

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

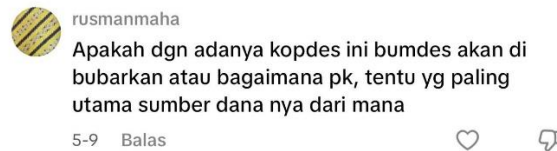
### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Koperasi memainkan peran penting dalam perekonomian di Indonesia, khususnya dalam mengurangi kesenjangan sosial dan ekonomi. Dengan prinsip-prinsip dasar dalam koperasi seperti kekeluargaan dan gotong royong, koperasi diharapkan dapat menciptakan pemerataan kesejahteraan bagi masyarakat, terutama dalam sektor ekonomi yang akan melibatkan kelompok masyarakat dengan tingkat ekonomi yang rendah. Hal ini sejalan dengan “tujuan koperasi untuk memberdayakan ekonomi rakyat melalui pendampingan dan pemberian akses yang lebih baik pada sumber daya dan pasar” (Halilintar, 2018). Selain dari hal tersebut, koperasi juga berperan sebagai wadah bagi masyarakat untuk berkolaborasi dalam berbagai bidang usaha, yang secara langsung dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan anggota. Hal ini sangat relevan mengingat tantangan ketimpangan sosial dan ekonomi yang masih besar di Indonesia. Kontribusi koperasi terhadap pemberdayaan ekonomi rakyat sangat jelas terlihat dalam berbagai sektor, mulai dari pertanian, perikanan, hingga industri kecil dan menengah yang membutuhkan dukungan bersama untuk berkembang.

Meskipun koperasi memiliki potensi yang cukup besar untuk mendorong pembangunan ekonomi yang lebih inklusif, memajukan perekonomian desa agar tidak terlalu bergantung pada anggaran APBN dan menciptakan lapangan

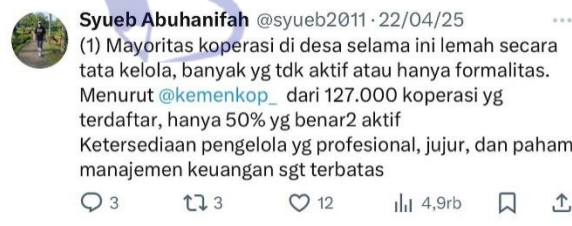
pekerjaan, tentu saja, akan berdampak positif pada perekonomian negara di masa depan. Namun sayangnya, kondisi koperasi di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satu tantangan utamanya adalah kurangnya pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang pentingnya koperasi dan peranannya dalam ekonomi. Banyak koperasi yang masih terhambat oleh manajemen yang kurang profesional, rendahnya kapasitas SDM, serta kurangnya akses terhadap teknologi dari pasar yang lebih luas. Maka dari itu dibuatlah program Koperasi Desa Merah Putih (Kopdes Merah Putih) yang merupakan inisiatif strategis pemerintah Indonesia untuk membentuk 80.000 koperasi di seluruh desa dan kelurahan hingga 12 Juli 2025, sesuai dengan Instruksi Presiden No. 9 Tahun 2025 . Program ini bertujuan untuk memperkuat ekonomi kerakyatan dan memberdayakan masyarakat desa melalui koperasi.

Jika ditinjau dari tujuan program ini, maka program ini sangat bagus untuk diterapkan dalam masyarakat, namun tentu saja hanya karena program tersebut memiliki visi misi yang bagus tidak menjadikannya diterima seluruh masyarakat. Beberapa kelompok masyarakat juga menyerukan kontra terhadap program tersebut karena dirasa berpotensi untuk tumpang tindih dengan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yang sudah ada, sehingga menambah tantangan dalam pelaksanaannya. Hal ini dapat dilihat dari salah satu komentar pada aplikasi tiktok, dimana salah satu akun menggunggah konten mengenai program Koperasi Merah Putih ini.



**Gambar 1. 1 Komentar Publik di Tik-Tok**

Dan di aplikasi X, publik juga menyampaikan pendapatnya melalui sebuah komentar mengenai kurang efisiennya program ini karena masih banyak faktor yang dirasa kurang untuk mendukung program tersebut. Adapun faktor lainnya yaitu dirasa SDM yang tersedia masih minim dalam hal keahlian manajerial dan keuangan, sehingga keberlanjutan koperasi menjadi sulit tercapai, berdasarkan data dari Kementerian Koperasi, tercatat lebih dari 80.000 koperasi yang sudah didirikan di seluruh Indonesia pada tahun 2025, namun hanya 10-15% di antaranya yang berjalan dengan efektif dan sesuai dengan prinsip koperasi yang seharusnya.



**Gambar 1. 2 Komentar Netizen di Platform X**

Situasi ini memperlihatkan bahwa tantangan utama dari program Koperasi Merah Putih bukan hanya terletak pada aspek kelembagaan, tetapi juga pada bagaimana program tersebut dikomunikasikan kepada masyarakat agar menumbuhkan pemahaman dan kepercayaan. Dalam hal ini, Kementerian Koperasi (Kemenkop) memainkan peran sentral dalam pelaksanaan program tersebut,

termasuk dalam aspek komunikasi publik dan media monitoring. Sebagai bagian dari strategi komunikasi yang lebih luas, Kemenkop meluncurkan situs resmi Kopdes Merah Putih ([kopdesmerahputih.kop.id](http://kopdesmerahputih.kop.id)), yang berfungsi sebagai dashboard nasional untuk memantau perkembangan pembentukan koperasi di tingkat desa secara transparan dan akuntabel. Website ini tidak hanya digunakan untuk memonitor status dan perkembangan program, tetapi juga untuk menyajikan data dan laporan yang dapat diakses oleh pemerintah daerah, pengelola koperasi, dan masyarakat umum. Selain itu, situs ini dirancang sebagai sumber informasi utama bagi masyarakat yang ingin mengetahui lebih jauh tentang berbagai inisiatif dan program yang sedang dijalankan oleh Kemenkop, termasuk cara mendaftar atau mengajukan bantuan terkait koperasi. Dengan demikian, situs ini menjadi alat penting dalam memperkuat keterlibatan masyarakat, meningkatkan partisipasi, dan mempercepat implementasi program pembangunan koperasi di seluruh Indonesia.



**Gambar 1. 3 Website Resmi Koperasi Desa Merah Putih**

Dalam konteks inilah, peran humas Kementerian Koperasi (Kemenkop) menjadi sangat krusial. Sebagai garda terdepan komunikasi publik pemerintah, humas tidak hanya bertugas menyampaikan informasi, tetapi juga mengelola

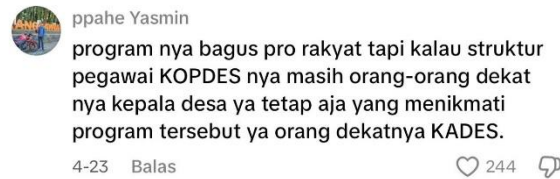
persepsi, membangun citra positif, serta menjaga kepercayaan masyarakat. Salah satu instrumen yang paling penting dalam menjalankan fungsi ini adalah media monitoring. Media monitoring memungkinkan humas untuk memantau pemberitaan dan percakapan publik di berbagai platform media, mendeteksi isu-isu yang muncul, mengidentifikasi disinformasi, serta memahami sentimen publik apakah cenderung positif, negatif, atau netral. Dengan informasi ini, humas dapat merespons dengan cepat melalui klarifikasi, penyusunan pesan komunikasi yang tepat, atau penyesuaian strategi kampanye agar sejalan dengan kebutuhan publik.

Media monitoring adalah alat yang sangat penting untuk mendeteksi disinformasi, mengukur sentimen publik, dan menjaga kepercayaan. Tanpa pemantauan yang proaktif, informasi palsu dapat berkembang liar dan merusak reputasi suatu program atau instansi. Dengan melacak kata kunci dan topik yang relevan, tim Humas dapat mengidentifikasi klaim yang tidak akurat sejak dini, menganalisis sumber penyebarannya, dan memetakan bagaimana disinformasi menyebar antar platform. Selain itu, media monitoring memungkinkan analisis sentimen yang mengklasifikasikan tanggapan publik sebagai positif, negatif, atau netral. Pemahaman ini membantu Humas untuk mengidentifikasi isu-isu kritis yang paling sering memicu sentimen negatif, sehingga mereka dapat menyesuaikan strategi komunikasi mereka. Pada akhirnya, respons yang cepat dan akurat yang difasilitasi oleh media monitoring menunjukkan bahwa instansi tersebut peduli dan mendengarkan, yang sangat krusial dalam membangun kembali kepercayaan masyarakat. Media monitoring tidak hanya tentang menyebarkan informasi, tetapi

juga tentang mendengarkan *feedback* dari publik, menjadikan instansi pemerintah lebih akuntabel, transparan, dan terhubung dengan masyarakat di era digital.

Melalui pemantauan ini, Kemenkop dapat mengetahui informasi apa saja yang telah beredar, serta melakukan langkah-langkah responsif dengan cepat, seperti klarifikasi atau perbaikan informasi yang salah. Selain itu, media monitoring memungkinkan Kemenkop untuk mengidentifikasi sentimen masyarakat, sehingga strategi komunikasi yang lebih tepat dapat diterapkan untuk membangun kembali kepercayaan dan memastikan program berjalan dengan lancar. Dengan cara ini, kementerian dapat menjaga citra program, memperkuat keterlibatan publik, dan mencegah potensi kerugian yang disebabkan oleh kesalahpahaman atau informasi yang tidak akurat.

Salah satu dampak nyata dari kurangnya informasi yang jelas adalah kekhawatiran masyarakat, seperti yang tercermin dalam komentar salah satu akun di TikTok dan X yang mempertanyakan apakah koperasi hanya akan menjadi formalitas administratif tanpa pengawasan yang memadai. Dalam menghadapi hal ini, humas Kemenkop dapat mengambil pendekatan komunikasi yang jelas dan transparan untuk membangun kesadaran publik tentang pentingnya pengawasan dan akuntabilitas dalam program koperasi. Meskipun demikian, tantangan utama yang tetap perlu diatasi adalah pengawasan yang efektif, mengingat cakupan program yang luas dan potensi penyalahgunaan anggaran oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.



**Gambar 1. 4 Komentar Mengenai Khawatiran Netizen diTikTok**



**Gambar 1. 5 Komentar Netizen X yang Menunjukkan Kurangnya Pemahaman Terhadap Program**

Namun, di balik ambisi besarnya, program Koperasi Merah Putih menuai berbagai kontra dan tanggapan kritis dari publik serta pemangku kepentingan lokal. Tentunya beberapa kalangan masyarakat akan merasa resah dan khawatir bahwa janji pemerintah pusat hanyalah retorika belaka, bahkan mencemaskan koperasi yang digadang menjadi motor ekonomi desa itu justru dapat menjadi gudang masalah baru di lapanga, ditambah dengan trauma kegagalan koperasi simpan-pinjam *KUD* di era sebelumnya yang membayangi potensi macetnya usaha koperasi. Meninjau dari kekhawatiran tersebut humas juga harus memastikan bahwa pesan yang disampaikan dalam berbagai kanal media, baik itu melalui media massa maupun media sosial, menjelaskan dengan tegas mekanisme pengawasan dan evaluasi yang diterapkan dalam Program Koperasi Merah Putih. Komunikasi yang efektif akan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program ini, mengurangi risiko politisasi program, dan memastikan bahwa program koperasi



dapat berfungsi sebagaimana mestinya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.

Dalam konteks ini media monitoring berperan sangat penting, di mana pemerintah pusat, melalui Kementerian Koperasi yang bertanggung jawab untuk melaksanakannya. Agar media monitoring efektif, Humas memerlukan strategi yang proaktif dalam merespons isu-isu publik yang berkembang seputar Program Koperasi Merah Putih. Sebagai garda terdepan dalam komunikasi, Humas berfungsi untuk menjembatani hubungan antara pemerintah dan masyarakat, terlebih ketika muncul keresahan atau kritik publik yang perlu segera ditangani. Dalam praktiknya, humas harus menampung aspirasi dan keluhan masyarakat, mencari solusi, serta memastikan arus informasi dari pemerintah tersampaikan dengan jelas sekaligus *feedback* dari publik tersalurkan dengan baik (Afida, 2025). Dengan kata lain, humas berperan menjalankan komunikasi dua arah yang efektif agar kebijakan yang dijalankan dapat dipahami dan diterima oleh khalayak. Untuk menjalankan peran tersebut secara optimal, pemantauan media (media monitoring) menjadi salah satu alat utama humas dalam manajemen isu. Melalui kegiatan media monitoring yang intensif, humas dapat mendeteksi secara dini opini dan sentimen publik yang muncul di berbagai saluran komunikasi, baik di media massa maupun media sosial. Peneliti komunikasi menyebut bahwa salah satu cara paling mendesak untuk menghadapi misinformasi di ruang online adalah dengan secara aktif memonitor opini publik melalui *social media listening* (White et al., 2025).

Dalam menghadapi disinformasi dan sentimen negatif yang berkembang di ruang publik, peran hubungan masyarakat (humas) Kementerian Koperasi menjadi



sangat vital. Humas berperan sebagai garda terdepan untuk menjembatani komunikasi antara pemerintah dan masyarakat. Untuk menjalankan fungsi ini secara efektif, media monitoring adalah alat yang tak terpisahkan. Melalui pemantauan media, humas dapat mendeteksi secara dini isu-isu yang beredar, memahami nada pemberitaan, dan mengidentifikasi sentimen publik

(Gunawan & Anisa, 2020) menyatakan kegiatan media monitoring dapat membantu humas untuk mengetahui sejauh mana program ini mendapat perhatian positif atau negatif dari masyarakat dan media, karena humas perlu mengetahui isu apa saja yang sedang hangat dibicarakan, bagaimana nada pemberitaan (*tone*) yang dominan apakah cenderung negatif atau positif serta di mana saja platform yang menjadi medan penyebaran isu. Informasi ini memungkinkan humas mengambil langkah respon yang cepat dan tepat sebelum isu berkembang liar dan merusak citra program.

Namun, tidak adanya pengawasan yang ketat terhadap pemberitaan yang beredar di media dapat mengarah pada disinformasi yang merugikan citra program koperasi. Hal ini berpotensi menghambat upaya peningkatan partisipasi masyarakat dalam program koperasi yang seharusnya dapat membawa dampak positif pada perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Ketidakmampuan dalam mengelola informasi ini juga dapat menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga koperasi sebagai bentuk usaha yang dapat diandalkan. Akibatnya, minat untuk bergabung dengan koperasi dan mendukung program-program pemerintah dapat menurun, yang pada gilirannya akan mempengaruhi pencapaian tujuan utama program Koperasi Merah Putih. Dilihat dari hal tersebut, menekankan bahwa salah

satu cara paling mendesak untuk menghadapi misinformasi di ruang digital adalah dengan melakukan social media listening secara aktif. Hal ini membuktikan bahwa pengelolaan komunikasi publik yang baik tidak cukup dengan menyampaikan pesan, tetapi juga harus mendengarkan, memahami, dan menanggapi umpan balik dari masyarakat.

Sayangnya, meskipun strategi komunikasi publik dan media monitoring sangat penting, penelitian terdahulu tentang koperasi di Indonesia sebagian besar masih berfokus pada aspek ekonomi, kelembagaan, atau pemberdayaan masyarakat desa. Kajian yang mendalam mengenai peran humas pemerintah, khususnya strategi media monitoring dalam mendukung program koperasi, masih sangat terbatas. Padahal, tanpa komunikasi publik yang efektif, program yang ambisius sekalipun dapat mengalami resistensi dan kehilangan legitimasi di mata masyarakat.

Berdasarkan kondisi tersebut, Penelitian ini menjadi penting dilakukan untuk menganalisis dan mengevaluasi strategi Humas Kemenkop dalam melakukan media monitoring terhadap Program Koperasi Merah Putih. Dengan mengetahui kelemahan dan kekuatan dalam strategi tersebut, Kemenkop dapat mengoptimalkan upayanya dalam menciptakan komunikasi yang lebih efektif dan lebih terarah. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi yang bermanfaat dalam perbaikan strategi komunikasi yang ada. Hal ini diharapkan dapat meminimalisir kesalahan informasi yang disebarkan dan memperkuat peran koperasi sebagai instrumen perekonomian yang dapat mendukung pembangunan ekonomi Indonesia secara berkelanjutan.

Judul skripsi "**Strategi Humas Kementerian Koperasi dalam Media Monitoring Program Koperasi Merah Putih**" mencerminkan upaya untuk menggali peran dan strategi yang diterapkan oleh Kementerian Koperasi (Kemenkop) dalam memastikan keberhasilan Program Koperasi Merah Putih melalui pengelolaan komunikasi publik yang efektif. Program ini dirancang sebagai upaya pemerintah untuk memperkuat ekonomi kerakyatan dengan membentuk koperasi desa yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui prinsip gotong royong.

Namun, dalam implementasinya, terdapat berbagai tantangan yang dihadapi, seperti potensi politisasi program, masalah pengawasan yang lemah, serta terbatasnya sumber daya manusia di tingkat desa. Oleh karena itu, penting bagi Kemenkop untuk memiliki strategi komunikasi yang matang, khususnya dalam hal media monitoring, untuk memantau dan mengevaluasi dampak dari pesan yang disampaikan kepada masyarakat. Media monitoring menjadi alat yang penting untuk memastikan bahwa informasi yang diterima oleh masyarakat adalah akurat, transparan, dan tidak bias, sehingga dapat mencegah kesalahpahaman yang mungkin timbul terkait tujuan dan pelaksanaan program.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih dalam mengenai bagaimana strategi humas yang diterapkan dapat mengatasi berbagai masalah yang muncul selama implementasi program. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana media monitoring dapat berperan dalam mendukung pengawasan dan evaluasi komunikasi, serta memberikan rekomendasi bagi pengembangan strategi komunikasi publik yang lebih efektif di

masa mendatang. Dengan demikian, skripsi ini tidak hanya berfokus pada analisis komunikasi, tetapi juga pada kontribusinya terhadap keberhasilan program yang memiliki dampak langsung pada pemberdayaan masyarakat desa melalui koperasi.

## **1.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini berupaya untuk mengkaji bagaimana Strategi Humas Kementerian Koperasi Dalam Media Monitoring Program Koperasi Merah Putih?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis bagaimana strategi hubungan masyarakat (humas) yang diterapkan oleh Kementerian Koperasi dalam melaksanakan media monitoring terhadap Program Koperasi Merah Putih dan memahami bagaimana humas Kemenkop merancang dan melaksanakan strategi komunikasi untuk memastikan bahwa pesan terkait program koperasi ini sampai dengan jelas dan efektif kepada masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menilai sejauh mana media monitoring dapat membantu humas dalam memantau perkembangan opini publik, mengidentifikasi pemberitaan yang muncul di media, serta menangani potensi isu yang berkembang terkait dengan program ini. Dalam penelitian ini, akan dianalisis pula tantangan-tantangan yang dihadapi oleh Kemenkop dalam menerapkan strategi komunikasi dan pengawasan, serta bagaimana humas dapat mengoptimalkan peran media monitoring untuk menjaga citra positif dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program ini.

Dengan tujuan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana humas diharuskan menentukan strategi dalam pelaksanaan media monitoring untuk mendukung dan memperkuat efektivitas Program Koperasi Merah Putih. Penelitian ini juga akan menghasilkan rekomendasi yang berguna bagi Kemenkop untuk meningkatkan strategi humas yang ada, serta memberikan solusi terhadap berbagai kendala yang dihadapi dalam implementasi program.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### **1.4.1 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi Kementerian Koperasi (Kemenkop) dalam meningkatkan efektivitas strategi komunikasi publik yang diterapkan untuk Program Koperasi Merah Putih. Dengan menganalisis dan mengevaluasi peran humas dalam memantau dan mengelola media terkait program ini, penelitian ini akan memberikan rekomendasi konkret bagi Kemenkop untuk memperbaiki dan mengoptimalkan strategi media monitoring yang ada. Humas dapat lebih proaktif dalam mengidentifikasi dan merespons isu-isu yang berkembang di media, baik yang positif maupun negatif, serta menjaga citra positif program koperasi melalui komunikasi yang lebih transparan dan akurat. Selain itu, dengan mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam implementasi program, penelitian ini juga dapat membantu humas Kemenkop mengurangi potensi politisasi atau penyalahgunaan informasi yang dapat merugikan program tersebut.

Manfaat praktis lainnya adalah penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam Program Koperasi Merah Putih. Dengan komunikasi yang lebih efektif dan informasi yang lebih jelas, masyarakat dapat memahami tujuan dan manfaat dari program ini, sehingga mereka lebih termotivasi untuk bergabung dan mendukung koperasi sebagai solusi ekonomi yang dapat meningkatkan kesejahteraan mereka. Selain itu, penelitian ini juga berfungsi sebagai panduan bagi pihak-pihak terkait dalam mengelola pengawasan dan evaluasi program koperasi secara lebih efektif, sehingga dapat meminimalkan kendala yang timbul akibat manajemen yang kurang optimal.

#### **1.4.2 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam konteks komunikasi Hubungan Masyarakat dan media monitoring yang diterapkan oleh pemerintah. Penelitian ini memperkaya literatur tentang bagaimana strategi humas dapat dioptimalkan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi program pemerintah, serta bagaimana media monitoring dapat berperan dalam memantau respons publik terhadap kebijakan dan program yang dilaksanakan. Penelitian ini juga mengembangkan teori tentang pentingnya komunikasi dua arah dalam pengelolaan isu publik, di mana humas berfungsi sebagai penghubung antara pemerintah dan masyarakat, serta bagaimana peran media dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap program-program pemerintah.

Selain itu, penelitian ini memberikan wawasan lebih dalam mengenai penerapan teori komunikasi dalam situasi praktis, khususnya dalam konteks pemberdayaan ekonomi melalui koperasi di tingkat desa. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya pengelolaan informasi yang akurat dan transparan dalam mengatasi disinformasi yang dapat merugikan citra program koperasi, serta bagaimana strategi komunikasi publik yang efektif dapat berkontribusi pada keberhasilan program pemerintah. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran praktis tentang penerapan strategi humas, tetapi juga memperkaya perspektif teoritis tentang komunikasi publik dalam konteks pembangunan ekonomi.

