

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Masih banyak peran Kehumasan instansi pemerintah masih belum berjalan sebagaimana mestinya. Berbagai penyebab atas ketidakefektifan humas seperti keterbatasan kemampuan sumber daya manusia dalam penguasaan fungsi dan peran humas, serta kurangnya pemahaman para pemangku kebijakan tentang arti dan pentingnya humas bagi keberhasilan instansi yang mereka pimpin.

Fungsi humas di berbagai instansi pemerintah masih kalah jauh dibanding humas perusahaan atau organisasi bisnis lainnya. Kerja humas di instansi pemerintah selama ini hanya dijalankan dengan sambil lalu. Tugas kehumasan selama ini sekedar diartikan sebagai pelaksana kegiatan sosialisasi kebijakan, menyusun kliping koran tentang pemberitaan terkait instansi, mencetak berbagai pernik publikasi (mulai dari gantungan kunci, stiker, pamflet, spanduk, *banner* dan lain sebagainya).

Humas pemerintah seolah lupa dengan perannya untuk merespon setiap fenomena yang terjadi di masyarakat, terlebih saat sebuah pemberitaan negatif ditujukan kepada instansi tempatnya bekerja. Opini yang menyatakan bahwa humas pemerintah “cuek” terhadap pemberitaan bisa jadi hanya sebuah dampak lantaran personil humas sebenarnya tidak memahami atau kurang mengerti berbagai persoalan yang ditimbulkan oleh sebuah kebijakan pemerintah. Atau bisa jadi sebenarnya mereka peduli namun bingung bersikap atau tidak tahu darimana dan bagaimana harus memulai sebuah respon atas pemberitaan negatif yang ada.

Pekerjaan humas pemerintah di era kebebasan pers seperti saat ini memang tidak mudah. Humas dituntut untuk mampu merespon cepat setiap perubahan yang terjadi, baik secara internal maupun eksternal terkait reputasi instansi pemerintah. Humas harus menyusun *press release*, menjalin hubungan baik dengan insan pers yang bisa saja datang sewaktu-waktu meminta keterangan pejabat terkait tentang pemberitaan yang beredar di masyarakat. Saat kasus korupsi menjerat salah satu pegawai di instansi A misalnya, maka humas harus bisa merespon pemberitaan buruk ini dengan baik agar reputasi organisasi tidak hancur di mata masyarakat. Bukan dalam rangka membela diri, namun lebih kepada membantu insan pers dalam memberikan berita yang berimbang dan valid.

Strategisnya peran Humas terkait dengan Keterbukaan Informasi Publik (KIP), menjadikan sumber daya manusianya perlu diprioritaskan untuk dibekali pendidikan ilmu komunikasi karena humas merupakan peran terdepan (*front linner*) pada instansi/lembaga dalam memberikan informasi publik.

Undang-undang Nomor RI 14 Tahun 2008 tentang KIP menyebutkan bahwa setiap informasi publik yang bersifat terbuka dan dapat diakses oleh setiap pengguna informasi, harus dapat diperoleh dengan cepat, tepat waktu, biaya ringan dan dengan cara sederhana. Sedangkan tujuannya antara lain mewujudkan penyelenggaraan negara yang baik, yaitu transparan, efektif dan akuntabel serta dapat dipertanggungjawabkan.

## **B. Dasar Hukum**

1. Undang-Undang RI Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik;
2. Peraturan Pemerintah RI Nomor 61 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Undang-Undang RI Nomor 14 Tahun 2010 tentang Keterbukaan Informasi Publik;
3. Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia RI Nomor M.HH-04.IN.04.02 Tahun 2011 tentang Tata Cara Pengelolaan dan Pelayanan Informasi Publik pada Kementerian Hukum dan HAM;
4. Keputusan Menteri Hukum dan HAM RI Nomor M.HH-01.IN.01.03 TH.2010 tentang Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumen Kementerian Hukum dan HAM R.I.

## **C. Tujuan dan Sasaran**

### **1. Tujuan**

- a. Meningkatkan pengetahuan tentang kehumasan
- b. Meningkatkan profesionalisme dan kinerja humas pemerintahan dalam pengelolaan informasi.

### **2. Sasaran**

- a. Meningkatnya pengetahuan tentang kehumasan.
- b. Meningkatnya profesionalisme dan kinerja humas pemerintahan dalam pengelolaan informasi.

**BAB II**  
**PELAKSANAAN KEGIATAN BIMBINGAN TEKNIS**  
**KEHUMASAN DIREKTORAT JENDERAL HAK ASASI MANUSIA**  
**TAHUN ANGGARAN 2013**

**A. Waktu dan tempat**

Pelaksanaan Bimbingan Teknis Kehumasan diselenggarakan pada :

Hari : Senin s.d. Selasa

Tanggal : 18 s.d. 19 Maret 2013

Tempat : The Poencer Hotel, Jl. Raya Puncak Km. 77 Cisarua, Bogor – Jawa Barat

**B. Pembicara**

Pembicara/Narasumber pada kegiatan ini :

1. Heryadi Silvianto, Staf Ahli DPR
2. Rialdo Rizky Mlt, Konsultan Public Relation (PR)
3. M. Saefulloh, M.Si, Akademisi Universitas Moestopo Beragama
4. Yanti Sugarda, Akademisi Universitas Indonesia

**C. Peserta**

Peserta sebanyak 25 (dua puluh lima) orang terdiri dari para pejabat eselon IV dan Jabatan Fungsional Umum di lingkungan Direktorat Jenderal Hak Asasi Manusia, sebagai berikut :

- Sekretariat Ditjen HAM = 14 orang
- Direktorat Yankommas = 2 orang
- Direktorat Kerjasama HAM = 2 orang
- Direktorat Diseminasi HAM = 2 orang
- Direktorat Penguatan HAM = 2 orang
- Direktorat Informasi HAM = 3 orang

**D. Tema**

Tema kegiatan Bimbingan Teknis Kehumasan dan Protokol adalah “*Melalui Bimbingan Teknis Kehumasan, Kita Tingkatkan Peran Humas Yang Profesional*”.

## **E. Materi**

Adapun materi yang disampaikan oleh para pembicara/narasumber sebagai berikut :

1. Heryadi Silvianto, Staf Ahli DPR judul materi ***“Paradigma Kehumasan Pemerintah”***
2. Rialdo Rizky Mlt, Konsultan Public Relation (PR) judul materi ***“Strategi Humas Dalam Menjalin Relasi Media”***
3. M. Saefulloh, M.Si, Akademisi Universitas Moestopo Beragama judul materi ***“Penulisan Produk Humas”*** sekaligus praktek penulisan
4. Yanti Sugarda, Akademisi Universitas Indonesia judul materi ***“Strategi, Monitoring dan Evaluasi Kehumasan”***

## **F. Susunan Acara**

1. Laporan Ketua Panitia Penyelenggara
2. Sambutan Sekretaris Direktorat Jenderal HAM sekaligus pembukaan Bimtek
3. Penyampaian materi oleh para pembicara/narasumber sekaligus praktek penulisan produk humas
4. Pembacaan doa
5. Penutupan

## **G. Dukungan Anggaran**

Biaya kegiatan Bimbingan Teknis Kehumasan dan Protokol dibebankan pada Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran (DIPA) Direktorat Jenderal Hak Asasi Manusia T.A 2013 Nomor DIPA-013.09.1.622020/2003 tanggal 05 Desember 2012.

## **H. Sesi Pembelajaran**

Hari, tanggal : Senin, 18 Maret 2013  
Narasumber : Heriyadi Silvianto  
Materi : Government PR for GCG

### **Materi:**

Peserta diajak melakukan simulasi atas persepsi publik yang didasarkan pada tiga hal:

1. Persepsi publik
2. Fisik

### 3. Sifat

#### Persepsi Publik dan Media Humas Pemerintah

1. Publik :
  - a. Mendapatkan informasi utama terkait HAM
  - b. Humas adalah juru bicara
  - c. Bertugas foto dan kliping
  - d. Sosiologi, brosur dan seminar
  
2. Media :
  - a. Sulit dalam mengakses narasumber
  - b. Humas hanya bertugas meliput dan kliping
  - c. Susah mendapatkan berita
  - d. Rilis yang membingungkan
  - e. Kualifikasi yg tidak tidak sesuai
  - f. Humas tidak komunikatif
  - g. Data dan fakta yang minim
  - h. Sudah banyak kementerian yang sudah maju

#### **Definisi dari Public Relation :**

Fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan baik dan manfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan suatu organisasi.

Pemerintah adalah pelaksanaan kewenangan di bidang ekonomi, politik dan administrasi untuk mengelola urusan Negara pada setiap tingkatan dan merupakan instrumen kebijakan Negara untuk mendorong terciptanya kesejahteraan, integritas dan kohesivitas sosial dalam masyarakat.

**Public Relation (PR)** Pemerintah adalah fungsi manajemen dan peran komunikasi bertujuan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara institusi dengan publik.

## Peran dan fungsi Humas Lembaga Pemerintah

1. Menyebarkan informasi secara teratur mengenai kebijakan, perencanaan dan hasil yang telah dicapai. (diseminasi informasi)
2. Menerangkan dan mendidik publik mengenai perundang-undangan, peraturan dan hal-hal lain tentang kehidupan sehari-hari. (edukasi)
3. Menasehati pimpinan lembaga dalam hubungannya dengan reaksi atau tanggapan publik terhadap kebijakan yang dijalankan. (advisory)

*(Sam Black, Practical PR)*

Kata kunci : *Kita punya keahlian tetapi kita juga harus dapat mengomunikasikan keahlian kita.*

Pemerintah masih terfokus dengan media baru tetapi dilakukan dengan cara yang lama.

Jenis media yang disampaikan juga harus disesuaikan dengan tingkatan subjek mulai dari umur dan latar belakang pendidikan

Untuk media internal, berita lebih soft akan lebih diterima.

*Edwin A. Purba (Dit. Yankomas) :*

### **Pertanyaan:**

Sebenarnya kita punya banyak bahan yang dapat disampaikan ke media atau pers, namun sering kali terhambat dengan birokrasi. Kadang ketika ke daerah, kita masih dipandang sama dengan komnas HAM. Kira-kira bagaimana kiat kita untuk menyampaikan ke media tanpa terhambat proses rumit birokrasi.

### **Jawaban:**

Memang banyak ditemukan permasalahan yang sama dengan lembaga lain, diperlukan beberapa kiat.

Perubahan pola struktur. Apabila tidak dapat dilakukan dalam waktu dekat, dilakukan perubahan pola kerja dahulu. Sikap keterbukaan kita sudah dapat menjadi modal utama.

Untuk permasalahan dengan komnas HAM, diperlukan diferensiasi yang diambil tugas utama kita. Masyarakat lebih memerlukan *awareness*. Masyarakat tidak memperlakukan lagi siapa yang datang kepada mereka tetapi solusi apa yang dibawa.

*Sukmajaya (Sekretariat Ditjen HAM):*

**Pertanyaan:**

Bagaimana menyiasati permasalahan keterbatasan SDM yang ada dihumas kita?

**Jawaban:**

Pendelegasian, perubahan pola kerja dan persiapan menyambut momentum

*Nazawiyah (Sekretariat Ditjen HAM):*

**Pertanyaan:**

Masalah humas sangat dikecilkan, tetapi setelah mendengar paparan narasumber saya kira peran Humas sangat penting. Dari KemenPan sendiri menilai struktur humas akan ditempatkan pada tempat yang tidak penting. Kemudian ada perbedaaan penempatan struktur Humas di Lembaga Kementerian. Contoh : Ditjen Imigrasi, Humas ada di unit eselon III. Bagaimana kiat-kiat agar Humas digalakkan bukan sekedar?

**Jawaban:**

Disetiap Kementerian ada Bakohumas. Penting untuk mengumpulkan informasi dengan Kementerian yang besar ini untuk mendefisikan apa sebenarnya Ditjen HAM. Komunikasikan dengan top managemen agar apabila ada hambatan dapat segera ditangani. Kita butuh strategi komunikasi dan diversifikasi apabila target tercapai. Contoh *Focus Group Discussion* dengan media dan inovasi kegiatan.

**Hari, tanggal : Selasa, 19 Maret 2013**

**Narasumber : Rialdo Rezeky**

**Materi : PR dan Media**

*Public Relation* adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik serta merencanakan dan melaksanakan program aksi dalam rangka mendapatkan pemahaman dan penerimaan publik.

Hubungan Internal adalah bagian khusus dari PR yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan saling bermanfaat antara manajer dan karyawan.

Publisitas adalah informasi yang disediakan oleh sumber luar yang digunakan oleh media karena informasi ini memiliki nilai berita. Metode penempatan pesan di

media ini adalah untuk metode yang tak bisa dikontrol (*uncontrolled*) sebab sumber informasi tidak memberi bayaran kepada media untuk pemuatan informasi tersebut. contoh : *Press Release*.

*Advertising* adalah informasi yang ditempatkan di Media oleh sponsor tertentu yang jelas identitasnya yang membayar untuk ruang dan waktu penempatan informasi tersebut. Ini adalah metode terkontrol dalam menempatkan pesan di media.

*Press Agency* adalah penciptaan berita dan peristiwa yang bernilai berita untuk menarik perhatian media massa dan mendapat perhatian publik.

Publik lebih kepada stakeholder.

*Public affairs* adalah bagian khusus dari PR yang membangun dan mempertahankan hubungan pemerintah dan komunitas lokal dalam rangka mempengaruhi kebijakan publik.

*Lobbying* adalah bagian khusus dari PR yang berfungsi untuk menjalin dan memelihara hubungan dengan pemerintah (stakeholder lain) dalam rangka mempengaruhi kebijakan.

*Manajemen Issue* adalah proses proaktif dalam mengantisipasi, mengidentifikasi, mengevaluasi, dan merespon isu-isu kebijakan publik yang mempengaruhi kebijakan organisasi dengan publik mereka

Hubungan atau akses ke media lebih cepat akan menentukan pemberitaan media.

Pada PR punya hubungan yang simbitik dengan Jurnalis untuk meraih publisitas bebas dalam pekerjaan mereka, PR butuh akses ke media berita untuk menyebarkan gagasan, informasi atau pandangan organisasi dan klien yang mereka wakili.

Karena itu, hubungan yang baik dengan media (wartawan) adalah modal penting dalam penyebaran informasi PR.

Media dapat menonjolkan pemberitaan atau menutupinya.

Humas ketika kita melaksanakan sesuatu yang baik, public harus tahu.

Humas bertugas untuk membangun dan menjaga lini komunikasi.

Semua dapat menjadi humas bagi diri sendiri.

Syarat utama dalam penyampaian statemen adalah *fact finding*. Yang kita munculkan adalah fakta-fakta yang mendukung.

Strategi Komunikasi :

- a. *To secure understand*
- b. *To establish acceptance*

Wartawan umumnya tertarik memberitakan nilai berita seperti :

- a. Konflik
- b. Bencana
- c. Kriminal
- d. *Prominence* : nama besar

Tips untuk menarik wartawan : jalin hubungan baik dengan wartawan, membuat agenda acara yang menarik, dan menciptakan produk PR yang bagus.

Eufimisme : Penghalusan kata

Prinsip pembuatan berita : 5 W 1 H

Wartawan didasarkan punya prinsip kebebasan dalam menjalankan pekerjaannya.

Wartawan selalu membutuhkan informasi dan selalu dikejar waktu.

**Pertanyaan:**

**Amin (Dit. Penguatan):**

Seringkali berita yang dibuat wartawan tidak sesuai dengan realitas yang ada, bagaimana menyikapinya.

**Jawaban:**

Hal tersebut biasanya disebabkan ketidakdekatan hubungan kita dengan wartawan.

Jangan sekali-kali menyampaikan *off the record* disampaikan kepada wartawan

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam *Press Conference* :

1. Pilih lokasi penyelenggaraan di tempat yang strategis. (untuk memudahkan peliputan).
2. Pilih waktu dengan mempertimbangkan *deadline* berita.
3. Buat Undangan yang tidak mendadak dan juga tidak terlalu jauh waktunya
4. Pilih *Spokes person* yang dikenal publik dan menguasai permasalahan
5. Siapkan materi publisitas yang lengkap, bisa dibuat dalam bentuk CD
6. Press Release yang baik adalah yang sesuai dengan bentuk penulisan berita
7. Sediakan seminar kit
8. Sediakan waktu yang cukup untuk tanya jawab

Lebih murah membuat *news placement* dibanding membuat iklan

Langkah-langkah membuat berita :

1. Membuat kalimat singkat, tidak bertele-tele
2. Sederhana, kata-kata yang digunakan mudah dipahami, hindari penggunaan jargon,
3. *Easy reading*, mudah dibaca.

Teknik Piramida terbalik :

Teknik menulis berita dari yang mulai penting menuju yang kurang penting. Pada dasarnya orang kurang waktu untuk membaca. 5 W + 1 H ada diparagraf paling atas.

Alasan :

- a. Memudahkan orang baca
- b. Memudahkan mengedit

*Lead* atau kepala berita harus memuat *where, when, who, what, how*

Tips membuat judul

- a. Membuat *soundback* namun tidak sensasional
- b. Template yang banyak
- c. Tidak membuat bahasa yang
- d. Kongkrit
- e. Formatnya *eye catching*

Memperhatikan nilai berita :

- a. Konflik/Skandal
- b. Nama Besar (NARASUMBER)
- c. *Proximity* (Kedekatan)
- d. Sex dan Kekuasaan
- e. Human Interest

## **BAB III**

### **PENUTUP**

#### **1. Kesimpulan**

Bimbingan Teknis Kehumasan Direktorat Jenderal Hak Asasi Manusia Tahun Anggaran 2013 yang telah dilaksanakan pada tanggal 18 sampai dengan 19 Maret 2013 di The Poencer Hotel Jl. Raya Puncak Kav. 77 Cisarua Bogor, Jawa Barat, berjalan lancar sesuai jadwal yang telah ditetapkan. Kegiatan bimtek ini mendapat tanggapan sangat positif oleh peserta bimtek maupun pegawai di lingkungan Direktorat Jenderal Hak Asasi Manusia, yang setiap tahunnya selalu berbeda dengan pelaksanaan yang telah diselenggarakan dengan tahun sebelumnya, baik dari segi materi, pembicara/narasumber. Hal ini karena menyesuaikan dengan perkembangan yang ada. Para peserta Bimbingan Teknis Kehumasan sangat antusias mengikutinya karena selama ini para peserta belum pernah memperoleh pengetahuan yang disajikan dari narasumber.

#### **2. Saran**

Bimbingan Teknis Kehumasan Direktorat Jenderal Hak Asasi Manusia Tahun Anggaran 2013 sangat penting untuk dilaksanakan secara berkesinambungan, mengingat semakin pesatnya perkembangan informasi yang perlu disampaikan oleh para narasumber dan sangat perlu diketahui oleh seluruh pegawai Direktorat Jenderal Hak Asasi Manusia Kementerian Hukum dan HAM.

Jakarta, Maret 2013

a.n Direktur Jenderal Hak Asasi Manusia  
Sekretaris Direktorat Jenderal HAM

Drs. Agus Saryono  
NIP. 19581117 198303 1 001