



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

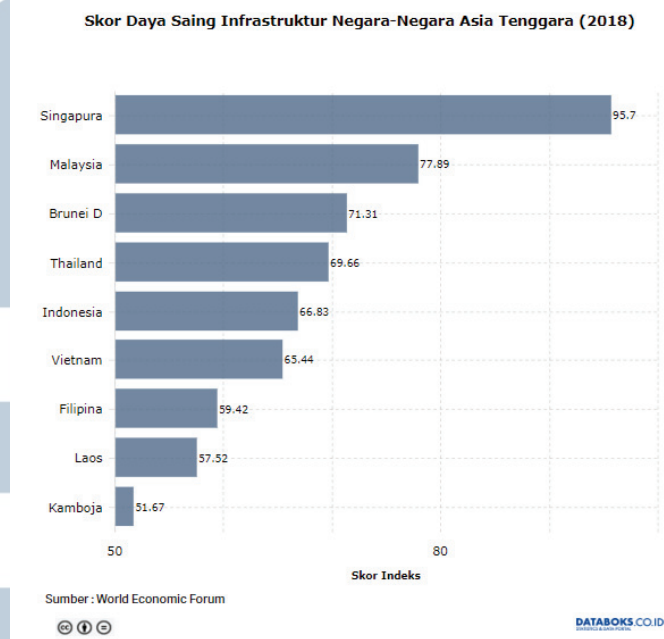
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Jakarta yang merupakan ibu kota, sekaligus pusat ekonomi dan bisnis, mungkin selama ini perkembangannya dinilai wajar saja dan tidak membutuhkan perhatian khusus. Namun nyatanya, ternyata Jakarta belum bisa disebut sebagai kota yang layak huni. Menurut data yang dirilis oleh Mercer (Kurnia, 2019), Jakarta sebagai ibu kota menempati posisi 142 dari 231 kota di dunia. Peringkat ini dilihat dari 39 faktor yang dikelompokkan menjadi 10 bagian seperti “lingkungan politik dan sosial” dan “rekreasi”. Dibandingkan dengan negara-negara berkembang anggota ASEAN lainnya, Indonesia juga berada dibawah Kuala Lumpur (Malaysia), Johor Bahru (Malaysia), Bandar Seri Begawan (Brunei Darussalam), Bangkok (Thailand), serta Manila (Filipina). Berdasarkan Mercer, kualitas hidup ditentukan oleh banyak faktor, antara lain akses transportasi umum dan tingkat kemacetan lalu lintas, hingga ketersediaan perumahan dan sekolah internasional, dan pemandangan budaya kota (2019).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Gambar 1.1 Skor Daya Saing Infrastruktur Negara-negara Asia Tenggara (2018)



Sumber: Databoks.co.id

Tidak hanya di kancah internasional, Indonesia juga gagal menempati posisi tujuh kota yang paling layak huni di Indonesia menurut survei dua atau tiga tahun sekali yang dilakukan oleh Ikatan Ahli Perencanaan (IAP) Indonesia. Ketujuh posisi tersebut ditempati oleh kota-kota lainnya yaitu Solo, Palembang, Balikpapan, Denpasar, Tangerang Selatan, Semarang, serta Banjarmasin. Adapun aspek yang dinilai misalnya tempat ibadah, air bersih, pendidikan, fasilitas kesehatan, pangan, penataan PKL, dan transportasi (Prabowo, 2018).

Seperti data mengenai kota layak huni yang telah dibahas sebelumnya, usaha yang dapat dilakukan oleh kota Jakarta antara lain dapat diwujudkan dengan pembangunan infrastruktur di Jakarta, serta mempercepat pertumbuhan industri properti. Terkait infrastruktur, salah satu contoh yang cukup menyita perhatian warga Jakarta adalah proyek Mass Rapid Transit (MRT) yang telah selesai dan diresmikan pada 24 Maret yang lalu (Riana, 2019).

Dengan selesainya proyek MRT, pemerintah serta warga Jakarta belum bisa berpuas diri. Selain MRT sebagai moda transportasi, masih banyak pekerjaan rumah pemerintah provinsi DKI Jakarta yaitu sejumlah infrastruktur yang akan dibangun dalam waktu sepuluh tahun ke depan dan ditargetkan selesai pada 2030. Menurut Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan, infrastruktur yang akan dikerjakan dalam sepuluh tahun tersebut yaitu transportasi, air bersih, pengolahan air limbah, serta perumahan. Dari segi transportasi jaringan MRT dan LRT akan diperpanjang. Sebagai salah satu kebutuhan utama warga, cakupan infrastruktur air bersih yang sekarang baru 60% akan diperluas hingga 100%. Permasalahan terakhir yang perlu ditangani yaitu masih dibutuhkannya 600.000 unit rumah baru (Bayu, 2019).

Pembangunan infrastruktur di Jakarta yang berkelanjutan juga merupakan faktor pertama yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi. Menurut ekonom Arief Budimanta dalam (Wardah, 2018), pembangunan infrastruktur dapat berpengaruh terhadap arus barang dan ongkos transportasi. Secara mikro, hal tersebut dapat berpengaruh pada inflasi yang semakin rendah. Ekonom dari Indef, Bhima Yudhistira Adhinegara mengatakan, dampak dari pembangunan infrastruktur ke pertumbuhan ekonomi baru akan terlihat 5-10 tahun ke depan, karena realisasi pembangunan infrastruktur atas 225 Proyek Strategis Nasional (PSN) baru mencapai 15% (Rizky, 2019).

Faktor yang kedua dengan sumbangsih yang cukup besar terhadap perkembangan ekonomi nasional dan menjadikan Jakarta kota yang layak huni adalah industri properti. Ketua umum DPP Real Estate Indonesia (REI)

mengungkapkan sudah 34 kota baru yang dikembangkan di Jakarta oleh para pengembang REI dengan luas sekitar 100.000 hektar. Menurutnya, nantinya properti dapat menjadi tolok ukur pertumbuhan ekonomi nasional meningkat nilai kapitalisasi dari 46 grup properti yang tercatat di BEI pada tahun 2017. Hanya 35% bagian saham saja yang tercatat dari grup-grup properti tersebut sudah mencapai Rp 280 triliun. Selain itu, beliau juga menuturkan salah satu fungsi strategis pengembang di dalam sektor perekonomian nasional adalah menarik investor. Contohnya adalah AEON di BSD dan IKEA di Alam Sutera yang berhasil dihadirkan oleh Sinarmas Land. Para investor tentunya mempertimbangkan properti di sekitarnya sebelum melakukan investasi (Prabowo, 2018).

Dapat dilihat dari kedua faktor; infrastruktur dan properti secara langsung maupun tidak langsung dapat memengaruhi ekonomi dan menjadikan Jakarta kota yang lebih layak huni dan berkelanjutan. Bersifat saling menguntungkan, infrastruktur juga menjadi faktor yang memengaruhi kemajuan industri properti. Sekretaris Jenderal DPP REI, Paulus Totok Lusida menyebutkan bahwa dengan selesainya infrastruktur, minat masyarakat terhadap hunian berbasis Transit Oriented Development (TOD) semakin meningkat. Data lain dari Badan Kebijakan Fiskal (BKF) Kementerian Keuangan menunjukkan bahwa sektor konstruksi dan sektor real estat diperkirakan tetap tumbuh stabil seiring dengan investasi di kedua sektor tersebut. Secara bersamaan, penyediaan infrastruktur yang berkelanjutan dan program perumahan rakyat memengaruhi sektor konstruksi dan real estat (REI, 2019).

Dapat disimpulkan bahwa infrastruktur dan properti menjadi faktor yang menentukan pertumbuhan ekonomi dan menjadikan Jakarta kota yang layak huni. Akan tetapi, ada permasalahan perizinan gedung yang menghambat kedua faktor pendukung tersebut. Saat ini, terdapat 39 regulasi yang mengatur persyaratan pengurusan perizinan gedung di Jakarta yang terdiri dari; 7 undang-undang, 8 peraturan pemerintah, 7 peraturan menteri, 2 keputusan menteri, 6 peraturan daerah, 9 peraturan gubernur. Ada 7 SKPD & Institusi yang terlibat dalam pengurusan perizinan gedung di Jakarta diantaranya; Badan pertahanan nasional DKI Jakarta, Dinas Lingkungan Hidup DKI Jakarta, Dinas Penanggulangan Kebakaran dan Penyelamatan DKI Jakarta, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu DKI Jakarta, Badan Koordinasi Penataan Ruang Daerah DKI Jakarta, Dinas Perhubungan, Dinas Cipta Karya, Tata Ruang, dan Pertanahan DKI Jakarta (Haryanto, 2017).

Untuk menempuh seluruh tahap pengurusan perizinan gedung tinggi hingga memperoleh Izin Mendirikan Bangunan, pelaku bisnis harus menempuh waktu 21 bulan. Waktu ini hampir tiga kali lipat lebih lama dari target pemerintah yakni 8 bulan untuk kategori proyek bangunan gedung di atas 8 lantai dengan luas lebih dari 5.000 m². Sementara itu Estimasi total biaya yang dibutuhkan dalam prosesnya mencapai 115.381.380. Akhirnya, proses yang panjang ini dapat berdampak pada peringkat kemudahan berusaha Indonesia di mata dunia yang menurun, serta pertumbuhan ekonomi kota dan penciptaan lapangan kerja baru yang terhambat. Yang

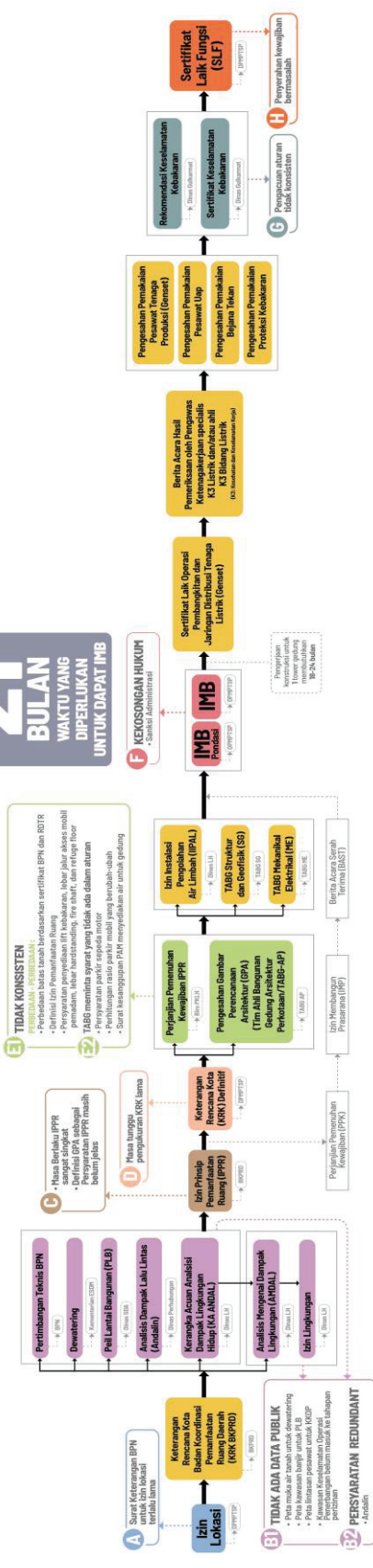
terpenting, pemenuhan kebutuhan 1,2 juta hunian di Jakarta tersendat. Oleh karena itu, pengurusan izin gedung di Jakarta perlu mendapat perhatian serius dari pemerintah.

Dapat dilihat bahwa masalah perizinan gedung adalah salah satu isu yang paling memberikan dampak bagi perkembangan kota dan ekonomi, sekaligus yang dapat memberikan dampak negatif kepada banyak pihak. Apabila tidak segera ditangani, bukan hanya pengembang yang dirugikan, tetapi juga pemerintah dan masyarakat. Di sisi lain, semua pihak yang dirugikan karena masalah perizinan gedung ini juga perlu memberikan sumbangsih, karena isu ini adalah isu yang cukup kompleks dan tidak dapat dilakukan oleh hanya satu organisasi secara mandiri, sekuat apapun organisasi tersebut. Ironinya, masyarakat awam bahkan pemerintah belum sepenuhnya sadar dengan isu ini. Oleh karena itu, dalam mencapai misinya, JPI sebagai organisasi nirlaba yang berlatar belakang properti, setiap harinya melakukan beragam usaha untuk menggandeng berbagai pihak terkait. Usaha yang dilakukan pun beragam, menyesuaikan dengan masing-masing kebutuhan audiens dari JPI.

Yang pertama, menjangkau pemerintah, JPI menerapkan strategi yang disebut dengan advokasi. Dalam Topatimasang (2016, p.47), advokasi merupakan upaya untuk memperbaiki atau mengubah suatu kebijakan publik sesuai dengan kehendak atau kepentingan mereka yang mendesakkan terjadinya perbaikan atau aparat birokrasi pemerintahan sebagai pembuat dan pelaksana resmi kebijakan publik (Topatimasang, 2016, p.145).

PERMASALAHAN DI DALAM ALUR PERIZINAN GEDUNG DI DKI JAKARTA
 Berdasarkan SK Kepala DPMP/SP.129/2017
 Ketinggian Bangunan > 8 lantai | Luas lahan > 5.000 m²

21 BULAN WAKTU YANG DIPERLUKAN UNTUK DAPAT IMB



SK	29 hari	60 hari	53 hari	14 hari	7 hari	12 hari	20 hari	TOTAL 147 hari
Aktual	29 hari	60 hari	210 hari	30 hari	30 hari	90 hari	60 hari	TOTAL 630 hari

Perbandingan waktu proses perizinan berdasarkan SK dan aktual

Gambar 1.2. Alur Perizinan Gedung di DKI Jakarta
 Sumber : Situs Resmi Jakarta Property Institute



Contoh advokasi yang dilakukan di Indonesia adalah yang dilakukan oleh Malang Corruption Watch dalam Ways (2016). Ringkasnya, MCW melakukan tiga strategi dalam advokasi publik yaitu: pendampingan publik, transformasi pendidikan publik, riset dan dokumentasi. Bentuk kegiatan yang dilakukan dalam strategi pendampingan publik yaitu mendirikan pos-pos pengaduan anti korupsi, melakukan *monitoring* dan advokasi, menyusun laporan kasus, pengembangan jaringan, dan pendampingan masyarakat korban kebijakan. Transformasi pendidikan publik dilakukan dengan cara penyuluhan masyarakat, kampanye publik, forum dialog, diskusi, aksi, *training* dan rekrutmen relawan pemantau korupsi. Strategi ini merupakan langkah strategis dan menjadi pilar dari Malang Corruption Watch (MCW). Yang terakhir, MCW juga merupakan lembaga gerakan sosial yang berfokus pada kualitas ilmiah sebuah kasus, sehingga riset menjadi suatu yang wajib bagi MCW. Ada kesamaan dengan advokasi yang dilakukan oleh JPI antara lain pendidikan publik dan riset.

Untuk masyarakat, JPI harus berkomunikasi dengan cara dan saluran yang beragam. Selain melakukannya secara mandiri oleh tim internal, JPI juga menjalin kerjasama dengan konsultan komunikasi (Ogilvy) dalam melakukan berbagai strategi public relations. Kegiatan yang dilakukan untuk masyarakat antara lain *community engagement* dalam bentuk seminar serta konten di website dan media sosial. Selain itu, JPI juga membangun relasi dengan media (*media relations*) dan membuat beragam aktivitas yang berhubungan dengan media. Hubungannya bukan bertujuan hanya

membentuk publisitas, melainkan pemahaman media terhadap isu dan hubungan jangka panjang antara organisasi dengan media. Seringkali, JPI juga membuat konten yang dimuat di media tradisional yang disebut dengan *opinion editorial*.

Tabel 1.1 Ranah Kegiatan PR yang dilakukan oleh JPI dan Ogilvy

Jakarta Property Institute	Ogilvy Public Relations
Government Relations (advokasi) Media Sosial (operasional)	Media Relations (relationship building) <i>Event Seminar</i> (hubungan dengan <i>academic setting</i> dan komunitas) Media Sosial (SOP dan <i>plan</i>)

Sumber: Olahan Peneliti

Oleh karena itu, penelitian deskriptif kualitatif ini mencoba melihat strategi public relations yang dilakukan oleh Jakarta Property Institute dalam mencapai tujuan organisasi dan tujuan bersama warga Jakarta. Dalam praktiknya, JPI juga melakukan berbagai program yang mendukung pembangunan infrastruktur di Jakarta misalnya publikasi MRT dan mengajak *target audiencenya* untuk berjalan kaki. Hal ini dilakukan karena pembangunan infrastruktur memiliki keterkaitan dengan industri properti, serta merupakan faktor pendukung menjadikan Jakarta kota yang lebih layak huni dan mengalami pertumbuhan ekonomi.

1.2 Rumusan Masalah

Isu perizinan gedung merupakan isu kompleks yang tidak bisa ditangani oleh hanya sebuah organisasi. Perlu bantuan dari berbagai pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kontrasnya, *stakeholders* yang seharusnya sejalan dengan misi JPI seperti masyarakat, media, bahkan pemerintah, mulanya tidak *aware* dengan isu perizinan

gedung. Jika mereka bahkan tidak *aware* dengan isu-isu yang diangkat oleh JPI, mereka tidak bisa bersama-sama untuk membantu menyelesaikan isu ini dengan segera. Padahal isu ini berdampak bagi kehidupan mereka sebagai warga Jakarta.

Untuk itu, JPI harus berkomunikasi dengan para *stakeholders* dan *target audience*. Cara yang digunakan tentu harus disesuaikan untuk setiap audiens agar dapat dipahami dan tepat sasaran. JPI juga perlu menjalin hubungan dengan berbagai pihak tersebut agar dapat mencapai tujuan bersama. Oleh karena itu, JPI harus menggunakan berbagai strategi public relations dan melalui berbagai saluran agar dapat menjangkau *stakeholders* dan *target audience*-nya. JPI juga secara berkala harus mengevaluasi strategi PR yang dilakukan, dan dalam perjalanannya menemukan cara yang semakin efektif dalam memanfaatkan berbagai strategi serta saluran yang ada.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Bagaimana strategi public relations yang digunakan oleh JPI melalui Ogilvy untuk menjangkau *stakeholders* dan *target audiencenya* terkait isu perizinan gedung?

1.4 Tujuan Penelitian

Mengetahui strategi public relations yang digunakan oleh JPI dalam menjangkau *stakeholders* dan *target audience*.

M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademik

Penelitian ini diharapkan memberikan referensi berupa studi kasus dalam penerapan strategi public relations (government relations), khususnya yang dapat dilakukan oleh organisasi nirlaba. Hal ini mengingat organisasi nirlaba biasanya melakukan strategi public relations yang minim referensinya, government relations. Selain itu, JPI juga melakukan strategi komunikasi advokasi, yang sebenarnya berkaitan dengan hukum, namun ada hubungannya dengan relasi dengan pemerintah.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat menjelaskan bagaimana setiap saluran dan kegiatan public relations dapat menjangkau *stakeholders* dan *target audience* tertentu. Selain itu, JPI dan organisasi nirlaba lainnya biasanya memiliki sumber daya yang terbatas, sehingga penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dalam memprioritaskan strategi public relations yang paling tepat sasaran. Praktisi public relations juga dapat mengevaluasi setiap strategi yang dilakukan, dan selalu menyesuaikan dengan isu tertentu dan waktu tertentu.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Organisasi nirlaba khususnya Jakarta Property Institute dapat mengevaluasi strategi public relations yang dilakukan agar relevan dengan isu dan waktu tertentu untuk mencapai tujuan organisasi.

Bagi pemerintah dan dinas kota Jakarta, dapat memahami dan mengkaji tujuan suatu organisasi nirlaba dengan permasalahan kota.

Pemerintah juga dapat merumuskan langkah terbaik secara objektif bersama dengan organisasi sebagai rekan dalam mencapai proses perizinan yang lebih ideal. Pada akhirnya, dapat mewujudkan kota yang lebih layak huni, berkelanjutan, dan lebih maju secara ekonomi.

Bagi masyarakat Jakarta dapat lebih sadar dan memahami isu mengenai kota Jakarta. Biasanya, isu yang kompleks seperti perizinan gedung atau aturan pemerintah dianggap tidak dapat diubah. Setelah masyarakat teredukasi, masyarakat diharapkan lebih merasa memiliki, peduli, dan ikut aktif dalam mencapai tujuan bersama, tidak hanya pasrah dengan keadaan. Masyarakat juga sadar akan hak dan kewajibannya sebagai warga kota, serta pemilik hunian di Jakarta.

UWIN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA