



MODUL 14
GOVERNMENT PUBLIC RELATION
(MKC 115)

MATERI 14
Review Modul 8-13

DISUSUN OLEH
Dr. SYAHRIAL SYARBAINI, MA

UNIVERSITAS ESA UNGGUL
JAKARTA
2019

PENDAHULUAN

Capai pembelajaran:

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

- Public affairs: relasi dengan pemerintah
- Membanguan hubungan dengan media
- Sistem komunikasi Hubungan pemerintah
- Humas Pemerintah secara Intern
- Implementasi UU Keterbukaan Informasi
- Kode Etik Humas dan Implentasinya

A. 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.

B. Membangun hubungan dengan media

Media relation bisa dikatakan seperti anggur wine yang kualitasnya akan semakin baik seiring dengan berjalan waktu. Hal ini dikarenakan hubungan yang baik dibangun berdasarkan pengalaman dan waktu. Oleh karena itu, amatlah penting bagi pengusaha ataupun divisi komunikasi untuk melakukan kegiatan media relation sebelum mereka membutuhkan bantuan exposure dari media.

Untuk bisnis yang sudah cukup lama dan matang, menjaga hubungan dengan para media juga sangat berguna. Terutama, apabila brand Anda mengalami krisis. Sebelum berita krisis tersebut tersebar kemana-mana. Kemungkinan besar para jurnalis merupakan orang pertama yang mendapat informasi tersebut dan bisa mengklarifikasi hal terkait krisis tersebut.

Melihat perannya dalam bisnis, cukup penting bagi pebisnis untuk mengetahui cara membangun hubungan baik dengan media.

Banyak juga jurnalis yang membagikan tulisan mereka melalui media sosialnya. Dari tulisan tersebut ada beberapa hal yang bisa Anda simak yaitu:

- Topik yang disukai oleh jurnalis
- Gaya penulisan dari jurnalis
- Referensi maupun koneksi di sekitar jurnalis tersebut

Oleh karena jurnalis juga sering membagikan berita yang mereka tulis melalui media sosial. Anda bisa proaktif untuk melakukan share dan memberikan komentar kepada berita yang mereka bagikan. Intinya Anda memberikan value kepada jurnalis agar mereka dapat membedakan Anda dengan perusahaan-perusahaan lain.

Sebisa mungkin, apabila jurnalis menghubungi Anda untuk meminta bantuan terkait kebutuhan pekerjaannya. Pastikan sebisa mungkin Anda selalu sedia untuk membantu.

Contohnya: Apabila jurnalis memerlukan narasumber yang dapat mereka kutip untuk karya berita yang sedang mereka kerjakan. Pastikan Anda sebisa mungkin menyediakan waktu untuk membantu, baik dengan menawarkan diri sebagai narasumber maupun memperkenalkan kepada orang yang ahli di bidang tersebut kepada jurnalis.

Selain itu, dengan konsisten melakukan hal tersebut, hubungan Anda dengan jurnalis akan semakin lebih baik dan mereka akan melihat Anda sebagai narasumber yang terpercaya di bidang tersebut.

C. Sistem Komunikasi Pemerintah

Prinsip-prinsip Komunikasi Pemerintahan

Komunikasi pemerintahan memiliki beberapa prinsip, yaitu :

- Keterbukaan.
- Komunikasi dengan publik dilakukan secara langsung.
- Keterlibatan dengan masyarakat sebagai bagian dari pembentukan kebijakan dan pengiriman.
- Presentasi positif dari kebijakan pemerintah dan prestasi yang telah dicapai.
- Menggunakan seluruh saluran komunikasi yang dianggap relevan, tidak hanya terbatas pada media massa nasional.
- Melakukan komunikasi lintas departemen yang terkoordinasi mengenai suatu isu, bukan menciptakan konflik atau duplikasi pesan.
- Mendorong kenetralan posisi politik aparatur pemerintah.

Sementara itu, menurut Joel Netshitenzhe dalam *Government Communicators' Handbook* menyatakan bahwa prinsi-prinsip dasar komunikasi pemerintahan adalah sebagai berikut :

- Kerja pemerintah adalah sebuah kegiatan publik.

- Sebuah pusat layanan komunikasi harus memiliki kewenangan untuk melaksanakan kegiatan publik tersebut.
- Para pejabat politik adalah komunikator utama dalam komunikasi pemerintahan.
- Setiap orang dalam pemerintahan adalah seorang komunikator.
- Komunikasi pemerintahan harus didasarkan pada program dan strategi komunikasi yang terpadu.
- Struktur komunikasi tidaklah mencerminkan kebijakan.
- Komunikasi lebih dari sekedar media perantara.
- Bentuk komunikasi yang paling efektif adalah komunikasi langsung dan pertukaran bersama mengenai suatu pandangan dengan publik.
- Dalam mengerjakan kampanye dan program, diperlukan usaha untuk memahami lingkungan komunikasi.
- Kampanye komunikasi dapat berjalan dengan baik ketika bekerja sama dengan pihak lain di luar pemerintah.

Hakikat Komunikasi Pemerintahan

Yang menjadi hakekat komunikasi pemerintahan adalah menjamin berjalannya fungsi pemerintahan melalui keterampilan berkomunikasi, terkait kepentingan masyarakat untuk mencapai tingkat kesejahteraan hidup sebaik-baiknya dengan tidak merugikan pihak manapun (*Hasan*, 2005 : xi).

Perspektif Komunikasi Pemerintahan

Komunikasi pemerintahan merupakan bidang studi yang lintas disiplin ilmu, yaitu komunikasi politik, *public relations*, komunikasi perusahaan, komunikasi organisasi dan strategi komunikasi.

- **Perspektif kajian komunikasi politik.** Kajian komunikasi pemerintahan dilihat berdasarkan beberapa tema yaitu komunikasi kepala eksekutif, pengembangan kampanye yang permanen, periklanan dan publisitas pemerintahan. Dan juga struktur dan organisasi komunikasi pemerintahan serta pengembangan strategi manajemen berita. (Baca : Komunikasi Massa)

- **Perspektif kajian *public relations* dan komunikasi organisasi.** Kajian komunikasi pemerintahan dilihat berdasarkan beberapa tema yaitu hubungan media, manajemen isu, pengembangan profil profesional dan kompetensi, komunikasi krisis, dan diplomasi publik. Selain itu, hubungan pemerintah dengan publik, bagaimana pemerintah dan publik mengevaluasi penampilan melalui konsep reputasi dan bagaimana komunikasi sebagai inti dari penampilan organisasi mempengaruhi kualitas hubungan dan reputasi.

D. Humas Pemerintah Secara Intern

Humas pemerintah merupakan mata, telinga, serta mulut untuk mewakili pemerintah kepada masyarakat. Sehingga perlu adanya upaya penyelarasan cara pandang, terutama terkait dengan netralitas ASN dalam rangka menyukseskan penyelenggaraan pemilu legislatif dan pemilihan Presiden di tahun 2019.

“Humas memiliki peran penting untuk mendorong dan menjaga netralitas ASN dari berbagai kegiatan pemilihan umum yang akan datang,”

Sinergi terkait netralitas ASN antara Kementerian PANRB dengan pemerintah daerah pun perlu disosialisasikan kepada masyarakat, termasuk peran kontrol masyarakat dalam mencegah dan mengurangi pelanggaran netralitas ASN. Netralitas merupakan hal yang mutlak bagi ASN, terutama dalam masa-masa pelaksanaan pemilu. Hal ini berkaitan dengan ASN sebagai pelaksanaan kebijakan publik serta perekat dan pemersatu bangsa. Dengan bersikap netral, maka ASN tidak akan memihak kepada siapa pun dan tetap dapat memberikan pelayanan publik secara optimal kepada masyarakat.

Senada dengan hal tersebut, keberpihakan ASN berpotensi menyeret ASN dalam ranah politik praktis serta terjadinya praktek politisasi birokrasi. “Wajib hukumnya bagi ASN untuk menjaga netralitas dalam pemilu,”.

Sejak 2004, terdapat sejumlah peraturan yang mengatur mengenai netralitas ASN. Namun kurangnya sosialisasi atas peraturan tersebut menyebabkan kurangnya pemahaman ASN untuk memiliki sikap netralitas. Pelaku kehumasan pemerintah daerah

diimbau agar dapat berkreasi dalam memberikan pemahaman mengenai netralitas kepada ASN di daerah secara mudah serta dapat menyosialisasikannya secara masif.

Dengan adanya sosialisasi terkait peraturan netralitas ASN dalam pemilu, maka ASN memahami pentingnya netralitas sehingga ASN dapat menjamin pelaksanaan pesta demokrasi dapat berjalan dengan LUBER (Langsung, Umum, Bebas, dan Rahasia). “Peran humas sangat diperlukan dalam rangka menjaga independensi ASN,” jelasnya.

“Ada dua hal yang dapat dilakukan oleh humas. Pertama, mendorong sosialisasi netralitas ASN bagi instansinya masing-masing. Dan kedua, humas harus secara aktif menyebarluaskan jargon tentang ASN bersikap netral dalam pelaksanaan pemilu tahun 2019,” tambah Teguh.

Seminar Bakohumas Daerah ini terbagi menjadi dua sesi. Sesi pertama, dimoderatori oleh Kepala Bidang Humas Dinas Komunikasi dan Informasi Provinsi DI Yogyakarta Iswantoro, membahas mengenai netralitas ASN secara khusus. Sementara sesi kedua menghadirkan redaktur Lembaga Kantor Berita Nasional ANTARA Taufik Miskudin. Sesi ini membicarakan tentang peran humas dalam membangun komunitas sinergi humas dalam komunikasi dan penyebaran informasi.

E. Implementasi undang-undang Keterbukaan Informasi Publik

Peranan penting dalam mewujudkan penyelenggaraan negara yang terbuka adalah hak publik untuk memperoleh Informasi sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Hak atas informasi menjadi sangat penting karena makin terbuka penyelenggaraan negara untuk diawasi publik, penyelenggaraan negara tersebut makin dapat dipertanggungjawabkan. Hak setiap orang untuk memperoleh informasi juga relevan untuk meningkatkan kualitas pelibatan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan publik. Partisipasi atau pelibatan masyarakat tidak banyak berarti tanpa jaminan keterbukaan informasi publik. Keberadaan Undang-undang tentang Keterbukaan Informasi Publik sangat penting sebagai landasan hukum yang sebagai berikut ;

- i. Setiap Orang berhak memperoleh Informasi Publik sesuai dengan ketentuan Undang-undang ini.

- ii. Setiap Orang berhak:
 - a. melihat dan mengetahui Informasi Publik;
 - b. menghadiri pertemuan publik yang terbuka untuk umum untuk memperoleh Informasi Publik;
 - c. mendapatkan salinan Informasi Publik melalui permohonan sesuai dengan UndangUndang ini; dan/atau
 - d. menyebarkan Informasi Publik sesuai dengan peraturan perundangundangan.
- iii. Setiap Pemohon Informasi Publik berhak mengajukan permintaan Informasi Publik disertai alasan permintaan tersebut.
- iv. Setiap Pemohon Informasi Publik berhak mengajukan gugatan ke pengadilan apabila dalam memperoleh Informasi Publik mendapat hambatan atau kegagalan sesuai dengan ketentuan UndangUndang ini.

Pada tanggal 3 April 2008 telah diundangkan UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 14 TAHUN 2008 TENTANG KETERBUKAAN INFORMASI PUBLIK, setelah sekian tahun penuh dengan pertentangan mengenai materi muatannya. Satu pihak yang mewakili penguasa informasi berkeinginan agar materi informasi publik harus sesedikit mungkin – menganut regim pembatasan – . Sementara dipihak lain publik – masyarakat – sebagai pihak yang berkepentingan atau berkeperluan dengan informasi menghendaki dapat memperoleh informasi sebanyak-banyaknya dan seluas-luasnya – regim kebebasan – . Semua dengan argumentasi adalah pasti mengatasnamakan kepentingannya.

Keadaan tersebut harus dinilai sebagai kewajiban, karena kebebasan pasti bersanding dengan pembatasan, sebagai pasangan nilai antinomi. Namun yang penting adalah si pembuat undang-undang mampu memberikan penjelasan atas setiap pembatasan yang diberikan. Bukan ”waton” atau asal ada, namun harus ”maton” benar dan dapat diterima.

A. Humas Pemerintah, Kode Etik Dalam Aplikasi

Disahkannya UU No.14 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP) oleh Pemerintah pada Kamis 3 April 2008, membawa konsekuensi terhadap ketentuan-ketentuan hukum yang melindungi hak atas informasi bagi warga negara Indonesia. Badan publik—dalam hal ini adalah lembaga-lembaga negara, lembaga publik non pemerintah, dan perusahaan-

perusahaan publik yang mendapat dana alokasi dari APBN, APBD, bantuan luar negeri, dan himpunan masyarakat—mempunyai kewajiban untuk memberikan akses informasi yang terbuka dan efisien kepada publik dalam rangka transparansi, akuntabilitas, dan pengelolaan pemerintahan yang semakin baik di Indonesia.

Undang-undang ini mendefinisikan informasi publik sebagai informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan/atau diterima oleh suatu badan publik yang berkaitan dengan penyelenggara dan penyelenggaraan negara dan/atau penyelenggara dan penyelenggaraan badan publik lainnya yang sesuai dengan Undang-undang ini serta informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan publik.

Sementara itu, badan publik yang dimaksud dalam undang-undang ini adalah lembaga eksekutif, legislatif, yudikatif, dan badan lain yang fungsi dan tugas pokoknya berkaitan dengan penyelenggaraan negara, yang sebagian atau seluruh dananya bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan/atau Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah, atau organisasi nonpemerintah sepanjang sebagian atau seluruh dananya bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan/atau Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah, sumbangan masyarakat, dan/atau luar negeri.

Sebagai garda terdepan dalam penyampaian informasi kepada publik, humas memiliki peranan yang cukup penting dalam pengimplementasian undang-undang tersebut. Terlebih lagi undang-undang ini mewajibkan setiap badan publik untuk menjamin tersedianya informasi publik yang terbuka untuk public dan dapat diakses secara cepat, tepat waktu, biaya ringan dan dengan cara sederhana dandengan adanya undang-undang keterbukaan informasi publik, humas dituntut bisa bekerja profesional. Terutama dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat, tentang kegiatan apa yang dilakukan pemerintah, baik melalui dokumentasi internal maupun menyampaikan ke publik melalui media.

Humas Pemerintah mempunyai peran penting dalam membuka ruang bagi publik untuk mendapatkan akses informasi publik. Adanya UU KIP, merupakan momentum bagi Humas Pemerintah untuk menjalankan fungsi dan tugasnya dalam memberikan informasi, penerangan, dan pendidikan kepada masyarakat tentang kebijakan, aktivitas, dan langkah-langkah pemerintah secara terbuka, transparan, jujur dan objektif. Informasi yang disampaikan kepada masyarakat, termasuk media, bila tidak akurat, cepat, dan mudah, dapat menyebabkan kebijakan pemerintah dianggap tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat, tidak informatif, dan tidak membumi.

Disinilah tantangan Humas Pemerintah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin tinggi dalam memperoleh keterbukaan informasi, khususnya menyangkut pelayanan terhadap publik. Tentu saja hal ini tidak mudah untuk merubah perilaku pemberi informasi (dalam hal ini adalah pejabat publik), yang semula mereka “lebih

senang” dilayani, kini dengan adanya UU KIP mereka harus melayani informasi kepada masyarakat yang membutuhkan informasi.

Tugas:

Jawablah pertanyaan berikut:

1. Apa yang di maksud Public affairs: relasi dengan pemerintah
2. Bagaimana Membanguan hubungan dengan media
3. Apakah Sistem komunikasi Hubungan pemerintah
4. Apakah peranan Humas Pemerintah secara Intern
5. Bagaimana Implementasi UU Keterbukaan Informasi
6. Apakah substansi Kode Etik Humas dan Implentasinya

Daftar Pustaka

Suprawoto. 2018. Governmet 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.
Icox, 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-tambara.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>