

Evaluasi tenaga humas pemerintah oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika

Centurion Chandratama Priyatna¹, Fajar Syuderajat², Aang Koswara³

^{1,2,3}Universitas Padjadjaran, Bandung, Indonesia

ABSTRAK

Program Tenaga Humas Pemerintah (THP) yang dibuat oleh Kemkominfo adalah implementasi Inpres No 9 Tahun 2015. THP utamanya membantu lembaga pemerintah untuk menyampaikan informasi pada publik dengan menyerap aspirasi publik berdasarkan program kementerian atau lembaga. Pada akhirnya diharapkan kinerja humas pemerintah akan meningkat dan adanya perbaikan kinerja secara keseluruhan pada sebuah lembaga pemerintahan. Namun pada pelaksanaan program THP masih terdapat berbagai kendala diantaranya kehadiran THP masih belum sepenuhnya dilibatkan dalam perencanaan maupun pelaksanaan program hingga birokrasi beberapa di lembaga Pemerintah belum bisa mengakomodasi tugas THP. Berdasarkan latar belakang tersebut, Maksud penelitian ini adalah untuk melakukan evaluasi tenaga humas pemerintah dengan menggunakan standar indikator kinerja utama yang sudah disusun sebelumnya oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika. Disamping itu, evaluasi tenaga humas pemerintah juga dilihat dari perspektif pejabat humas kementerian atau lembaga mengenai (program) Tenaga Humas Pemerintah yang tersebar ke seluruh kementerian/lembaga. Metode penelitian ini adalah kualitatif dengan teknik penentuan key informan adalah teknik sampling purposive. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam kepada 12 narasumber. Hasil dan pembahasan dari penelitian ini adalah kinerja THP sudah optimal salah satunya ditunjukkan dengan melakukan diseminasi informasi menggunakan media online, media sosial dan berbagai group komunikasi lainnya. Harapan dari berbagai lembaga Pemerintah dengan adanya program THP adalah THP dapat mentransfer ilmu praktis mengenai aktivitas humas yang efektif pada lembaga pemerintah.

Kata-kata Kunci: Humas; pemerintah; evaluasi; diseminasi; informasi

Evaluation of government public relations staffs of Kemenkominfo

ABSTRACT

The ministry of communication and information (kemenkominfo) created the government public relations program (THP) in order to implement presidential instruction No. 9 of 2015. THP primarily helped government institutions to convey information to the public by absorbing public aspirations based on ministry or institution programs. In the end, there is a hope that the performance of Government Public Relations will improve and there will be an overall performance improvement in a government institution. However, in the implementation of the THP program, there are still various obstacles including the presence of the THP that has not fully involved in the planning or implementation of the program, which bureaucracies in government institutions cannot accommodate. The purpose of this study is first to evaluate the government's public relations personnel using the main performance indicator standards that were prepared by kemenkominfo. Second, to evaluate government public relations coming from the perspective of the ministry or Institution's public relations officials on government public relations (programs). The method of this research is qualitative with key informants determined by using a purposive sampling technique. Data collection techniques were carried out using in-depth interviews with 12 sources. The results show that optimal THP performance shown by the dissemination of information through online media, social media, and various other communication groups. The expectation from various government agencies with the THP program is that THP would be able to transfer practical knowledge on effective PR at government institutions.

Keywords: PR; government; evaluation; dissemination; information

Korespondensi: Centurion C Priyatna, Ph.D. Universitas Padjadjaran. Jl. Raya Bandung Sumedang KM.21, Hegarmanah, Kec. Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45363. *Email:* centurion.priyatna@unpad.ac.id

Submitted: September 2019, **Accepted:** February 2020, **Published:** August 2020

ISSN: 2528-6927 (printed), ISSN: 2541-3678 (online). Website: <http://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas>

PENDAHULUAN

Program Tenaga Humas Pemerintah (THP) dibuat oleh Kementerian Kominfo untuk membantu lembaga pemerintah dalam menyampaikan informasi pada publik sekaligus sebagai implementasi Inpres No. 9 tahun 2015 tentang pengelolaan komunikasi publik.

Aspirasi masyarakat dapat diserap oleh lembaga pemerintah dengan adanya THP melalui berbagai program yang dilakukan oleh lembaga. Dilansir dari portal berita *online*, Okezone, sebanyak 100 orang tenaga muda yang berpengalaman di bidang kehumasan direkrut untuk menjadi THP. Tenaga THP yang terpilih akan membantu perencanaan dan pelaksanaan program kehumasan di berbagai lembaga Pemerintah. Pada akhirnya, program ini akan mendukung komunikasi publik secara keseluruhan pada kabinet kerja (Agustian, 2015).

Fungsi dari THP adalah sebagai agen perubahan yang ditempatkan di berbagai lembaga pemerintah. Tenaga THP akan memastikan proses komunikasi yang dilakukan pada publik secara satu pintu dan memaksimalkan kinerja humas pemerintahan.

Upaya yang dilakukan humas pemerintah, akan mengarah pada terbentuknya citra dan reputasi lembaga yang positif dimata publik. Berkaitan dengan citra dan reputasi sebuah

lembaga, humas pemerintah melaksanakan perannya sebagai pelaksana komunikasi Pemerintahan untuk melakukan upaya-upaya yang akan mempengaruhi citra dan reputasi lembaga melalui penyebaran informasi pada publik bukan hanya menyampaikan kebijakan, humas pemerintah juga harus mampu mengemas informasi sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi *stakeholders* (Nugraha, 2014).

Perkembangan dan tantangan yang dihadapi oleh pemerintahan sekarang semakin berat, sehingga fungsi humas tidak hanya dilaksanakan oleh Departemen Penerangan yang sekarang menjadi Kementerian Komunikasi dan Informasi. Kritisnya masyarakat menuntut Fungsi humas dari setiap Kementerian yang ada di pemerintahan ataupun lembaga-lembaga tinggi lainnya, seperti TNI, POLRI, DPR dan lembaga Yudikatif bahkan pemerintahan tingkat desa yang langsung berhadapan dengan masyarakat.

Kita semua menyadari bahwa interaksi dan komunikasi antara pemerintah dan masyarakat sungguh sangat penting baik dalam konteks membangun kompetensi visi nasional maupun dalam menumbuhkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan nasional. Dalam konteks kehumasan adalah membangun komunikasi timbal balik antara pemerintah dengan masyarakat. Untuk itu humas dapat diibaratkan sebagai jembatan yang menghubungkan antara

pemerintah dengan masyarakat. Sebagai jembatan humas memiliki dua posisi sekaligus yaitu: posisi ada di pemerintahan dan posisi memahami apa yang ada di masyarakat.

Pada posisi pemerintah humas harus memahami apa yang telah, sedang, dan akan dilakukan oleh pemerintah termasuk di dalamnya kebijakan program tingkat capaian serta persoalan yang sedang dihadapi. Sedangkan di posisi masyarakat humas harus mampu memahami karakteristik dan dinamika masyarakat. Sehingga humas diharapkan mampu menangkap dan memahami aspirasi, keinginan, dan tujuan masyarakat. Pemahaman tersebut akan menghasilkan kecepatan dalam memilih dan menentukan strategi metode dan pendekatan dalam membangun komunikasi tersebut.

Humas pemerintah pada dasarnya tidak bersifat politis. Bagian humas di institusi pemerintah dibentuk untuk fungsi komunikasi dan fungsi manajemen. Memberi informasi secara teratur tentang kebijakan, rencana-rencana serta hasil-hasil kerja institusi serta memberi pengertian kepada masyarakat tentang peraturan dan perundang-undangan dan segala sesuatunya yang berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat.

Sebagai fungsi manajemen humas pemerintah juga memungkinkan untuk memberi masukan dan saran bagi para pejabat

tentang segala informasi yang diperlukan atau kemungkinan reaksi masyarakat akan kebijakan institusi, baik yang sedang dilaksanakan, akan dilaksanakan, ataupun yang sedang diusulkan. Seiring dengan tuntutan transparansi dari masyarakat luas sebagai publik pemerintah, manfaat humas dalam penyelenggaraan pemerintah secara umum mesti dimaksimalkan

Cutlip, Center, & Broom, mendefinisikan humas pemerintahan sebagai orang yang bertugas untuk memberi tahu program resmi atau apa yang dilakukan oleh Birokrat. Cutlip pun menjelaskan setidaknya terdapat tujuh tujuan humas pemerintahan, yakni :

“(1) Memberi informasi konstituen tentang aktivitas agen pemerintah; (2) Memastikan kerja sama aktif dalam program pemerintah-voting, *curbside recycling*, dan juga kepatuhan kepada program aturan; (3) Mendorong warga mendukung kebijakan dan program yang ditetapkan; (4) Melayani sebagai advokat publik untuk administrator pemerintah; (5) Mengelola informasi internal; (6) Memfasilitasi hubungan media; dan (7) Membangun komunitas dan bangsa” (Cutlip, Center, & Broom, 2000).

Terdapat sebuah pendapat mengenai humas pemerintah diklasifikasikan menjadi humas pemerintah pusat dan pemerintah daerah (Aras, 2014). Kedua-duanya mempunyai tugas yang sama, walaupun ruang lingkupnya berbeda. Tugas humas pemerintah disini; pertama menyebarkan informasi secara teratur mengenai kebijaksanaan perencanaan dan hasil yang telah dicapai, kedua menerangkan dan mendidik

mengenai perundang-undangan, peraturan-peraturan dan hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan rakyat sendiri.

Melalui humasnya pemerintah dapat menyampaikan informasi atau menjelaskan hal-hal yang berhubungan dengan kebijaksanaan dan tindakan-tindakan tertentu serta aktivitas dalam melaksanakan tugas dan kewajiban ke pemerintahannya. Terdapat beberapa hal untuk melaksanakan tugas utama humas pemerintah :

- “(1) Mengamati dan mempelajari tentang hasrat, keinginan-keinginan dan aspirasi yang terdapat dalam masyarakat (*learning about public desires and aspiration*)
- (2) Kegiatan memberikan nasehat atau sumbang saran untuk menanggapi atau sebaliknya dilakukan oleh instansi/ lembaga pemerintah seperti dikehendaki publiknya (*advising the public about what is should desires*)
- (3) Kemampuan untuk mengusahakan terjadinya hubungan memuaskan yang diperoleh antara hubungan publik dengan aparat pemerintahan (*ensuring satisfactory contact between and government official*)
- (4) Memberikan penerangan dan informasi tentang apa yang telah diupayakan oleh suatu lembaga/instansi pemerintahan yang bersangkutan (*informing and about what an agency is doing*)”. (Ruslan, 2014)

Fungsi pokok humas pemerintah Indonesia pada dasarnya mengamankan kebijakan pemerintah, memberikan pelayanan, menyebarluaskan pesan atau informasi mengenai kebijakan hingga program-program kerja nasional kepada masyarakat, menjadi komunikator dan sekaligus sebagai mediator yang proaktif dalam menjembatani

kepentingan instansi pemerintah di satu pihak, dan menampung aspirasi serta memperhatikan keinginan-keinginan publiknya dilain pihak, dan berperan serta menciptakan iklim kondusif dan pembangunan jangka pendek maupun jangka panjang (Ruslan, 2014).

Melalui humas, Pemerintah dapat menjelaskan program dan kebijakannya kepada publik sehingga muncul pemahaman serta partisipasi publik tentang program dan kebijakan tersebut. Selain itu Humas berkewajiban untuk turut serta memantapkan program pemerintah dalam suatu sistem politik yang ada sekarang, agar sistem politik itu semakin baik dan semakin mendukung pelaksanaan pemerintahan itu sendiri baik di tingkat pusat, provinsi, kota, maupun kabupaten.

Dalam aktivitas komunikasinya, THP banyak menggunakan kanal-kanal media sosial dalam diseminasi informasi. Media sosial dalam humas merupakan media baru atau *new media*. Dunia humas memasuki masa keemasan, karena teknologi Internet ini telah mampu mencapai publik sasaran secara langsung, tanpa intervensi dari pihak-pihak lain, seperti redaksi atau wartawan dari media massa, yang biasanya bertindak sebagai penjaga gawang pesan komunikasi dan melakukan penyensoran terhadap pesan informasi PR bagi khalayak (publik) (Soeminat, Soleh, & Ardianto, 2012).

Upaya kementrian kominfo membuat THP

salah satunya didasari oleh kinerja Humas Pemerintah yang masih bisa lebih dioptimalkan lagi. Pada beberapa lembaga seperti Departemen Hukum dan HAM kinerja humas pemerintah masih jauh dari standar maksimal dan masih bisa ditingkatkan (Rahmat & Bakti, 2016).

Fungsi idealnya, THP ini melekat pada menteri dalam konteks mempercepat Inpres No. 9 tahun 2015 dalam tiga fungsi utama, yakni data, narasi tunggal bersama, dan diseminasi, dimana THP berkolaborasi dengan staf khusus menteri yang sudah ada. Tenaga humas pemerintah nantinya ditempatkan di bagian yang mengerjakan satuan komunikasi.

THP akan mengoptimalkan fungsi humas pemerintah nantinya. Dalam sebuah pernyataan yang menjelaskan jika pelayanan publik menjadi hal yang penting untuk diperhatikan oleh praktisi humas pemerintah (Siswanto & Abraham, 2016). Keterbukaan informasi publik menjadi poin utama dalam akuntabilitas pemerintah. Sehingga penting untuk dilakukan komunikasi yang efektif dengan publik eksternal untuk meningkatkan kinerja lembaga pemerintahan itu sendiri.

Adapun tugas-tugas THP untuk mengoptimalkan fungsi Humas Pemerintah diantaranya adalah sebagai berikut, mempersiapkan bahan informasi untuk kebutuhan komunikasi ke pekerja media, mendukung pengelolaan konten dan

pelibatan media sosial menteri dan lembaga, mengelola alur komunikasi dari menteri ke pemangku kepentingan internal dan eksternal, mengidentifikasi, analisis, dan perumusan isu strategis lembaga; membuat usulan perencanaan dan pelaksanaan program komunikasi atas promosi kebijakan prioritas K/L (kementerian/ lembaga) serta informasi penting lain sesuai kebutuhan pengelolaan komunikasi publik (Perkasa, 2016).

Realitasnya di lapangan, THP mengalami kesulitan untuk dapat bekerja secara efektif di kementerian/lembaga tersebut. Beberapa THP mengalami resistensi dari humas dan pranata humas yang sudah lebih dulu bekerja di kementerian/lembaga terkait. Resistensi ini yang kemudian membuat THP kesulitan mendapat akses dan informasi untuk melaksanakan tugasnya.

Salah satu contoh kendala yang dialami oleh THP adalah kementerian kominfo, memberikan resistensi terhadap THP. Aisyah, THP yang ditugaskan di Kementerian Kominfo, mengalami resistensi dari tempat kerjanya, sehingga ia kesulitan dalam menjalankan Indikator Kerja Utama (IKU). Resistensi yang terjadi di kementerian lembaga bisa jadi dikarenakan sistem birokrasi yang sukar untuk menerima peraturan baru. Atau juga kurangnya sosialisasi dari kementerian kominfo terkait penempatan THP, sehingga PNS yang sudah

ada merasa tidak ada keterkaitan atau ikut serta dalam program tersebut. Akan tetapi, hal ini menunjukkan bahwa komunikasi internal di Kominfo masih kurang, sebab seyogianya sebagai kementerian yang membentuk THP, PNS di Kominfo ikut menyukseskan program kementeriannya sendiri. (Tiominar, 2017)

Selain terdapat kementerian yang tidak menerima THP, ada beberapa THP yang ditarik kembali, yakni THP yang ditempatkan di Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi (Kemenristekdikti) dan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf). Bekraf mengirimkan surat kepada Kementerian Kominfo untuk menarik kembali THP yang ditempatkan di Bekraf, pada bulan Juni 2016. Penarikan dikarenakan adanya konflik internal dengan humas Bekraf yang diawali oleh *miss-communication*.

Kementerian kominfo menyikapi penolakan ini dengan pendekatan multi layer. Pendekatan diawali dari THP masuk ke kementerian / lembaga dan juga sosialisasi antara lembaga struktural kementerian kominfo dengan kementerian/ lembaga lain, sehingga kementerian/lembaga terkait dapat menyampaikan ke satuan kerja komunikasi yang ada. Kemudian dilakukan penyesuaian pekerjaan mana yang dilakukan oleh struktural dan mana yang dilakukan oleh THP. Selain itu, melalui Bakohumas dilakukan juga lobi antara Eselon II. Apabila sudah tidak dapat

diselesaikan, maka akan dilanjutkan ke tingkat menteri atau dirjen. Hal ini dikarenakan THP bekerja berdasarkan SK menteri, sehingga penanganan strategisnya ada di menteri, sedangkan penanganan administratifnya ada di direktorat kemitraan komunikasi.

Hasil evaluasi secara umum berdasarkan masukan dan pendapat dari perwakilan kementerian/lembaga yang menghadiri rapat adalah kementerian/lembaga menyambut baik penempatan THP. Pada awal penempatan, proses adaptasi memerlukan waktu yang tidak singkat, bergantung pada kultur/budaya kerja kementerian/lembaga.

Oleh karena itu diperlukan evaluasi atas kinerja tenaga humas pemerintah secara menyeluruh, hal ini supaya tidak merugikan nilai dari institusi. Pada umumnya evaluasi terhadap kinerja humas pemerintah dihadapkan pada 4 kendala, pertama humas pemerintah telah menjadi kegiatan yang hanya terfokus pada proses dan keluaran. Kedua, sasaran-sasaran humas pemerintah yang ditetapkan seringkali tidak memenuhi kaidah SMART (*specific-measurable-achievable-relevant-timely*) yang mengakibatkan sulitnya melakukan pengukuran. Ketiga, aktivitas humas pemerintah sangat berorientasi pada seni dan humanitas, hal-hal yang kerap dipandang berlawanan dengan kebiasaan pengukuran yang selalu terkait dengan angka-angka. Keempat,

penggunaan perspektif tradisional yang selalu memandang pengukuran dilakukan di akhir, akibatnya serba terlambat.

Maksud penelitian ini adalah untuk melakukan evaluasi tenaga humas pemerintah dengan menggunakan standar indikator kinerja utama yang sudah disusun sebelumnya oleh kementerian komunikasi dan informatika. Disamping itu, evaluasi Tenaga Humas Pemerintah juga dilihat dari perspektif pejabat humas kementerian atau lembaga mengenai (program) tenaga humas pemerintah yang tersebar ke seluruh kementerian/lembaga. Berbeda dengan yang dilakukan oleh (Liu & Horsley, 2011) yang fokus ke model GPR ataupun penelitian yang lebih terfokus ke GPR yang menggunakan media digital (Graham, 2014; Hasnawati & Salamah, 2017) ataupun penelitian (Waymer, 2013) yang fokus pada “*relationship*” oleh GPR.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Kinerja Tenaga Humas Pemerintah berdasarkan indikator kinerja utama yang merupakan standar baku dari kementerian komunikasi dan informatika; (2) Tanggapan pejabat humas Kementerian/Lembaga mengenai (program) Tenaga Humas Pemerintah yang dirancang oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika; (3) Harapan dari Tenaga Humas Pemerintah, Kementerian/Lembaga pada program Tenaga Humas Pemerintah yang telah

dirancang oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika.

METODE PENELITIAN

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang terlibat dalam perencanaan dan penyelenggaraan THP dan objek penelitian dalam penelitian ini adalah evaluasi THP berdasarkan Standar Indikator Kinerja Utama Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hal ini dikarenakan peneliti ingin melakukan penelitian untuk mendapatkan hasil secara mendalam. Pada penelitian kualitatif, peran bahasa dan makna-makna dianut oleh subjek penelitian, menjadi sangat penting (Mulyana, 2015).

Pada penelitian ini, penulis menggunakan satu teknik penentuan *key informan* yaitu teknik sampling *purposive*, artinya ditentukan sendiri atas kebutuhan dan kredibilitas *key informan*. Teknik *purposive sampling* digunakan karena peneliti ingin mengidentifikasi jenis kasus tertentu untuk investigasi mendalam. Peneliti akan melakukan wawancara mendalam kepada para informan yakni beberapa pihak yang terlibat di Kominfo.

Teknik pengumpulan data pada penelitian evaluasi Tenaga Humas Pemerintah yang utama adalah dengan wawancara. Peneliti menentukan

narasumber yang akan diwawancara dan mampu untuk menjawab penelitian evaluasi tenaga humas pemerintah. Berdasarkan hal itu, peneliti melakukan wawancara mendalam kepada 12 informan yang sesuai dengan kriteria, adapun wawancara sebagai instrumen utama dalam penelitian ini karena peneliti ingin mendapatkan gambaran secara holistic mengenai tenaga humas pemerintah dari perspektif pelaksana, kementerian/lembaga dan THP itu sendiri. Oleh karena itu, disamping melakukan wawancara peneliti menggunakan angket untuk mendapatkan data kuantitatif dari Tenaga Humas Pemerintah. Hasil temuan dari angket akan dianalisis dengan menggunakan data kualitatif dari hasil wawancara, sehingga akan diperoleh gambaran yang mendalam dari penelitian evaluasi Tenaga Humas Pemerintah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari 22 responden tenaga humas pemerintah yang tersebar di berbagai kementerian/lembaga, usia THP yang paling muda adalah 26 tahun dan yang paling tua adalah 35 tahun. Dari rentang usia tersebut sesungguhnya THP adalah individu yang memiliki produktivitas yang tinggi. Oleh karena itu, dengan segala tantangan yang dihadapi oleh pemerintah, tenaga humas pemerintah harus mampu menjadi yang terdepan untuk mengkomunikasikan kebijakan

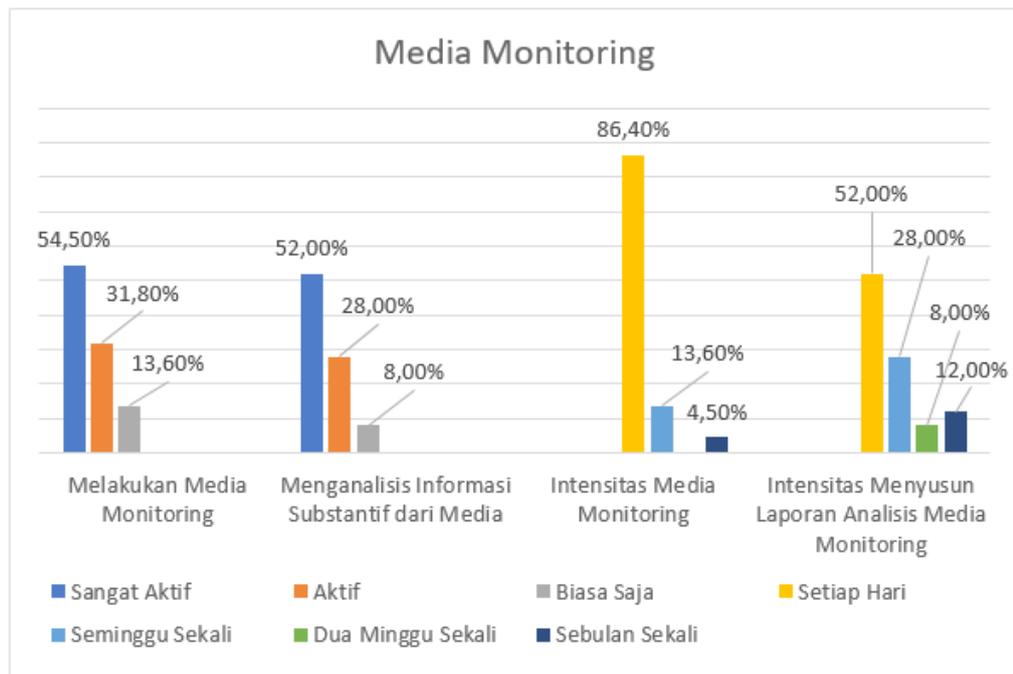
serta keberhasilan pemerintah.

Tenaga humas pemerintah yang menjadi responden penelitian ini terdiri dari laki-laki 59,1% dan perempuan 40,9%. Fenomena ini bukan persoalan adanya diskriminasi gender melainkan karena profesi humas sudah tidak lagi didominasi oleh kaum hawa, melainkan kaum madam pun sudah masuk menjadi praktisi humas dengan segala keahlian yang dimilikinya.

Pendidikan tenaga humas pemerintah di dominasi dengan magister sebanyak 63,6%, sedangkan untuk sarjana sebanyak 36,4 %. Dalam perjalanannya tenaga humas pemerintah ada yang akan melanjutkan pendidikannya ke jenjang doktor. Pondasi Pendidikan yang kuat, idealnya dapat menjadi landasan Tenaga Humas Pemerintah untuk melahirkan pemikiran-pemikiran yang strategis, efektif dan efisien.

Tenaga humas pemerintah yang sudah menikah sebanyak 59,1 % sedangkan yang belum menikah sebanyak 40,9 %. Kedua hal tersebut memiliki nilai tersendiri bagi seluruh THP, dimana mereka bisa lebih memotivasi dirinya untuk melahirkan gagasan-gagasan kreatif yang bertujuan untuk menciptakan pengetahuan dan partisipasi publik pada program-program pemerintah.

Media monitoring merupakan salah satu fungsi radar yang harus dilakukan oleh setiap humas di Kementerian atau Lembaga. Dengan melakukan *media monitoring*, humas



Sumber : Hasil Penelitian, 2018

Gambar 1 Aktivitas Media Monitoring dan analisis informasi/ Intensitas melakukan media monitoring dan menyusun laporan Media Monitoring

dapat mengetahui posisi organisasinya, tepatnya adalah apakah terdapat berita yang menyudutkan organisasinya atau sebaliknya, media membantu membangun reputasi lembaga dengan mengkomunikasikan kebijakan, program maupun keberhasilan kementerian/ lembaga.

Melalui *media monitoring*, implementasi tugas Humas Pemerintah dapat dilakukan yakni memonitor pendapat umum mengenai kebijakan. Dari hasil *media monitoring*, THP dapat melakukan feedback dalam bentuk menyampaikan aspirasi publik pada pimpinan lembaga pemerintahan (Nugraha, 2014).

Dari hasil penelitian yang tercermin dalam

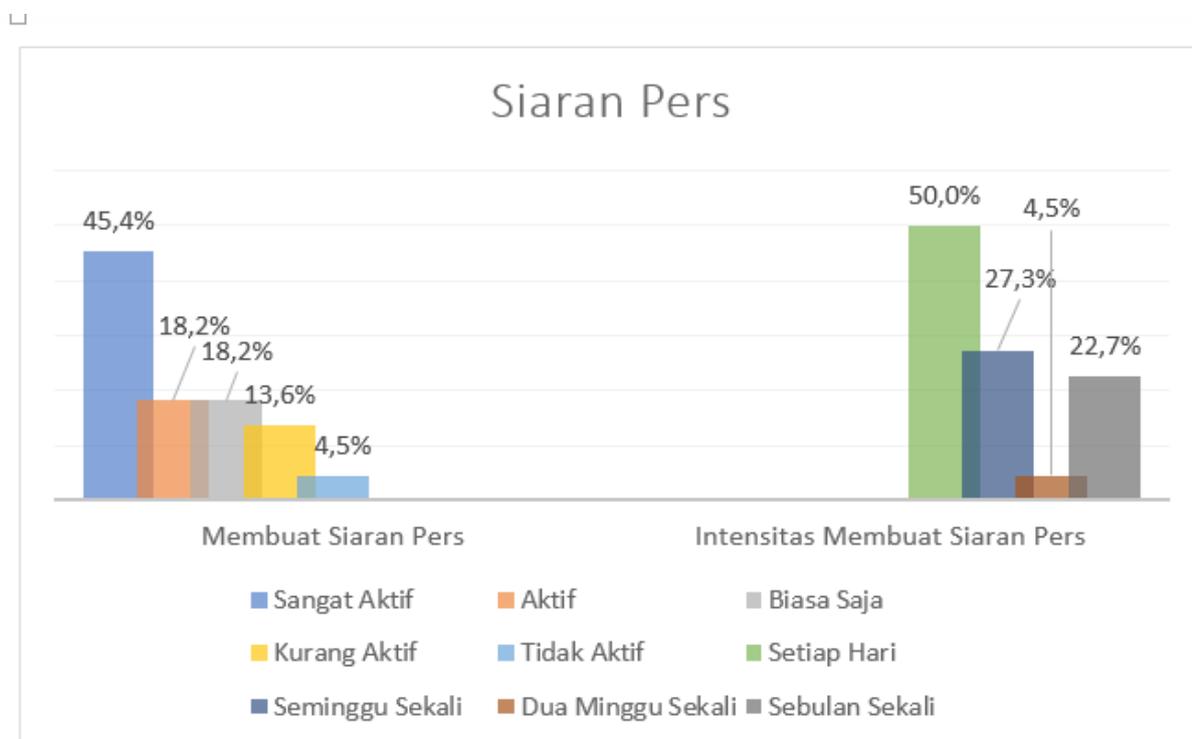
gambar 1, 99% tenaga humas pemerintah atau hampir seluruh Tenaga Humas Pemerintah menjadikan *media monitoring* sebagai alat untuk mengetahui posisi organisasi, oleh karena itu mereka merasa perlu melakukan *media monitoring*. Adapun intensitas aktivitas *media monitoring* yang dilakukan oleh Tenaga Humas Pemerintah dapat dilihat pada gambar 1 dimana mayoritas Tenaga Humas Pemerintah melakukan *media monitoring* hampir setiap hari yakni sebesar 86,4%, namun masih terdapat 13,6 % yang melakukan *media monitoring* satu minggu sekali dan 4,5 % melakukan *media monitoring* satu bulan sekali. Sebagai fungsi radar, idealnya tenaga humas pemerintah

melakukan *media monitoring* setiap harinya, kemudian hasilnya di analisis untuk memetakan isu yang berkembang serta dapat disiapkan *counter* opini jika terjadi pemberitaan yang merugikan kementerian/ lembaga.

Bicara tentang analisis hasil dari *media monitoring* Tenaga Humas Pemerintah tingkat kecenderungan melakukan analisis *media monitoring* cukup tinggi dengan prosentase diatas 90 %, hal ini dapat dilihat pada gambar 1 Sayangnya aktivitas *media monitoring* yang dilakukan setiap hari tidak dibarengi dengan penyusunan laporan *media monitoring*, dimana merujuk pada gambar 1, Tenaga Humas Pemerintah yang menyusun laporan *media monitoring* hanya 52 %, sementara 28

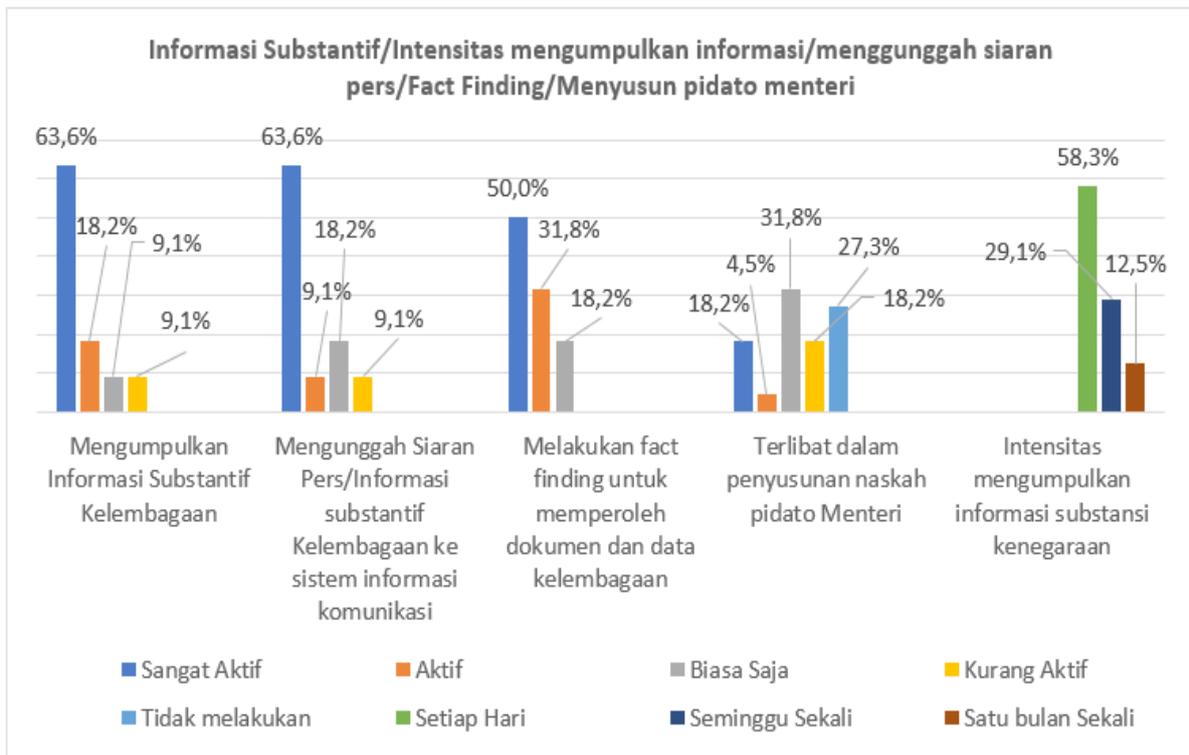
% melakukan penyusunan 1 minggu sekali, 8 % dua minggu sekali dan 12 % melakukan penyusunan *media monitoring* 1 bulan sekali.

Sebesar 45,4 % Tenaga Humas Pemerintah melakukan aktivitas siaran pers dapat dilihat pada Gambar 2 dan 50 % Tenaga Humas Pemerintah melakukan siaran pers setiap harinya. Melihat sebaran data pada gambar 2 siaran pers masih menjadi andalan aktivitas komunikasi kementerian/ lembaga untuk menyampaikan informasi kepada publik. Siaran Pers (*press release*) merupakan rangkaian informasi yang dibuat perusahaan atau organisasi untuk disebarluaskan kepada publik melalui media. Aktivitas ini terkait dengan kegiatan yang dilakukan perusahaan yang



Sumber : Hasil Penelitian, 2018

Gambar 2 Siaran Pers



Sumber : Hasil Penelitian, 2018

Gambar 3 Informasi Substantif/Intensitas mengumpulkan informasi/mengunggah siaran pers/Fact Finding/ Menyusun pidato menteri

dinilai memiliki manfaat bagi publik.

Siaran pers (*press release*) perlu ditingkatkan oleh berbagai lembaga pemerintah dalam hal ini dibantu oleh peran THP. Pers termasuk kedalam publik eksternal yang penting bagi Pemerintah. Melalui siaran pers, humas pemerintah dapat menyebarkan informasi mengenai berbagai kegiatan pada publik, program kerja dan kebijakan serta pada akhirnya akan membangun citra lembaga dan opini publik yang positif (Aras, 2014).

Tenaga humas pemerintah menjalankan aktivitas untuk mengumpulkan informasi

substantif kelembagaan, merujuk gambar 3 Tenaga Humas Pemerintah yang melakukan aktivitas tersebut sebesar 81.8 % dengan intensitas yang mengumpulkan setiap hari sebesar 63.6%, sementara itu yang melakukan satu bulan sekali sebesar 13.6%.

Sebagai salah satu penilaian yang masuk dalam indikator kinerja utama ternyata belum seluruh tenaga humas pemerintah mengunggah informasi ke sistem informasi komunikasi yang dimiliki oleh Kemenkominfo, melihat gambar 3 Tenaga Humas Pemerintah yang mengunggah informasi ke dalam sistem informasi sebesar

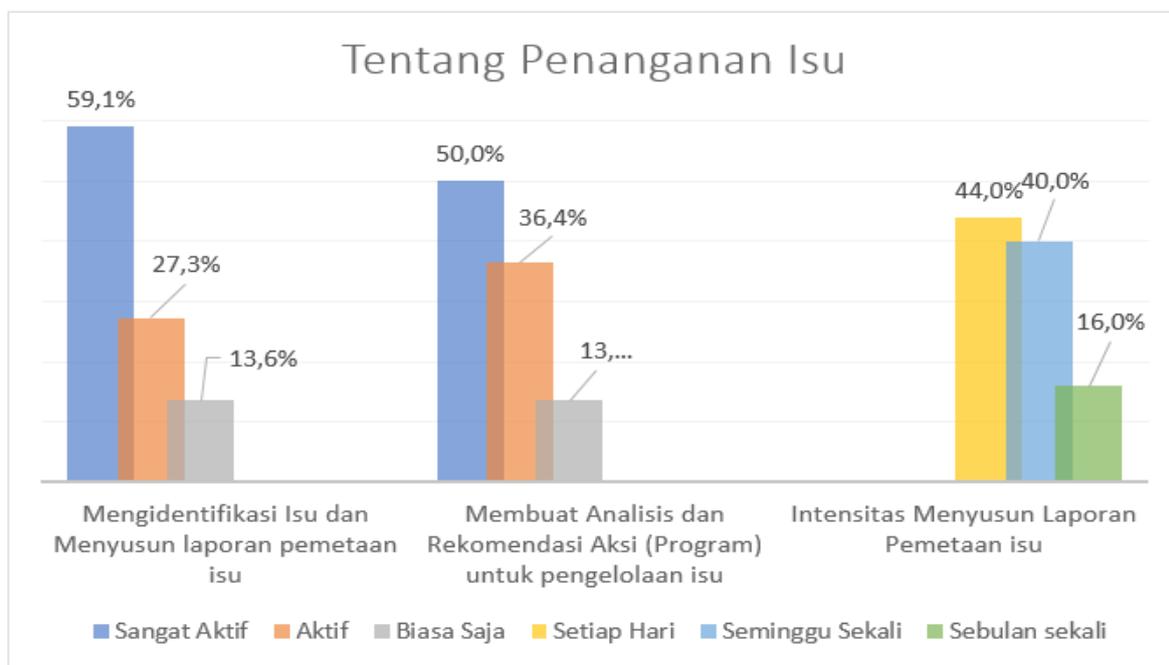
63.6%.

Tenaga humas pemerintah sudah melakukan *fact finding* untuk merancang aktivitas komunikasinya untuk Kemenkominfo atau pun untuk Kementerian/Lembaga. Sudah diatas 50 % atau tepatnya 81.8% Tenaga humas pemerintah melakukan aktivitas *fact finding*. *Fact Finding* adalah sebuah proses untuk mengenali dan mendefinisikan masalah yang dihadapi oleh organisasi sebagai dasar acuan untuk penyusunan langkah selanjutnya bagi PR sebagai masukan kebijakan bagi pihak manajemen. Hal lazim yang dilakukan dalam tahap *fact finding* adalah kegiatan *research*.

Hal menarik dari evaluasi tenaga humas pemerintah muncul pada data yang tertuang dalam gambar 3, dimana Tenaga Humas

Pemerintah belum terlibat seluruhnya dalam penyusunan naskah pidato Menteri. Dari gambar tersebut hanya sebesar 18.2% yang menyusun pidato Menteri. Sementara itu 27.3 % tidak menyusun pidato Menteri. Bisa saja persoalan ini terjadi karena tidak semua Tenaga Humas Pemerintah mendapatkan akses untuk berkomunikasi dan berkoordinasi langsung kepada Menteri.

Tenaga humas pemerintah sebesar 86.4 % dapat dilihat pada gambar 4 melakukan identifikasi isu yang terjadi pada kementerian/ lembaga. Menariknya adalah prosentase tersebut sama dengan prosentase Tenaga Humas Pemerintah Menyusun program pengelolaan isu sebesar 86.4 % yang terlihat pada gambar 4. Adapun program program yang pernah dibuat



Sumber : Hasil Penelitian, 2018

Gambar 4 Tentang Penanganan Isu

oleh Tenaga Humas Pemerintah diantaranya pada isu isu komunikasi lingkungan, Keberangkatan Jemaah Haji, Kasus munir, alat tangkap ikan dan isu kesejahteraan serta masih banyak isu lainnya yang di kelola oleh Tenaga Humas Pemerintah.

Sementara itu tenaga humas pemerintah sebesar 44 % menyusun laporan pemetaan isu setiap hari, 40 % menyusun laporan seminggu sekali dan 16 % menyusun laporan pemetaan isu hal ini yang tercermin dalam gambar 4.

Tenaga humas pemerintah terlibat dalam perencanaan aksi dan implementasi komunikasi di kementerian/lembaga. Ada pun jenis aksi tersebut diantaranya adalah kampanye, optimalisasi media sosial, *media gathering*, konferensi pers, menyusun rubrikasi di media sosial, temu *blogger*, menyusun program komunikasi Indonesia pintar dan strategi komunikasi penguatan Pendidikan karakter. Jika melihat gambar 5, terlihat jelas bagaimana prosentase Tenaga Humas Pemerintah turut serta merencanakan dan mengimplementasikan aksi komunikasi sebesar 81.9 %.

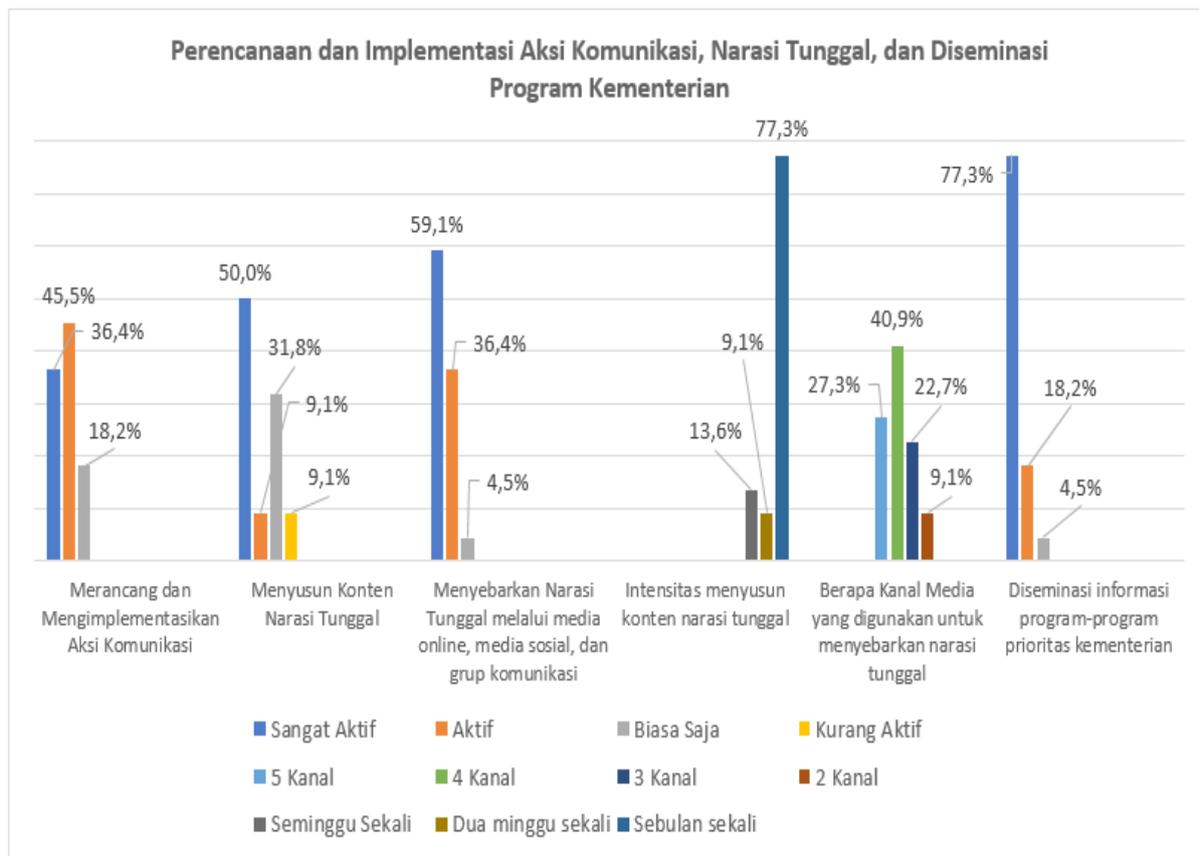
Tenaga humas pemerintah melakukan aktivitas menyusun narasi tunggal, melihat gambar 5, sebesar 59,1 % memiliki kecenderungan yang tinggi untuk menyebarkan narasi tunggal melalui berbagai media, sementara itu 40.9 % tenaga humas pemerintah belum menjadikan penyebaran narasi tunggal

sebagai aktivitas yang harus selalu dilakukan. Lagi-lagi persoalan ini adalah karena persoalan akses yang tidak sepenuhnya mereka peroleh, serta mereka juga mengeluhkan soal alur birokrasi dalam menyampaikan narasi tunggal.

Walaupun kemenkominfo melakukan itu agar pintu informasi dapat di koordinasi dengan baik. Sedangkan intensitas Tenaga Humas Pemerintah menyusun narasi tunggal, jika melihat gambar 5, sebesar 77.3 % melakukannya satu bulan sekali. Hal menarik adalah sebesar 95.5 % melakukan penyebaran narasi tunggal melalui media *online*, media sosial dan grup komunikasi lainnya hal ini dapat dilihat pada gambar 5. Hal ini didukung atau diperkuat dengan data yang tertera pada gambar 5 dimana tenaga humas pemerintah menyebarkan narasi tunggal di 4 kanal sebesar 40.9% dan menyebarkan melalui 5 kanal sebesar 27.3%.

Sama halnya dengan diseminasi narasi tunggal, Tenaga Humas Pemerintah juga melakukan diseminasi informasi program, kebijakan kementerian/lembaga. Besaran prosentase dapat dilihat pada gambar 5, dimana Tenaga Humas Pemerintah yang melakukan diseminasi informasi program prioritas kementerian melalui media online, media sosial dan grup komunikasi lainnya sebesar 77.3 %.

Upaya THP dalam melakukan diseminasi informasi melalui media sosial atau media *online* sudah tepat. Beberapa hasil penelitian



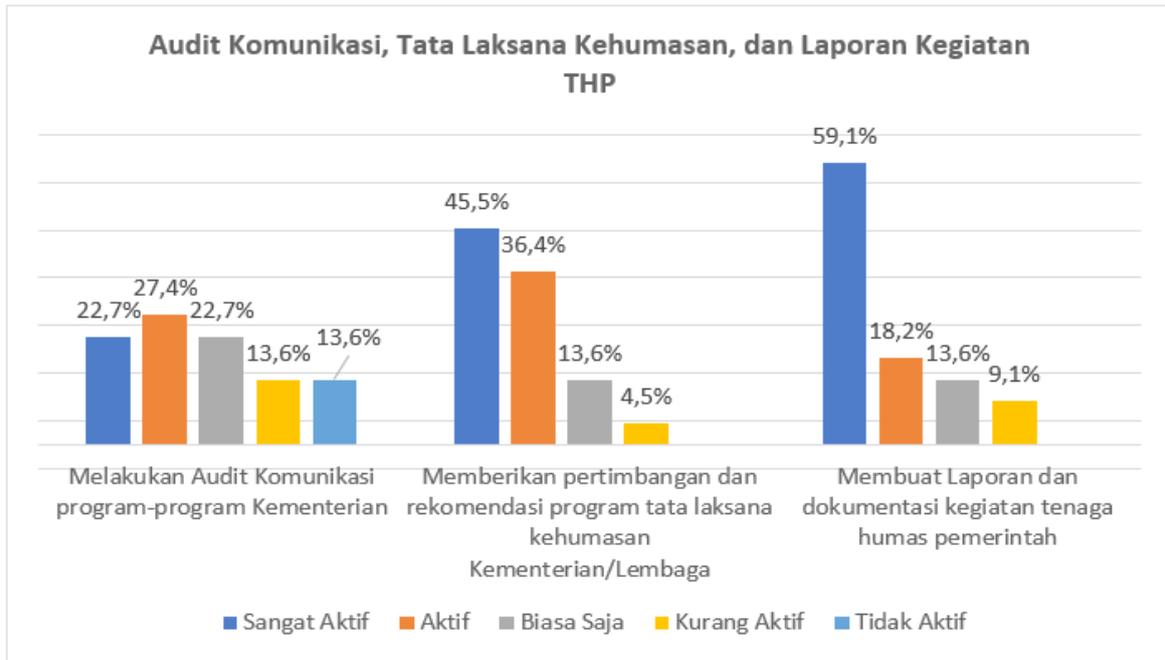
Sumber : Hasil Penelitian, 2018

Gambar 5 Perencanaan dan Implementasi Aksi Komunikasi, Narasi Tunggal, dan Diseminasi Program Kementerian

menyatakan bahwa inovasi lembaga dalam melakukan penyebaran informasi melalui Internet dapat meningkatkan transparansi Pemerintah juga meningkatkan partisipasi publik dalam perumusan sebuah kebijakan (Hong, 2013). Sejalan dengan pernyataan tersebut, mengungkapkan bahwa adanya transformasi komunikasi Pemerintah dengan mengoptimalkan media Internet dapat meningkatkan keyakinan publik bahwa Pemerintah dapat menjalankan programnya dengan efektif dan meningkatkan daya

demoratis publik (West, 2004).

Audit komunikasi adalah kajian mendalam dan menyeluruh tentang pelaksanaan sistem komunikasi keorganisasian yang mempunyai tujuan untuk meningkatkan efektifitas organisasi. Audit komunikasi itu dilakukan untuk adanya sebuah perbaikan. Yang diutamakan dalam audit komunikasi adalah internal, namun bisa juga eksternal. Melihat sebaran data yang ada pada gambar 6, tenaga humas pemerintah belum sepenuhnya melakukan Audit Komunikasi pada Kementerian/Lembaga



Sumber : Hasil Penelitian, 2018

Gambar 6 Audit Komunikasi, Tata Laksana Kehumasan, dan Laporan Kegiatan THP

dimana mereka bertugas. Hasil wawancara menunjukkan bahwa salah satu kendala tidak dilakukan audit komunikasi adalah tidak adanya anggaran untuk melakukan audit komunikasi dengan benar. Dari gambar tersebut terlihat tenaga humas pemerintah melakukan audit komunikasi sebesar 50 %.

Meski tenaga humas pemerintah ada yang tidak sepenuhnya dilibatkan dalam menyusun program tata laksana kehumasan di kementerian/lembaga, namun banyak juga yang dilibatkan dalam menyusun program tata laksana kehumasan. Program program yang pernah disusun adalah tata kelola media sosial, pembuatan panduan *media monitoring*, alur rekomendasi kehumasan, menyusun grand

desain kehumasan dan menyusun rancangan peraturan Menteri tentang kehumasan. Keterlibatan tenaga humas pemerintah jika diprosentasekan sebesar 81.9% hal ini dapat dilihat pada gambar 6.

Tenaga humas pemerintah melakukan penyusunan laporan dan dokumentasi kegiatan yang telah mereka lakukan. Hal ini sebagai bukti kinerja yang sudah mereka lakukan, penyusunan laporan tersebut juga diketahui oleh pihak kementerian/lembaga. Merujuk pada gambar 6 diatas 75 % tenaga humas pemerintah telah membuat laporan dan dokumentasi kegiatan tenaga humas pemerintah. Pada umumnya kehadiran Tenaga Humas Pemerintah didukung oleh kementerian/lembaga, mereka

merasa terbantu dengan adanya tenaga humas pemerintah. namun dalam implementasinya masih terdapat kendala yakni persoalan adaptasi tenaga humas pemerintah itu sendiri, karakteristik kementerian/lembaga dengan kualifikasi tenaga humas pemerintah yang tidak selaras, banyak Kementerian/Lembaga yang membutuhkan tenaga humas pemerintah yang memiliki kualifikasi teknis seperti menyusun *infografis*, *video editing* dll.

Kehadiran tenaga humas pemerintah di kementerian/lembaga disikapi beragam, ada kementerian lembaga yang bersedia menjadi tempat “kawah candradimuka” sebelum tenaga humas pemerintah di tempatkan pada kementerian/lembaga, namun ada juga yang tidak menerima kehadiran Tenaga Humas Pemerintah. Tidak sedikit juga Tenaga Humas Pemerintah yang tidak dilibatkan dalam aktivitas komunikasi di humas kementerian/lembaga. Sehingga Tenaga Humas Pemerintah kesulitan menyusun laporan kinerjanya. Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber, beberapa faktor yang menjadi kendala Tenaga Humas Pemerintah di kementerian/lembaga dikarenakan :

“Yang Pertama, Adanya pandangan bahwa Tenaga Humas Pemerintah bukan dari kementerian/ lembaga sehingga humas kementerian/ lembaga tidak sepenuhnya memberikan kepercayaan kepada THP. Menurut narasumber akan lebih baik jika Tenaga Humas Pemerintah mengambil dari humas yang sudah ada di kementerian/ lembaga. Narasumber menegaskan

masing-masing kementerian/ lembaga dapat mengirimkan 1-2 orang yang akan diberikan pelatihan khusus untuk menjadi tenaga humas pemerintah”.

Yang Kedua, Besaran insentif yang diperoleh oleh tenaga humas pemerintah menimbulkan kesenjangan antara tenaga humas pemerintah dengan pegawai negeri sipil yang sudah lebih dulu ada di kementerian/lembaga. Mereka beranggapan, dengan insentif besar yang diperoleh THP idealnya THP banyak melakukan aktivitas-aktivitas kehumasan yang menguntungkan kementerian/lembaga.

Yang ketiga, adanya kesenjangan antara fungsi ideal Tenaga Humas Pemerintah yang diinginkan oleh Kominfo dengan kebutuhan dari kementerian/ lembaga. Karakteristik yang berbeda menjadi tantangan tersendiri bagi Tenaga Humas Pemerintah untuk melakukan proses adaptasi.

Dilain pihak, kehadiran Tenaga Humas Pemerintah sangat membantu humas pada kementerian/lembaga, oleh karena itu sebagian besar kementerian/lembaga menginginkan program Tenaga Humas Pemerintah dilanjutkan. Keberadaan Tenaga Humas Pemerintah akan lebih baik apabila ditunjang dengan kemampuan-kemampuan aplikatif bukan sekedar strategis. Misalnya Tenaga Humas Pemerintah memiliki kemampuan membuat *infografis*, *video editing* ataupun kemampuan desain komunikasi visual lainnya. Narasumber menegaskan bahwa

kementerian/lembaga membutuhkan keahlian Humas Pemerintah yang bersifat praktis bukan hanya konsep perencanaan strategis. Mereka juga menyatakan, keahlian praktis inilah yang kemudian harus di transfer kepada humas di kementerian/lembaga.

Meskipun dinilai baik oleh humas kementerian/ lembaga, mereka masih mempertanyakan persoalan koordinasi. Terutama mengenai kewenangan humas kementerian/ lembaga memperlakukan THP, misalnya jika THP tidak masuk kantor izinya kemana dan kontribusi humas kementerian/ lembaga dalam mengevaluasi kinerja THP di humas kementerian/ lembaga. Posisi THP yang setara dengan eselon dua menjadi kendala dalam proses interaksi dan komunikasi antara humas kementerian/lembaga dengan THP itu sendiri.

Tenaga Humas Pemerintah (THP) sebagai *agent of change* diharapkan dapat menularkan pengetahuan dan keterampilannya kepada humas kementerian/lembaga. Hal ini sejalan dengan tujuan dibentuknya THP, diantaranya sebagai jembatan komunikasi antara kementerian/lembaga dengan Kominfo, sebagai *trigger* percepatan humas di kementerian/ lembaga, dan sebagai sarana monitoring dan evaluasi humas kementerian/lembaga. Namun demikian kondisi di lapangan THP banyak menemukan kesulitan, diantaranya :

“Pertama, Fungsi THP di kementerian/ lembaga belum pada ranah strategis, dikarenakan belum adanya pemahaman yang sama antara Kominfo dengan Kementerian/ lembaga mengenai kehadiran THP. Oleh karena itu, diperlukan koordinasi antara Kominfo dengan Kementerian/ Lembaga secara periodik. Koordinasi yang berkelanjutan dapat menyelesaikan krisis komunikasi dan merancang strategi komunikasi untuk mengoptimalkan *relationship* antara pemerintah dengan warga negara. Ini ditegaskan dalam wawancara dengan Furqon, Asisten Deputi Bidang Humas dan Protokol Setkab RI, “THP difokuskan dalam hal teknis salah satunya pembuatan media audio visual”. Didukung pula oleh Ari dari Kementerian ESDM RI yang menyatakan bahwa “THP berfungsi sebagai produsen konten dan *keeper*, tidak di ranah strategis... kebutuhannya di level teknis”.

Kedua, Birokrasi penyusunan laporan kinerja, perlu dilakukan modifikasi dengan menggunakan aplikasi yang mudah untuk di akses. Kominfo perlu untuk mempertimbangkan metode kualitatif sebagai salah satu bentuk laporan kinerja dari Tenaga Humas Pemerintah dan lakukan evaluasi mengenai indikator kinerja utama bagi Tenaga humas Pemerintah. Dalam hal ini Edi, Kabid Pengelolaan Informasi Setkab RI, menegaskan “IKU (Indikator Kinerja Utama) untuk THP tidak bisa mewakili kinerja sebenarnya karena ada beberapa hal yang tidak terwakili dalam IKU tersebut”.

Ketiga, Kejelasan status Tenaga Humas Pemerintah, ada yang berharap mereka menjadi bagian dari Pegawai Negeri Sipil bahkan ada yang memberikan masukan jika Tenaga Humas Pemerintah dikembangkan sampai level

pemerintah daerah.

Keempat, Adanya pelatihan secara berkala untuk memperkuat pengetahuan dan keahlian Tenaga Humas Pemerintah sehingga ada peningkatan kualitas dan motivasi kinerja Tenaga Humas Pemerintah. Hal ini diamini oleh Jati dari KLHK yang mengatakan bahwa “jangan bosan-bosan untuk melatih teman-teman THP untuk meng-*upgrade* kualitas para THP ini kalau perlu memanggil para ahlinya”

Kelima, Tenaga Humas Pemerintah berharap adanya sistem komando yang jelas dan terarah sehingga komunikasi antar THP, antara THP dan Kominfo mudah dipahami sehingga menciptakan pengertian bersama dalam peningkatan kinerja Tenaga Humas Pemerintah. Dimas dari BKPM menyatakan bahwa perlu ada sinergi antara kementerian/Lembaga dan kominfo serta THP itu sendiri.

Humas pemerintah harusnya merasa diuntungkan dengan adanya media sosial dan Internet, karena mereka dapat menyampaikan langsung kepada publik tanpa adanya gangguan dari media. Mereka juga dapat menjawab dan memberikan pernyataan langsung terkait isu-isu pemerintahan. THP sudah tepat dalam menggunakan media sosial sebagai platform untuk diseminasi informasi, karena *media exposure* yang besar dan biaya yang sedikit.

Media sosial memungkinkan lembaga untuk membuka dialog yang luas dengan

publiknya. Aktivitas *online* yang paling digemari oleh publik dilakukan melalui media sosial. Menurut Davidson dalam (Juwita, 2000) dijelaskan bahwa waktu yang dipakai pengguna Internet untuk mengakses media sosial setiap harinya sekitar 1 jam 40 menit. Dalam era digital saat ini keberhasilan atau kegagalan sebuah lembaga bergantung pada persepsi publik yang bisa dikelola melalui media sosial.

Persepsi dan opini publik dapat terbentuk seiring dengan adanya komunikasi yang dinamis dan transparan yang dilakukan oleh sebuah lembaga tidak terkecuali lembaga Pemerintah. Pemerintah memiliki lebih banyak kesempatan untuk berinteraksi dan melibatkan pemangku kepentingan, melalui media sosial. Sifat dialogis terbuka yang dimiliki oleh media sosial dapat menghilangkan banyak hambatan dalam komunikasi yang dimiliki pemerintah. (Graham, 2014)

Jika dikaitkan dengan model “SoMe”, maka THP dalam tahap *share* tidak menggunakan *influencer*, tapi menggunakan koordinasi antara kementerian/ lembaga untuk menyebarkan informasi. Hal ini juga yang menyebabkan masyarakat tidak terpapar oleh informasi pemerintahan karena hanya masyarakat yang memiliki ketertarikan pada sosial media kementerian/ lembaga yang mengetahui informasi itu.

Optimize atau optimalisasi yang dilakukan

THP masih dilakukan satu arah. THP masi masih terfokus pada penyebaran informasi mengenai kementerian/lembaga. Untuk *managing*, THP masih menggunakan cara manual, tidak menggunakan aplikasi yang ada. Sedangkan *engange* yang dilakukan oleh THP masih belum maksimal, karena THP tidak berusaha hadir ditengah-tengah publik kementerian/lembaga.

Dalam diseminasi informasi, THP harus memperhatikan konten yang diunggah ke dalam media sosial. Konten-konten yang diunggah seharusnya tidak lagi didominasi oleh seremonial kegiatan menteri, melainkan mengenai kinerja dan informasi yang terkait isu yang relevan yang ingin disampaikan kepada masyarakat. Beberapa konten akun kementerian masih didominasi oleh foto liputan kegiatan menteri. Masyarakat membutuhkan informasi selain kegiatan menterinya. Informasi-informasi yang sifatnya menguatkan dan praktikal. Maksud dari menguatkan adalah masyarakat ingin mendengar berita positif berupa *progress* dan kinerja yang berdasarkan kepentingan rakyat, sehingga mereka merasa aman dan percaya kepada pemerintah. Informasi yang praktikal adalah informasi yang mereka butuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Pengelolaan akun media sosial oleh perusahaan yang cenderung tidak mendengarkan (Luttrell, 2018).

“Listening does not mean talking about you all the time. Companies must abandon the “me, me, me” and “I, I, I” philosophy

of chatter for a more balanced “you-we” approach. Too often, a company will create a Facebook page or Twitter account to broadcast information about its company and any relevant achievements.

Mendengarkan bukan berarti berbicara tentang kamu sepanjang waktu. Perusahaan harus meninggalkan filosofi berbicara “aku, aku, aku” dan “saya, saya, saya” untuk pendekatan “saya-kita” yang lebih seimbang. Terlalu sering. Perusahaan akan membuat halaman Facebook atau akun Twitter untuk menyebarkan informasi mengenai perusahaannya dan pencapaian yang masih relevan (Luttrell, 2018).

Dalam mengelola sosial media, THP harus memperhatikan kebutuhan informasi dari publiknya. Penting bagi pemerintah untuk memberikan transparansi informasi, tetapi dalam penggunaan media sosial, THP dapat memberikan informasi selain tentang kementerian/lembaga tempat THP bertugas. THP dapat mengangkat informasi dari kementerian/lembaga lain dan membangun interaksi dengan publiknya. Konten akun media sosial pemerintah yang monoton membuat masyarakat tidak tertarik untuk mengikuti akun tersebut.

Hal ini dapat dilihat dari jumlah *followers* akun *Instagram* kementerian/ lembaga yang masih berkisar pada puluhan ribu, bahkan ada yang dibawah dua ribu. Padahal jumlah masyarakat Indonesia yang menggunakan *Instagram* mencapai angka 22 juta pengguna aktif bulanan di Indonesia (Fajrina, 2016). THP dapat mengunggah konten-konten yang menarik

perhatian masyarakat, sehingga masyarakat memiliki kebutuhan untuk mengakses akun media sosial kementerian/lembaga.

The concept of listening to stakeholders has been part of public relations industry for years. Though mindful listening, public relations practitioners build formidable relationships with external stakeholders. To be successful today, we need to continue to listen to these stakeholders for a variety of reasons, all the while mastering the many available assorted tools to glean distinct information (Lipschultz, 2016).

Konsep mendengarkan *stakeholder* telah menjadi bagian industri humas selama bertahun-tahun. Walaupun mendengarkan dengan saksama, praktisi humas membangun hubungan yang tangguh dengan *stakeholder* eksternal. Untuk menjadi sukses dewasa ini, kita butuh untuk terus mendengarkan *stakeholder* eksternal untuk berbagai alasan, semua dengan menguasai macam-macam *tools* yang ada untuk mengumpulkan informasi yang berbeda (Lipschultz, 2016).

Konsep mendengarkan dalam media sosial yang dikemukakan oleh Lutrell dapat diterapkan oleh THP. Dengan mendengarkan kebutuhan publik, pemerintah dapat menjalin hubungan dengan masyarakat guna membangun komunikasi dua arah. Apabila sudah ada ikatan yang terbentuk antara pemerintah dengan masyarakat, pemerintah akan mendapatkan dukungan dari masyarakat. Hal ini sesuai dengan tujuan dari *public affair* dalam Cutlip,

Center, dan Broom.

Informasi yang melimpah dan akurat digunakan pemerintah yang demokratis untuk menjaga hubungan yang responsif dengan konsistuen, berdasarkan pada pemahaman bersama dan komunikasi dua arah yang terus menerus (Cutlip et al., 2000).

Efektivitas kegiatan diseminasi informasi melalui media sosial yang dilakukan THP dapat diukur. Pengukuran yang sudah dilakukan hanya sebatas *output*, yakni tingkat kepopuleran program pemerintah. Sedangkan efektivitas dapat diukur melalui pengukuran tingkah laku khalayak.

Mengukur dampak dari kegiatan Internet dapat dilihat dari perilaku masyarakat. Perusahaan harus memfasilitasi situs mereka dengan segala informasi yang diketahui oleh masyarakat. Dalam situs tersebut juga harus dilengkapi dengan informasi bagaimana dan saluran apa yang dapat dipakai pengunjung untuk menyampaikan umpan baliknya kepada perusahaan. Pengukuran dapat dilihat pada beberapa banyak orang yang memberikan umpan balik melalui saluran-saluran yang disediakan, berapa banyak yang menggunakan jasa perusahaan (bila perusahaan itu jasa) dan sebagainya (Soeminat et al., 2012) .

Proses aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh THP sejalan dengan teori Konstruksi Sosial atas Realitas yang menyatakan bahwa

manusia merupakan subjek yang menciptakan realitas sosial yang objektif melalui proses eksternalisasi, objektivikasi, dan internalisasi. Pada tahap ini para THP sampai pada tahap internalisasi. Berger & Luckmann menjelaskan bahwa dalam proses internalisasi, para THP memahami dan menafsirkan tindakan komunikasi yang telah mereka lakukan. Dari proses ini, para THP tidak hanya memahami kondisi BIAF berdasarkan pemahaman sendiri, namun juga berdasarkan pemahaman orang-orang di sekitarnya.

“Titik awal dari proses ini adalah internalisasi: pemahaman atau penafsiran yang langsung dari suatu peristiwa objektif sebagai pengungkapan suatu makna orang lain yang dengan demikian menjadi bermakna secara subjektif bagi saya sendiri” (Berger & Luckman, 1990).

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti paparkan diatas maka dapat diketahui latar belakang THP, pemahaman THP terhadap Inpres No.9 Tahun 2015, dan aktivitas komunikasi yang dilakukan THP dalam pengelolaan komunikasi publik. Seluruh hasil penelitian didapatkan berdasarkan pernyataan dari informan selama wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti terhadap pelaksanaan THP oleh Kementerian Kominfo.

SIMPULAN

Kinerja THP secara keseluruhan sudah menunjukkan hasil yang optimal. Diantaranya

dapat dilihat dari THP yang sudah melakukan media monitoring dan menjadikan media monitoring sebagai alat untuk mengetahui posisi lembaga. Penyebaran informasi juga dilakukan oleh THP melalui press release. Dalam merancang aktivitas komunikasinya, sebanyak 81.8% THP sudah melakukan *fact finding*. Hal ini menjadi tahapan penting dalam perencanaan aktivitas PR selanjutnya. THP bukan hanya berpartisipasi pada proses perencanaan namun juga sampai pada tahap implementasi kegiatan komunikasi di sebuah lembaga. Sebagai kelanjutan dari pelaksanaan kegiatan komunikasi lembaga dilakukan diseminasi informasi melalui media sosial, *media online* dan grup komunikasi lainnya. Namun pada audit komunikasi belum dilakukan sepenuhnya oleh THP meskipun turut serta membuat laporan dan dokumentasi kegiatan yang telah dilakukan.

Tanggapan lembaga dengan kehadiran THP beragam. Meskipun dapat membantu kegiatan Humas yang dilakukan oleh lembaga pemerintah, kehadiran THP mengalami kendala diantaranya adalah THP tidak sepenuhnya dilibatkan dalam perencanaan maupun pelaksanaan program karena dianggap sebagai pihak eksternal lembaga. Selain itu adanya persoalan mengenai birokrasi juga menjadi kendala dalam pelaksanaan tugas THP. Padahal nantinya keahlian praktis yang dimiliki oleh

THP kemudian dapat di transfer kepada humas di kementerian/lembaga.

Harapan THP pada Kemkominfo adalah nantinya THP dapat dioptimalkan dalam memberikan kemampuan dan keterampilannya pada Humas Pemerintah sehingga THP dapat melakukan fungsi sesuai dengan tujuan awal dibentuknya THP utamanya sebagai jembatan komunikasi antara Kementrian atau lembaga dengan Kemkominfo.

Berdasarkan hasil penelitian dengan data kuantitatif dan kualitatif, peneliti memberikan rekomendasi kepada pelaksana tenaga humas pemerintah kementerian komunikasi dan informatika :

Satu, kementerian komunikasi dan informatika sebagai kementerian yang menaungi tenaga humas pemerintah dapat meningkatkan intensitas koordinasi dengan humas di kementerian/lembaga, hal ini akan meningkatkan tingkat pemahaman dan penerimaan kementerian/lembaga terhadap tenaga humas pemerintah. Disamping itu, koordinasi yang intens akan meminimalisir kesalahpahaman, tidak sedikit Kementerian/Lembaga yang masih menanyakan apa fungsi THP, apakah THP membantu Kementerian/Lembaga atau membantu Kemenkominfo.

Dua, bagi tenaga humas pemerintah selain memiliki kemampuan dan pemahaman mengenai perencanaan strategis *Public*

Relations, juga perlu ditunjang kemampuan adaptasi dengan Kementerian/Lembaga tempat dimana mereka ditugaskan serta kemampuan soft skill, mengingat adanya system rotasi.

Tiga, Rotasi dalam penempatan Tenaga Humas Pemerintah hendaknya memperhatikan unsur adaptasi, dimana sering terjadi Tenaga Humas Pemerintah harus melakukan penyesuaian kembali dari awal setiap mereka dipindahkan ke Kementerian/Lembaga yang baru, hal ini menyulitkan Tenaga Humas Pemerintah untuk merancang program-program nya sesuai dengan indikator kinerja utama serta menyulitkan tenaga humas pemerintah untuk *transfer knowledge* kepada humas humas di kementerian/lembaga.

Empat, program tenaga humas pemerintah bisa saja dilanjutkan dengan menggunakan sumber daya manusia yang ada di Humas Kementerian/Lembaga dengan syarat humas Kementerian/Lembaga yang ditunjuka menjadi tenaga humas pemerintah harus disiapkan dengan kurikulum tertentu, pelatihan dan *workshop* yang dapat meningkatkan pemahaman dan *soft skill* mereka.

Lima, sebaiknya ada evaluasi indikator kinerja utama yang dijadikan sebagai penilaian kepada tenaga humas pemerintah, dimana IKU tersebut tidak memiliki nilai manfaat bagi kementerian/lembaga serta menambahkan evaluasi pada unsur kualitatif.

Enam, Masing-masing Kementerian/Lembaga memiliki karakteristik dan tantangan yang berbeda-beda, oleh karena itu penempatan Tenaga Humas Pemerintah hendaknya memperhatikan kebutuhan dari setiap Kementerian/Lembaga. Oleh karena itu, Kementerian komunikasi dan informatika idealnya melakukan pemetaan terlebih dahulu sebelum menempatkan Tenaga Humas Pemerintah di Kementerian/Lembaga.

Tujuh, Perlu ada kejelasan siapa yang bertindak sebagai *government public relations* yang menyampaikan komunikasi kepada publik. Masih ada tumpang tindih antara kemenkominfo, THP, humas kementerian/ lembaga dan Staff kusus Menteri bidang komunikasi. Diperlukan upaya penyelarasan dan satu pintu dalam menyampaikan informasi dengan memperhatikan ‘*principal of one voice*’. Hal ini penting untuk mengedukasi masyarakat ditengah serangan HOAX terhadap pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, W. (2015). Gaji Rp20 Juta, Pemerintah Buka Lowongan 100 Tenaga Humas : Okezone Economy.
- Aras, M. (2014). Kegiatan government public relation dalam membangun komunikasi dengan dunia pers: studi kasus humas pemerintah kota administrasi Jakarta Timur. *Humaniora*, 5(2), 1056. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v5i2.3221>
- Berger, P. L., & Luckman, T. (1990). *Tafsir sosial atas kenyataan*. Jakarta: LP3S.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2000). *Effective public relations*. (e. editions, ed.). New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Fajrina, H. N. (2016). Ada 22 Juta pengguna aktif Instagram dari Indonesia.
- Graham, M. W. (2014). Government communication in the digital age: Social media’s effect on local government public relations. *Public Relations Inquiry*, 3(3), 361–376. <https://doi.org/10.1177/2046147X14545371>
- Hasnawati, S., & Salamah, U. (2017). The evaluation of the transformation of government public relations in the new media era. In *Proceeding of The 4th Conference on Communication, Culture and Media Studies* (pp. 10–11).
- Hong, H. (2013). Government websites and social media’s influence on government-public relationships. *Public Relations Review*, 39(4), 346–356. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2013.07.007>
- Juwita, R. (2000). Praktik public relations dan corporate social responsibility dalam perubahan sosial global. *Jurnal Interaksi*, 5(2), 177–190.
- Lipschultz, J. H. (2016). Book review: social media: how to engage, share, and connect , by regina luttrell, measuring the impact of social media on business profit & success: a fortune 500 perspective , by cong li and don stacks, participatory culture, community, and play—learn. *Journalism & Mass Communication Educator*. <https://doi.org/10.1177/1077695816673471>
- Liu, B. F., & Horsley, J. S. (2011). The government communication decision

- wheel: toward a public relations model for the public sector. *Journal of Public Relations Research*, 19(4), 377–393. <https://doi.org/10.1080/10627260701402473>
- Luttrell, R. (2018). *Social media: how to engage, share, and connect. third edition.* Rowman & Littlefield.
- Mulyana, D. (2015). Ilmu komunikasi: suatu pengantar. *Biomass Chem Eng.*
- Nugraha, A. R. (2014). Fungsi Humas pemerintah kabupaten Sumedang dalam mengkampanyekan Sumedang sebagai puseur budaya sunda (spbs). *EDUTECH*, 13(1), 34. <https://doi.org/10.17509/edutech.v13i1.3220>
- Perkasa, A. (2016). Ini 5 tugas tenaga humas program pemerintah.
- Rahmat, A., & Bakti, I. (2016). Kinerja hubungan masyarakat (humas) pemerintah daerah kabupaten dan kota di Jawa Barat. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 4(2), 133–141. <https://doi.org/10.24198/jkk.vol4n2.2>
- Ruslan, R. (2014). Manajemen Public relations & media komunikasi. in *manajemen public relations & media komunikasi.*
- Siswanto, B. D. L., & Abraham, F. Z. (2016). Peran humas pemerintah sebagai fasilitator komunikasi pada biro humas Pemprov Kalimantan Selatan. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 19(1). <https://doi.org/10.20422/jpk.v19i1.64>
- Soeminar, Soleh, & Ardianto, E. (2012). *Dasar-dasar Public Relations.* Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tiominar, I. N. (2017). Pelaksanaan Instruksi presiden (inpres) no. 9 tahun 2015 oleh tenaga humas pemerintah (thp) kementerian komunikasi dan informatika.
- Waymer, D. (2013). Democracy and government public relations: Expanding the scope of “Relationship” in public relations research. *Public Relations Review*, 39(4), 320–331. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2013.07.015>
- West, D. M. (2004). E-Government and the transformation of service delivery and citizen attitudes. *Public Administration Review*, 64(1), 15–27. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6210.2004.00343.x>