

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pentingnya pemahaman masyarakat terhadap isu pencucian uang ataupun kejahatan keuangan lainnya yang semakin berkembang seiring dengan kemajuan teknologi dan globalisasi yang mana, pencucian uang merupakan kejahatan serius yang berdampak luas, tidak hanya pada stabilitas sistem keuangan tetapi juga pada keamanan nasional dan integritas sosial.

Kurangnya kesadaran dan pengetahuan masyarakat terkait pencucian uang dapat menghambat Upaya pencegahan dan pemberantasan kejahatan keuangan, mengingat peran serta masyarakat dalam mendeteksi dan melaporkan aktivitas yang mencurigakan sangatlah penting. Oleh karena itu, dibutuhkan peran dari Hubungan Masyarakat untuk membangun *awareness* masyarakat terkait kejahatan keuangan sehingga upaya pencegahan kejahatan keuangan dapat dilakukan secara lebih komperhensif.

Secara sederhana pencucian uang adalah suatu upaya untuk menyembunyikan atau menyamarkan uang atau dana yang dihasilkan dari suatu aksi kejahatan atau hasil tindak pidana sebagaimana tercantum dalam pasal 2 UU No. 8 Tahun 2010 dengan maksud menyembunyikan, atau menyamarkan asal usul harta kekayaan sehingga seolah – olah menjadi harta kekayaan yang sah. Mekanisme pencucian uang secara sempurna dilakukan dalam tiga tahap sebagai berikut (PPATK, 2017):

1) Penempatan (*placement*)

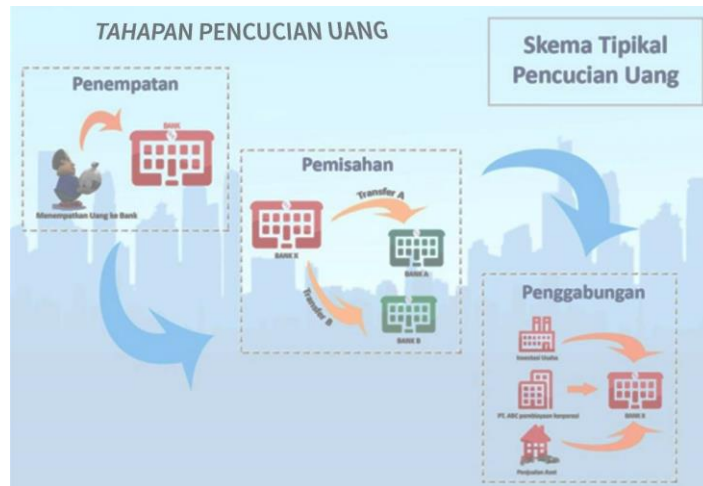
Merupakan upaya menempatkan uang yang berasal dari tindak pidana ke dalam sistem keuangan atau lembaga yang terkait dengan keuangan

2) Pelapisan (*layering*)

Merupakan upaya memisahkan hasil tindak pidana dari sumbernya melalui beberapa tahap transaksi keuangan untuk menyembunyikan atau menyamarkan asal – usul dana. Dalam kegiatan ini terdapat proses pemindahan dana dari beberapa rekening atau lokasi tertentu ke tempat lain melalui serangkaian transaksi yang kompleks dan didesain untuk menyamarkan dan menghilangkan jejak sumber dana tersebut.

### 3) Penggabungan (*integration*)

Merupakan upaya menggunakan harta kekayaan hasil tindak pidana yang telah ditempatkan (*placement*) dan atau dilakukan pelapisan (*layering*) yang nampak seolah – olah sebagai harya kekayaan yang sah, untuk kegiatan bisnis yang halal atau membiayai kembali kegiatan kejahatannya.



Gambar 1 Tahapan Pencuciang Uang

(Sumber: PPATK.go.id)

Menurut Lattimore (dalam Lubis, 2018) Fungsi dasar utama dari *Public Relation* di pemerintahan adalah untuk mendukung perumusan dan pencapaian tujuan program, meningkatkan daya tanggap pemerintah, dan memberikan akses masyarakat terhadap informasi yang memadai untuk memungkinkan mereka mengatur diri sendiri. Maksudnya, humas dari instansi pemerintahan bertanggung jawab guna melaksanakan aktivitas pelayanan publik dan kebijakan dengan menawarkan berbagai rincian peraturan lembaga yang berkaitan dengan tuntutan masyarakat. Selain itu, merupakan tanggung jawab mereka untuk menyediakan pelayanan publik yang terbaik dengan sedikit birokrasi, dengan tujuan memuaskan masyarakat untuk membantu pemerintah meraih kemurahan hati publik.

Ketika menjalankan tugasnya, *public relations* atau hubungan masyarakat dalam sebuah instansi idealnya memiliki strategi yang dalam riset ini untuk membangun *awareness* masyarakat pada instansi terkait guna mendapatkan pengetahuan dan kepercayaan masyarakat akan instansi tersebut. Sepadan dengan undang undang No. 14 tahun 2008 terkait keterbukaan informasi publik, UU tersebut

membuat masyarakat memiliki hak dalam memiliki prasangka buruk jika komunikasi antar instansi pemerintahan dengan masyarakat tidak terjalin dengan baik.

Salah satu instansi pemerintah yang bertugas mencegah serta memberantas kejahatan keuangan dan mempergunakan jasa dari Hubungan Masyarakat adalah Pusat Pelaporan Analisis dan Transaksi Keuangan (PPATK). Instansi yang didirikan di 2002, sesuai dengan UU No. 15 tahun 2002 terkait pencucian uang, terciptanya undang-undang tersebut membuat instansi PPATK hadir ditengah masyarakat untuk mencegah serta memberantas tindakan pidana pencucian uang. PPATK sendiri merupakan organisasi otonom yang tidak terpengaruh oleh pengaruh luar, instansi tersebut mempunyai akuntabilitas langsung kepada Presiden Republik Indonesia atas pelaksanaan fungsinya. Dilansir dari situs resmi PPATK [www.ppatk.go.id](http://www.ppatk.go.id), instansi yang didirikan pada 17 April tersebut merupakan badan pusat yang mengoordinasikan upaya guna menghindari serta menghapuskan sepenuhnya pencucian uang di Indonesia. Di tingkat internasional, PPATK berperan sebagai Unit Intelijen Keuangan (*Financial Intelligence Unit/FIU*) yang bertanggung jawab untuk mendapatkan laporan transaksi keuangan dan analisis yang nantinya akan disampaikan temuan analitis kepada organisasi penegak hukum.

Pada tahun 2023 PPATK mendapatkan sejumlah penghargaan dan juga prestasi seperti: penghargaan Kompetisi Best Egmont Case Award (BECA) antar FIU di seluruh dunia, mendapatkan posisi ke – 3 pada AML Hackathon 2023 TrackAML yang diselenggarakan oleh Financial Intelligence Consultative Group dan Bank Negara Malaysia dengan tema “Outsmarting Financial Crime with Innovative Solutions”, penghargaan BNN terkait Pencegahan, penyalahgunaan dan peredaran Gelap Narkotik.

Peran PPATK sebagai *Financial Intelligence Unit Administrative Model* yang mana merupakan instansi atau lembaga independen dibawah pemerintahan, seperti contoh AUSTRAC (Australia), FINTRAC (Kanada), dan FINCEN (Amerika Serikat). Model administrative ini terutama berperan sebagai penghubung antara masyarakat atau sektor jasa keuangan dengan lembaga penegak hukum. Laporan yang diterima terlebih dahulu dianalisis oleh lembaga yang bersangkutan sebelum diserahkan kepada institusi penegak hukum, seperti Kepolisian dan Kejaksaan (Husein, 2003). PPATK sendiri memiliki empat fungsi utama yaitu:

- a. Menghapuskan dan menghentikan pelanggaran pencucian uang.
- b. Mengkoordinasikan penanganan data dan informasi dari beberapa sumber.
- c. Mengawasi kepatuhan pihak pelapor.
- d. Meninjau dan mengevaluasi catatan dan data transaksi keuangan yang mungkin terkait dengan kejahatan yang melibatkan pencucian uang atau aktivitas kriminal lainnya.

Dalam melakukan fungsi tersebut, PPATK membutuhkan peran dari hubungan masyarakat dalam menyalurkan informasi dan kegiatan yang dilakukan oleh PPATK kepada publik. Menurut Saputra (dalam Shafi, 2022) mengatakan, tugas dari *Public Relations* dalam sebuah instansi adalah:

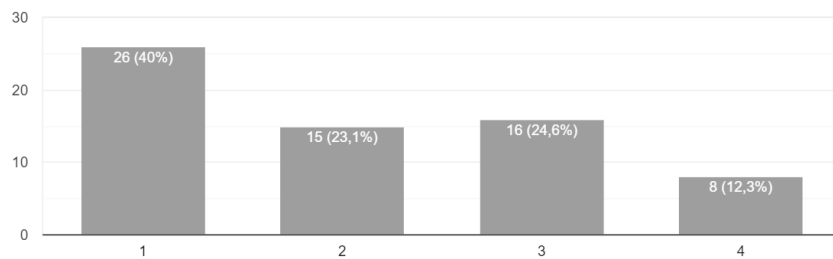
- a) Menyiapkan citra positif sebuah instansi, terkait dengan keputusan ataupun kebijakan yang diambil oleh instansi
- b) Mengkaji pendapat pihak eksternal atau masyarakat publik terkait pendapat akan citra instansi, kinerja, dan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah instansi
- c) Memberikan strategi untuk menyelesaikan kendala komunikasi yang ada di dalam sebuah instansi.
- d) Menyalurkan berbagai informasi pada masyarakat publik terkait dengan informasi, kegiatan dan kebijakan demi menciptakan pengetahuan publik.

Berdasarkan empat poin di atas bisa dikatakan bahwa, *Public Relations* bertanggung jawab guna membangun citra baik instansi melalui kebijakan yang diambil. Mereka juga mengkaji pendapat masyarakat terkait kinerja sebuah instansi sampai menyebarkan informasi untuk meningkatkan pengetahuan publik. Namun yang terjadi di lingkungan masyarakat masih ada yang belum *aware* akan adanya keberadaan PPATK sebagai instansi pemerintah yang berperan aktif dalam memberantas tindak pencucian uang yang ada di Indonesia.

Penulis melakukan riset guna mengetahui pengetahuan masyarakat akan instansi PPATK. Riset tersebut menunjukkan bahwa responden kurang memiliki pemahaman terhadap instansi PPATK. Sebanyak 33,8% dari responden menyatakan mengetahui instansi yang menangani tindak pencucian uang, namun pada pertanyaan berikutnya terkait keberadaan dan fungsi PPATK, sebanyak 40% atau mayoritas dari

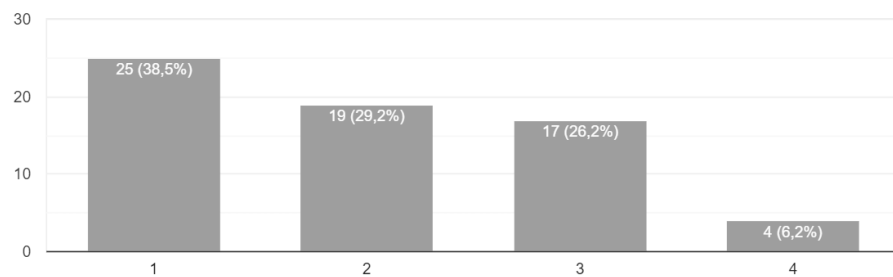
responden tidak memiliki pengetahuan yang memadai. Lebih dari itu, 63,1% dari responden tidak mengikuti sosial media PPATK, sementara sebagian besar dari responden setuju bahwa peningkatan penyebaran informasi oleh PPATK terkait tindakan pencucian uang adalah hal yang dibutuhkan. Adanya ketimpangan tersebut membuat penulis ingin meneliti lebih dalam terkait instansi PPATK.

Apakah anda mengetahui apa itu PPATK ( Pusat Pelaporan dan analisis transaksi keuangan)? [Salin](#)  
65 jawaban



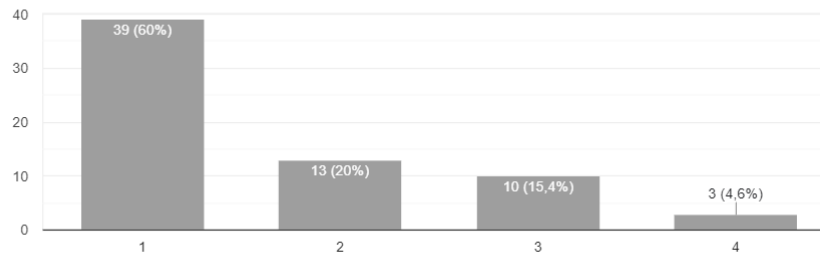
Gambar 2 Hasil Pra Riset

Apakah anda mengetahui apa yang dilakukan oleh PPATK? [Salin](#)  
65 jawaban



Gambar 3 Hasil Pra Riset

Apakah anda pernah mendapatkan pendidikan atau seminar terkait pencucian uang? [Salin](#)  
65 jawaban



Gambar 4 Hasil Pra Riset

Hasil dari riset tersebut membuktikan bahwa kurangnya *awareness* masyarakat akan instansi PPATK dengan instansi lainnya. Peneliti juga menemukan pada proses Pra Riset bahwa masyarakat kerap kali menganggap bahwa PPATK merupakan Pejabat Pembuat Akta Tanah Kecamatan, fenomena tersebut disampaikan langsung oleh Staff Humas dari PPATK. Hal ini menandakan perlunya peningkatan strategi komunikasi yang lebih efektif dan terarah guna menjangkau lebih luasnya lapisan masyarakat dan memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai peran serta pentingnya PPATK dalam usaha pencegahan serta penindakan pidana pencucian uang.

Dalam mencapai keberhasilan dalam membangun *awareness* tentu saja diperlukan sebuah strategi. Menurut Azzahra (2019) Strategi pada dasarnya merupakan kombinasi hubungan yang berorientasi pada tujuan antara manajemen dan perencanaan. Lebih dari sekadar memberikan arah, strategi harus memperlihatkan cara operasionalnya dengan taktik yang tepat. Dalam sebuah instansi, strategi menjadi elemen penting dalam upaya membangun *awareness*. Oleh karena itu, dalam mencapai tujuan sebuah instansi yang mana dalam riset ini tujuannya adalah membangun *awareness*, departemen Humas atau *Public Relation* harus menetapkan strategi yang tepat guna mencapai tujuannya.

Yang menjadi fokus pada riset ini adalah, pengimplementasian konsep bauran *Public Relations* P.E.N.C.I.L.S yang dipergunakan oleh instansi PPATK dalam membangun *Brand Awareness* untuk menambah pengetahuan masyarakat akan instansi PPATK. PENCILS, atau yang lebih dikenal sebagai bauran *Public Relations*, merupakan sebuah strategi PR yang meliputi banyak hal. Menurut (Ruslan, 2012) Strategi PENCILS mencakup beberapa elemen kunci, yaitu *publication*, *event*, *news*,

*community involvement, identity media, lobbying and negotiations, dan social responsibility.* Setiap elemen tersebut memiliki peran penting dalam membentuk citra dan reputasi suatu organisasi. Penerapan strategi PENCILS tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan penjualan saja, tetapi juga untuk menyebarkan informasi, pemahaman, serta edukasi kepada masyarakat.

Untuk strategi lainya seperti *Three Ways Strategy*, strategi tersebut mengutamakan pada aspek meningkatkan penjualan seperti penelitian yang dilakukan oleh (Rahman et al., 2020) yang berjudul “The Implementations of Marketing Public Relations Strategy by the FF Luxury Watch Store on the Jakarta Based Customers” penelitian tersebut berfokus pada peningkatan penjualan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ningsih, (2019) berjudul “Peran Hubungan Masyarakat di Kementerian Koordinator Bidang Politik, Hukum dan Keamanan Republik Indonesia” riset ini membahas mengenai peran dan mendeskripsikan *Public Relation* yang ada di kementerian Koordinator Bidang Politik, Hukum dan Keamanan Republik Indonesia. Perbedaan pada riset ini adalah, penulis meneliti instansi yang berbeda yaitu Pusat Pelaporan Analisis dan Transaksi Keuangan (PPATK). Serta bagaimana implementasi konsep P.E.N.C.I.L.S yang diterapkan PPATK dalam menyebarkan informasi peran dari PPATK itu sendiri dalam membangun *awareness* Masyarakat akan hadirnya PPATK sebagai instansi publik.

Adapun penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Fadhilah (2023) dengan judul “Analisis Strategi Marketing Public Relations pada Campaign Teratu Beauty Cycle dalam Memperkuat Image Teratu Beauty Peduli Lingkungan” riset tersebut berfokus pada peran dari *Public Relations* dari Teratu Beauty dalam menyusun strategi untuk memperkuat *brand image* menggunakan sudut pandang strategi PENCILS. Perbedaan dalam penelitian ini adalah, penulis meneliti instansi yang berbeda yaitu PPATK, dan juga tujuan dari instansi yang berbeda. Teratu Beauty bertujuan untuk memperkuat *brand image* sedangkan PPATK bertujuan untuk membangun *awareness* masyarakat akan kehadiran mereka.

Selain dari uraian diatas, adapun hal yang mendorong penulis untuk melaksanakan riset ini yaitu, belum adanya jurnal yang meneliti terkait peran hubungan masyarakat pada instansi PPATK melalui salah satu pendekatan dari bauran

*Public Relations*, yaitu PENCILS yang menjadi acuan penulis dalam meneliti. Penulis berharap dengan adanya riset ini, mampu menaikkan kontribusi penulis guna pengetahuan konsep campuran Public Relations PENCILS yang nantinya mampu menyuguhkan informasi yang mampu dijadikan rujukan bagi peneliti lain yang berminat untuk melaksanakan riset.

Kurangnya *awareness* publik akan hadirnya instansi PPATK menjadi fokus penulis yang mendorong untuk melaksanakan studi komprehensif sehubungan dengan hubungan masyarakat PPATK dengan publik. Adanya riset ini dimaksudkan guna dapat mendapatkan pengetahuan yang mendalam terkait bagaimana metode yang dipergunakan oleh pihak hubungan masyarakat PPATK pada publik dan informasi apa yang didapat oleh publik dari instansi PPATK yang membuat kurangnya *awareness* publik akan hadirnya PPATK sebagai instansi publik. Berlandaskan penjabran tersebut, peneliti memilih untuk mengangkat riset ini berjudul **“IMPLEMENTASI STRATEGI PUBLIC RELATIONS P.E.N.C.I.L.S DALAM MEMBANGUN AWARENESS INSTANSI PPATK”**

## **1.2 Tujuan Penelitian**

Riset ini dimaksudkan untuk menganalisis bagaimana penerapan strategi *Public Relations* P.E.N.C.I.L.S yang diimplementasikan oleh PPATK dalam membangun *awareness* masyarakat

## **1.3 Pertanyaan penelitian**

Berlandaskan tujuan riset tersebut, maka pertanyaan yang muncul dalam riset ini ialah, bagaimana penerapan teori P.E.N.C.I.L.S, guna membangun *awareness* masyarakat akan hadirnya PPATK sebagai instansi pemerintahan?

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari riset ini ada dua: teoritis dan praktis.

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Adanya riset ini diharap mampu berfungsi guna memperluas dan mengembangkan pengetahuan terkait dengan strategi Public Relations dan penerapan teori P.E.N.C.I.L.S yang dipergunakan oleh instansi PPATK, dan diharapkan mampu dijadikan rujukan oleh peneliti yang ingin melaksanakan



kajian lebih mendalam. terkait peran *Public Relations* pada instansi pemerintahan.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

Riset ini diharap bisa menjadi sumber rujukan serta pengetahuan bagi praktisi hubungan Masyarakat dan juga dapat menjadi sumber pengetahuan yang berharga dan rujukan bagi peneliti sendiri.

### 1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian

#### 1.5.1 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Tahun										
		2023			2024							
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags
1	Penelitian Pendahuluan											
2	Penyebaran Pra – Riset											
3	Penyusunan BAB I – II											
4	Penyusunan BAB III											
5	Pendaftaran Desk Evaluation											
6	Pengumpulan Data											
7	Ujian Skripsi											

Tabel 1 waktu penelitian

#### 1.5.2 Lokasi Penelitian

Dalam melaksanakan riset ini, peneliti menyesuaikan dengan tempat informan bekerja. Yang bertempat di Jalan Ir. H. Juanda No.35 Kecamatan Gambir, Jakarta Pusat, 10120.