kawasan Permukiman Provinsi DKI Jakarta 2017-2022, backlog perumahan di Jakarta pada tahun 2017 mencapai sekitar 300.000 unit. Faktor-faktor seperti harga rumah yang sangat tinggi, persyaratan Down Payment (DP) yang sulit terpenuhi, dan suku bunga kredit yang tinggi menjadi hambatan utama bagi masyarakat berpenghasilan rendah dan menengah untuk memiliki rumah di DKI Jakarta.

Dalam situasi ini, peran pemerintah menjadi sangat penting untuk memberikan solusi atas masalah perumahan di Jakarta. Salah satu program yang diinisiasi oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta adalah Program Hunian Terjangkau. Program ini dikelola oleh Perumda Pembangunan Sarana Jaya, sebuah Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yang diberikan mandat untuk menyediakan hunian yang layak dan terjangkau bagi masyarakat berpenghasilan rendah dan menengah di Jakarta. Program Hunian Terjangkau ini bertujuan untuk mengurangi backlog perumahan di Jakarta serta memberikan solusi bagi masyarakat yang kesulitan memiliki rumah sendiri.

Program Hunian Terjangkau pertama kali diresmikan pada tahun 2017 melalui pembangunan Menara Samawa Nuansa Pondok Kelapa. Menara ini menyediakan hunian dalam beberapa tipe, seperti tipe studio dengan luas 21 m², tipe satu kamar tidur dengan luas 21 m², dan tipe dua kamar tidur dengan luas 35 m². Program ini menargetkan masyarakat dengan penghasilan di bawah Rp 7 juta per bulan, sesuai dengan Keputusan Gubernur Provinsi DKI Jakarta Nomor 855 Tahun 2019 tentang Batasan Penghasilan Penerima Manfaat Fasilitas Pembiayaan Perolehan Rumah Bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah. Melalui program ini, masyarakat yang memenuhi syarat dapat memperoleh fasilitas pembiayaan rumah dengan bunga tetap (fix rate) sebesar 5% dan jangka waktu maksimal 20 tahun.

Selain Menara Samawa Nuansa Pondok Kelapa, Perumda Pembangunan Sarana Jaya juga melanjutkan pembangunan tahap kedua dari Program Hunian Terjangkau melalui proyek Menara Kanaya di Nuansa Cilangkap dan Menara Swasana di Pondok Kelapa. Kedua menara ini diresmikan pada tahun 2022 dan menambah kapasitas hunian yang disediakan oleh Sarana Jaya bagi masyarakat berpenghasilan rendah di Jakarta. Dengan adanya proyek-proyek ini, diharapkan backlog perumahan di Jakarta dapat berkurang secara signifikan dan lebih banyak masyarakat yang bisa memiliki rumah dengan skema pembiayaan yang lebih ringan.

Namun, meskipun program ini telah diluncurkan, tantangan dalam pelaksanaannya tetap ada. Salah satu tantangan terbesar adalah bagaimana program ini bisa diterima oleh masyarakat dan bagaimana masyarakat bisa mendapatkan informasi yang tepat tentang program ini. Di sinilah peran penting dari strategic public relations dalam mensosialisasikan Program Hunian Terjangkau kepada masyarakat.

Menurut Sandra Oliver dalam bukunya *Strategic Public Relations*, PR strategis adalah pendekatan yang sistematis dan direncanakan untuk mengelola komunikasi antara organisasi dan publiknya dengan tujuan untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan dan meningkatkan citra serta reputasi organisasi. Dalam konteks Program Hunian Terjangkau, PR strategis berperan penting untuk memastikan bahwa informasi mengenai program ini dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat yang membutuhkan. PR juga bertanggung jawab untuk membangun kesadaran masyarakat tentang adanya program ini serta memberikan pemahaman yang jelas tentang bagaimana program ini dapat membantu mereka dalam memiliki rumah.

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh Sarana Jaya dalam mensosialisasikan Program Hunian Terjangkau mencakup berbagai kegiatan seperti media relations, public relations, marketing public relations, serta kegiatan corporate social responsibility (CSR). Melalui media relations, Sarana Jaya bekerja sama dengan berbagai media massa untuk menyebarluaskan informasi tentang program ini kepada masyarakat luas. Sementara itu, kegiatan public relations difokuskan pada upaya untuk membangun hubungan yang baik dengan masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya, serta menjaga citra positif perusahaan.

Dalam upaya sosialisasi program ini, Sarana Jaya juga menghadapi berbagai tantangan, seperti adanya pro dan kontra dari masyarakat terkait pembangunan hunian di Jakarta. Beberapa pihak merasa bahwa program ini tidak tepat sasaran atau hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi yang efektif untuk menghadapi isu-isu tersebut serta menjawab berbagai kekhawatiran yang ada di masyarakat.

Dengan strategi komunikasi yang tepat, diharapkan Program Hunian Terjangkau dapat mencapai tujuannya, yaitu menyediakan hunian yang layak dan terjangkau bagi masyarakat berpenghasilan rendah dan menengah di Jakarta. Selain itu, melalui pendekatan PR yang baik, Sarana Jaya dapat membangun citra positif di mata masyarakat dan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap program ini.

Secara keseluruhan, tantangan dalam penyediaan hunian di Jakarta merupakan masalah yang kompleks dan memerlukan solusi yang menyeluruh. Program Hunian Terjangkau adalah salah satu langkah yang diambil oleh pemerintah untuk mengatasi masalah ini, namun kesuksesannya sangat bergantung pada bagaimana program ini disosialisasikan kepada masyarakat dan bagaimana masyarakat dapat memanfaatkan program ini untuk memenuhi kebutuhan perumahan mereka.

Pada dasarnya, rumah tidak hanya berfungsi sebagai tempat tinggal dan perlindungan, tetapi juga sebagai pusat pendidikan keluarga dan tempat membina hubungan sosial. Oleh karena itu, memiliki hunian layak menjadi kebutuhan mendasar yang perlu dipenuhi oleh setiap individu, khususnya bagi warga Jakarta.

Pada tahun 2023, tantangan ekonomi global turut memengaruhi sektor properti, termasuk penyediaan hunian di Indonesia. Menteri Keuangan Republik Indonesia, dalam sebuah jurnal berjudul *Perekonomian Dunia Diprediksi Akan Dihantam Resesi Tahun 2023*, menyebutkan bahwa ancaman resesi global akibat ketegangan geopolitik serta disrupsi rantai pasok dunia berdampak pada perekonomian nasional (Mahdiyan, 2022). Kondisi ini menyebabkan banyak tantangan bagi perekonomian Indonesia, meskipun produk domestik bruto (PDB) menunjukkan tanda-tanda perbaikan. Namun, inflasi dan ketidakstabilan nilai tukar tetap menjadi tantangan besar yang harus diatasi.

Di tengah situasi ekonomi yang tidak menentu ini, kebutuhan akan hunian layak dan terjangkau semakin mendesak. Peningkatan populasi dan urbanisasi yang terus berlangsung menambah tekanan terhadap permintaan hunian, terutama di kota-kota besar seperti Jakarta. Pemerintah melalui berbagai kebijakan berupaya memberikan solusi atas masalah ini. Salah satu program yang diinisiasi adalah Program Hunian Terjangkau yang dikelola oleh Perumda Pembangunan Sarana Jaya, sebuah Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) DKI Jakarta. Program ini bertujuan untuk menyediakan rumah dan apartemen terjangkau bagi masyarakat berpenghasilan rendah dan menengah (MBR), serta mengurangi backlog perumahan yang ada.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini memiliki rumusan masalah, yaitu Bagaimana strategi public relations yang diterapkan oleh Perumda Pembangunan Sarana Jaya dalam mensosialisasikan Program Hunian Terjangkau di Jakarta, serta bagaimana efektivitasnya dalam meningkatkan kesadaran masyarakat, dan apa saja tantangan yang dihadapi selama pelaksanaan strategi tersebut?

Adapun tujuan penelitian ini adalah menganalisis strategi public relations yang diterapkan oleh Perumda Pembangunan Sarana Jaya dalam sosialisasi Program Hunian Terjangkau. Mengukur efektivitas strategi komunikasi yang digunakan dalam mencapai tujuan sosialisasi dan meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai program tersebut. Mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi public relations pada program ini. Mengevaluasi persepsi masyarakat terhadap Program Hunian Terjangkau setelah pelaksanaan sosialisasi.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat: Menambah pengetahuan dan literatur mengenai penerapan strategi public relations dalam program-program pemerintah atau BUMD, khususnya dalam sektor perumahan. Mengembangkan pemahaman tentang hubungan antara strategi komunikasi yang efektif dan penerimaan masyarakat terhadap program pemerintah.

Ada beberapa landasan teori yang terkait dengan dengan artikel ini, antara lain:

a. Government Public Relations (GPR)

Government Public Relations (GPR) adalah fungsi manajemen dalam lembaga pemerintahan yang bertujuan untuk mengelola hubungan dan komunikasi antara pemerintah dan publiknya. Teori ini menekankan bahwa PR pemerintah memiliki tanggung jawab untuk membangun komunikasi yang transparan, terbuka, dan saling menguntungkan antara pemerintah dan masyarakat.

Menurut Cutlip, Center, dan Broom dalam bukunya *Effective Public Relations* (Cutlip et al., 2006) GPR adalah bagian dari fungsi manajemen pemerintah yang bertujuan untuk membangun hubungan positif antara pemerintah dan publik. Mereka menyatakan bahwa PR pemerintah harus berfungsi sebagai alat untuk mengidentifikasi kebutuhan, keinginan, dan harapan masyarakat, dan kemudian menyalurkannya kepada pengambil kebijakan untuk perbaikan kebijakan yang lebih inklusif. Dalam konteks ini, GPR berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan pemerintah dan masyarakat,

memastikan bahwa kebijakan publik disusun berdasarkan pemahaman yang mendalam tentang pandangan dan aspirasi masyarakat. Lebih lanjut, mereka juga menyebutkan pentingnya komunikasi yang kredibel dan konsisten untuk menjaga kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah.

Menurut Grunig, PR pemerintah bertindak sebagai "jembatan" antara lembaga pemerintah dan masyarakat, dengan tujuan memperkuat kepercayaan publik, memperbaiki citra pemerintah, dan mendukung implementasi kebijakan publik (Grunig, 1984). Teori ini menyoroti pentingnya pemerintah dalam mengelola hubungan publik secara strategis agar kebijakan yang diambil dapat dipahami, diterima, dan didukung oleh masyarakat.

b. Excellence Theory of Public Relations:

Teori keunggulan dalam Public Relations (Excellence Theory) dikembangkan oleh James E. Grunig dan Todd Hunt selama penelitian yang dilakukan pada 1980-an hingga 1990-an. Teori ini merupakan salah satu teori paling komprehensif dalam studi public relations dan berfungsi sebagai panduan bagaimana organisasi dapat mencapai keunggulan dalam mengelola hubungan dengan publiknya. Teori ini berfokus pada penggunaan strategi komunikasi yang optimal dan menekankan pentingnya komunikasi yang efektif, transparan, dan berkelanjutan antara organisasi dan publik. Dalam konteks lembaga pemerintahan, teori ini sangat relevan dalam upaya pemerintah untuk membangun hubungan yang positif, terpercaya, dan produktif dengan masyarakatnya.

Salah satu prinsip utama dari Excellence Theory adalah pentingnya komunikasi dua arah yang simetris untuk mencapai keunggulan dalam public relations. Dalam model komunikasi ini, organisasi tidak hanya berperan sebagai pengirim informasi, tetapi juga sebagai penerima umpan balik dari publik. Grunig dan Hunt (Grunig, J. E., & Grunig, 2000) berpendapat bahwa organisasi yang efektif harus menggunakan model komunikasi ini untuk menciptakan dialog yang sejajar dan membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan dengan publiknya.

Penelitian sebelumnya yang relevan dengan strategi public relations telah dilakukan dalam berbagai konteks. Salah satu penelitian adalah studi oleh Elga Zultian dan Razie Razak (Zultian & Razak, 2023) yang menganalisis strategi public relations dari label musik indie Omah Record dalam mempromosikan musik di era digital. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, dan menemukan bahwa Omah Record menerapkan tahapan PR yang mencakup identifikasi masalah, perencanaan, aksi, dan evaluasi. Fokus utama dari penelitian ini adalah penerapan strategi PR di industri musik, terutama penggunaan media digital dan acara publik untuk memperluas jangkauan pasar musik indie. Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana sektor kreatif menggunakan PR untuk mempromosikan produk musik, namun terdapat perbedaan signifikan dengan penelitian yang akan dilakukan karena fokusnya pada sektor properti dan penyediaan hunian terjangkau. Studi ini sejalan dengan penelitian Djoko Waluyo (Waluyo, 2021) yang menekankan bahwa GPR harus mengadopsi teknologi digital yang relevan dengan generasi milenial. Keduanya menggarisbawahi pentingnya adaptasi terhadap era digital, tetapi masih kurang dalam mengeksplorasi strategi untuk program sosial langsung.

Penelitian lain oleh Nobel Rafly Ihza Samodra (Rafli, 2023) membahas strategi digital public relations yang diterapkan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Surakarta dalam mengatasi dampak pandemi Covid-19. Dalam penelitian ini, strategi digital PR yang diterapkan melalui media sosial untuk menyebarkan informasi mengenai penanganan pandemi dan kebijakan pemerintah Surakarta menjadi fokus utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial efektif dalam menyampaikan pesan yang tepat selama pandemi. Namun, penelitian ini terbatas pada konteks krisis kesehatan dan penggunaan media digital secara khusus, berbeda dengan penelitian yang diusulkan yang akan lebih luas dalam mencakup strategi komunikasi PR secara keseluruhan dalam konteks program sosial jangka panjang, yakni penyediaan hunian terjangkau.

Selain itu, penelitian Sandra Lutfi Afifah (Lutfi Afifah et al., 2021) yang meneliti strategi komunikasi public relations Pemerintah Provinsi Jawa Tengah melalui program 'Jogo Tonggo' juga memberikan wawasan mengenai peran PR dalam situasi krisis. Program ini dirancang untuk mendorong gotong royong masyarakat dalam menangani Covid-19 di komunitas lokal. Penelitian ini menemukan bahwa sinergi antara pemerintah daerah dan masyarakat sangat penting dalam keberhasilan program, meskipun terdapat hambatan seperti kejenuhan masyarakat akibat pandemi yang berkepanjangan. Penelitian ini relevan dalam konteks keterlibatan masyarakat, namun fokusnya masih terbatas pada penanganan pandemi dan konteks komunitas

lokal, berbeda dengan penelitian yang diusulkan yang fokus pada strategi PR untuk penyediaan hunian di perkotaan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Anandes Langguana (Langguana, 2023) berfokus pada analisis strategi komunikasi Government Public Relations (GPR) dalam kampanye Presidensi G20 Indonesia di era digital. Penelitian ini mengkaji bagaimana Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan memanfaatkan media sosial untuk menyosialisasikan program-program terkait G20, dengan fokus pada pendidikan dan budaya. Studi ini menggunakan analisis terhadap strategi komunikasi digital yang terstruktur berdasarkan Strategic Communication Plan oleh Diana Martinelli, dengan temuan bahwa media sosial seperti Instagram, YouTube, Twitter, dan Facebook digunakan secara efektif dalam menyebarkan informasi. Penelitian ini lebih menitikberatkan pada aspek digital PR dalam kampanye internasional yang dilaksanakan melalui platform daring.

Sementara itu, penelitian Triana Nurchayati (Nurchayati, 2020) membahas manajemen Government Public Relations dalam konteks pelayanan informasi publik, dengan studi komparasi antara Kementerian Keuangan dan Bank Indonesia. Fokus utama dari penelitian ini adalah bagaimana kedua lembaga ini melaksanakan kebijakan pelayanan informasi publik berdasarkan Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik No. 14 Tahun 2008. Penelitian ini menemukan bahwa Kementerian Keuangan lebih tanggap dan cepat dalam merespons perubahan kebijakan terkait keterbukaan informasi, sementara Bank Indonesia dinilai lebih lambat dalam mengadopsi perubahan tersebut. Penelitian ini memfokuskan pada kebijakan informasi, transparansi, dan manajemen informasi publik di kedua lembaga besar tersebut.

Penelitian oleh Erlinda Puspita Ningrum (Ningrum, 2020) dan Andre Ikhsano (Ikhsano & Stellarosa, 2020) berfokus pada peningkatan profesionalitas humas pemerintah melalui pelatihan dan keterampilan dalam manajemen media. Ningrum menemukan bahwa profesionalitas GPR dapat dicapai melalui pelatihan struktural dan sertifikasi, sementara Ikhsano menyarankan pentingnya keterampilan media management dalam menciptakan institusi kredibel di sektor peradilan. Meskipun keduanya membahas profesionalitas, penelitian ini tidak mencakup aspek penerapan langsung dalam program komunikasi sosial yang membutuhkan keterlibatan masyarakat.

Studi Trisnani (Trisnani, 2018) mengenai implementasi e-Government Public Relations di Jawa Timur dan Nusa Tenggara Barat menemukan bahwa penggunaan media sosial di kalangan ASN membantu meningkatkan pelayanan informasi publik, namun keterbatasan integrasi jaringan tetap menjadi hambatan utama. Hasil ini didukung oleh penelitian Amri Dunan (Dunan, 2020) yang menunjukkan bahwa media sosial meningkatkan interaktivitas antara pemerintah dan masyarakat, meskipun terdapat kendala dalam koordinasi lintas lembaga yang dapat mengurangi efektivitas komunikasi dua arah.

Penelitian oleh Ferdian dan Darwinsyah (Ferdian & Darwinsyah, 2022) tentang efektivitas GPR TV mengungkapkan bahwa meskipun televisi pemerintah menjadi sarana penting untuk menyebarkan informasi, khususnya di daerah terpencil, terdapat kendala dalam penyebaran informasi yang efektif di wilayah-wilayah tertentu. Hal ini menyoroti pentingnya pendekatan yang lebih beragam untuk menjangkau masyarakat di daerah yang belum terjangkau oleh internet.

Sugiyanto et al. (Sugiyanto et al., 2016) mengeksplorasi profesionalitas GPR di Indonesia dan menemukan bahwa kelembagaan dan persepsi negatif terhadap GPR masih menjadi tantangan besar dalam membangun kepercayaan publik. Penelitian ini memberikan perspektif penting dalam profesionalitas, tetapi tidak berfokus pada penerapan strategi komunikasi GPR dalam program sosial yang membutuhkan hubungan langsung dengan masyarakat.

Penelitian oleh Agung Laksamana (Laksamana, 2015) tentang profesi Public Relations di era digital menekankan bahwa peran PR kini tidak bisa lepas dari teknologi internet dan media sosial. Studi ini berfokus pada pentingnya digitalisasi dan profesionalitas, tetapi masih kurang membahas tentang implementasi di ranah lokal dalam program-program sosial yang melibatkan masyarakat langsung.

Dari kesemua penelitian ini, terdapat kesenjangan signifikan dalam kajian GPR di Indonesia yang berfokus pada penerapan komunikasi di tingkat lokal, terutama dalam konteks program sosial yang membutuhkan komunikasi langsung dan inklusif. Banyak penelitian menekankan aspek digital dan profesionalitas di institusi besar dan dalam kampanye krisis, tetapi kurang menyentuh pada strategi komunikasi yang melibatkan pendekatan tatap muka untuk menjangkau kelompok masyarakat berpenghasilan rendah. Oleh karena itu, penelitian ini akan mencoba menutup kesenjangan ini dengan

mengeksplorasi strategi komunikasi yang menggabungkan pendekatan digital dan langsung untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam program hunian terjangkau, menciptakan model GPR yang lebih responsif, inklusif, dan efektif dalam konteks lokal.

Dari penelitian-penelitian sebelumnya ini, gap yang diidentifikasi adalah bahwa sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada situasi krisis atau sektor-sektor spesifik seperti industri musik atau komunitas lokal, sedangkan penelitian yang diusulkan akan berfokus pada strategi public relations dalam program sosial jangka panjang yang lebih luas, yakni penyediaan hunian terjangkau di Jakarta. Penelitian ini juga akan mengevaluasi bagaimana strategi PR tersebut mempengaruhi penerimaan publik secara keseluruhan, khususnya di kalangan masyarakat berpenghasilan rendah dan menengah di Jakarta.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dibuat sejumlah pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- a. Bagaimana strategi public relations yang diterapkan oleh Perumda Pembangunan Sarana Jaya dalam mensosialisasikan Program Hunian Terjangkau kepada masyarakat di Jakarta?
- b. Bagaimana efektivitas strategi public relations tersebut dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap Program Hunian Terjangkau?
- c. Bagaimana tantangan yang dihadapi oleh Perumda Pembangunan Sarana Jaya dalam pelaksanaan strategi public relations untuk Program Hunian Terjangkau?

Pendekatan kualitatif bersifat induktif, di mana data dikumpulkan melalui wawancara dan observasi. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat memberikan pemahaman secara mendalam tentang strategi yang diterapkan oleh Sarana Jaya dalam program ini, serta dampaknya terhadap masyarakat DKI Jakarta. Program Hunian Terjangkau merupakan inisiatif penting untuk mengatasi permasalahan ketersediaan hunian bagi masyarakat berpenghasilan rendah dan menengah di perkotaan, khususnya di Jakarta. Kebutuhan akan hunian yang layak dan terjangkau terus meningkat seiring dengan pesatnya pertumbuhan penduduk dan kenaikan harga properti. Namun, tantangan dalam implementasi program ini bukan hanya soal pembangunan fisik, melainkan juga pentingnya strategi komunikasi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, membangun kepercayaan, dan mendorong partisipasi aktif. Urgensi peran Public Relations (PR) dalam Program Hunian Terjangkau ini sangat tinggi, mengingat PR menjadi penghubung antara pemerintah dan masyarakat. Melalui komunikasi yang tepat, PR Sarana Jaya dapat membantu mengedukasi publik mengenai manfaat program ini, syarat kepesertaan, serta mendorong pemahaman yang mendalam mengenai proses kepemilikan hunian. Tanpa strategi PR yang efektif, potensi program ini mungkin tidak akan terjangkau sepenuhnya oleh masyarakat sasaran.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian Penelitian ini menggunakan metode studi kasus, yang dipilih karena sifatnya yang memungkinkan peneliti untuk mengupas dan menganalisis secara mendalam suatu fenomena tertentu dalam konteks spesifik. Studi kasus adalah pendekatan yang memberikan fleksibilitas untuk menyelami berbagai aspek dalam situasi nyata yang kompleks. Dalam penelitian ini, metode studi kasus digunakan untuk mempelajari bagaimana strategi *public relations* yang diterapkan oleh Perumda Pembangunan Sarana Jaya dalam mensosialisasikan Program Hunian Terjangkau di Jakarta. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menelusuri berbagai dinamika yang terjadi di lapangan, mengidentifikasi tantangan yang dihadapi, serta menganalisis efektivitas strategi komunikasi yang dijalankan oleh Perumda.

Studi kasus memberikan ruang bagi peneliti untuk melakukan eksplorasi terhadap berbagai elemen penting yang memengaruhi hasil komunikasi. Dalam konteks penelitian ini, pendekatan studi kasus memungkinkan peneliti untuk tidak hanya menganalisis strategi komunikasi dari perspektif teoritis, tetapi juga memahami bagaimana strategi tersebut diterapkan dalam praktik nyata. Peneliti dapat menggali lebih dalam terkait proses perencanaan komunikasi, implementasi di lapangan, serta evaluasi terhadap keberhasilan atau hambatan yang terjadi. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai bagaimana strategi *public relations* dalam sosialisasi Program Hunian Terjangkau dirancang, diterapkan, dan disesuaikan dengan kondisi di lapangan.

Studi kasus adalah metode penelitian yang melibatkan analisis mendalam dan menyeluruh terhadap satu atau beberapa kasus dalam konteks dunia nyata (Yin, 2018). Tujuannya adalah untuk memahami kompleksitas dan kekhususan suatu fenomena, proses, atau perilaku tertentu dalam konteks aslinya. Studi

kasus sering digunakan dalam berbagai disiplin ilmu, termasuk ilmu sosial, kedokteran, pendidikan, dan bisnis.

Dengan menggunakan metode studi kasus, penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran mendetail mengenai bagaimana strategi komunikasi dijalankan, tetapi juga menawarkan wawasan yang lebih luas tentang bagaimana Perumda Pembangunan Sarana Jaya berupaya mengatasi tantangan dalam mensosialisasikan program besar seperti Program Hunian Terjangkau. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang dinamika komunikasi dalam program sosial, serta menawarkan rekomendasi praktis untuk peningkatan strategi komunikasi di masa mendatang.

Penelitian ini bersifat deskriptif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran rinci dan mendalam mengenai fenomena yang terjadi, khususnya terkait dengan strategi *public relations* yang diterapkan oleh Perumda Pembangunan Sarana Jaya dalam sosialisasi Program Hunian Terjangkau. Penelitian deskriptif berfungsi untuk menggambarkan berbagai elemen kunci dari fenomena yang diteliti, baik dari segi proses maupun hasil. Dalam konteks ini, penelitian tidak hanya berfokus pada analisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh pihak Perumda, tetapi juga menelaah secara mendalam bagaimana strategi tersebut dijalankan dalam realitas, termasuk tantangan dan hambatan yang dihadapi selama implementasi.

Tujuan utama dari penelitian deskriptif ini adalah untuk memberikan pemahaman yang jelas dan terperinci tentang bagaimana proses komunikasi terjadi dalam sosialisasi Program Hunian Terjangkau. Penelitian ini akan menjelaskan berbagai tahapan dalam implementasi strategi komunikasi, mulai dari perencanaan (*planning*), pelaksanaan (*implementation*), hingga evaluasi (*evaluation*) dari strategi *public relations* yang dilakukan oleh Perumda Pembangunan Sarana Jaya. Setiap tahap dalam proses ini akan dianalisis untuk mengetahui sejauh mana strategi yang direncanakan sesuai dengan implementasi di lapangan dan bagaimana efektivitas strategi tersebut dalam mencapai tujuan sosialisasi program.

Penelitian ini juga akan menggambarkan bagaimana interaksi antara Perumda Pembangunan Sarana Jaya dan masyarakat berlangsung dalam proses sosialisasi ini. Dalam upaya memahami keberhasilan dan tantangan dalam komunikasi, penelitian deskriptif ini akan menggali respons masyarakat terhadap program yang disosialisasikan, termasuk bagaimana masyarakat memahami program tersebut, kendala apa yang mungkin muncul dalam proses penerimaan informasi, dan bagaimana Perumda berusaha mengatasi tantangan yang ada.

Selain itu, penelitian ini akan mendokumentasikan berbagai bentuk komunikasi yang digunakan dalam proses sosialisasi, baik itu komunikasi melalui media massa, media sosial, acara publik, maupun komunikasi interpersonal dengan pihak-pihak terkait. Deskripsi yang komprehensif ini diharapkan dapat memberikan gambaran holistik tentang cara komunikasi dilakukan, efektivitas media yang digunakan, dan bagaimana pesan disampaikan serta diterima oleh masyarakat.

Dalam penelitian deskriptif ini, tantangan yang dihadapi Perumda Pembangunan Sarana Jaya dalam sosialisasi program juga akan digambarkan secara detail. Tantangan ini bisa mencakup berbagai aspek, seperti keterbatasan akses informasi oleh masyarakat, persepsi negatif terhadap program, atau kurangnya pemahaman mengenai manfaat program hunian terjangkau. Dengan menggambarkan tantangan ini, penelitian ini berupaya untuk memberikan wawasan tentang bagaimana strategi *public relations* dapat disesuaikan untuk mengatasi hambatan-hambatan yang ada, serta bagaimana strategi tersebut dapat ditingkatkan di masa mendatang.

Secara keseluruhan, penelitian ini berusaha memberikan gambaran lengkap dan komprehensif mengenai proses dan hasil dari strategi komunikasi yang diterapkan oleh Perumda Pembangunan Sarana Jaya dalam sosialisasi Program Hunian Terjangkau. Melalui pendekatan deskriptif, penelitian ini tidak hanya menganalisis efektivitas strategi komunikasi, tetapi juga memberikan wawasan tentang bagaimana tantangan dan hambatan di lapangan diatasi, serta bagaimana proses komunikasi dapat ditingkatkan untuk mencapai hasil yang lebih baik di masa mendatang.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yang berfungsi untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai fenomena sosial yang diteliti. Dalam konteks penelitian ini, data kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengungkap bagaimana strategi *public relations* yang diterapkan oleh Perumda Pembangunan Sarana Jaya dirancang dan diimplementasikan dalam mensosialisasikan Program Hunian Terjangkau, serta bagaimana strategi tersebut diterima oleh masyarakat yang menjadi target utama

program. Data ini bersifat non-numerik, artinya data yang dikumpulkan tidak dalam bentuk angka atau statistik, tetapi dalam bentuk narasi, deskripsi, dan teks yang kaya informasi.

Data kualitatif yang dikumpulkan dalam penelitian ini berasal dari beberapa sumber utama, yakni wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumen-dokumen terkait. Setiap sumber data ini memberikan kontribusi yang signifikan dalam menyusun gambaran yang komprehensif tentang bagaimana strategi *public relations* dijalankan, tantangan yang dihadapi, serta respons dari masyarakat.

Wawancara mendalam merupakan salah satu sumber data utama dalam penelitian ini. Wawancara dilakukan dengan berbagai pihak yang terlibat langsung dalam perancangan dan implementasi strategi *public relations*, seperti manajemen dan tim PR di Perumda Pembangunan Sarana Jaya, serta masyarakat yang menjadi sasaran Program Hunian Terjangkau. Peneliti melakukan wawancara dengan beberapa informan berikut ini:

- a. Agus Himawan, Direktur Utama Perumda Pembangunan Sarana Jaya, periode 2018 s.d 2023
- b. Bima Priya Santosa, Direktur Administrasi dan Keuangan, periode 2018 s.d 2023
- c. Indra Sukmono S. Arharrys, Direktur Pengembangan, periode 2018 s.d 2023
- d. Yadi Robby, Manajer Unit Sekretaris Perusahaan
- e. Tika Sarah Permata, Manager Komunikasi Perusahaan
- f. Labibah Zai, Asisten Manager Pemasaran
- g. Tommy, Ketua RW Hunian Terjangkau Menara Samawa
- h. Sammy, Koordinator Media Balai Kota DPRD Jakarta

Wawancara mendalam memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi pandangan, persepsi, pengalaman, dan pengetahuan dari para informan terkait bagaimana strategi komunikasi direncanakan dan dijalankan.

Informan dipilih berdasarkan peran dan keterlibatan langsung mereka dalam proses perencanaan, implementasi, dan evaluasi strategi komunikasi. Pemilihan tokoh-tokoh seperti Direktur Utama dan Manajer Komunikasi dilakukan untuk memahami perspektif eksekutif mengenai tujuan dan strategi komunikasi. Sementara itu, Ketua RW dan Koordinator Media DPRD dipilih untuk menggali pandangan masyarakat dan pemangku kepentingan yang menerima informasi program. Informan ini dianggap mewakili aspek komunikasi dari berbagai perspektif yang relevan dalam mengevaluasi strategi PR Sarana Jaya.

Melalui wawancara, peneliti dapat menggali detail tentang bagaimana strategi komunikasi disusun dari tahap perencanaan hingga implementasi, serta mengidentifikasi apa saja tantangan yang dihadapi di lapangan. Informasi yang diperoleh dari wawancara memberikan wawasan yang lebih personal dan mendalam tentang cara berpikir dan pengalaman dari pihak-pihak yang berperan penting dalam program tersebut. Selain itu, wawancara dengan masyarakat juga memberikan pemahaman langsung tentang bagaimana mereka menerima dan memahami pesan-pesan dari sosialisasi program, serta kendala apa saja yang mungkin mereka alami dalam menerima informasi terkait Program Hunian Terjangkau.

Observasi lapangan merupakan teknik pengumpulan data kualitatif yang memungkinkan peneliti untuk melihat langsung bagaimana fenomena sosial berlangsung di lapangan. Dalam konteks penelitian ini, Rr. Sri Yulianita Rianti sebagai peneliti yang juga selaku Manager Hubungan Stakeholder melakukan observasi sekaligus terlibat terhadap kegiatan-kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh Perumda Pembangunan Sarana Jaya. Observasi ini memungkinkan peneliti untuk melihat bagaimana strategi *public relations* dijalankan dalam situasi nyata, serta bagaimana pesan-pesan program disampaikan kepada masyarakat.

Peneliti juga melakukan observasi lapangan secara langsung terhadap berbagai kegiatan sosialisasi yang diselenggarakan oleh Perumda Pembangunan Sarana Jaya. Observasi ini memberikan kesempatan untuk melihat langsung proses komunikasi antara Perumda dan masyarakat, serta mencatat respons dan reaksi masyarakat terhadap program ini. Observasi lapangan ini juga membantu peneliti memahami bagaimana konteks sosial dan budaya dapat memengaruhi penerimaan informasi oleh masyarakat, serta mengidentifikasi praktik komunikasi yang efektif maupun yang perlu ditingkatkan.

Observasi juga memungkinkan peneliti untuk mencatat reaksi dan respons langsung dari masyarakat terhadap informasi yang diberikan. Ini memberikan wawasan penting tentang dinamika komunikasi di lapangan, termasuk interaksi antara pihak Perumda dan masyarakat, serta cara-cara komunikasi yang efektif dan kurang efektif dalam menyampaikan pesan-pesan program hunian terjangkau. Observasi lapangan juga

membantu peneliti untuk memahami konteks sosial dan budaya yang mungkin memengaruhi penerimaan informasi oleh masyarakat.

Dokumen-dokumen terkait strategi komunikasi dan Program Hunian Terjangkau juga menjadi sumber data yang penting dalam penelitian ini. Dokumen-dokumen tersebut mencakup rencana komunikasi publik, materi kampanye, laporan hasil sosialisasi, serta dokumentasi internal dari Perumda Pembangunan Sarana Jaya terkait pelaksanaan program. Analisis terhadap dokumen ini membantu peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih sistematis tentang strategi yang telah direncanakan dan dilaksanakan.

Dokumen yang dianalisis meliputi rencana komunikasi publik, materi kampanye, laporan sosialisasi, serta dokumentasi internal dari Perumda Pembangunan Sarana Jaya. Dokumen-dokumen ini memberikan pemahaman sistematis tentang strategi yang direncanakan, sasaran yang ingin dicapai, serta pesan utama dan media yang digunakan untuk diseminasi informasi. Selain itu, dokumen ini membantu peneliti menilai apakah strategi komunikasi yang telah direncanakan sesuai dengan implementasinya di lapangan, serta mengevaluasi keberhasilan program dari perspektif internal.

Dengan menganalisis dokumen-dokumen tersebut, peneliti dapat mengevaluasi apakah strategi komunikasi yang direncanakan sesuai dengan pelaksanaannya di lapangan, serta mengidentifikasi apakah terdapat kesenjangan antara rencana dan implementasi. Dokumen juga memberikan informasi yang lebih formal dan terstruktur mengenai tujuan komunikasi, sasaran yang dituju, pesan-pesan utama yang disampaikan, serta media yang digunakan untuk menyebarluaskan informasi. Selain itu, dokumen-dokumen ini memberikan gambaran tentang bagaimana keberhasilan atau tantangan program dilaporkan secara internal oleh Perumda, dan bagaimana hal ini memengaruhi strategi komunikasi yang digunakan di masa mendatang.

Data kualitatif yang dikumpulkan dari wawancara, observasi, dan dokumen tersebut bersifat deskriptif, artinya data ini memberikan gambaran rinci mengenai fenomena yang diteliti, yakni strategi public relations dalam sosialisasi Program Hunian Terjangkau. Melalui data non-numerik ini, peneliti dapat memahami bagaimana berbagai aktor dalam proses sosialisasi, baik dari pihak Perumda maupun masyarakat, merespon dan terlibat dalam proses komunikasi.

Data kualitatif memungkinkan peneliti untuk menangkap nuansa dan detail yang mungkin tidak dapat diungkapkan melalui data kuantitatif, seperti bagaimana persepsi masyarakat terhadap program, bagaimana tantangan komunikasi muncul di lapangan, serta bagaimana interaksi antara berbagai pihak terjalin dalam proses sosialisasi. Selain itu, data ini memungkinkan peneliti untuk melihat dinamika sosial yang memengaruhi keberhasilan atau kegagalan strategi komunikasi, termasuk faktor-faktor sosial, budaya, dan ekonomi yang berperan penting dalam penerimaan informasi oleh masyarakat.

Pendekatan kualitatif juga memberikan fleksibilitas bagi peneliti untuk menjelajahi tema-tema yang muncul selama proses pengumpulan data, serta untuk mendalami topik-topik tertentu yang mungkin tidak teridentifikasi pada tahap awal penelitian. Oleh karena itu, jenis data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini sangat penting untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang bagaimana strategi komunikasi *public relations* diterapkan dalam konteks spesifik Program Hunian Terjangkau dan bagaimana strategi tersebut diterima oleh masyarakat yang menjadi sasaran.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis tematik. Data kualitatif yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumen akan dianalisis secara sistematis untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul terkait strategi *public relations* dan tantangan yang dihadapi dalam sosialisasi Program Hunian Terjangkau. Proses analisis data meliputi beberapa langkah:

- a. Pengumpulan Data: Setelah data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen, data akan ditranskrip dan disusun secara sistematis.
- b. Koding Data: Data yang telah ditranskrip akan diberi kode berdasarkan kategori-kategori yang relevan dengan pertanyaan penelitian. Kode ini akan membantu peneliti dalam mengidentifikasi pola-pola yang muncul dalam data.
- c. Identifikasi Tema: Setelah pengkodean, peneliti akan mengidentifikasi tema-tema utama yang berkaitan dengan strategi *public relations*, efektivitasnya, serta tantangan yang dihadapi.
- d. Penarikan Kesimpulan: Berdasarkan tema-tema yang telah diidentifikasi, peneliti akan menarik kesimpulan mengenai strategi *public relations* yang diterapkan oleh Perumda Pembangunan Sarana Jaya, tantangan yang dihadapi, dan bagaimana strategi tersebut memengaruhi persepsi dan pemahaman masyarakat tentang Program Hunian Terjangkau.

Dengan menggunakan analisis tematik, penelitian ini akan memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana strategi komunikasi berjalan dalam konteks program sosial besar seperti penyediaan hunian terjangkau, serta mengeksplorasi tantangan yang muncul dalam pelaksanaannya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Berdasarkan wawancara dengan delapan informan yang terlibat dalam Program Hunian Terjangkau Perumda Pembangunan Sarana Jaya, didapatkan berbagai pandangan yang memberikan gambaran jelas mengenai strategi, tantangan, dan dampak dari program ini.

Saluran Komunikasi: Berdasarkan wawancara dengan Agus Himawan (Direktur Utama), Tika Sarah Permata (Manager Komunikasi), dan Labibah Zai (Asisten Manager Pemasaran), strategi komunikasi dan pemasaran yang diterapkan oleh Sarana Jaya menggabungkan saluran digital (media sosial dan website) dengan saluran tradisional (media cetak dan elektronik). Selain itu, pendekatan langsung seperti pameran dan roadshow dilakukan untuk menjangkau masyarakat lebih luas. Strategi ini bertujuan untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan mudah dipahami oleh target audiens, serta merespons pertanyaan dan keluhan masyarakat secara real-time.

Pendekatan Sosialisasi Tatap Muka: Selain media digital, Sarana Jaya menggunakan pameran perumahan dan roadshow sebagai metode komunikasi langsung. Melalui pendekatan ini, masyarakat dapat berinteraksi langsung dengan tim PR Sarana Jaya, memungkinkan penyampaian informasi secara lebih rinci tentang persyaratan dan manfaat program. Penggunaan roadshow dan pameran menunjukkan upaya Sarana Jaya untuk mengedukasi masyarakat secara tatap muka, yang sesuai dengan prinsip komunikasi dua arah dalam Excellence Theory.

a. Strategi Komunikasi dan Pemasaran:

- 1) Agus Himawan (Direktur Utama), Tika Sarah Permata (Manager Komunikasi), dan Labibah Zai (Asisten Manager Pemasaran) menjelaskan bahwa strategi komunikasi dan pemasaran yang diterapkan menggabungkan saluran digital (media sosial dan website) dengan saluran tradisional (media cetak dan elektronik). Pendekatan langsung melalui pameran dan roadshow juga dilakukan untuk menjangkau masyarakat lebih luas. Strategi ini difokuskan pada penyebaran informasi yang mudah dipahami, serta merespons pertanyaan dan keluhan masyarakat secara real-time.
- 2) Sarana Jaya juga bekerja sama dengan lembaga perbankan untuk menawarkan skema pembiayaan yang lebih terjangkau, dengan target untuk mempermudah akses hunian bagi masyarakat berpenghasilan rendah.

b. Respons Masyarakat dan Tantangan:

- 1) Informan seperti Tommy (RW Menara Samawa) dan Indra Sukmono (Direktur Pengembangan) mencatat bahwa respons masyarakat terhadap program ini umumnya sangat positif, terutama karena program ini memberikan kesempatan bagi mereka yang kesulitan mendapatkan hunian dengan harga terjangkau di Jakarta. Namun, ada beberapa tantangan yang muncul, seperti proses administrasi yang dianggap rumit dan kurangnya pemahaman masyarakat terkait skema pembiayaan. Beberapa masyarakat juga masih menghadapi kendala dalam mengajukan kredit ke bank.
- 2) Tantangan lainnya mencakup keterbatasan unit yang tersedia dibandingkan dengan tingginya permintaan, serta penyebaran informasi yang sulit dijangkau di area-area dengan akses teknologi terbatas.

c. Dampak Strategi Komunikasi:

Bima Priya Santosa (Direktur Keuangan) dan Indra Sukmono melaporkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat tentang program ini. Hal ini terbukti dari meningkatnya jumlah pendaftar dan minat masyarakat untuk mengikuti program. Selain itu, strategi komunikasi juga berhasil membangun citra positif Sarana Jaya di mata publik.

d. Kolaborasi dengan Media:

- 1) Sammy (Koordinator Media DPRD Jakarta) mengungkapkan bahwa media memiliki peran penting dalam membangun citra positif program ini. Media cenderung memberikan sorotan positif terhadap program ini, meskipun ada juga kritik atau kekhawatiran terkait implementasi yang diberitakan. Sarana Jaya proaktif bekerja sama dengan media, memastikan informasi yang akurat

disampaikan kepada masyarakat, terutama melalui acara-acara peresmian dan kegiatan komunikasi publik lainnya.

- 2) Media juga memainkan peran penting dalam memberikan ruang bagi masyarakat untuk menyuarakan keluhan mereka, sehingga Sarana Jaya dapat mengetahui masalah yang dihadapi warga dan mengambil langkah perbaikan yang tepat.

e. Peran Sarana Jaya dalam Kehidupan Sosial dan Infrastruktur:

Selain menyediakan hunian, Sarana Jaya juga berperan aktif dalam mendukung kehidupan sosial warga di kompleks hunian seperti Menara Samawa. Sarana Jaya mengelola fasilitas umum dan secara rutin mengadakan pertemuan dengan warga untuk memastikan kebutuhan dan masalah yang ada di lingkungan dapat teratasi. RW seperti Tommy juga berperan aktif dalam menyebarkan informasi program kepada warga melalui rapat warga dan forum komunitas.

Sebagai bagian dari pengamatan, peneliti juga terlibat dalam proses ground breaking dan peresmian hunian, yang menjadi momen penting untuk membangun citra positif perusahaan. Acara-acara ini melibatkan berbagai stakeholder seperti pemerintah daerah, media, dan masyarakat luas. Perumda Sarana Jaya memanfaatkan momen ini untuk menyampaikan keberhasilan program kepada publik dan menunjukkan komitmen mereka dalam mengatasi backlog perumahan di DKI Jakarta.

Hasil Observasi:

a. Strategi Public Relations:

Sosialisasi dilakukan melalui berbagai media, baik digital maupun tradisional. Pesan-pesan utama seperti keuntungan DP 0 Rupiah dan skema cicilan yang terjangkau disampaikan dengan jelas kepada target audiens.

b. Kegiatan Tatap Muka:

Roadshow, pameran hunian, dan acara ground breaking menjadi sarana efektif untuk mendekatkan program kepada masyarakat. Peneliti mencatat bahwa keterlibatan langsung dengan calon pembeli memberikan ruang untuk menjelaskan lebih rinci mengenai prosedur dan manfaat program.

c. Penggunaan Media Sosial:

Media sosial seperti Instagram, Twitter, dan Facebook menjadi platform utama untuk menjangkau kalangan yang lebih luas, terutama generasi muda. Strategi ini dinilai sangat efektif dalam menyebarkan informasi dan merespons pertanyaan dengan cepat.

d. Antisipasi Pertanyaan dari Publik:

Pertanyaan seputar proses pendaftaran, syarat administratif, serta rincian pembiayaan menjadi topik utama yang dihadapi oleh tim public relations. Penggunaan FAQ yang disiapkan sebelumnya membantu tim untuk memberikan jawaban yang jelas dan tepat waktu, mengurangi kebingungan di masyarakat.

e. Tantangan dalam Sosialisasi:

Peneliti juga mencatat adanya tantangan, seperti keterbatasan informasi di area yang memiliki akses terbatas terhadap teknologi digital dan persepsi negatif yang masih muncul di beberapa media. Meskipun demikian, strategi proaktif dengan bekerja sama dengan media dan melakukan klarifikasi segera terhadap berita negatif berhasil menjaga reputasi program.

Pembahasan hasil wawancara, observasi, dan kajian dokumen berita ini akan dijelaskan dengan landasan Excellence Theory of Public Relations (PR) yang dikembangkan oleh James E. Grunig dan Todd Hunt, terutama pada penerapan model Two-Way Symmetrical. Model ini menekankan pentingnya komunikasi dua arah yang sejajar antara organisasi (dalam hal ini, Perumda Pembangunan Sarana Jaya) dan masyarakat, untuk mencapai hubungan yang saling menguntungkan dan terbuka.

Dari hasil wawancara dengan delapan informan yang terdiri dari para pejabat dan tim di Perumda Pembangunan Sarana Jaya, terlihat jelas bahwa strategi komunikasi yang diterapkan dalam sosialisasi Program Hunian Terjangkau mencerminkan unsur-unsur penting dari model Two-Way Symmetrical. Mereka mengutamakan komunikasi yang terbuka dengan publik melalui berbagai kanal komunikasi, baik media digital maupun tatap muka langsung. Tim komunikasi juga menekankan pentingnya umpan balik dari masyarakat untuk memperbaiki strategi komunikasi dan memastikan program berjalan sesuai harapan masyarakat.

Hasil wawancara dengan delapan informan dari Perumda Pembangunan Sarana Jaya mengungkapkan beberapa hal penting terkait strategi komunikasi dan implementasi Program Hunian Terjangkau. Pembahasan

ini akan dianalisis dengan menggunakan landasan Excellence Theory of Public Relations dan Government Public Relations (GPR).

a. Manfaat Program Hunian Terjangkau (Agus Himawan, Direktur Utama)

Berdasarkan hasil wawancara, Agus Himawan menyatakan bahwa Program Hunian Terjangkau bertujuan untuk memberikan akses kepada masyarakat berpenghasilan rendah dan menengah untuk memiliki hunian yang layak di Jakarta. Ini merupakan bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan untuk membantu pemerintah dalam mengatasi backlog perumahan di Jakarta.

Dalam konteks Excellence Theory, pendekatan yang digunakan dalam program ini bisa diidentifikasi dalam model Public Information karena fokusnya adalah pada penyebaran informasi akurat kepada publik. Program ini ditujukan untuk memberikan solusi nyata bagi kebutuhan masyarakat tanpa adanya upaya manipulasi publik. Namun, elemen komunikasi dua arah juga terlihat dari adanya proses verifikasi dan seleksi calon penerima yang menunjukkan unsur model Two-Way Symmetrical. Melalui proses ini, ada interaksi langsung dengan publik yang memastikan program ini berjalan dengan tepat sasaran.

b. Pandangan Masyarakat dan Strategi Komunikasi (Bima Priya Santosa, Direktur Administrasi dan Keuangan)

Bima Priya menjelaskan bahwa masyarakat menyambut baik program ini, terutama setelah adanya strategi komunikasi yang efektif dari tim PR. Media sosial dan komunikasi langsung melalui pameran perumahan membantu masyarakat lebih memahami manfaat dari program ini.

Pendekatan komunikasi yang diterapkan oleh tim PR Sarana Jaya sangat selaras dengan model Two-Way Symmetrical dalam Excellence Theory. Tim komunikasi tidak hanya memberikan informasi kepada masyarakat, tetapi juga mendengarkan umpan balik dari mereka untuk memperbaiki strategi. Ini menunjukkan adanya keseimbangan antara kepentingan organisasi dan kepentingan publik, yang merupakan inti dari model ini. Dalam konteks GPR, strategi ini berfungsi untuk menjaga transparansi pemerintah dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam memahami dan mendukung program yang ditawarkan.

c. Proses Peminatan dan Pengajuan KPR (Indra Sukmono S. Arharrys, Direktur Pengembangan)

Indra Sukmono menjelaskan bahwa masyarakat melihat program ini sebagai solusi untuk memiliki hunian yang terjangkau, meskipun ada tantangan terkait keterbatasan unit yang tersedia. Strategi komunikasi yang efektif telah membantu masyarakat dalam memahami proses pengajuan permohonan KPR dan persyaratan yang diperlukan.

Dalam Excellence Theory, komunikasi dua arah terlihat dalam bagaimana tim PR memfasilitasi komunikasi antara Sarana Jaya dan masyarakat selama proses pengajuan KPR. Komunikasi ini tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga interaktif, di mana masyarakat dapat bertanya dan mendapatkan klarifikasi terkait persyaratan dan prosedur yang berlaku. Ini sesuai dengan model Two-Way Symmetrical, di mana organisasi mendengarkan dan menanggapi kekhawatiran publik secara terbuka. Dalam kerangka GPR, ini juga mendukung fungsi pemerintah dalam memastikan program yang diluncurkan tepat sasaran dan mendapat dukungan dari masyarakat.

d. Sosialisasi Program dan Kendala (Yadi Robby, Manajer Unit Sekretaris Perusahaan)

Yadi Robby menjelaskan bahwa sosialisasi program dilakukan melalui berbagai media, seperti media sosial, website, dan acara publik. Kendala yang dihadapi dalam sosialisasi antara lain adalah birokrasi yang rumit dan tantangan pembiayaan bagi calon pembeli.

Strategi yang diterapkan oleh Unit Sekretaris Perusahaan sangat konsisten dengan model Two-Way Symmetrical dalam Excellence Theory. Mereka berupaya mendengarkan umpan balik masyarakat terkait kendala yang mereka hadapi, seperti masalah pembiayaan dan administrasi. Umpan balik ini kemudian digunakan untuk memperbaiki prosedur dan meningkatkan efektivitas program. Dalam konteks GPR, ini menunjukkan bahwa pemerintah melalui Sarana Jaya berupaya untuk merespons kekhawatiran masyarakat secara aktif, dengan tujuan meningkatkan kepercayaan publik dan transparansi dalam pelaksanaan program.

e. Strategi Komunikasi Perusahaan (Tika Sarah Permata, Manager Komunikasi Perusahaan)

Tika Sarah mengungkapkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan mencakup penggunaan media sosial dan pameran untuk mendekatkan program kepada masyarakat. Selain itu, tim komunikasi juga berperan dalam merespons pemberitaan negatif dan menjaga transparansi informasi.

Pendekatan ini sejalan dengan model Two-Way Symmetrical, di mana Sarana Jaya tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mendengarkan dan merespons masukan dari publik. Mereka memastikan bahwa informasi yang disampaikan relevan dan akurat, sekaligus merespons setiap isu negatif yang muncul. Dalam GPR, respons yang cepat terhadap isu-isu yang muncul di media menjadi kunci untuk menjaga citra positif pemerintah, serta memastikan kepercayaan publik tetap terjaga.

f. Strategi Pemasaran dan Kerjasama (Labibah Zai, Asisten Manager Pemasaran)

Labibah Zai menjelaskan bahwa strategi pemasaran yang digunakan melibatkan kolaborasi dengan tim komunikasi perusahaan dan lembaga perbankan untuk memastikan program berjalan lancar. Tantangan utama adalah mengedukasi masyarakat terkait skema pembiayaan.

Dalam Excellence Theory, pendekatan ini mengandung unsur Two-Way Asymmetrical, di mana ada komunikasi dua arah, tetapi fokusnya adalah pada kepentingan organisasi, yaitu untuk meningkatkan pemahaman masyarakat dan minat terhadap program. Meskipun demikian, ada elemen yang mendekati Two-Way Symmetrical, khususnya dalam upaya untuk merespons kebutuhan masyarakat dengan menyediakan informasi yang relevan dan edukatif. Dalam GPR, kolaborasi lintas unit ini menjadi sangat penting untuk memastikan program berjalan dengan efektif dan informasi sampai ke publik dengan benar.

g. Peran Warga dan Dukungan (Tommy, RW Hunian Terjangkau Menara Samawa)

Tommy menyatakan bahwa warga di Menara Samawa sangat terbantu dengan adanya Program Hunian Terjangkau, meskipun beberapa warga merasa kesulitan dengan proses administrasi. Sebagai pengurus RW, ia mendukung penuh sosialisasi program dan membantu warga dalam memahami persyaratan yang diperlukan.

Dalam konteks Excellence Theory, pendekatan ini sejalan dengan model Public Information, di mana Sarana Jaya berusaha menyampaikan informasi yang akurat dan faktual kepada warga. Namun, aspek Two-Way Symmetrical juga terlihat dari bagaimana warga memberikan umpan balik terkait kesulitan administrasi, yang kemudian dijadikan bahan evaluasi oleh Sarana Jaya. Dalam GPR, keterlibatan langsung warga dalam membantu proses sosialisasi memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat, serta meningkatkan partisipasi publik dalam program pemerintah.

h. Peran Media dan Dukungan (Sammy, Koordinator Media Balai Kota DPRD Jakarta)

Sammy menjelaskan bahwa media memegang peran penting dalam menyebarkan informasi mengenai Program Hunian Terjangkau. Media juga berfungsi sebagai saluran untuk mengkomunikasikan tantangan yang dihadapi oleh masyarakat terkait program ini.

Pendekatan ini menunjukkan model Public Information, di mana media digunakan sebagai saluran utama untuk menyebarkan informasi kepada publik. Namun, Sarana Jaya juga menerapkan elemen Two-Way Symmetrical dengan menjalin hubungan yang baik dengan media, merespons pertanyaan, dan mengklarifikasi isu-isu yang muncul. Dalam GPR, media berfungsi sebagai jembatan penting antara pemerintah dan masyarakat, memungkinkan pemerintah untuk menjaga transparansi dan responsivitas terhadap kebutuhan publik.

Berdasarkan analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa Perumda Pembangunan Sarana Jaya menerapkan beberapa model komunikasi dalam Excellence Theory dan Government Public Relations. Mereka mengadopsi Two-Way Symmetrical dalam banyak aspek, terutama dalam mendengarkan dan merespons umpan balik publik, serta menjaga komunikasi yang terbuka dan transparan. Strategi ini telah membantu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap program Hunian Terjangkau dan memastikan bahwa program tersebut relevan dengan kebutuhan publik. Dalam konteks GPR, pendekatan komunikasi yang efektif ini mendukung pemerintah dalam membangun citra positif, mengelola krisis informasi, dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program pemerintah.

Hasil Observasi: Rr. Sri Yulianita Rianti sebagai peneliti sekaligus Manager Hubungan Stakeholder juga melakukan observasi langsung terhadap kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh Sarana Jaya. Dalam observasinya, terlihat bahwa Perumda Pembangunan Sarana Jaya secara aktif terlibat dengan masyarakat

melalui pameran perumahan dan roadshow, serta memanfaatkan media digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Pada kegiatan sosialisasi ini, Sarana Jaya memastikan bahwa masyarakat tidak hanya diberikan informasi tentang Program Hunian Terjangkau, tetapi juga dilibatkan secara aktif dalam dialog mengenai persyaratan, proses pengajuan, dan manfaat program. Masyarakat dapat mengajukan pertanyaan, memberikan umpan balik, dan menyampaikan harapan atau kekhawatiran mereka. Hal ini mencerminkan upaya Sarana Jaya untuk mengimplementasikan komunikasi dua arah yang simetris, di mana mereka tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi tetapi juga mendengarkan aspirasi masyarakat.

Kajian Dokumen Berita: Dokumen media monitoring menunjukkan bahwa pemberitaan mengenai Program Rumah DP 0 Rupiah sebagian besar bersifat positif, mencerminkan respons masyarakat yang antusias terhadap program ini. Liputan media yang positif ini menunjukkan bahwa Sarana Jaya telah berhasil membangun citra yang baik melalui strategi komunikasi yang efektif.

Pemberitaan mengenai verifikasi data, fasilitas rumah, dan tingginya minat masyarakat menunjukkan bahwa Sarana Jaya juga proaktif dalam menjaga komunikasi yang transparan dengan media dan masyarakat. Kerjasama dengan media yang baik ini menjadi salah satu cara Sarana Jaya untuk memastikan pesan yang disampaikan tidak hanya akurat, tetapi juga sampai kepada khalayak yang tepat. Dalam konteks teori PR, kerjasama media ini dapat dikaitkan dengan penggunaan model *Two-Way Symmetrical*, di mana media berperan sebagai saluran komunikasi yang memperkuat dialog antara organisasi dan publik.

Dari uraian di atas, berikut ini adalah jawaban atas 3 identifikasi masalah yang ditentukan dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Bagaimana strategi public relations yang diterapkan oleh Perumda Pembangunan Sarana Jaya dalam mensosialisasikan Program Hunian Terjangkau kepada masyarakat di Jakarta?

Excellence Theory menekankan pentingnya model komunikasi yang simetris dan interaktif antara organisasi dan publiknya. Dalam konteks wawancara, strategi PR Sarana Jaya lebih mendekati *Two-Way Symmetrical Model*—sebuah model komunikasi yang ideal di mana dialog terbuka antara perusahaan dan masyarakat dilakukan secara timbal balik. Hal ini terlihat dari peran *Manager Komunikasi Perusahaan*, Tika Sarah Permata, yang menyampaikan bahwa Sarana Jaya menggunakan berbagai saluran komunikasi, seperti media cetak, media sosial, dan roadshow, untuk menyebarkan informasi secara efektif. Mereka juga secara aktif mendengarkan umpan balik dari masyarakat melalui media digital dan pameran, memungkinkan adanya dialog dua arah yang terbuka.

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti, terlihat bahwa Sarana Jaya juga melibatkan masyarakat dalam berbagai kegiatan sosialisasi yang interaktif, seperti pameran dan diskusi langsung. Dengan melibatkan masyarakat dalam proses dialog ini, Sarana Jaya mempraktikkan komunikasi yang lebih partisipatif, bukan hanya menyampaikan informasi satu arah, tetapi juga menerima dan menindaklanjuti masukan yang diterima. Ini sangat sejalan dengan prinsip *Two-Way Symmetrical* dalam *Excellence Theory*.

Government Public Relations (GPR), yang berfungsi sebagai jembatan antara pemerintah dan masyarakat, juga tercermin dalam strategi Sarana Jaya. Mereka berkolaborasi dengan media dan menggunakan pendekatan langsung untuk menjangkau publik yang lebih luas, termasuk masyarakat yang memiliki keterbatasan akses teknologi. Kerjasama ini menguatkan upaya Sarana Jaya dalam membangun komunikasi yang lebih inklusif dan efektif dengan masyarakat DKI Jakarta.

- b. Bagaimana efektivitas strategi public relations tersebut dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap Program Hunian Terjangkau?

Berdasarkan hasil penelitian, strategi PR Sarana Jaya terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terkait Program Hunian Terjangkau. Direktur Pengembangan, Indra Sukmono, menyebutkan bahwa masyarakat mulai memahami manfaat dan proses pendaftaran program berkat komunikasi yang terbuka dan penggunaan media yang luas. Strategi komunikasi yang terarah dan konsisten membantu meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai persyaratan dan manfaat program ini.

Dalam *Excellence Theory*, salah satu kriteria keunggulan dalam PR adalah transparansi dan komunikasi yang berkelanjutan. Sarana Jaya, melalui berbagai inisiatif PR mereka, mampu menyebarkan informasi dengan transparan, terutama mengenai fasilitas, skema pembiayaan, dan cara mendaftar. Hal

ini didukung dengan pemberitaan positif yang dihasilkan dari kerjasama media. Dalam media monitoring, liputan terkait Program DP 0 menunjukkan bahwa strategi PR Sarana Jaya berhasil mengatasi keraguan masyarakat dan menjadikan program ini lebih dikenal.

GPR menekankan pentingnya pemerintah dalam membangun citra positif dan kredibilitas di mata masyarakat. Sarana Jaya telah berhasil memanfaatkan berbagai saluran komunikasi untuk membangun citra program yang positif. Dengan adanya liputan media yang positif dan kolaborasi dengan pemerintah daerah, Sarana Jaya mampu membangun kepercayaan dan meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai program hunian terjangkau ini.

- c. Bagaimana tantangan yang dihadapi oleh Perumda Pembangunan Sarana Jaya dalam pelaksanaan strategi public relations untuk Program Hunian Terjangkau?

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa salah satu tantangan utama yang dihadapi Sarana Jaya adalah kurangnya pemahaman masyarakat mengenai skema pembiayaan dan persyaratan administrasi program. Tommy, Ketua RW di Menara Samawa, menyatakan bahwa proses pendaftaran dianggap rumit oleh beberapa warga, sehingga menimbulkan kesulitan dalam mengakses program. Selain itu, Labibah Zai, Asisten Manager Pemasaran, menyebutkan tantangan dalam menjangkau masyarakat berpenghasilan rendah di daerah yang kurang terjangkau teknologi digital.

Dalam *Excellence Theory*, tantangan ini menunjukkan bahwa meskipun Sarana Jaya telah menerapkan model komunikasi yang cukup efektif, ada kebutuhan untuk memperkuat aksesibilitas informasi bagi masyarakat yang lebih sulit dijangkau. *Two-Way Symmetrical Model* mendorong pentingnya dialog seimbang dan saling mendengarkan, termasuk mendengarkan kendala yang dihadapi masyarakat. Sarana Jaya perlu lebih aktif dalam memahami hambatan-hambatan tersebut dan mencari cara untuk mempermudah proses administrasi dan komunikasi yang lebih inklusif.

Selain itu, tantangan ini juga berkaitan dengan *GPR*, di mana PR pemerintah harus memastikan bahwa komunikasi bersifat inklusif, mencakup semua lapisan masyarakat, dan menanggapi krisis informasi dengan cepat. Sarana Jaya perlu memperkuat mekanisme penyampaian informasi bagi masyarakat yang tidak memiliki akses mudah ke teknologi digital, misalnya dengan lebih banyak melakukan sosialisasi langsung di lapangan.

Excellence Theory, terutama model *Two-Way Symmetrical*, menekankan pentingnya komunikasi dua arah yang seimbang dan saling menguntungkan. Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan kajian dokumen, terlihat bahwa Sarana Jaya telah mengadopsi prinsip-prinsip ini dalam menjalankan strategi public relations mereka. Mereka berupaya untuk membangun dialog yang aktif dengan masyarakat, baik melalui media sosial, pameran, maupun roadshow, serta mendengarkan umpan balik dari masyarakat secara langsung. Ini membantu Sarana Jaya menyesuaikan strategi mereka agar lebih relevan dan efektif dalam mencapai tujuan program, yaitu mengatasi backlog perumahan dan menyediakan hunian terjangkau bagi masyarakat Jakarta.

Selain itu, dengan mengutamakan komunikasi dua arah, Sarana Jaya tidak hanya berusaha mempromosikan program mereka, tetapi juga berusaha membangun kepercayaan dan transparansi dengan masyarakat. Hal ini terlihat dari bagaimana mereka merespons kekhawatiran masyarakat terkait lokasi hunian, persyaratan administrasi, serta proses kredit perbankan.

Tabel 1. Jawaban atas identifikasi masalah

Identifikasi Masalah	Temuan Utama (Wawancara, Observasi, Kajian Dokumen)	Analisis Berdasarkan Excellence Theory & GPR	Pembahasan
1. Bagaimana strategi public relations yang diterapkan oleh Perumda Pembangunan Sarana Jaya dalam mensosialisasikan Program Hunian Terjangkau kepada masyarakat di Jakarta?	- Strategi komunikasi yang diterapkan melibatkan penggunaan media sosial, website, pameran perumahan, dan roadshow. - Sarana Jaya menggunakan media digital secara efektif untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas (Tika Sarah Permata Manager Komunikasi Perusahaan).	Excellence Theory (<i>Two-Way Symmetrical Model</i>): Sarana Jaya mempraktikkan komunikasi dua arah melalui saluran digital dan tatap muka, sejalan dengan model <i>Two-Way Symmetrical</i> . Komunikasi ini bersifat timbal balik, di mana masyarakat dapat memberikan umpan balik dan organisasi masyarakat.	Sarana Jaya telah menerapkan strategi komunikasi yang sesuai dengan <i>Two-Way Symmetrical Model</i> . Mereka memanfaatkan berbagai kanal komunikasi untuk menyebarkan informasi dan membangun dialog dua arah dengan masyarakat. Kerjasama

Identifikasi Masalah	Temuan Utama (Wawancara, Observasi, Kajian Dokumen)	Analisis Berdasarkan Excellence Theory & GPR	Pembahasan
	3. Dialog interaktif dengan masyarakat melalui pameran dan diskusi tatap muka. 4. Masyarakat terlibat dalam proses komunikasi, termasuk umpan balik terkait program (Yadi Robby, Manajer Unit Sekretaris Perusahaan).	menanggapinya secara terbuka. GPR: Sarana Jaya berfungsi sebagai jembatan antara pemerintah dan masyarakat, melibatkan masyarakat secara aktif dalam proses sosialisasi, serta memastikan pesan-pesan kunci tersampaikan dengan efektif.	dengan media juga memainkan peran penting dalam menjaga transparansi dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap Program Hunian Terjangkau.
2. Bagaimana efektivitas strategi public relations tersebut dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap Program Hunian Terjangkau?	1. Strategi komunikasi berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat tentang program ini, terutama melalui penggunaan media sosial dan pameran perumahan. 2. Program Hunian Terjangkau semakin dikenal oleh masyarakat, terbukti dari liputan media yang sebagian besar positif (Indra Sukmono S. Arharrys, Direktur Pengembangan). 3. Masyarakat lebih memahami persyaratan dan manfaat program, meskipun masih ada beberapa kesulitan dalam proses administrasi (Labibah Zai, Asisten Manager Pemasaran).	Excellence Theory: Strategi PR yang diterapkan oleh Sarana Jaya telah meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat. Komunikasi berkelanjutan yang diterapkan Sarana Jaya sejalan dengan model Public Information dan Two-Way Symmetrical. Komunikasi yang efektif dan terbuka telah membantu meningkatkan kesadaran masyarakat serta memperbaiki pemahaman mereka terkait program. GPR: Dalam konteks GPR, strategi ini sangat efektif dalam membangun citra positif pemerintah dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program-program yang disosialisasikan.	Strategi PR yang diterapkan oleh Sarana Jaya telah meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat. Transparansi dan keterbukaan informasi memungkinkan masyarakat untuk memahami program dengan lebih baik. Penggunaan media sosial dan pameran sebagai sarana komunikasi terbukti efektif dalam memperluas jangkauan dan mempromosikan program secara positif.
3. Bagaimana tantangan yang dihadapi oleh Perumda Pembangunan Sarana Jaya dalam pelaksanaan strategi public relations untuk Program Hunian Terjangkau?	1. Tantangan utama adalah kurangnya pemahaman masyarakat mengenai skema pembiayaan dan persyaratan administrasi program. Banyak masyarakat yang merasa bahwa proses pendaftaran terlalu rumit (Tommy, Ketua RW Menara Samawa). 2. Beberapa warga sulit diakses melalui teknologi digital, sehingga membutuhkan pendekatan langsung dan intensif (Labibah Zai, Asisten Manager Pemasaran).	Excellence Theory: Model Two-Way Symmetrical mengidentifikasi bahwa tantangan ini menuntut Sarana Jaya untuk lebih mendengarkan kendala yang dihadapi masyarakat. Terdapat kebutuhan untuk memperkuat aksesibilitas informasi dan memperbaiki prosedur administratif. GPR: Tantangan ini juga berkaitan dengan kebutuhan untuk lebih merespons umpan balik dari masyarakat dan memastikan bahwa semua lapisan masyarakat memiliki akses yang setara terhadap informasi program.	Tantangan yang dihadapi Sarana Jaya terletak pada aksesibilitas informasi dan proses administrasi yang dianggap rumit oleh beberapa warga. Sarana Jaya perlu memperkuat strategi mereka dengan memfasilitasi akses informasi yang lebih inklusif, seperti sosialisasi langsung di lapangan, serta memperbaiki mekanisme komunikasi dua arah untuk menanggapi kendala yang dihadapi masyarakat.

Dari tabel di atas, terlihat bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh Perumda Pembangunan Sarana Jaya telah sesuai dengan prinsip *Excellence Theory* dan *Government Public Relations*. Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat, namun tantangan terkait aksesibilitas informasi

dan prosedur administrasi masih perlu diperbaiki. Sarana Jaya perlu lebih memperkuat komunikasi dua arah yang terbuka dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat untuk memastikan program ini berjalan dengan lebih efisien dan inklusif.

Secara keseluruhan, implementasi model Two-Way Symmetrical dalam strategi public relations Sarana Jaya telah membantu mereka mencapai hubungan yang lebih positif dan produktif dengan masyarakat serta media. Ini sejalan dengan tujuan Excellence Theory yang menekankan pentingnya komunikasi yang efektif, terbuka, dan saling menguntungkan dalam membangun hubungan jangka panjang yang baik antara organisasi dan publik.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi public relations (PR) yang diterapkan oleh Perumda Pembangunan Sarana Jaya dalam mensosialisasikan Program Hunian Terjangkau menunjukkan efektivitas yang cukup baik dalam meningkatkan kesadaran masyarakat, meskipun masih menghadapi beberapa tantangan terkait akses informasi dan prosedur administrasi. Temuan ini didukung oleh analisis berbasis Excellence Theory of Public Relations dan Government Public Relations (GPR) sebagai berikut: 1) Efektivitas Strategi Komunikasi: Strategi komunikasi yang diterapkan berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat melalui penggunaan media sosial, pameran, dan roadshow. Pendekatan dua arah yang dilakukan Sarana Jaya, sejalan dengan model Two-Way Symmetrical dari Excellence Theory, memungkinkan adanya dialog terbuka antara organisasi dan masyarakat. Media sosial dan pemberitaan positif menunjukkan bahwa Sarana Jaya mampu membangun citra baik dan pemahaman yang lebih luas terhadap program. 2) Peningkatan Kesadaran dan Pemahaman Masyarakat: Strategi PR Sarana Jaya tidak hanya efektif dalam meningkatkan kesadaran tetapi juga pemahaman masyarakat mengenai persyaratan dan manfaat program. Komunikasi yang konsisten dan berkelanjutan membantu masyarakat untuk mengerti nilai dan tujuan dari Program Hunian Terjangkau, meskipun beberapa calon pembeli mengalami kendala dalam proses administrasi. 3) Tantangan dalam Pelaksanaan PR: Tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan akses informasi bagi masyarakat yang tidak memiliki akses ke teknologi digital dan kompleksitas prosedur administrasi yang dirasa menyulitkan. Hal ini menunjukkan perlunya strategi komunikasi yang lebih inklusif serta penyederhanaan proses administrasi agar program ini dapat diakses lebih luas oleh masyarakat. 4) Penerapan Excellence Theory dan GPR: Strategi PR yang diterapkan Sarana Jaya mencerminkan model Two-Way Symmetrical dalam Excellence Theory, di mana komunikasi dua arah diterapkan secara terbuka dan saling menguntungkan. Selain itu, pendekatan yang dilakukan sesuai dengan prinsip Government Public Relations (GPR), di mana Sarana Jaya berperan sebagai jembatan antara pemerintah dan masyarakat, memastikan bahwa informasi disampaikan secara efektif dan adanya umpan balik yang diterima secara responsif.

4.2. Saran Praktis

- a. **Memperluas Akses Informasi dan Sosialisasi Tatap Muka**
Sarana Jaya perlu meningkatkan sosialisasi langsung di lapangan, terutama di daerah yang kurang terjangkau teknologi digital, misalnya melalui pameran atau kunjungan komunitas. Dengan cara ini, informasi tentang program dapat diakses oleh masyarakat yang tidak memiliki akses internet.
- b. **Menyederhanakan Proses Administrasi**
Prosedur administrasi perlu disederhanakan agar lebih mudah dipahami masyarakat, misalnya melalui panduan sederhana atau pelatihan singkat. Ini akan mengurangi hambatan bagi masyarakat yang berminat mengikuti program.
- c. **Penguatan Kolaborasi dengan Media dan Lembaga Perbankan**
Sarana Jaya sebaiknya memperkuat kerja sama dengan media untuk memastikan informasi tentang program tersampaikan secara akurat dan konsisten. Kolaborasi dengan lembaga perbankan juga diperlukan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang skema pembiayaan yang disediakan.
- d. **Memperkuat Komunikasi Dua Arah dengan Masyarakat**

Menambah kanal interaktif seperti hotline atau forum online akan memudahkan masyarakat untuk memberikan umpan balik dan bertanya tentang program. Respons yang cepat dari Sarana Jaya akan menciptakan komunikasi yang responsif dan dinamis.

e. Mengatasi Tantangan Akses Teknologi

Bagi masyarakat yang sulit mengakses teknologi, Sarana Jaya dapat menyediakan kios informasi atau pusat bantuan di lokasi strategis. Ini memungkinkan masyarakat tanpa akses internet untuk memperoleh informasi secara langsung.

4.3. Rekomendasi Penelitian Lanjutan

Penelitian lebih lanjut dapat meninjau keterlibatan masyarakat dalam program serupa di sektor lain atau mengeksplorasi pendekatan komunikasi yang lebih efisien bagi pemerintah. Evaluasi mendalam terhadap model komunikasi tatap muka dan digital juga dapat membantu mengembangkan pendekatan PR yang lebih inklusif dan responsif bagi berbagai program sosial pemerintah.

Dengan menerapkan saran-saran di atas, diharapkan strategi PR Sarana Jaya dapat menjadi lebih efektif dan inklusif, memfasilitasi akses yang lebih luas terhadap Program Hunian Terjangkau serta membantu mengatasi backlog perumahan di Jakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective Public Relations (9th ed.)*. Pearson Education.
- Dunan, A. (2020). Government Communications in Digital Era: Public Relation and Democracy. *Journal Pekommas*, 5(1), 71. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2020.2050108>
- Ferdian, R. A., & Darwinsyah, M. (2022). Efektivitas Government Public Relation Television di Indonesia. *Inter Community: Journal of Communication Empowerment* |, 4(1), 27–42.
- Grunig, J. E. (1984). Managing public relations. *Harcourt Brace Jovanovich*.
- Grunig, J. E., & Grunig, L. A. (2000). Public relations and communication management in Europe: A nation-by-nation introduction to public relations theory and practice. *Routledge*.
- Ikhsano, A., & Stellarosa, Y. (2020). Pelatihan Keterampilan Government Public Relations Melalui Media Management Tools Dalam Membangun Peradilan Kredibel di Lingkungan Mahkamah Agung. *Journal of Servite*, 2(2), 32. <https://doi.org/10.37535/102002220204>
- Laksamana, A. (2015). Profesi Public Relations Indonesia dalam Era Digital. *Jurnal Public Relations Indonesia*. <http://perhumas.or.id>
- Langguana, A. (2023). *Analisis Strategi Komunikasi Government Public Relations Mengkampanyekan Presidensi G20 Indonesia di Era Digital*. Universitas Paramadina.
- Lutfi Afifah, S., Huwae, G. N., & Darmastuti, R. (2021). Analisis Wacana Strategi Komunikasi Public Relations Pemprov Jateng Melalui Program “Joho Tonggo” di Kelurahan Blotongan Kota Salatiga. *Public Relations Journal*, 2.
- Mahdiyan, A. (2022). *Perekonomian Dunia Diprediksi akan Dihantam Resesi Tahun 2023, Bagaimana dengan Pembangunan Infrastruktur?* <https://Kpbu.Kemenkeu.Go.Id/Read/1173-1508/Umum/Kajian-Opini-Publik/Perekonomian-Dunia-Diprediksi-Akan-Dihantam-Resesi-Tahun-2023-Bagaimana-Dengan-Pembangunan-Infrastruktur>.
- Ningrum, E. P. (2020). Peningkatan Profesionalitas Menuju Legitimasi Praktik Humas Pemerintah Indonesia. *Jurnal Kebijakan Pembangunan*, 15(2), 135–149. <https://doi.org/10.47441/jkp.v15i2.127>
- Nurchayati, T. (2020). *Manajemen Government Public Relations Dalam Pelayanan Informasi Publik (Studi Komparasi Antara Kementerian Keuangan Dengan Bank Indonesia)*. Universitas Paramadina.
- Rafli, N. (2023). *Analisis Strategi Digital Public Relations Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surakarta dalam Mengatasi Dampak Pandemi Covid-19*. Universitas Islam Indonesia.
- Sugiyanto, D. R., Sumartias, S., & Yulianita, N. (2016). Professional Government Public Relations in Indonesia. *Journal of Education and Social Sciences*, 3.

- Trisnani. (2018). Implementasi E-Government Public Relations Sebagai Peningkatan Pelayanan Informasi Publik. *Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 7(3).
- Waluyo, D. (2021). Tinjauan Peran Government Public Relations Era Revolusi Industri 4.0 Untuk Bersikap Milenial. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. . SAGE Publications.
- Zultian, E., & Razak, R. (2023). Analisis Strategi Public Relations Omah Record Dalam Melakukan Publikasi Musik Indie. In *Agustus* (Vol. 10, Issue 4).

Halaman Ini Dikosongkan