



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

Website: 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 kepandaian menyusun strategi kampanye, sosialisasi sebuah produk/program, atau malah sedangkal keluwesan dalam berbicara di hadapan publik. Pun humas pemerintah tak pelak selama ini berkuat 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 menyuarkan 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

Kata Pengantar	i
Pengantar Redaksi	ii
Daftar Isi	iv
HUMAS PEMERINTAH	1
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
STRATEGI KOMUNIKASI	120
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

TEMATIK	219
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
LITERASI DIGITAL	254
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
BRANDING	374
<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

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



HUMAS PEMERINTAH

Nuklir Bukan Melulu Soal Senjata

Lilis Suryani¹ dan I. Aeni Muharohmah²

Pusat Diseminasi dan Kemitraan, BATAN

Keberadaan teknologi nuklir oleh sebagian masyarakat masih dipersepsikan negatif. Nuklir masih dianggap hanya dapat digunakan sebagai senjata pemusnah masal dan radiasi yang ditimbulkannya pasti berbahaya. Di Indonesia, sebenarnya sudah banyak pemanfaatan nuklir untuk berbagai bidang, seperti di bidang pertanian, kesehatan dan pembangkit listrik yang tujuan utamanya adalah untuk kesejahteraan masyarakat. Namun, persepsi negatif masyarakat masih menjadi tantangan dalam pemanfaatan teknologi nuklir. Padahal nuklir terhitung sangat murah jika dibandingkan dengan penggunaan bahan bakar fosil.

Badan Tenaga Nuklir Nasional (BATAN) berusaha menjadi media promosi dan sosialisasi antara masyarakat dengan teknologi nuklir. Sosialisasi dilakukan secara berkesinambungan sehingga masyarakat menjadi paham tentang nuklir dan mendukung Pemerintah dalam memanfaatkannya untuk kepentingan negara dan masyarakat. Salah satu cara yang dilakukan BATAN adalah memberikan kesempatan kunjungan langsung kepada masyarakat luas untuk melihat teknologi nuklir untuk berbagai pemanfaatannya. Di era sekarang ini khususnya generasi milenial sangat haus akan pengalaman. Maka tidak heran jika semakin banyak tempat wisata dan semakin banyak perjalanan liburan. Dengan demikian komunikasi kepada generasi milenial tidak boleh hanya monoton dengan pemberian materi secara klasikal di dalam kelas. Mereka harus diajak ke tempat informasi untuk mendapatkan pengalaman namun tetap mengutamakan aspek

keselamatan. Oleh karena itu BATAN pun juga melakukan hal serupa.

Pada tanggal 15, 16, 18 dan 19 Agustus 2016 telah dilakukan sosialisasi untuk 800 anak peserta Jambore Nasional X Tahun 2016 yang berumur 10-16 tahun ke Kawasan Nuklir Pasar Jumat (KNPJ) yaitu Gedung Peragaan Sains dan Teknologi (Perasten) dan Science Techno Park (STP). Kemudian dilakukan evaluasi untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penerimaan informasi atau pengetahuan dari peserta jambore. Media sosialisasi yang disajikan dalam kunjungan tersebut berupa pemutaran film, presentasi dan praktikum. Hasil evaluasi yang diperoleh akan digunakan untuk memperbaiki media sosialisasi kunjungan mendatang.

Dari analisis yang telah dilakukan, telah diperoleh hasil yang sesuai untuk menjelaskan tingkat pengetahuan beserta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Selain itu, juga menjelaskan bahwa media sosialisasi yang paling efektif terhadap tingkat pengetahuan dalam kunjungan Jambore Nasional X Tahun 2016 yang telah diuji sebelumnya adalah media film bila dibandingkan dengan penjelasan pemateri langsung, peragaan/praktikum bila dibandingkan dengan penjelasan pemateri langsung dan faktor cara penjelasan yang dilakukan oleh pemateri.

Media film dan peragaan/praktikum telah terbukti lebih efektif dalam pemberian materi dibandingkan dengan penjelasan pemateri langsung. Media film 2.371 kali lebih efektif, sedangkan peragaan/praktikum 3.227 kali lebih efektif. Efektif dalam hal ini adalah peserta jambore sebagai responden mampu menjawab pertanyaan untuk pengujian tingkat pengetahuan benar semua atau tanpa kesalahan sama sekali. Selain itu, cara penjelasan oleh pemateri memberi pengaruh yang signifikan terhadap tingkat pengetahuan. Peserta yang menganggap penjelasan pemateri sangat jelas 1.986 kali lebih besar kesempatannya untuk mendapatkan nilai sempurna dalam pengujian tingkat pengetahuan.

Site visite merupakan cara alternatif tapi lebih menarik serta lebih berkesan kepada pengunjung. Pasalnya informasi secara tertulis maupun paparan dari pemateri saat ini sudah mudah didapat dengan menggunakan media sosial. Meski demikian, *Site Visite* di lingkungan penelitian nuklir harus memperhatikan aspek keselamatan. *Site vite* juga dapat dilakukan oleh instansi lain yang lekat dengan ilmu pengetahuan atau pelayanan langsung kepada masyarakat seperti pengenalan mal pelayanan publik atau hospital tour. Cara penyampaian oleh pemateri dimodifikasi dengan lebih menarik dan sesuai dengan umur peserta sehingga informasi yang diberikan lebih efektif.