

LAMPIRAN
PERATURAN MENTERI PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 55 TAHUN 2011
TENTANG PEDOMAN UMUM HUBUNGAN MEDIA
DI LINGKUNGAN INSTANSI PEMERINTAH

PEDOMAN UMUM HUBUNGAN MEDIA
DI LINGKUNGAN INSTANSI PEMERINTAH

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Humas pemerintah senantiasa dituntut untuk meningkatkan kemampuannya dalam menghadapi tantangan dan perubahan lingkungan yang sangat cepat, serta mampu berfungsi sebagai jembatan untuk membangun suasana yang kondusif dengan publiknya melalui proses komunikasi yang baik.

Dalam melakukan proses komunikasi dengan publik, humas pemerintah menggunakan media sebagai saluran. Untuk itu, praktisi humas perlu mengidentifikasi publik dan khalayaknya dengan tepat serta mengenal dan memahami media dengan baik.

Media dalam hal ini merupakan media massa sebagai sarana komunikasi untuk menyebarkan pesan secara serempak dan cepat kepada khalayak. Hubungan media (media relations) merupakan upaya untuk mencapai publisitas yang maksimal atas pesan atau informasi humas dalam rangka meningkatkan pengetahuan dan pemahaman yang positif bagi khalayak.

Hubungan media merupakan kegiatan yang penting dilakukan instansi pemerintah. Aktivitas humas dan media massa merupakan hubungan yang saling menguntungkan dan saling melengkapi. Humas

pemerintah memerlukan media, dan sebaliknya, media memerlukan humas pemerintah untuk pemberitaan.

Untuk memahami media dengan baik, diperlukan pendekatan tertentu. Selain itu, humas pemerintah dituntut agar mampu meyakinkan media mengenai materi yang berkaitan dengan kebijakan, program, prakarsa, gagasan, dan permasalahan yang layak dipublikasikan.

Profesionalitas praktisi humas pemerintah dalam menjalin hubungan dengan media merupakan faktor penting dalam membangun hubungan media yang baik dan berkelanjutan didasarkan atas kemitraan.

B. Maksud dan Tujuan**1. Maksud**

Pedoman Hubungan Media dimaksudkan sebagai acuan dalam penyusunan petunjuk pelaksanaan/petunjuk teknis hubungan media di lingkungan instansi pemerintah.

2. Tujuan

Tujuan Pedoman Hubungan Media adalah menciptakan hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan antara instansi pemerintah dan media dalam penyelenggaraan humas pemerintah.

C. Sasaran

Sasaran Pedoman Hubungan Media adalah

1. tercapainya kesamaan pemahaman penyelenggaraan hubungan media di lingkungan instansi pemerintah;
2. terselenggaranya kegiatan hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan antara instansi pemerintah dan media;
3. terwujudnya keterpaduan pengelolaan hubungan media dengan kegiatan lainnya secara optimal, efektif, dan efisien;
4. terciptanya hubungan media yang menghasilkan citra dan reputasi instansi pemerintah yang semakin baik.

D. Asas

Asas hubungan media meliputi

1. faktual, yaitu berlandaskan data, informasi, dan fakta yang sesungguhnya dengan mempertimbangkan kepentingan umum;
2. cepat, tepat, akurat, dan terjangkau, yaitu penyampaian data dan informasi oleh praktisi humas pemerintah kepada para pemangku kepentingan harus dilakukan segera dan sesuai dengan khalayak yang dituju;
3. keseimbangan hak dan kewajiban, yaitu ada kesetaraan hak dan kewajiban humas pemerintah dan media;
4. harmonis, yaitu tercipta hubungan saling menghargai, mendukung, sinergis, dan saling menguntungkan di antara berbagai pihak yang terkait dalam hubungan media;
5. etis, yaitu pelaksanaan tugas sesuai dengan etika dan kode etik yang ditetapkan;
6. kemitraan, yaitu terbina hubungan kerja yang baik dan setara antara humas pemerintah dan media;
7. profesional, yaitu pengutamakan keahlian, keterampilan, pengalaman dan konsisten terhadap penugasan;

8. transparan, yaitu penyediaan informasi yang benar, jujur, dan tidak diskriminatif;
9. akuntabel, yaitu setiap kegiatan dan hasil kegiatan harus dapat dipertanggungjawabkan;
10. partisipatif, yaitu hubungan media didukung oleh peran serta aktif pemangku kepentingan.

E. Ruang Lingkup

Ruang lingkup pedoman ini meliputi dasar-dasar hubungan media, pelaksanaan hubungan media, serta pemantauan dan evaluasi hubungan media.

F. Manfaat

Manfaat pedoman ini adalah meningkatkan pemahaman praktisi humas pemerintah dalam berhubungan dengan media secara optimal, efektif, dan efisien.

G. Pengertian Umum

Pengertian umum dalam pedoman ini meliputi hal-hal berikut.

1. Instansi pemerintah adalah Kementerian, Lembaga Pemerintah Non-Kementerian (LPNK), Sekretariat Lembaga Negara, Lembaga Setingkat Menteri dan Lembaga lain, Lembaga Non-Struktural (LNS), serta Pemerintah Provinsi, Kabupaten, dan Kota.
2. Hubungan masyarakat adalah usaha yang direncanakan secara berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara saling pengertian antara lembaga dan institusi dengan publiknya.
3. Hubungan masyarakat di lingkungan instansi pemerintah, untuk selanjutnya disebut humas pemerintah, adalah lembaga humas dan/atau praktisi humas pemerintah yang melakukan fungsi manajemen dalam bidang informasi dan komunikasi yang persuasif, efektif, dan efisien, untuk menciptakan hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan dengan publiknya melalui berbagai sarana kehumasan dalam rangka menciptakan citra dan reputasi yang positif instansi pemerintah.
4. Lembaga humas adalah unit organisasi dalam instansi pemerintah yang melakukan fungsi manajemen bidang informasi dan komunikasi kepada publiknya.
5. Praktisi humas pemerintah adalah individu yang pekerjaan dan/atau jabatannya melaksanakan tugas dan fungsi kehumasan pada instansi pemerintah.
6. Media adalah media massa yang merupakan sarana komunikasi untuk menyebarkan pesan secara serempak dan cepat kepada khalayak.
7. Hubungan media adalah upaya untuk mencapai publisitas yang maksimum atas pesan atau informasi humas dalam rangka meningkatkan pengetahuan dan pemahaman yang positif bagi khalayak.

BAB II

DASAR-DASAR HUBUNGAN MEDIA

A. Landasan Pemikiran

Dalam membangun hubungan yang baik antara instansi pemerintah dan media, perlu diwujudkan harmonisasi, saling membutuhkan dan menguntungkan, serta berkelanjutan. Data, informasi, dan fakta yang disampaikan harus benar-benar dapat dimanfaatkan oleh media massa dan masyarakat.

Hubungan media harus dapat mengakomodasikan kepentingan masing-masing instansi pemerintah dan media massa. Instansi pemerintah, dalam hal ini unit kerja humas pemerintah, harus dapat menyediakan dan menyampaikan informasi secara akurat, efisien, efektif, dan terjangkau sehingga komunikasi dengan media dan masyarakat berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Di lain pihak, media harus dapat bekerja sama dan bersinergi dengan instansi pemerintah dalam upaya memperoleh dan menyebarkan informasi secara akurat dan terpercaya kepada masyarakat.

Hubungan media yang baik harus mendukung pencapaian maksud, tujuan, dan sasaran, menegakkan asas, berada pada ruang lingkup yang telah ditetapkan, serta memberikan manfaat, baik kepada instansi pemerintah maupun media dan pemangku kepentingan.

Praktisi humas pemerintah perlu menganut pendekatan dalam berhubungan dengan media dan pemangku kepentingan, antara lain proaktif (tidak pasif dan reaktif), komunikasi dua arah/timbal-balik (*two-way communication*) tidak lagi komunikasi satu arah (*one-way communication*), mampu menjadi fasilitator, mediator, dan negosiator, serta mampu mengelola isu (*managing the issue*), dan tidak sekadar menghimpun isu (*organizing the issue*).

B. Arti Penting Hubungan Media

Hubungan media menjadi sangat penting dan dibutuhkan oleh instansi pemerintah dan media serta pemangku kepentingan karena

1. instansi pemerintah merupakan sumber informasi mengenai kebijakan publik yang disebarluaskan oleh media;
2. media merupakan saluran informasi yang mempunyai jangkauan luas dalam membentuk opini serta menyerap aspirasi publik;
3. masyarakat luas dan pemangku kepentingan merupakan pihak yang menjadi sasaran kebijakan publik dan terkait erat dengan hubungan media;
4. hubungan media yang harmonis, saling menguntungkan dan berkelanjutan merupakan harapan semua pihak agar terwujud tata kelola hubungan media yang baik, efisien, efektif, dan relevan;
5. hubungan media harus dapat membangun citra dan reputasi instansi pemerintah sehingga dapat meningkatkan kepercayaan publik.

C. Prinsip Hubungan Media

Humas pemerintah dan media tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lainnya. Kedua pihak saling membutuhkan, saling menguntungkan, memiliki sinergi yang positif, dan berkelanjutan. Humas pemerintah merupakan sumber informasi bagi media, dan sebaliknya, media merupakan sarana publisitas agar kepercayaan masyarakat meningkat.

Dalam berhubungan dengan media, praktisi humas pemerintah menggunakan prinsip sebagai berikut

1. memahami dan melayani media, mampu menjalin kerja sama dengan media, dan menciptakan hubungan yang saling menguntungkan;
2. membangun citra dan reputasi yang baik;
3. menyediakan informasi yang baik, akurat, tepat, dan jelas, antara lain salinan naskah pidato/sambutan pejabat, dokumen kebijakan, dan reproduksi foto-foto;
4. mendokumentasikan serta mengarsipkan data dan informasi humas pemerintah;
5. bekerja sama mempersiapkan wawancara atau temu pers dengan tokoh-tokoh tertentu;
6. memberi kesempatan kepada wartawan untuk membuktikan kebenaran (verifikasi);
7. membangun hubungan personal yang kokoh dan positif;
8. membangun dan memelihara keterbukaan, kejujuran, kerja sama, dan sikap saling menghormati.

Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam membangun hubungan media, antara lain, adalah berikut.

1. Informasi yang akan disampaikan kepada publik harus melalui pejabat yang ditunjuk dan/atau menerapkan kebijakan satu pintu dalam unit kerja humas pemerintah.
2. Hubungan media perlu dibangun dan dipelihara agar berkualitas dan berkelanjutan.
3. Penyampaian data dan informasi perlu disampaikan dengan cepat, tepat, akurat, dan terjangkau.
4. Berbagai kesempatan dimanfaatkan untuk menjalin hubungan media.
5. Penciptaan hubungan saling menguntungkan, terbuka, transparan, dan konsisten.

D. Etika Hubungan Media

Sesuai dengan peraturan perundang-undangan tentang humas pemerintah, kode etik humas pemerintah adalah sebagai berikut:

1. menjunjung tinggi kehormatan instansi pemerintah dan media;
2. mengutamakan kompetensi, objektivitas, kejujuran, menjaga

integritas, dan norma keahlian;

3. memegang teguh rahasia negara, sumpah jabatan, serta wajib mempertimbangkan dan mengindahkan etika yang berlaku agar tercipta citra dan reputasi instansi pemerintah dan media;
4. menghormati kode etik pegawai negeri dan kode etik jurnalistik;
5. menyampaikan dan menerima informasi publik yang benar, tepat, dan akurat;
6. menghargai, menghormati, dan membina solidaritas serta nama baik institusi;
7. melaksanakan keterbukaan informasi publik sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

Praktisi humas pemerintah sebagai pegawai negeri sipil harus menegakkan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2004 tentang Pembinaan Jiwa Korps dan Kode Etik PNS.

E. Jenis Media

Jenis media yang digunakan dalam hubungan media adalah

1. media cetak, yang meliputi surat kabar, majalah, dan tabloid;
2. media penyiaran, yang meliputi radio siaran dan televisi siaran;
3. media daring (*online*), yaitu portal berita, media sosial, pesan layanan singkat, surat elektronik, dan situs *web* (*website*).

F. Khalayak

Khalayak humas pemerintah dikelompokkan berdasarkan kelompok sasaran (khalayak utama, khalayak sekunder, dan khalayak tersier) dan segmentasi (masyarakat perkotaan/ pedesaan berpendapatan tinggi, menengah, dan rendah). Identifikasi khalayak dan segmentasi yang tepat akan menentukan media yang dipilih untuk menyampaikan pesan (media sosial/media daring, media cetak, media elektronik, dan media tradisional/komunikasi langsung dan seni budaya).

BAB III

PELAKSANAAN HUBUNGAN MEDIA

A. Kegiatan Hubungan Media

Hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan antara humas pemerintah dan media merupakan salah satu kunci keberhasilan pelaksanaan tugas dan fungsi humas pemerintah.

Hubungan media dapat dilakukan dalam berbagai kegiatan yang meliputi

1. temu media (*media gathering*)

Temu media adalah kegiatan temu muka antara humas pemerintah dan sejumlah media secara informal untuk menciptakan hubungan personal yang lebih intensif.

2. arahan media (*media briefing*)

Arahan media adalah kegiatan temu muka antara humas pemerintah dan sejumlah pimpinan media secara formal untuk menyampaikan arahan tertentu berkaitan dengan masalah atau kebijakan guna memberikan pemahaman yang lebih baik kepada para pimpinan media.

3. konferensi media (*media conference*)

Konferensi media adalah kegiatan temu muka antara humas pemerintah dan media untuk menyampaikan informasi resmi (konferensi pers) dengan sasaran terciptanya komunikasi dua arah yang timbal-balik dengan wartawan media agar informasi diterima dengan sempurna dan tidak disalahtafsirkan sehingga didapatkan publikasi positif terhadap informasi tersebut.

4. siaran media (*media release*)

Siaran media adalah kegiatan pengiriman berita secara berkala kepada media dengan sasaran agar media mendapatkan aktualitas berita mengenai perkembangan kebijakan pemerintah dan mempublikasikannya di media masing-masing

5. kunjungan media (*media visit*)

Kunjungan media adalah kegiatan kunjungan instansi pemerintah ke kalangan media untuk lebih mengenal dan mendapat gambaran secara langsung mengenai proses dan aktivitas operasional media.

6. kunjungan lokasi (*site visit*) dan kunjungan fasilitas (*facilities visit*)

Kunjungan lokasi adalah kegiatan kunjungan media ke instansi atau fasilitas pemerintah agar wartawan media dapat melihat secara langsung kegiatan operasional instansi pemerintah secara transparan.

7. wawancara media (*media interview*)

Wawancara media adalah mengundang media tertentu untuk

mewawancarai pimpinan instansi pemerintah mengenai isu-isu aktual.

8. pendidikan dan pelatihan media (*media training and education*)

Pendidikan dan pelatihan media adalah program pendidikan dan pelatihan untuk media yang diselenggarakan oleh humas pemerintah untuk meningkatkan pengetahuan tentang instansi pemerintah.

9. pelemparan isu penting media (*media pitching*)

Pelemparan isu penting media adalah kegiatan humas pemerintah melemparkan gagasan atau topik tertentu yang sangat penting (*media pitching*) kepada media secara eksklusif agar dapat dipublikasikan.

10. informasi media (*media information*)

Informasi media adalah penyampaian informasi kepada media agar dapat dipublikasikan atau disebarluaskan.

11. ajang media (*media events*)

Ajang media adalah kegiatan humas pemerintah untuk memberikan penghargaan dan mengapresiasi kontribusi media terhadap liputan perkembangan instansi pemerintah.

12. peninjauan media (*media tour*)

Peninjauan media adalah kegiatan humas pemerintah mengundang dan memfasilitasi media tertentu untuk mengikuti perjalanan dan kunjungan terkait dengan kegiatan humas pemerintah.

B. Strategi Hubungan Media

Dalam menentukan kegiatan hubungan media, praktisi humas pemerintah perlu mempertimbangkan

1. rancangan pesan yang akan disampaikan;
2. pertimbangan konteks komunikasi (waktu, tempat, masalah, dan keterkaitan dengan kepentingan publik);
3. pemilihan publik yang menjadi sasaran;
4. penentuan media yang dikonsumsi oleh publik;
5. penentuan narasumber yang sesuai dengan kebutuhan;
6. pertimbangan dampak positif dan dampak negatif pemberitaan di media;
7. pertimbangan ketersediaan anggaran.

C. Langkah-Langkah Pelaksanaan Hubungan Media

Langkah-langkah pelaksanaan hubungan media meliputi enam aspek berikut.

1. Analisis Situasi

Analisis situasi merupakan langkah awal humas pemerintah untuk melakukan kegiatan hubungan media, yaitu dengan cara melihat

berbagai permasalahan aktual sesuai dengan situasi dan kondisi. Dalam melakukan analisis situasi, dapat dilakukan dengan berbagai cara, baik formal maupun informal, antara lain survei, analisis isi media, analisis surat masuk, analisis pengaduan masyarakat, dan pelaksanaan diskusi kelompok terarah (*focus group discussion*).

2. **Pembuatan Perencanaan**

Pembuatan perencanaan merupakan kegiatan yang menentukan langkah-langkah kegiatan hubungan media. Di dalam perencanaan terdapat strategi untuk membina hubungan antara humas pemerintah dan media.

3. **Pembuatan Program**

Pembuatan program merupakan kegiatan humas pemerintah untuk menentukan rencana kegiatan jangka pendek, menengah, dan panjang serta rencana kegiatan rutin, insidental, dan darurat dalam situasi krisis.

4. **Pelaksanaan Komunikasi**

Pelaksanaan komunikasi merupakan kegiatan humas pemerintah untuk melakukan komunikasi dengan media, baik secara internal maupun eksternal, sesuai dengan perencanaan dan program yang sudah ditetapkan.

5. **Pemantauan (*Monitoring*)**

Pemantauan dilakukan secara terstruktur dari setiap tahap pelaksanaan.

6. **Evaluasi**

Evaluasi merupakan kegiatan humas pemerintah untuk

- a. mengukur keberhasilan kegiatan yang telah dilaksanakan sesuai atau tidak sesuai dengan target;
- b. melihat manfaat kegiatan yang telah dilaksanakan, baik bagi instansi pemerintah maupun media;
- c. melihat kekurangan atau kelebihan, keuntungan atau kerugian dari pelaksanaan kegiatan;
- d. mencermati kegiatan program yang menyimpang atau tidak sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

D. **Indikator Pemantauan dan Evaluasi Hubungan Media**

Pemantauan dan evaluasi terhadap keberhasilan hubungan media bertujuan untuk

1. memberikan masukan bagi perencanaan komunikasi selanjutnya;
2. mengevaluasi kinerja aktivitas komunikasi;
3. menyajikan peta perkembangan dan gerak isu.

Kegiatan Pemantauan dan evaluasi terhadap keberhasilan hubungan media dilakukan secara terarah dan berkelanjutan dengan melakukan analisis publisitas di media. Analisis dilakukan berdasarkan hal-hal berikut.

1. Jenis Publisitas

Jenis publisitas berkaitan, antara lain, dengan sajian utama, berita langsung, fitur, wawancara khusus, berita foto, karikatur, surat pembaca, kolom opini, dan tajuk rencana.

2. Isu dan Kecenderungan Isi

Isu adalah permasalahan yang diangkat dan bersifat aktual, antara lain berita lepas, berita lanjutan, memiliki kedalaman, dan menimbulkan polemik. Sedangkan kecenderungan isi misalnya positif, netral, atau negatif.

3. Pembingkaiian (*Framing*)

Pembingkaiian adalah bagaimana media mengambil sisi pandang suatu peristiwa, masalah, program, kebijakan, atau pernyataan, sebagaimana tercermin pada judul, teras (*lead*) berita, struktur berita, pilihan kata, pilihan narasumber, serta perbandingan dan penyesuaian (*benchmarking*).

4. Tujuan isu dilihat dari lima hal:

- a. fakta, yaitu publisitas berdasarkan/tidak berdasarkan fakta aktual;
- b. reaksi, yaitu menanggapi/tidak menanggapi isu yang berkembang atau isu yang baru dilontarkan;
- c. sifat, yaitu memperkuat/tidak memperkuat sudut pandang tertentu;
- d. pendalaman, yaitu pendalaman/bukan pendalaman atas isu atau wacana tertentu; dan
- e. pencitraan, yaitu meningkatkan citra, netral, atau merusak citra.

5. Pergerakan Isu (*Issue Movement*)

Pergerakan isu adalah kecenderungan arah perubahan yang diangkat media, dibedakan menjadi:

- a. guliran isu (*issue rolling*), yaitu publisitas di media yang berkaitan dengan masalah yang sedang bergulir, mengangkat isu lama, atau mengantisipasi isu yang dapat terjadi, serta frekuensi isu tersebut;
- b. gerakan isu (*issue movement*), yaitu isu yang diangkat masih dalam wilayah utama atau sudah memasuki bidang lain;
- c. siklus isu (*issue life cycle*), yaitu perkembangan isu yang diangkat (muncul, berkembang, menyebar, menurun, atau hilang);
- d. pola isu (*issue pattern*), yaitu pola isu yang diangkat, antara lain

isu musiman, periodik, dan isu yang muncul tiba-tiba atau sporadis.

6. Dampak Publisitas

Dampak publisitas dilihat berdasarkan tekanan berita (*news tone*) dan tekanan pernyataan (*statement tone*) yang masing-masing dibedakan menjadi pembingkai yang bersifat positif, netral, atau negatif terhadap instansi pemerintah.

**BAB IV
PENUTUP**

Pedoman Umum Hubungan Media diharapkan dapat meningkatkan kinerja humas pemerintah dalam melaksanakan hubungan dengan media secara optimal, efektif, dan efisien sehingga terjalin hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan.

**Ditetapkan di Jakarta
pada tanggal 19 Desember 2011
MENTERI PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA
DAN REFORMASI BIROKRASI
REPUBLIK INDONESIA,**

AZWAR ABUBAKAR