



Langkah Bersama Intelektual

Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat (JIPM)

Homepage: <https://langkahbersama.id/index.php/jipm>

ISSN: 3123 - 3058 (Media Online)

Volume 2, No 5 Juli 2026 (Halaman 687-693)

STRATEGI KOMUNIKASI ATR/BPN KOTA CILEGON DALAM MEMBANGUN OPINI PUBLIK POSITIF TERKAIT SERTIFIKASI TANAH

Isma Nafisa¹, Kamaludin²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Pamulang^{1,2}
Kota Serang, Indonesia

Email : Nfsaisma07@gmail.com¹, dosen02939@unpam.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Badan Pertanahan Nasional (BPN) Kota Cilegon dalam membangun opini publik positif terkait program sertifikasi tanah. Sertifikasi tanah merupakan salah satu bentuk pelayanan publik yang bertujuan memberikan kepastian hukum atas kepemilikan tanah. Namun, pelaksanaannya masih menghadapi berbagai tantangan, seperti kurangnya pemahaman masyarakat, penyebaran informasi yang tidak akurat, serta rendahnya tingkat kepercayaan terhadap pelayanan publik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi BPN Kota Cilegon dilakukan melalui sosialisasi langsung kepada masyarakat, pemanfaatan media sosial, kerja sama dengan pemerintah daerah, serta penyampaian informasi yang transparan dan edukatif. Strategi tersebut berkontribusi dalam meningkatkan pemahaman masyarakat, membangun kepercayaan publik, dan menciptakan opini positif terhadap pelayanan sertifikasi tanah..

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Opini Publik, BPN, Sertifikasi Tanah, Pelayanan Publik

ABSTRACT

This study aims to analyze the communication strategies implemented by the National Land Agency (BPN) of Cilegon City to build positive public opinion regarding the land certification program. Land certification is a form of public service aimed at providing legal certainty over land ownership. However, its implementation still faces various challenges, such as a lack of public understanding, the dissemination of inaccurate information, and low levels of trust in

Article History

Received: 27 Juli 2026

Reviewed: 29 Juli 2026

Published: 29 Juli 2026

Copyright : Author

Publish by : JIPM



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

public services. This study used qualitative methods with a descriptive approach. Data were obtained through observation, in-depth interviews, documentation, and literature review. The results indicate that the BPN's communication strategy in Cilegon City involves direct outreach to the community, utilization of social media, collaboration with local governments, and the delivery of transparent and educational information. These strategies contribute to increasing public understanding, building public trust, and creating positive public opinion regarding land certification services

Keywords : Communication Strategy, Public Opinion, BPN, Land Certification, Public Services

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Pelayanan publik merupakan salah satu indikator keberhasilan penyelenggaraan pemerintahan yang baik. Dalam bidang pertanahan, Badan Pertanahan Nasional (BPN) memiliki peran strategis dalam memberikan kepastian hukum melalui penerbitan sertifikat hak atas tanah. Program sertifikasi tanah, termasuk Program Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL), bertujuan meningkatkan legalitas kepemilikan tanah sekaligus mengurangi potensi konflik pertanahan.

PTSL merupakan kegiatan pendaftaran tanah untuk pertama kali yang dilakukan secara serentak bagi semua obyek pendaftaran tanah di seluruh wilayah Republik Indonesia dalam satu wilayah desa/kelurahan, atau nama lainnya yang setingkat dengan itu, yang meliputi pengumpulan dan penetapan kebenaran data fisik dan yuridis mengenai satu atau beberapa obyek pendaftaran tanah untuk keperluan pendaftarannya. Latar belakang pelaksanaan program PTSL yaitu pemerintah masih menemukan tanah di Indonesia yang belum bersertifikat atau tidak memiliki sertifikat. Sertifikat tanah merupakan alat bukti yang kuat terhadap penguasaan tanah oleh masyarakat. Pemerintah tidak membebankan biaya kepada masyarakat untuk proses pendaftaran tanah, melainkan hanya membebankan biaya administrasinya saja, seperti penyediaan surat tanah, pembuatan dan pemasangan tanda batas, serta biaya materai, fotokopi bukti kepemilikan tanah seperti letter C, ataupun biaya saksi (Ayu 2019).

Di sisi lain, pelaksanaan program tersebut sering kali dihadapkan pada persepsi negatif masyarakat, seperti anggapan bahwa proses sertifikasi rumit, memerlukan biaya tinggi, dan memakan waktu lama. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya strategi komunikasi yang efektif agar masyarakat memperoleh informasi yang benar dan memiliki kepercayaan terhadap pelayanan BPN.

Sebagai instansi pelayanan publik, BPN Kota Cilegon perlu membangun komunikasi yang mampu meningkatkan partisipasi masyarakat serta membentuk opini publik yang positif. Strategi komunikasi yang tepat dapat menjadi sarana penyampaian informasi, edukasi, sekaligus membangun hubungan yang harmonis antara pemerintah dan masyarakat. Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa strategi komunikasi dan hubungan masyarakat pada instansi pemerintah berperan penting dalam membangun citra positif melalui media digital, komunikasi langsung, dan transparansi informasi.

METODE KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan magang ini menerapkan pendekatan partisipatif-aktif dan observasional, di mana mahasiswa terlibat langsung dalam aktivitas kerja harian serta analisis mendalam terhadap sistem yang berjalan di instansi. Kegiatan magang dilaksanakan mulai tanggal 2 Februari 2026 di Kantor Pertanahan (ATR/BPN) Kota Cilegon, dengan penempatan khusus pada Bagian Tata Usaha. Fokus utama dari pelaksanaan magang ini adalah untuk mengkaji, memahami, dan mempraktikkan langsung aspek-aspek yang berkaitan dengan "Strategi Komunikasi BPN Kota Cilegon dalam Membangun Opini Publik Positif Terkait Sertifikasi Tanah".

Untuk mendukung efektivitas dan kedalaman kajian selama magang, mahasiswa melakukan pengumpulan data melalui observasi partisipan, wawancara dengan staf terkait, serta analisis dokumen internal yang relevan dengan fungsi kehumasan dan komunikasi publik. Pada Bagian Tata Usaha, mahasiswa terlibat dalam pengelolaan arus informasi, administrasi suratmenyurat terkait pelayanan, serta mengamati bagaimana komunikasi publik dijalankan instansi untuk merespons persepsi masyarakat mengenai program sertifikasi tanah. Evaluasi dilakukan secara berkala melalui bimbingan bersama supervisor instansi guna mengukur relevansi antara teori komunikasi yang dipelajari di bangku perkuliahan dengan realitas praktis di lapangan.

Tahapan pelaksanaan magang diawali dengan pengajuan proposal permohonan magang kepada pihak Universitas Pamulang yang kemudian diteruskan kepada Kepala Kantor Pertanahan Kota Cilegon. Setelah memperoleh persetujuan resmi dan surat tugas, mahasiswa memulai hari pertama magang pada tanggal 2 Februari 2026 yang diawali dengan sesi orientasi bersama Kepala Subbagian Tata Usaha untuk pengenalan lingkungan kerja, struktur organisasi, dan tata tertib instansi.

Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan tugas harian dan pengumpulan data yang berfokus pada strategi komunikasi instansi dalam mengedukasi masyarakat mengenai legalitas tanah dan menekan opini negatif terkait birokrasi sertifikasi. Selama masa magang, mahasiswa aktif berdiskusi dengan pamong magang, mengamati interaksi pelayanan publik, serta membantu penyusunan materi informasi yang dibutuhkan masyarakat. Seluruh rangkaian kegiatan magang ini diakhiri dengan penyusunan laporan akhir yang komprehensif serta pelaksanaan evaluasi bersama dosen pembimbing dan mentor instansi guna menilai capaian serta efektivitas rekomendasi strategi komunikasi yang dihasilkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kegiatan magang dan penelitian ini dilaksanakan secara langsung (on-the-job training) di kantor instansi mitra, yaitu Kantor Pertanahan Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional (ATR/BPN) Kota Cilegon, dan berlangsung dengan lancar. Kegiatan ini dimulai pada hari Senin, 02 Februari 2026, dengan penempatan khusus pada Bagian Tata Usaha yang berfokus pada analisis alur kerja administratif dan humas institusi. Selama periode pelaksanaan, peneliti berkolaborasi dengan jajaran staf tata usaha, tim kehumasan, serta melibatkan interaksi langsung dengan masyarakat pemohon sertifikat tanah sebagai objek peninjauan. Rangkaian aktivitas magang ini diarahkan untuk mengkaji materi utama mengenai optimalisasi saluran media informasi, transparansi birokrasi, dan taktik penyuluhan program pertanahan nasional. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan pengamatan partisipatif terhadap pelayanan informasi publik, yang kemudian dilanjutkan dengan sesi diskusi interaktif serta wawancara mendalam bersama aparatur sipil negara (ASN) di Bagian Tata Usaha guna memetakan implementasi riil

dari "Strategi Komunikasi BPN Kota Cilegon dalam Membangun Opini Publik Positif Terkait Sertifikasi Tanah."

Kajian dan keterlibatan langsung dalam iklim kerja ini dilakukan untuk memahami sekaligus mengevaluasi efektivitas pengelolaan informasi dan komunikasi publik yang dijalankan oleh institusi. Hal ini menjadi instrumen mendesak yang perlu dianalisis guna merumuskan rekomendasi strategi komunikasi yang adaptif di era digital dalam rangka mengikis stigma negatif dan membangun kepercayaan (trust) masyarakat. Manfaat dari pelaksanaan magang dan penelitian ini adalah: 1) Memberikan kontribusi praktis bagi Bagian Tata Usaha dalam menyusun pesan komunikasi yang lebih persuasif, transparan, dan edukatif demi membentuk citra instansi yang profesional, serta 2) Membekali peneliti dengan pemahaman yang komprehensif mengenai tata kelola hubungan masyarakat (humas) pemerintahan serta dinamika sosiologis dalam mengorganisasi opini publik yang heterogen terkait legalitas tanah. Pada dasarnya, tujuan dari analisis strategi komunikasi ini adalah untuk merancang pola diseminasi informasi sertifikasi tanah yang efektif, baik melalui media digital maupun sosialisasi langsung secara struktural. Proses untuk membangun opini publik yang positif ini tidak hanya bertumpu pada saat kegiatan sosialisasi formal semata, melainkan dimulai sejak alur pelayanan pertama di loket Tata Usaha hingga selesainya penerbitan sertifikat tanah di tangan masyarakat.

Pembahasan

Tahap awal kegiatan diawali dengan koordinasi bersama jajaran struktural di Bagian Tata Usaha Kantor Pertanahan ATR/BPN Kota Cilegon guna menyampaikan maksud, tujuan, serta rencana pelaksanaan program magang dan analisis data penelitian. Pada tahap ini, dilakukan pembahasan terkait penentuan jadwal observasi harian, pengumpulan data internal, serta berbagai aspek teknis yang mendukung kelancaran pelaksanaan kajian strategi komunikasi. Selanjutnya, fokus pengamatan diselaraskan dengan kebutuhan institusi dalam memetakan karakteristik masyarakat sebagai khalayak sasaran (target audience), sehingga rekomendasi strategi komunikasi yang diberikan dapat relevan dan aplikatif bagi humas BPN. Berdasarkan identifikasi permasalahan yang telah diuraikan pada latar belakang, dapat diketahui bahwa masyarakat masih memerlukan diseminasi informasi yang lebih masif mengenai prosedur, biaya, dan kepastian waktu sertifikasi tanah untuk mengikis ketidakpastian informasi. Oleh karena itu, aktivitas magang dirancang dalam bentuk keterlibatan langsung pada loket pelayanan, analisis konten media sosial instansi, serta diskusi berkala bersama tim humas dan tata usaha (Mardianah et al., 2023). Melalui kegiatan tersebut, diharapkan institusi memperoleh masukan strategis mengenai konsep komunikasi publik yang transparan, sekaligus meningkatkan motivasi internal untuk mengoptimalkan saluran komunikasi dalam kehidupan organisasi sehari-hari.

Tujuan dari analisis strategi komunikasi ini adalah untuk menumbuhkan kepercayaan publik melalui pengelolaan opini yang positif serta memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai regulasi pertanahan kepada masyarakat luas (Putra et al., 2022). Tidak semua aparatur pelayanan publik yang berinteraksi langsung dengan pemohon memiliki keahlian komunikasi persuasif yang mumpuni. Kompetensi teknis saja tidak cukup menjadikan institusi memiliki citra yang humanis; komitmen dan kesadaran komunikator dalam menyampaikan informasi secara ramah dan solutif sangat dibutuhkan dalam menumbuhkan sentimen positif publik. Program evaluasi strategi komunikasi menjadi sangat perlu karena dianggap sebagai salah satu instrumen penting dalam pembentukan brand image lembaga, terutama pada unit kerja yang bersentuhan langsung dengan pelayanan administratif (Dwi Cahyo, 2023). Kegiatan komunikasi ini berperan sebagai jalur utama dalam mewujudkan tugas pokok dan fungsi BPN dalam hal keterbukaan informasi publik. Di dalam membangun opini publik yang positif, tidak

hanya kemauan dan kemampuan kehumasan yang berperan penting, melainkan pembinaan dan konsistensi publikasi yang dilakukan secara terus-menerus dan terstruktur harus tetap dilaksanakan. Strategi komunikasi yang komprehensif merupakan jalur mutlak untuk membentuk reputasi instansi yang bersih. Pendekatan komunikasi yang dievaluasi dalam kajian ini terbagi menjadi dua dimensi utama, yaitu komunikasi digital (melalui media sosial dan website) serta komunikasi langsung (melalui sosialisasi tatap muka dan penyuluhan lapangan). Kedua dimensi ini bertujuan untuk memperkuat aspek aksesibilitas dan transparansi informasi yang harus dimiliki oleh instansi pelayanan publik.

Hasil dari kegiatan analisis magang ini secara garis besar mencakup beberapa komponen keberhasilan sebagai berikut: (1) keberhasilan target pemetaan informan dan objek observasi, (2) ketercapaian tujuan pengkajian strategi, (3) ketercapaian target pengumpulan data sekunder yang telah direncanakan, dan (4) kemampuan dalam mengidentifikasi solusi atas hambatan komunikasi humas. Target pengumpulan data di Kantor ATR/BPN Kota Cilegon, baik melalui wawancara staf Tata Usaha maupun observasi langsung terhadap alur pelayanan sertifikasi tanah (termasuk program PTSL), berjalan sesuai dengan rencana operasional yang ditetapkan. Angka partisipasi dan keterbukaan informasi dari pihak internal instansi serta masyarakat pemohon menunjukkan bahwa kegiatan magang ilmiah ini, dilihat dari kedalaman data komunikasi yang dihimpun, dapat dikategorikan berhasil dengan baik.



KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi komunikasi Badan Pertanahan Nasional (BPN) Kota Cilegon dalam membangun opini publik positif terkait sertifikasi tanah, dapat disimpulkan bahwa instansi ini telah menerapkan strategi komunikasi multi-kanal yang komprehensif. Strategi tersebut dirancang secara terpadu untuk mengatasi berbagai tantangan di lapangan, seperti rendahnya pemahaman masyarakat, maraknya penyebaran informasi yang tidak akurat, serta minimnya kepercayaan publik terhadap birokrasi pertanahan. Dalam pelaksanaannya, BPN Kota Cilegon mengombinasikan metode sosialisasi langsung secara tatap muka dengan optimalisasi pemanfaatan media sosial demi menjangkau sasaran yang lebih luas. Selain itu, keberhasilan strategi ini juga didukung oleh kerja sama yang kuat dengan pemerintah daerah setempat, serta komitmen untuk menyajikan informasi yang transparan dan edukatif. Melalui implementasi strategi

komunikasi tersebut, BPN Kota Cilegon terbukti berhasil memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan pemahaman hukum pertanahan di kalangan masyarakat, memulihkan kepercayaan publik, dan membentuk opini masyarakat yang positif terhadap pelayanan sertifikasi tanah.

B. Saran

Merujuk pada kesimpulan hasil penelitian tersebut, terdapat beberapa rekomendasi teoretis maupun praktis yang dapat diajukan demi pengembangan ke depan. Pertama, BPN Kota Cilegon disarankan untuk terus mengoptimalkan dan mengemas konten edukasi di media sosial menjadi lebih interaktif dan ramah bagi masyarakat awam guna memitigasi penyebaran hoaks atau informasi keliru seputar pertanahan secara berkelanjutan. Kedua, pihak instansi perlu mengadakan pelatihan komunikasi pelayanan publik secara berkala bagi para petugas lapangan agar penyampaian informasi mengenai transparansi biaya dan alur sertifikasi tetap konsisten, ramah, dan solutif saat berhadapan langsung dengan warga. Terakhir, bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji bidang Humas Pemerintah (Government Relations), disarankan untuk mengembangkan metode penelitian ini ke arah pendekatan kuantitatif atau metode campuran (mixed methods) agar dapat mengukur dan menguji secara numerik seberapa besar persentase pengaruh atau efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan terhadap indeks kepuasan serta perubahan opini publik secara makro.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Naufal Muzaffar (2025). Komunikasi Humas ATR/BPN Kantor Pertanahan Kota Pekanbaru Dalam Mensolalisasikan Program PTSL
- Ahmad Zamroni Aziiz & Erman Anom. (2023). Strategi Humas Kementerian Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional dalam Menciptakan Citra Positif Kementerian.
- Aisyah, N., Fitriyah, A., Supriatna, A., Wahyudi, A. D., Rosaeti, L., Gulo, Y. N., & Taufik, R. (2025). Membangun Generasi Mandiri: Kombinasi Pendidikan Keuangan dan Pengembangan SDM di MA Al-Ulya Al Mubarak. Aksi Kita: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 1(4), 551-557.
- Annisarizki & Sigit Surahman. (2022). Upaya Komunikasi Publik Pemerintah Kota Cilegon dalam Mengedukasi Masyarakat di Masa Pandemi COVID-19. Jurnal Ilmu Komunikasi.
- Arianto, I. P., Jasmine, V., Riska, R., Salsabila, M. A., & Alfiansyah, P. (2025). SOSIALISASI PELATIHAN MICROSOFT EXCEL BERBASIS VISUAL (DASHBOARD) UNTUK MENINGKATAN KOMPETENSI SISWA SMK NURUL HUDA BAROS. BESIRU: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2(12), 1153-1157.
- Darma Jata, A. A. G., & Triana, H. Kamaludin.(2024). ProBisnis: Jurnal Manajemen Pengaruh Kepemimpinan dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Bank Mandiri, Tbk Divisi e-Channel Operation. Lembaga Riset, Publikasi, Dan Konsultasi Jonhariono, 15(6), 231-241.
- Jasmine, V. J., Arianto, I. P., Damayanti, M. F., Azzahra, R., & Boetillah, E. (2025). EDUKASI MENTAL HEALTH AWARENESS SEBAGAI UPAYA MOTIVASI PENINGKATAN KESIAPAN KERJA SISWA SMK NURUL HUDA BAROS. Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat, 1(2), 77-84. Journal of Management and Business.
- Latif, L., Kamaludin, K., & Sunarto, A. (2024). Ketahanan Berwirausaha, Daya Hidup Ukm Dan Keberlangsungan Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Untuk Menciptakan Sdm Yang Unggul. Indonesian Collaboration Journal of Community Services (ICJCS), 4(2), 81-89.

- Muhammad Alif Rahman. (2024). Strategi Komunikasi Diskominfo Kota Cilegon melalui PPID dalam Pelaksanaan Keterbukaan Informasi.
- Pandri Sugito & Novliza Eka Patrisia. (2023). Strategi Badan Pertanahan dalam Pelayanan Bidang Pembuatan Sertifikat Tanah. *Journal of Public Policy and Administration Silampari*.
- Solihin, A., & Triana, H. (2024). Sosialisasi Pentingnya Pemahaman Fungsi Manajemen Untuk Pengelolaan SDM Pada UKM Di Desa Sasahan. *Amanah Mengabdi*, 1(1), 93-96.
- Sukasih, A. S., & Awalia, N. (2025). PELATIHAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL 5.0 UNTUK MENINGKATKAN SUMBER DAYA MANUSIA SERTA KOMPETENSI SISWA SMAN 1 JAWILAN. *Kreativitas Pada Pengabdian Masyarakat (Krepa)*, 5(3), 21-30.
- Taufik, R., Dewi, M. W., Laksana, M. W., Febriani, A. A., & Muthmainnah, M. (2025). EDUKASI MANAJEMEN RISIKO KEUANGAN PRIBADI UNTUK MENGHINDARI PERILAKU KONSUMTIF PADA SISWA SMK 1 CIRUAS. *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 62-69.
- Taufik, R., Triani, R. A., Herlambang, R., Aprida, S., & Apriyana, R. (2025). PELATIHAN PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI (HPP) DALAM USAHA KECIL UNTUK MENINGKATKAN KOMPETENSI SISWA SMK 1 CIRUAS. *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 70-76.
- Triana, H., & Permadi, B. (2025). Pengarahan Dan Sosialisasi Menumbuhkan Minat Berwirausaha Pada Siswa SMK Negeri 2 Kota Serang. *Kreativitas Pada Pengabdian Masyarakat (Krepa)*, 6(11), 51-60.
- Triana, H., & Permadi, B. (2025). Pengarahan Dan Sosialisasi Pengelolaan Sumber Daya Manusia SDM di Era Digital Pada Karang Taruna Di Kelurahan Serang, Serang, Banten. *Kreativitas Pada Pengabdian Masyarakat (Krepa)*, 6(11), 71-80.
- Triana, H., & Rahmawati, I. (2025). Level Up Your Future, Strategi Sukses Mengembangkan Soft Skills & Hard Skills Sejak Dini Pada Siswa SMA N 6 Cipocok. *Kreativitas Pada Pengabdian Masyarakat (Krepa)*, 5(5), 11-20.
- Triana, H., Solihin, A., & Munandar, S. A. (2025). Pelatihan Dasar-Dasar Kepemimpin Dalam Organisasi Pada Ikatan Remaja Masjid Daarul Falaah Kelurahan Pamulang Timur Kecamatan Pamulang Kota Tangerang Selatan. *Kreativitas Pada Pengabdian Masyarakat (Krepa)*, 6(11), 21-30.