



**MODUL GOVERNEMENT PUBLIC RELATIONS
(MKC 115)**

**MODUL 08
PUBLIC, STAKEHOLDER DAN SASARAN HUMAS
PEMERINTAH**

**DISUSUN OLEH
DR. SYAHRIAL SYARBAINI, MA**

Universitas
Esa Unggul

UNIVERSITAS ESA UNGGUL

TAHUN 2019

Kemampuan Akhir Yang Diharapkan

Setelah mempelajari modul ini, diharapkan mahasiswa mampu :

Capai pembelajaran: Mahasiswa memahami & menjelaskan: Publik, stakeholder dan sasaran humas pemerintah:

Indikator:

- Publik dan opini public
- Stakeholder pemerintah
- Sasaran humas pemerintah
- Public affairs: relasi dengan pemerintah

A. Publik dan opini public

Pada sebuah organisasi, public relations adalah divisi yang menjalankan fungsi manajemen dari suatu organisasi. Public relations secara garis besar mempunyai fungsi untuk memelihara keharmonisan komunikasi antara perusahaan dengan publiknya, melayani kepentingan publik dan memelihara moral perusahaan baik perusahaan profit maupun non profit. Pemerintah sebenarnya juga turut andil untuk merubah serta membentuk opini publik yang negatif tentang kinerja pemerintah menjadi opini publik yang positif. Kegiatan public relations telah berkembang pesat sejak dekade 70an sejalan dengan berkembangnya kegiatan ekonomi, perdagangan, industri, moneter, perbankan Indonesia dll. Kegiatan tersebut membutuhkan jasa- jasa informasi dan komunikasi yang merupakan fungsi dai public relation atau dalam bahasa Indonesianya adalah hubungan masyarakat.

Sekarang ini, komunikasi juga berkembang lebih luas pada bidang lain seperti bidang politik atau pemerintahan dan sosial budaya, serta pertahanan keamanan dalam era pembangunan nasional. Bahkan untuk mendukung public relations yang semakin berkembang di Indonesia, beberapa lembaga pendidikan dan lembaga khusus di bidang komunikasi tingkat akademik di berbagai perguruan tinggi telah berdiri memberikan ilmu dan pelatihan serta mendidik tenaga terampil di bidang public relations.

Pada bulan Agustus tahun 1978 di Mexico telah diadakan pertemuan asosiasi public relation seluruh dunia telah menghasilkan sebuah definisi mengenai public relations. Definisi ini dikutip oleh Jekkins pada tahun 1996 dalam Kardenal tahun 2003. Definisi public relations atau hubungan masyarakat hasil pertemuan tersebut adalah suatu seni sekaligus suatu disiplin ilmu sosial yang menganalisis berbagai kecenderungan, memperkirakan setiap kemungkinan konsekuensi darinya, memberi masukan dan saran kepada pemimpin -pemimpin organisasi dan menerapkan program tindakan yang terencana untuk melayani kebutuhan organisasi dan atau kepentingan publik. Kegiatan public relations pada hakekatnya adalah kegiatan

komunikasi meski berbeda dengan jenis komunikasi lainnya. Seperti yang disebutkan sebelumnya bahwa secara umum kegiatan public relations adalah menciptakan [opini publik](#) yang menguntungkan baik untuk perusahaan maupun lembaga yang terkait.

Opini Publik adalah sekumpulan pandangan individu terhadap isu yang sama yang berhubungan dengan arah opini, pengukuran intensitas, stabilitas, dukungan informasional dan dukungan sosial.

Menurut Emory Bogardus, opini public adalah hasil pengintegrasian pendapat berdasarkan diskusi yang dilakukan didalam masyarakat demokratis. Opini public bukan merupakan seluruh jumlah pendapat individu-individu yang dikumpulkan. Dengan demikian opini publik berarti :

- a. Opini public itu bukan merupakan kata sepakat.
- b. Tidak merupakan jumlah pendapat yang dihitung secara numerical. , berapa jumlah orang terdapat dimasing-masing pihak,, sehingga mayoritas opini dapat disebut sebagai opini public.
- c. Opini public hanya dapat berkembang dinegara-negara demokratis dimana terdapat kebebasan bagi tiap individu untuk menyatakan pendapatnya dengan lisan, tertulis, gambar-gambar, isyarat dan lambang-lambang lainnya yang dapat dimengerti

A. Stakeholder pemerintah

Untuk lebih memahami apa arti Stakeholder, maka kita dapat merujuk beberapa pendapat para ahli berikut ini:

1. Freeman

Menurut Freeman, pengertian Stakeholders adalah suatu kelompok masyarakat ataupun individu yang saling mempengaruhi dan dipengaruhi oleh pencapaian tujuan tertentu dari organisasi (baca: pengertian organisasi).

2. Biset

Menurut Biset, pengertian stakeholder adalah orang/ individu atau kelompok masyarakat yang memiliki kepentingan atau perhatian pada permasalahan tertentu.

3. Wibisono

Menurut Wibisono, pengertian stakeholder adalah seseorang maupun kelompok yang punya kepentingan secara langsung/ tidak langsung bisa mempengaruhi atau dipengaruhi atas aktivitas dan eksistensi perusahaan.

4. ISO 26000 SR

Menurut ISO 26000 SR, pengertian stakeholder adalah individu atau kelompok yang memiliki kepentingan terhadap keputusan serta aktivitas organisasi.

5. AA1000 SES

Menurut [AA1000 SES](#), definisi stakeholder adalah kelompok yang dapat mempengaruhi dan/atau terpengaruh oleh aktivitas, produk atau layanan, serta kinerja suatu organisasi.

Baca juga: Etika Bisnis

Klasifikasi Stakeholder

Secara umum, Stakeholder dapat dikelompokkan berdasarkan kekuatan, posisi, dan pengaruhnya. Adapun klasifikasi stakeholder adalah sebagai berikut:

1. Stakeholder Utama (Primer)

Stakeholder primer ini berhubungan langsung dengan pembuatan kebijakan, program, dan proyek. Mereka merupakan penentu utama dalam kegiatan pengambilan keputusan.

Beberapa contoh stakeholder primer yaitu:

- Masyarakat dan Tokoh Masyarakat; masyarakat adalah mereka yang akan terkena dampak dan mendapat manfaat dari suatu kebijakan, proyek, dan program. Sedangkan tokoh masyarakat adalah anggota masyarakat yang dianggap dapat menjadi aspirasi masyarakat.
- Manajer Publik; lembaga publik yang punya tanggungjawab dalam mengambil keputusan dan implementasinya.

2. Stakeholder Pendukung (Sekunder)

Stakeholder sekunder adalah pihak yang tidak berkaitan langsung terhadap suatu kebijakan, program, dan proyek. Namun stakeholder sekunder punya keprihatinan dan kepedulian sehingga ikut menyuarakan pendapat yang bisa mempengaruhi sikap stakeholder utama dan keputusan legal pemerintah.

Beberapa contoh stakeholder sekunder yaitu:

- Lembaga pemerintah dalam wilayah tertentu namun tidak punya tanggungjawab langsung
- Lembaga pemerintah yang berhubungan dengan permasalahan, namun tidak punya wewenang langsung dalam mengambil keputusan
- Lembaga swadaya masyarakat (LSM) setempat yang bergerak di bidang yang berhubungan dengan dampak, rencana, atau manfaat yang akan muncul

- Perguruan Tinggi, yaitu kelompok akademis yang berpengaruh dalam proses pengambilan keputusan pemerintah
- Pengusaha atau Badan Usaha yang berhubungan dengan permasalahan

3. Stakeholder Kunci

Stakeholder kunci adalah unsur eksekutif berdasarkan levelnya (legislatif dan instansi) yang punya wewenang secara legal untuk mengambil keputusan. Contohnya, stakeholder kunci suatu proyek di daerah kabupaten:

- Pemerintah Kabupaten
- DPR Kabupaten
- Dinas yang membawahi langsung proyek yang bersangkutan

Sedangkan pada dunia bisnis pembagian kelompok Stakeholder dapat dibagi menjadi dua, yaitu *Internal Stakeholder* dan *External Stakeholder*. Pihak-pihak yang termasuk di dalamnya dapat dilihat dalam tabel berikut:

Stakeholders Internal	Stakeholders External
Pemegang saham	Konsumen
Manajemen dan Top Executive	Penyalur (distributor)
Pegawai	Pemasok (supplier)
Keluarga Pegawai	Bank (creditor)
	Pemerintah
	Pesaing (competitor)
	Komunitas
	Pers

Peran dan Fungsi Stakeholder

Stakeholder dalam kegiatan bisnis memiliki peran yang berbeda-beda sesuai dengan fungsi dan tugasnya masing-masing, namun memiliki tujuan yang sama yaitu mengembangkan suatu perusahaan dalam kegiatan bisnis. Adapun beberapa peran stakeholder adalah sebagai berikut:

1. Pemegang Saham/ Pemilik

Pemegang saham berperan sebagai investor yang menyediakan modal untuk berjalannya suatu perusahaan. Pemegang saham juga berperan sebagai pengawas dalam perusahaan untuk mengamati kinerja para pegawai dan juga kondisi finansial dalam perusahaan.

2. Pegawai

Kinerja perusahaan akan sangat bergantung pada kinerja sumber daya manusia di dalamnya. Pegawai memiliki peran yang cukup penting dalam bisnis dimana mereka merupakan orang yang berkaitan secara langsung dengan proses produksi.

Kondisi yang nyaman dan harmonis diantara para pegawai akan menghasilkan kerjasama yang baik dengan mengesampingkan kepentingan masing-masing.

3. Suplier

Pemasok berperan dalam menyediakan bahan baku yang akan digunakan untuk produksi. Apabila terjadi keterlambatan dalam penyediaan bahan baku akan mengganggu jalannya proses produksi yang akan berdampak pada proses pemasaran dan distribusinya.

4. Konsumen

Konsumen berperan sebagai pengguna dan pengamat hasil produk dari suatu perusahaan. Laris tidaknya barang yang dipasarkan sangat tergantung pada selera masyarakat sehingga saran konsumen sangat penting untuk kemajuan perusahaan.

5. Bank (*Creditor*)

Individu atau lembaga keuangan yang memberikan pinjaman kepada pengusaha. Pada umumnya kreditor memberikan pinjaman dengan syarat tertentu sebagai jaminan uang mereka akan dikembalikan tepat waktu berikut prestasinya.

6. Konsumen

Perusahaan hanya bisa berjalan jika memiliki konsumen yang tertarget sebagai pengguna produk atau jasa yang dijual. Untuk mendapatkan konsumen maka perusahaan harus menyediakan produk terbaik dengan harga wajar.

7. Pesaing (*Competitor*)

Persaingan usaha pasti terjadi di semua industri. Pesaing langsung adalah perusahaan yang memiliki produk/ jasa yang sama dalam industri tertentu, misalnya Toyota dan Honda.

8. Pemerintah

Pihak yang memiliki wewenang dan kuasa dalam mengeluarkan perijinan usahah. Masyarakat yang masih kental dengan kegiatan KKN mungkin saja akan menggagalkan atau memudahkan rencana yang disusun oleh perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian stakeholder yaitu orang atau kelompok yang berperan dalam maju tidaknya suatu perusahaan. Stakeholder utama yang harus diperhatikan yaitu konsumen yang berperan sebagai pengguna barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan.

Baca juga: **Pengertian Struktur Organisasi**

Demikianlah penjelasan singkat mengenai pengertian stakeholder, fungsi, jenis, dan contoh stakeholder. Semoga artikel ini bermanfaat dan menambah wawasan kamu

B. Sasaran humas pemerintah

Hubungan masyarakat pemerintah atau 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 dengan publiknya melalui berbagai sarana kehumasan dalam rangka menciptakan citra dan reputasi yang positif instansi pemerintah. Dalam sebuah organisasi pemerintahan (daerah), humas sering diposisikan sebagai corong atau suara dari pimpinan Pemerintah Daerah dalam hubungannya dengan publik, sehingga menjadi posisi yang terhormat, tinggi, strategis, dan sekali melekat kemampuan dan tanggung jawab.

Humas sebagai profesi, tentunya menjadi seni tersendiri yang dapat digunakan secara praktis. Pada akhirnya humas praktis ini melahirkan profesi humas seperti halnya profesi pengacara, kedokteran, akuntan publik, insinyur dan lain sebagainya.

Humas dalam pemerintahan dilakukan, baik ke dalam maupun keluar. Kegiatan humas pemerintah yang bersifat ke dalam, berupa mengadakan analisis terhadap kebijakan partai politik yang sudah dan sedang berjalan dan mengadakan perbaikan sebagai kelanjutan dari analisis yang dilakukan terhadap kebijakan publik, baik yang sedang berjalan maupun terhadap perencanaan kebijakan publik yang baru. Sedangkan kegiatan humas pemerintah yang bersifat ke luar berupa memberikan atau menyebarkan pernyataan-pernyataan secara jujur dan objektif kepada publik, dengan dasar mengutamakan kepentingan public.

Hubungan masyarakat pemerintahan pusat dapat dijelaskan bahwa humas pada departemen-departemen mempunyai dua tugas: pertama, menyebarkan informasi secara teratur mengenai kebijaksanaan, perencanaan, dan hasil yang telah dicapai dan yang kedua menerangkan dan mendidik publik mengenai perundang-undangan, peraturan-peraturan, dan hal-hal yang bersangkutan dengan kehidupan rakyat sehari-hari. Humas pemerintahan daerah pada hakikatnya sama saja dengan humas pemerintahan pusat dalam hal pengorganisasian, namun

bedanya hanya pada ruang lingkup kerja saja. Di dunia pemerintahan, humas bertugas menjalankan kegiatan kebijakan publik dan pelayanan publik. Salah satu kegiatan humas pemerintah dalam bidang kebijakan publik adalah membrikan berbagai informasi tentang kebijakan pemerintahan yang mengikat rakyat atau masyarakat. Humas pemerintah juga harus memberikan pelayanan terbaik, dengan birokrasi yang tidak berbelit-belit untuk memberikan kepuasan kepada rakyat atau masyarakat sehingga dunia pemerintahan memperoleh citra positif dari rakyat atau public

Pemerintah memiliki peranan penting dalam kemajuan suatu bangsa atau Negara.

Melalui pemerintah semua kebijakan dibuat guna memenuhi kepentingan rakyat atau warga Negara.

Tujuan dan maksud ini sering dianggap keliru oleh sebagian masyarakat.

Mereka berasumsi bahwa apa yang dilakukan oleh pemerintah hanya sebatas upaya retorika dan propaganda untuk melanggengkan kekuasaannya.

Humas dalam dunia pemerintahan biasanya disebut sebagai Public Affairs, Pejabat Penerangan, atau Pejabat Humas.

Scott M. Cutlip, Aleen H. Center, Glen M. Broom (2009: 484) mendefinisikan humas pemerintah sebagai "fungsi manajemen yang membantu agar agen, departemen, dan entitas publik lainnya dapat responsif terhadap warga yang mereka layani".

Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika tahun 2007 tentang Kode Etik Humas Pemerintahan menyebutkan,

humas pemerintahan adalah segenap tindakan yang dilakukan oleh suatu instansi/pemerintahan dalam usaha membina hubungan yang harmonis dengan khalayak internal dan eksternal dan membina martabat instansi/pemerintahan dalam pandangan khalayak internal dan eksternal guna memperoleh pengertian, kepercayaan, kerjasama, dan dukungan dari khalayak internal dan eksternal dalam pelaksanaan tugas pokok dan fungsinya.

Humas pemerintah merupakan salah satu bagian khusus dari spesialisasi humas yang menjalankan fungsi manajemen untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang harmonis dalam rangka melayani dan mempengaruhi kebijakan publik guna memperoleh pengertian, kepercayaan, kerjasama, dan dukungan dari khalayak internal dan eksternal.

Humas pemerintah merupakan salah satu bagian khusus dari spesialisasi humas yang menjalankan fungsi manajemen untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang harmonis dalam rangka melayani dan mempengaruhi kebijakan publik guna memperoleh pengertian, kepercayaan, kerjasama, dan dukungan dari khalayak internal dan eksternal.

C. Public affairs: relasi dengan pemerintah

Sebagian orang mendiskusikan hal ini. Keduanya akan menjadi hal yang krusial dalam efisiensi organisasi. *Public Affairs* biasanya berhubungan dengan urusan publik secara langsung. Seperti Undang-Undang, kebijakan, administrasi publik, dll. Sedangkan *Public Relations* fokus pada hubungan antara perusahaan dan publik. *Public Relations* dapat meningkatkan hubungan dengan menerapkan kebijakan melalui siaran pers. *Public Relations* sering dianggap sebagai perpanjangan dari departemen periklanan.

Untuk jangka pendek, pesan dirasa kurang komersial dan hanya memiliki jangka pendek pula didunia *Public Affairs*. Ini karena organisasi adalah tempat untuk isu lokal, berada di antara publik dan badan legislatif. Ini merupakan kepentingan yang memuaskan dalam membangun hubungan yang kuat dan terpercaya antara organisasi dan publik.

Tujuan membangun perkumpulan dengan komunitas melalui kampanye, contohnya. *Public Affairs* harus mendorong keterlibatan masyarakat. Surat dukungan dan berita dikoran dapat menjadi salah satu media yang bisa diharapkan. Organisasi berlomba-lomba untuk menyebarkan citra positif melalui komunitas yang aktif atau target pemirsa tertentu.

Sedangkan *Public Relations* adalah tempat untuk menghubungkan antara organisasi dengan publik. Seorang yang bekerja dalam bidang *Public Relations* harus memiliki kreatifitas yang tinggi dan kemampuan untuk selalu memberi ide-ide baru yang cerdas. Karena tugasnya adalah memikat perhatian publik ditengah berbagai pesan di perusahaan lain yang juga menarik. Tujuannya adalah mengembangkan *brand*, meningkatkan citra organisasi, dan mengumpulkan publisitas melalui metode yang bervariasi.

Sosial media dan pers memegang peranan penting dalam pesan dan menyampaikan citra positif organisasi untuk target audiensnya. Sebelum membuat pilihan, pikirkan mengenai target audiens organisasi dan tempat membangun jaringan. Keputusan yang jelas berhubungan dengan tujuan yang dibuat dan cara meraihnya.

Public Affair

Suatu perkembangan penting dalam PR adalah terjadinya hubungan yang lebih erat antara perusahaan, asosiasi, dan perserikatan dengan pemerintahan, serta makin meluasnya keterlibatan lembaga-lembaga swasta dalam permasalahan masyarakat (dimana selama ini permasalahan, lebih banyak ditangani pemerintah). Bentuk kegiatannya adalah Memberikan dukungan kegiatan pemerintah dalam segala kebijakan yang dikeluarkan serta memberi kontribusi untuk kegiatan pemerintah misalnya pembangunan fasilitas umum publik (taman

kota) , penanaman seribu pohon , pembuatan bahan bakar energi yang ramah lingkungan , hemat energi & efisien serta berguna bagi masyarakat luas.

Media Relations

Media berita menjadi factor utama dalam hubungan masyarakat, yang mengotrol arus publisitas melalui saluran komunikasi umum, yang amat penting. Hubungan kerja yang baik dengan para redaktur, reporter, penulis tajuk rencana, juru kamera, kolumnis, dan para penyiar, serta pemahaman tentang kebutuhan redaksional mereka sangatlah esensial dalam menjamin pelaksanaan publisitas yang baik. Bentuk kegiatannya adalah media gathering contohnya dengan Press Tour : perjalanan wisata dengan teman-teman wartawan tujuannya untuk menjalin keakraban tidak berkaitan dengan pekerjaan.

Tugas:

Jawablah pertanyaan berikut:

1. Apakah Publik dan opini public
2. Apakah yang termasuk Stakeholder pemerintah
3. Jelaskan Sasaran humas pemerintah
4. Apa yang di maksud Public affairs: relasi dengan pemerintah

Daftar Pustaka

- Suprawoto. 2018. *Government Public Relations*. Jakarta. Prenadamedia Group.
- Suryadi. 2007. *Strategi mengelola public relations Organisasi*. Jakarta. Edsa Makota.
- Rotman, Morris B., 2001. *Opportunities in public relations Careers*. Luisa Gerasimo. USA.
- Ilcox, Dennis L. atc. 2009. *public relations: Strategies and Tactics*. New York. USA.
- Wasesa, Silih Agung. 2005. *Strategi Public Relations*. Jakarta. PT. Gramedia.
- Muslim Basya dan Irma Sati (Ed). 2006. *Tantangan Indonesia Baru. Strategi dan Aktivitas Public Relations*. Jakarta. BPP Perhumas.
- Heryanto, gun gun, Zatkasy, Irwa. 2012. *Public Relations Politik*. Jakarta. Ghalia Indonesia.
- Jebarus, Felix, Muslim Basya. 2013. *Standar Kompetensi Menuju Humas Profesional*. Jakarta. Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP).
- Gassing, Syarifuddin., Suryanto. 2016. *Public Relations*. Yogyakarta. CV. Andi.
- Cutlip, Scott M.dkk. 2005. *Effectives Public Relation ed. 8*. Jakarta: Indeks.
- Herimanto, Bambang. dkk. 2007. *Public Relation dalam Organisasi*. Jogja: Santusta.
- Soemirat, Soleh. Elvinaro Ardianto. 2005. *Dasar – Dasar Public Relation*. Bandung: Rosda.
- Willcox, Dennis L. dkk. 2006. *Public Relation Strategy & Taktik*. Batam: Inter Aksara.
- Ruslan, Rosady. 2001. *Etika Kehumasan Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Ardianto, Elvinaro. 2013. *Handbook of Public Relations*. Bandung: Simbiosia
- Ruslan, Rosady. 2014. *Manajemen Humas dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Dwiyanto, Agus. *Mewujudkan Good Governance Melalui Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gajahmada Universiti Press.

Effendi, Sofian. 2005. Membangun Budaya Birokrasi Untuk Good Governance. Makalah Seminar Lokakarya Nasional Reformasi Birokrasi Diselenggarakan Kantor Menteri Negara PAN 22 September 2005.

Cutlip, Center, Broom. 2009. *Effektive Public Relations*. Jakarta: Kencana.

<http://rofiana.wordpress.com/2011/06/09/makalah-peran-humas-dalam-lembaga-pendidikan/>

<http://haris-tambera.blogspot.com/2011/01/pelaksanaan-fungsi-humas-pemerintah.html>

<http://andyretno.wordpress.com/2009/01/06/memaksimalkan-fungsi-humas-dalam-dunia-pendidikan/>

<http://humas.sragenkab.go.id/?p=1262>

<http://operadewa.wordpress.com/2011/12/11/tantangan-dan-kompetensi-profesi-public-relations/>

Riant Nugroho D, *Reinventing Pembangunan*, (Jakarta: Gramedia Elex Media Komputendo).

CFG. Sunaryati Hartono, SH, et all, *Panduan Investigasi untuk Ombudsmen*

Indonesia, (Jakarta: Komisi Ombudsmen Nasional, 2003). Dokumen Kebijakan UNDP, *Tata*

Pemerintahan menunjang Pembangunan Manusia Berkelanjutan, ad. *Tata Pemerintahan*

yang Baik dari Kita untuk Kita, (Jakarta: Partnership for Governance Reform In Indonesia, tt).

http://azhariee.multiply.com/journal/item/1/Public_Relations_Indonesia_Antara_Era_Sertifikasi_dan_Cyber_Public_Relations?&show_interstitial=1&u=%2Fjournal%2Fitem

<http://research.mercubuana.ac.id/?p=50>

<https://pakarkomunikasi.com/fungsi-humas-dalam-lembaga-pemerintahan>

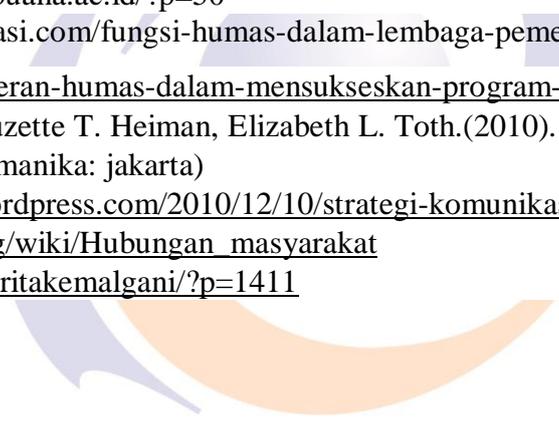
<https://setkab.go.id/peran-humas-dalam-mensukseskan-program-pemerintah/>

Lattimore, Otin Baskin, suzette T. Heiman, Elizabeth L. Toth. (2010). *Public Relations Profesi dan Praktek*. (Salemba humanika: jakarta)

<http://mohanfelani.wordpress.com/2010/12/10/strategi-komunikasi/>

http://id.wikipedia.org/wiki/Hubungan_masyarakat

<http://www.lspr.edu/pritakemalgani/?p=1411>



Universitas
Esa Unggul