



# ***THE REAL GPR***

**111**  
TULISAN  
PRANATA  
HUMAS  
INDONESIA

## ***The Real GPR: 111* Tulisan Pranata Humas Indonesia**

Penerbit : Iprahumas Indonesia  
Penulis : Iprahumas Indonesia  
Senior Editor : Dr. Dyah Rachmawati Sugiyanto  
Rita Nurlita, S.Sos., M.Ikom  
Siko Dian Sigit Wiyanto, S.ST, Ak  
Eksternal Editor : Muhammad Fadly Suhendra, S.Ikom  
Assistant Editor : Krishna Pandu Pradana, S.Sos  
Edri Susilo, S.E  
Renata Lusilaora Siringo Ringo, S.Ikom  
Yovita Lambang Isti, S.S  
Designer & Layouter : Muhammad Fithrah, S.E

Terbitan pertama di Indonesia pada Juni, 2020

### **Ikatan Pranata Humas Indonesia**

(Iprahumas Indonesia)

Jl. Medan Merdeka Barat No.9 Jakarta

Email: [admin@iprahumas.id](mailto:admin@iprahumas.id)

*Website:* [www.iprahumas.id](http://www.iprahumas.id)

Design, Layout, dan Hak Cipta teks oleh Iprahumas Indonesia 2020

ISBN: 978-623-90-8301-4

**Hak Cipta dilindungi oleh Undang-Undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku tanpa izin tertulis dari penerbit.**

## Kata Pengantar

Komunikasi oleh humas seringkali diidentifikasi dengan kemampuan menyusun strategi kampanye, sosialisasi sebuah produk/program, atau malah sekadar keluwesan dalam berbicara di hadapan publik. Pun humas pemerintah tak pelak selama ini berfokus pada bagaimana mendiseminasikan informasi agar dapat diterima secara luas dan mengena pada sasaran. Padahal tidak sebatas itu saja, humas justru dapat mengabadikan dirinya melalui torehan tulisan di berbagai media.

Tulisan bagi seorang Pranata Humas bisa jadi merupakan cerita keseharian saat mengambil peran dalam menyusun naskah dan laporan. Namun dalam buku ini, tulisan para Pranata Humas dapat menjadi medium menyalurkan ide yang belum dapat diekspresikan dalam tugas rutinnnya. Sehingga dengan bangga dapat saya simpulkan bahwa buku *'The Real GPR: 111 Tulisan Pranata Humas Indonesia'* ini menerobos berbagai latar belakang keilmuan, pengalaman, dan organisasi dan disatukan oleh semangat yang sama: mengembangkan profesi yang diemban.

Terima kasih kepada rekan-rekan seprofesi yang telah mengukirkan karyanya dalam buku ini. Terima kasih kepada Bidang Riset yang telah membidani lahirnya buku ini dengan berbagai tantangan yang dihadapi. Dengan diterbitkannya buku ini, ke depannya Pranata Humas semakin berlomba dalam berkarya, berkontribusi dalam berbagi inspirasi, dan bersinergi dalam menghubungkan Indonesia.

**Plt. Ketua Umum IPRAHUMAS**  
Meylani, M.Sc

## Pengantar Redaksi

Menjadi Humas Pemerintah atau *Government Public Relations* (GPR) merupakan pekerjaan yang menyenangkan dan penuh tantangan. Dalam buku ini, kita dapat mengetahui beragam pemikiran dan pekerjaan yang dilakukan oleh para Pranata Humas dari berbagai instansi, baik yang bekerja di pemerintah pusat maupun pemerintah daerah di Indonesia.

Buku ini merupakan antologi tulisan pertama yang dibuat oleh rekan-rekan Pranata Humas Indonesia dan diberi judul *"The Real GPR"*. Selama lebih dari satu tahun, kami melewati setiap prosesnya bersama-sama, mulai dari tahap penulisan, pengumpulan karya, *editing*, hingga kini buku ini bisa hadir untuk seluruh masyarakat di Indonesia.

Menyatukan ratusan tulisan dari berbagai instansi di seluruh Indonesia tentunya bukan hal yang mudah. Namun dengan semangat kebersamaan, keteguhan, dan keinginan untuk mempersembahkan yang terbaik untuk dunia komunikasi dan kehumasan, Alhamdulillah, buku ini pada akhirnya bisa hadir di tengah masyarakat.

Buku ini tidak mungkin hadir tanpa dukungan dari banyak pihak. Dalam hal ini kami ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada Ketua Iprahumas Indonesia: Ibu Endah Kartikawati, Ibu Dyah Rachmawati Sugiyono, serta Ibu Meylani yang telah memberikan bimbingan, dukungan, serta fasilitas untuk terbitnya buku ini. Juga kepada para editor baik internal maupun eksternal, serta kepada semua sahabat Pranata Humas di seluruh Indonesia yang telah berpartisipasi memberikan tulisannya.

Dengan segala kerendahan hati dan permohonan maaf atas kekurangan dan kesalahan selama proses penulisan maupun editing akhir.

Semoga karya bersama ini bisa memberikan manfaat bagi masyarakat, khususnya para praktisi kehumasan di Indonesia, serta bisa menjadi kenangan yang mengabadikan langkah kita bersama sebagai *The Real GPR*.

Tetap semangat, *The Real GPR!*

Salam,  
Bidang Riset dan Kehumasan  
Ikatan Pranata Humas Indonesia  
Rita Nurlita, Krishna Pandu, Edri Susilo,  
Yovita Lambang Isti, Renata Lusilaora.

# Daftar Isi

<b>Kata Pengantar</b>	<b>i</b>
<b>Pengantar Redaksi</b>	<b>ii</b>
<b>Daftar Isi</b>	<b>iv</b>
<b>HUMAS PEMERINTAH</b>	<b>1</b>
Pentingnya Badan Publik Mengolah 'Rasa' Situs Korporat	2
Mendulang Angka Kredit Pranata Humas	5
Humas Pemerintah, 'Seksi' kah?	8
Menjadi Seorang Petugas Humas, Pilihan atau Keajaiban?	13
Merintis Keberadaan Pranata Humas	15
<i>Marketing Public Relations</i> di Badan Litbang, Perlukah?	18
Prinsip Kerja Pranata Humas Indonesia: Relasi & Kolaborasi	22
Kehidupan Humas Rumah Sakit	24
Riset Kehumasan dan Keberlangsungan Organisasi	28
Humas Pemerintah dan Tim Konsultan Pribadi dalam Dramaturgi Komunikasi Kepemimpinan Kepala Daerah	31
Agar Tidak Pusing Mikirin <i>Public Speaking</i>	34
Humas Pemerintah Zaman <i>Now</i> .	37

Humas Parlemen: Meramu Narasi Membentuk Reputasi	40
Menutup Celah Sengketa Informasi	46
Humas dan Manajemen Pengetahuan di Instansi Pemerintah	49
Revolusi Industri 4.0, GPR Menjadi Pelaku atau Penonton ?	56
Peran Humas Membangun Kesadaran Anti Korupsi	60
Belajar dari Avengers	62
Pranata Humas Bukan Sekedar Teknisi Komunikasi	64
Fotografi Dalam Perspektif Kehumasan Pemerintah	68
Humas Menjadi Nafas Bagi Pemerintah	72
Profesi Humas Pemerintah: Bukan Cita-cita Populer	74
Agar Humas Pemerintah Kuat	77
Tuntutan dan Dinamika Transformasi Pelayanan Informasi Publik Era Industri 4.0	81
Profesionalisme Humas Pemerintah dalam Era Keterbukaan Informasi Publik	85
Pranata Kehumasan dan Kredibilitas Media	88
ASN, <i>Buzzer</i> Pemerintah	91
Transformasi Humas Di Era Digital	94
Pranata Humas dan Netralitas ASN Dalam Pemilu 2019	97

Mengukur Sinergitas Humas Kementerian/Lembaga Dalam Program Komunikasi JKN	100
PINTU: Pusat Inovasi Pusat Informasi Terpadu	103
Kebijakan Pemerintah dan Respon Masyarakat	107
Peran Iprahumas PC Jakarta Wilayah 1 Meningkatkan Kompetensi Pranata Humas dan Pegawai Humas	112
Iprahumas Untuk Apa?	117
<b>STRATEGI KOMUNIKASI</b>	<b>120</b>
Meningkatkan Isu Pemberitaan Nuklir	121
Literasi Sebagai Brand <i>Positioning</i> Perpustakaan	124
Pemahaman, Akses, dan Adaptasi: Kunci Sukses Humas DPD RI	127
<i>Agenda-Setting</i> Humas Pemerintah	130
Bogor Kota Pisang	133
Menjual Hasil Riset	137
Berkaca Pada Tiga Raksasa Toko <i>Online</i>	141
Peneliti: Mulai dari Menembus Belantara Hingga Naik Panggung Internasional	145
Perencanaan Humas yang Matang - <i>Happy Ending</i>	148
Nuklir Bukan Melulu Soal Senjata	151
<i>More Dialogic, More Engagement</i>	154



Membangun Sinergi Antar Unit Pengelola Dan Penyedia Informasi BPPT Untuk Meningkatkan Pelayanan Informasi Publik	157
Strategi Komunikasi Berbasis <i>Cyber Public Relations</i>	164
CSR Saluran PR Meraih Hati Publik	169
Humas Cerdik Tangkis Intrik	172
Komunikasi Anak Usia Dini Untuk Kesehatan Negeri	177
Agar Laporan Penelitian Lebih Mudah Dicerna	179
Mengelola Pesan Pemerintah Melalui Narasi Tunggal	183
Satlinmas Ujung Tombak Penyelenggara Tibumtranmas	189
Inilah Empat Langkah Humas Pemerintah Sukseskan Ekonomi Inklusif	194
Membaca 'Peta' Pemangku Kepentingan	198
Mengukur Dampak Pembangunan Infrastruktur	202
Mengapa Hasil Riset Tidak Diketahui Publik	206
<i>Virtual Tour</i> , Strategi Kehumasan di Era Revolusi Industri 4.0	209
"Kemenkeu Mengajar" Program CSR Versi Humas Pemerintah	212
Delapan Langkah Perencanaan Komunikasi Strategis Dewan Energi Nasional	215

<b>TEMATIK</b>	<b>219</b>
Harapan Baru Penderita Kanker	220
Komunikasi Krisis Kampanye Imunisasi <i>Measles Rubella</i>	224
Merokok Menjadi Gaya Hidup Sesaat	230
Pelayanan Kesehatan Tanpa Batas di Era Kompleksitas	233
Fenomena Turunnya Konsumsi Ikan Akibat Bencana	238
Ikan Bandeng, Primadona Sajian Imlek	243
<i>"He for She"</i> , Keterlibatan Laki-laki dalam Mewujudkan Kesetaraan Gender	247
Komunikasi Lingkungan: Belajar Mencintai Alam Di Kebun Raya Bali	251
<b>LITERASI DIGITAL</b>	<b>254</b>
Literasi Digital Dorong UMKM Naik Kelas	255
Literasi Media Sosial: Kendalikan Ekspresi yang Berlebihan	258
Literasi Digital Bagi Perempuan: Jendela Masa Depan Bagi Generasi Penerus Bangsa	261
<i>Hoax</i> di Era <i>Post-Truth</i>	264
Hoax dan Literasi Media	268
Perempuan, Teknologi, dan Semangat Pemberdayaan	272
Agar Selamat di Media Sosial	275
Menguasai Substansi Penting Dalam Bermedia Sosial	278

---

**MEDIA/PENULISAN** **281**

Ini Cara Mudah Menulis	282
Regulasi Media di Era Konvergensi, Masih Relevankah?	286
Pemerintah Jaman Now: Pantau 'Suara Publik' Via <i>Facebook</i>	290
Maskulinitas di Media	293
<i>The Power Of Writing</i>	297

**CYBER PUBLIC RELATION** **301**

Tantangan Mengelola Medsos Kementerian 'Zaman <i>Now</i> '	302
Seni, Era Digital, dan Komunikasi	305
Prinsip PR Kelola Hubungan Baik di Media Sosial	308
Narasi Tunggal Via <i>Website</i> Dan Media Sosial Harus Akurat Dan Cepat	313
Sosial Media Sebagai Media Advokasi	319
Admin Media Sosial Nggak Boleh Baper	324
Media Sosial dan Komunikasi Humas Pemerintah	327
Eksistensi <i>Website</i> Pemerintah di Era 4.0	330
Pertukah Aktivitas Media Sosial Pegawai Diatur? (Bagian 1)	333
Pertukah Aktivitas Media Sosial Pegawai Diatur? (Bagian 2)	336

Daya Pikat Media Sosial di Era Generasi Milenial	339
Portal Multibahasa dan Efektivitas Komunikasi	343
Satu Berita Dua Juta Pembaca	346
Membangun Kepercayaan adalah Sebuah Proses	353
Admin Media Sosial Juga Manusia	359
Integrasi Publikasi Digital: <i>Website</i> dan Media Sosial Kota Depok	362
Menjadi ' <i>King of Speech</i> ' di Era Digital	365
Menanti 100 Kota Pintar di Indonesia	367
Membuat Desain Publikasi yang Efektif Dalam Komunikasi Visual	370
<b>BRANDING</b>	<b>374</b>
<i>Culture Shock</i>	375
Proses Panjang <i>Rebranding</i> Pemerintah Daerah	377
Peran Media Massa Dalam Membangun Citra Positif Pemerintah	381
Branding LIPI Sebagai <i>Focal Point</i> Organisasi Internasional	385
Ketertiban Umum Demi Kenyamanan Warga dan Investor di Daerah	389

<b>KOMUNIKASI POLITIK</b>	<b>395</b>
Warna Politis : Dulu dan Kini	396
Pranata Humas dan Netralitas ASN Dalam Pemilu 2019	399
Pemilu, Pencitraan dan Kehadiran Pemilih di TPS	402
<b>KOMUNIKASI INTERNAL</b>	<b>412</b>
Kualitas Komunikasi Internal Hulu Layanan Publik Berkualitas	413
Akselerasi Komunikasi Internal Organisasi Pemerintah di Era 4.0	418
Akselerasi Pesan dalam Komunikasi Internal	421
<b>Profil Penulis</b>	<b>424</b>
<b>Referensi</b>	<b>472</b>

## Membingkai Isu Pemberitaan Nuklir

I. Aeni Muharromah

Badan Tenaga Nuklir Nasional

Isu nuklir di masyarakat hingga saat ini sangat sensitif, pemahaman masyarakat tentang iptek nuklir juga masih banyak yang belum paham dengan benar. Beragam jurnalis mengemas peristiwa peresmian iradiator yang merupakan bagian dari fasilitas nuklir, dari perspektif yang berbeda. Hal ini sangat umum terjadi.

Banyak faktor yang mempengaruhi jurnalis dalam membingkai suatu peristiwa dalam pemberitaan medianya. Disamping itu, visi dan misi media juga akan mewarnai para jurnalis menyeleksi isu dan menulis berita. Terkadang kita melihat atau membaca sebuah berita yang peristiwanya sama namun diberitakan secara berbeda.

Iradikator Gama Merah Putih (IGMP) diresmikan oleh Wapres Jusuf Kalla 15 November 2017 lalu. Fasilitas nuklir tersebut memanfaatkan radiasi sinar gamma untuk pengawetan bahan pangan, kosmetik, obat, dan sterilisasi alat kesehatan. Berita yang memuat peristiwa ini sebanyak 12 judul. Berdasarkan hasil evaluasi sebagian besar memiliki pembingkai serupa dan senada. Berdasarkan hasil monitoring, ada dua media yang dominan memberitakan peristiwa peresmian IGMP. Media tersebut adalah *republika.co.id* dan *beritasatu.com*

Berdasarkan analisis framing Robert Entman, yaitu dengan menjawab 4 pertanyaan: menentukan pendefinisian masalah (*problem identification*), mencari sumber masalah (*diagnose causes*), mendapatkan penentuan nilai moral (*make moral judgement*) dan bagaimana penyelesaian masalah (*treatment recommendation*). Konsep framing Entman digunakan untuk

menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas oleh media.

Media *republika.co.id* mengangkat isu Wapres Jusuf Kalla Resmikan Fasilitas Iradiator Gamma Merah Putih. Penentuan masalah yang dilansir *republika.co.id* yaitu Indonesia sebagai negara maritim dengan potensi produk pertanian/ perikanan, dan penanganan paska panen kurang baik. Penanganan yang dianggap tidak baik tersebut dilansir menyebabkan produk menjadi cepat busuk dan tidak termanfaatkan dengan baik.

Media *republika.co.id* menentukan sumber masalah adalah sistem pengelolaan paska panen buruk. Media *beritasatu.com* menyoroti kebutuhan pangan semakin meningkat dan berkurangnya lahan untuk pertanian.

Media *republika.co.id* menyajikan nilai moral bahwa Indonesia telah menguasai teknologi nuklir dengan baik Iradiator untuk pengawetan makanan, kosmetik, obat dan sterilisasi alat kesehatan. Solusi yang diangkat *republika.co.id* adalah penyelesaian masalah dengan pemanfaatan iradiator. Tujuan pemanfaatan iradiator tersebut adalah memperpanjang hasil panen, bahkan hingga dapat mengekspor pangan.

Media *beritasatu.com* mengangkat isu pengembangan teknologi nuklir sangat diperlukan. Sedangkan penentuan masalahnya adalah Indonesia butuh hasil pertanian yang banyak untuk kebutuhan pangan 250 juta dan hal ini tidaklah mudah. Persoalan yang diangkat oleh *beritasatu.com* adalah kebutuhan pangan semakin meningkat dan berkurangnya lahan untuk pertanian.

Media *beritasatu.com* juga menyoroti peran para peneliti BATAN dalam melakukan penelitian di bidang pangan. Penelitian tersebut diharapkan dapat menyelesaikan masalah kebutuhan pangan. Penyelesaian masalah yang ditawarkan adalah dimanfaatkannya teknologi nuklir. Hal lain yang dibahas adalah IGMP dibangun sebagai solusi untuk menyelesaikan permasalahan pangan. Media tersebut juga menekankan bahwa BATAN harus bisa memasarkan dan mempromosikan produk, disamping kegiatan penelitiannya.

Dapat disimpulkan bahwa *republika.co.id* lebih banyak mendeskripsikan tentang IGMP, sementara *beritasatu.com* cenderung mengkonstruksi isu iradiator sebagai bagian pengembangan teknologi nuklir.

Humas BATAN perlu juga membingkai peristiwa-peristiwa penting yang terjadi dan dialami oleh organisasi. Khususnya pada isu nuklir, pengetahuan pemberitaan di media massa menjadi modal Humas dalam melakukan *framing*.

Beberapa isu yang cenderung negatif harus segera dianalisis lebih dalam agar Humas dapat menyusun kontra narasinya. Narasi korporat yang mencerahkan publik mengenai isu negatif harus segera diviralkan. Apalagi, jika isu tersebut dapat berdampak pada masyarakat luas.



