



PROSIDING

Konferensi Nasional Komunikasi

Implementasi Sinergi Humas Pemerintah Indonesia Pascapenetapan INPRES No.9 Tahun 2015

Yuliana Riana P¹, Rani Chandra O²

¹²STIKOM LSPR Jakarta

Jln. KH Mas Mansyur Kav 35, Jakarta Pusat

¹yuliana.rp@lspr.edu; ²rani.co@lspr.edu

Abstract

This research is used to elaborate how the government implement the Inpres No. 9 in 2015. Various problems such as sectoral ego become a challenge for the creation of synergy and single narrative mandated in Inpres No.9 on year 2015. This study used a qualitative approach with data collection conducted through in-depth interviews. literature or theory are used more emphasis on the concept of public relations and specific discuss about government public relations. Kominfo is responsible for coordinating the planning, preparation and implementation of public communications related to government policies and programs. Each K/L must align its information dissemination in relation to the single narrative that has been made. Each ministry's ministries make derivative narratives to explain technically policies related to K/L, so that every single narrative submitted by Kominfo is related to government policy, each K/L can simultaneously create a derivative narrative to clarify the policy. There are several government public relations synergy programs through Bakohumas Forum, Single Narrative Program, Media Discussion, Cyber Government Public Relations, Government News Network and Public Relation Officers. The three agenda issues (themes) in public relations synergy activities are country problems, government priority programs and fake checking which is a public setting agenda.

Keywords: government public relations, single narrative, synergy, K/L (Ministry/ Institution)

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauhmana pelaksanaan Inpres No.9 tahun 2015. Berbagai permasalahan seperti ego sektoral menjadi tantangan bagi terciptanya sinergi dan narasi tunggal yang diamanahkan dalam Inpres No.9 tahun 2015. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam. Literatur atau teori yang digunakan lebih menekankan pada konsep public relations dan spesifik membahas mengenai *government public relations*. Kominfo bertugas untuk mengkoordinasikan perencanaan, penyiapan dan pelaksanaan komunikasi publik terkait dengan kebijakan dan program pemerintah. Setiap K/L harus menyelaraskan penyebaran informasinya terkait dengan narasi tunggal yang sudah dibuat. Setiap K/L kementerian membuat narasi turunan untuk menjelaskan secara teknis kebijakan yang berkaitan dengan K/L, sehingga setiap adanya narasi tunggal yang disampaikan oleh Kominfo berkaitan dengan kebijakan pemerintah, maka setiap K/L dapat secara simultan membuat narasi turunan guna memperjelas kebijakan tersebut. Terdapat beberapa program sinergi kehumasan pemerintah melalui program Forum Bakohumas, Narasi Tunggal, Diskusi Media, *Cyber Government Public Relations*, Jaringan Pemberitaan Pemerintah, dan Tenaga Humas Pemerintah. Tiga agenda isu (tema) dalam kegiatan sinergi humas Pemerintah adalah masalah Negara, program prioritas pemerintah dan *Fake Checking* yang merupakan *agenda setting* publik.

Keywords: government public relations, single narrative, synergy, K/L (Ministry/ Institution)

Pendahuluan

Presiden Republik Indonesia Joko Widodo dalam pertemuan dengan humas kementerian/lembaga (K/L) dan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di Istana Negara pada 4 Februari 2016 menghimbau agar humas pemerintah bekerja lebih giat dalam memberikan informasi kepada masyarakat mengenai apa yang sedang dan telah dikerjakan. Selanjutnya, Presiden juga meminta humas pemerintah menggunakan cara-cara baru dan meninggalkan pola-pola lama. Terkait dengan sinergi, Pemerintah juga menekankan agar setiap K/L dan BUMN mengesampingkan ego sektoral dan mengedepankan kebersamaan dan sinergi. Tujuan dari komunikasi Pemerintah adalah terbangunnya kepercayaan (*trust*) dari rakyat dan dunia.

Hal ini juga sesuai dengan Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik, Presiden menginstruksikan kepada seluruh pejabat Pemerintah dan pusat maupun daerah untuk menyampaikan data/informasi terkait pelaksanaan tugas dan fungsi kepada Menteri Komunikasi dan Informatika, menyebarkan narasi tunggal menyampaikan kebijakan secara lintas sektoral dan lintas daerah kepada publik secara cepat, tepat, objektif, berkualitas, berwawasan nasional dan mudah dimengerti.

Implementasi dari sinergi humas Pemerintah belum terbangun secara efektif dan efisien. Hal ini terlihat dari presentasi laporan dan Kementerian Kominfo, Kantor Staf Presiden dan Tim Komunikasi Presiden yang disampaikan pada rapat koordinasi pada Senin 13 Maret 2017 di kantor Sekretariat Negara menyampaikan bahwa telah terjadi peningkatan fungsi dan sinergi humas Pemerintah, namun hal ini masih belum memenuhi ekspektasi Presiden karena masih banyaknya berita negatif dan *hoax* yang tidak direspon oleh humas pemerintah secara cepat dan tuntas. Selain itu, egosektoral antar kementerian/lembaga akan menjadi tantangan bagi terciptanya sinergi.

Maka tujuan penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui implementasi dan manfaat program sinergi kehumasan pemerintah melalui program Forum Bakohumas, Narasi Tunggal, Diskusi Media, *Cyber Government Public Relations*, Jaringan Pemberitaan Pemerintah, dan Tenaga Humas Pemerintah; 2) Mengidentifikasi isu (tema) dalam kegiatan sinergi humas Pemerintah.

Kerangka Teoretis

Public Relations (PR) memiliki peran yang sangat penting baik di organisasi, perusahaan maupun pemerintah karena merupakan mediator yang berada antara pimpinan organisasi dengan publiknya, baik dalam upaya membina hubungan masyarakat internal maupun eksternal (Ruslan, 2012). Peran penting PR ini diterapkan juga dalam lingkungan pemerintahan. Humas Pemerintah atau yang kerap disebut *Government Public Relations* (GPR) merupakan humas yang berada pada lembaga atau instansi pemerintah baik pusat maupun daerah serta humas yang berada di lingkungan BUMN dan BUMD.

Humas Pemerintah memiliki fungsi yang dijelaskan dalam Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika No: 371/KEP/M.KOMINFO/8/2007 tentang Kode Etika Humas Pemerintah, pasal 1, ayat 6 menyatakan humas Pemerintah adalah segenap tindakan yang dilakukan oleh suatu instansi/perusahaan dalam usaha membina hubungan yang harmonis dengan khalayak internal dan eksternal dan membina martabat instansi pemerintah dalam pandangan khalayak internal dan eksternal guna memperoleh pengertian, kepercayaan, kerjasama, dan dukungan dari khalayak internal dan eksternal dalam pelaksanaan tugas pokok dan fungsinya.

Dalam rangka menciptakan hubungan yang harmonis antara pemerintah dengan publik maka ditetapkan Inpres No.9 Tahun 2015 yang berisi tentang Pengelolaan Komunikasi Publik. Pasal 3 ayat 4, menyatakan bahwa Kominfo

menyusun narasi tunggal yang berisi kebijakan dan program pemerintah kepada publik sesuai arahan Presiden. Narasi tunggal dapat menjadi salah satu strategi komunikasi guna mengurangi isu/rumor yang dapat membangun persepsi yang negatif bagi Pemerintah.

Secara terminologi, *narrative* merupakan suatu cerita yang terdiri dari sekuel peristiwa dengan urutan kejadian tertentu. Menurut Dainton & Zelle (2005) yang dikutip oleh Kriyantono (2014), pesan persuasif yang efektif merupakan pesan narasi yang mampu menyakinkan khalayak tentang alasan/argument/justifikasi yang baik untuk terlibat dalam suatu tindakan tertentu. Oleh karena itu, narasi tunggal diharapkan menjadi suatu cara yang tepat bagi humas Pemerintah K/L/D dalam menyampaikan informasi mengenai kebijakan/program agar khalayak tertarik untuk terlibat didalam program Pemerintah tersebut.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif guna membuat gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai Sinergi Humas Pemerintah sebagai bentuk implementasi Instruksi Presiden Nomor 9 tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik. Penentuan informan atau narasumber dalam penelitian ini adalah orang atau pelaku yang mengetahui dan menguasai mengenai topik penelitian yang diteliti yaitu Sinergi Humas Pemerintah. Informan harus memiliki data dan bersedia memberikan informasi secara lengkap dan akurat. Oleh karena itu, informan dalam penelitian ini adalah: 1) Deputy IV Bidang Komunikasi Politik dan Diseminasi Informasi, Eko Sulistyono; 2) Direktur Jenderal Informasi Komunikasi Publik (Dirjen IKP) R Niken Widiastuti. 3) *Former* Direktur Jenderal Informasi Komunikasi Publik (Dirjen IKP), Freddy H Tulung; 4) Direktur Pengolahan dan Penyediaan Informasi, Ditjen IKP, 5) Siti Meiningsih (Sejak September 2017 menjadi Sekretaris Ditjen IKP); Dewan Redaksi Jaringan

Pemberitaan Pemerintah, Hendrasmo dan Dwi Tri Waluyo.6) Dosen STIKOM LSPR-Jakarta dan Staf Ahli Dirjen IKP, Ahmed Kurnia S. M.Si; 7) Wakil Kepala Editor untuk Pemberitaan Internasional dan Ekonomi, Kantor Berita Antara, Bambang Purwanto; 8) Dosen STIKOM LSPR-Jakarta dan Praktisi Humas, Ermil Tabrani.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara mendalam. Data yang telah berhasil dikumpulkan selanjutnya diklasifikasikan sesuai dengan tujuan penelitian. Tahap analisis data yang digunakan dari Miles and Huberman adalah 1) reduksi data; 2) penyajian data; 3) penarikan kesimpulan/verifikasi. (Lincoln, 2009). Hasil analisis akan dirangkum untuk memberikan gambaran sinergi humas pemerintah secara detail dan spesifik dengan pandangan dari para informan. Waktu pelaksanaan riset adalah Juli – September 2017.

Hasil Penelitian

1. *Government Public Relations*

Former Direktur Jenderal Informasi Komunikasi Publik (Dirjen IKP), Freddy H Tulung menyampaikan bahwa;

“..... terdapat tiga fungsi GPR yaitu 1) Menyampaikan kebijakan publik (*top down*); 2) Menyerap aspirasi dari bawah (*down top*) dan 3) Menjaga reputasi.”

Hal ini menunjukkan bahwa prinsip dari kegiatan GPR adalah kegiatan pengelolaan informasi dan komunikasi yang berkelanjutan untuk memperoleh pemahaman dan dukungan publik dengan tujuan membangun reputasi. Secara detail fungsi GPR dijelaskan oleh Direktur Jenderal Informasi Komunikasi Publik (Dirjen IKP), R. Niken Widiastuti yang menyatakan bahwa tugas GPR adalah:

“Selain mensosialisasikan kebijakan dan program pemerintah juga melakukan *counter* narasi dan *nation branding*, yaitu bagaimana memposisikan Indonesia ditengah perkembangan dunia Internasional.

Strategi komunikasi GPR dalam mensosialisasikan program dan kebijakan Pemerintah harus memenuhi unsur 3E + 1 seperti yang disampaikan oleh Direktur Pengolahan dan Penyediaan Informasi, Ditjen IKP, Siti Meiningsih

“.....3E+1, pertama *education* kita harus secepatnya mengedukasi, *empowerment* harus memberdayakan, dan *enlightment* mencerahkan dan + Nasionalisme.”

Oleh karena itu, tugas GPR di Indonesia adalah melaksanakan: 1) Sosialisasi program pemerintah; 2) Edukasi atau literasi kepada masyarakat, mengkampanyekan misalnya hidup sehat, anti narkoba, yang sifatnya pemberdayaan masyarakat, bukan kampanye partai, buka kampanye apa tapi program-program apa yang harus diketahui oleh masyarakat; 3) *Counter naracy* dan 4) *Nation branding* untuk bisa memposisikan Indonesia ditengah perkembangan dunia internasional.

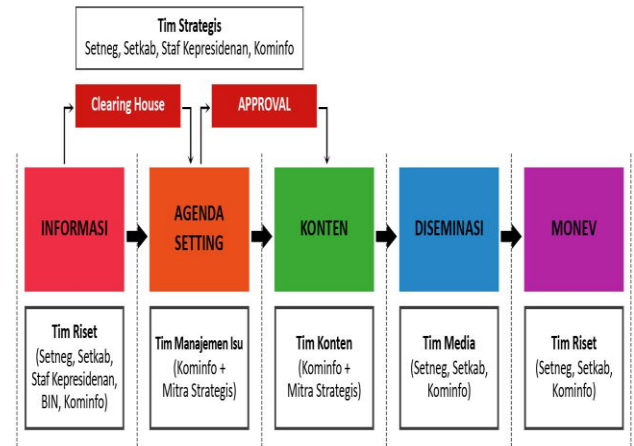
2. Sinergi

Sinergi adalah membangun dan memastikan hubungan kerjasama yang produktif serta kemitraan yang harmonis dengan para pemangku kepentingan untuk menghasilkan karya yang bermanfaat dan berkualitas.

Selaras dengan dikeluarkannya Instruksi Presiden No. 9 tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik, dimana Presiden Republik Indonesia mengintruksikan kepada seluruh Kementerian, Lembaga maupun Daerah (K/L/D) dalam rangka mendukung pelaksanaan komunikasi publik, maka GPR dengan wajib menyampaikan data dan informasi kepada Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) secara berkala.

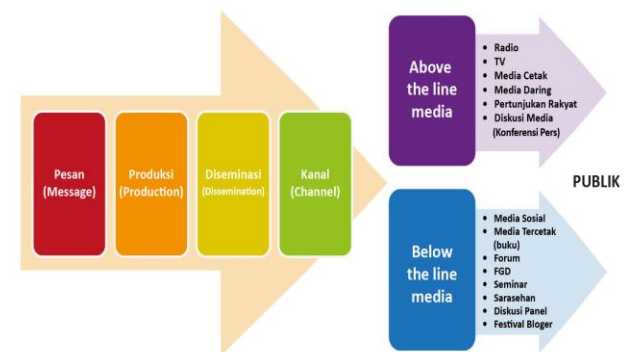
Selanjutnya tugas Kominfo untuk melakukan analisis, menyusun *agenda setting* dan menyampaikan setiap kebijakan dan program pemerintah secara lintas sektoral dan lintas daerah kepada publik secara cepat, tepat, obyektif, berkualitas baik, berwawasan nasional dan mudah dipahami oleh publik.

Alur Kerja Government Public Relations dalam Sinergi Humas Pemerintah



Seerti yang tertuang dalam Instruksi Presiden Nomor 9 tahun 2015 maka Kominfo bertugas untuk melakukan kajian terhadap data dan informasi yang disampaikan Kementerian dan Lembaga Pemerintah non kementerian (K/L) serta menyusun narasi tunggal terkait dengan kebijakan dan program pemerintah serta melaksanakan diseminasi dan edukasi melalui seluruh saluran komunikasi yang tersedia.

Alur Komunikasi Publik (yang dilakukan oleh Kominfo)



Komunikasi publik diperlukan dalam kegiatan GPR. Dalam kegiatan komunikasi yang efektif maka baik humas pemerintah dan humas Kementerian harus dapat mengelola komunikasi dan cara diplomasi yang efektif. Berikut adalah alur dalam komunikasi publik. Kominfo

sebagai lembaga yang menaungi wilayah komunikasi publik pemerintah memiliki 3 strategi komunikasi sebagai berikut :1) Membuat Narasi Tunggal; 2) Setelah narasi tunggal itu jadi, diproduksi, disusun kemudian disebarkan melalui *above the line* jadi strategi komunikasi *about the line* dimana informasi yang sudah diproduksi ini diseminasikan melalui kanal-kanal atau media-media mainstream seperti radio, televisi, media cetak, media online; 3) Kemudian disamping itu juga melalui strategi komunikasi *True the line* jadi semua informasi itu diolah menjadi konsumsi digital infografis, videografis, atau meme atau produk-produk digital lainnya kemudian kita sebar melalui berbagai media sosial atau media online; 4) Selanjutnya *Below the line* adalah informasi disampaikan melalui berbagai media misalnya media luar ruang, ada misalnya di *commuter line*, atau ada di baliho, atau spanduk, tetapi juga melalui pertunjukan rakyat jadi kita adakan sosialisasi berbagai program pemerintah langsung kepada rakyat melalui wayang, ketoprak, atau saluang, atau randai tergantung budaya masyarakat disitu apa. Kemudian selain itu juga diadakan konferensi pers, konferensi pers ini sekarang setiap minggu disebut dengan FMB (Forum Merdeka Barat 9).

3. Manfaat Sinergi Humas Pemerintah

a) Manfaat Program Sinergi Kehumasan Melalui Bakohumas

Badan Koordinasi Humas Pemerintah (Bakohumas) adalah lembaga non struktural yang merupakan forum koordinasi dan kerja sama antar unit kerja bidang seluruh humas kementerian, kesekretariatan, lembaga negara, lembaga pemerintah setingkat kementerian, lembaga pemerintah non kementerian, lembaga penyiaran public, lembaga negara non struktural, Pemerintah Daerah, Perguruan Tinggi dan BUMN. Sinergi melalui Bakohumas merupakan perwujudan *Communal Relationship* dimana humas pemerintah K/L saling memberikan manfaat kepada yang lain karena mereka memperhatikan kebutuhan dan mendukung

program K/L terkait yang sesuai dengan program prioritas pemerintah. Contoh Sinergi Kehumasan Melalui Bakohumas

Sadar Pajak



Sumber: Twitter @Bakohumas

b) Manfaat Program Sinergi Kehumasan Melalui Narasi Tunggal

Salah satu tugas dari Kominfo seperti yang tertuang dalam Instruksi Presiden Nomor 9 tahun 2015 adalah menyusun narasi tunggal terkait dengan kebijakan dan program pemerintah. Terkait Narasi Tunggal, berikut penjelasan dari Dirjen IKP, R. Niken Widiastuti:

“Narasi tunggal adalah satu narasi yang merupakan salah satu integrasi dari berbagai narasi yang terkait dengan kebijakan dan program pemerintah. Misalnya permasalahan hutang. Itu tidak hanya dari Kementerian Keuangan namun data dan informasi terintegrasi dengan BI dan BKPM dan K/L yang terkait lainnya. Nah tugas Kominfo untuk merangkum semua data dan fakta program kedalam satu narasi yang utuh, tidak sepotong-potong. Narasi tunggal merupakan informasi yang berisi data, fakta, kebijaksanaan yang disampaikan secara utuh dan sinergi dengan kementerian-kementerian yang terkait.”

Hal senada juga disampaikan oleh Deputi IV Bidang Komunikasi Politik dan

Diseminasi Informasi, Eko Sulistyو mengenai manfaat program sinergi humas pemerintah melalui narasi tunggal sebagai berikut :

“Nah itu yang dimaksud supaya arah atau kebijakan dalam penyampaian capaian program punya agenda seting dan narasi yang sama. Kominfo juga diberi kewenangan membuat narasi tunggal. Itu yang dimaksud oleh presiden. Khususnya dalam arahan presiden dalam beberapa pertemuan dengan kementerian terutama kominfo, nah ini tujuannya apa, supaya kemudian narasinya sama, karna dalam pembuatan informasi terutama dengan rentan kendali yang luas yang melibatkan sekian Kementerian dan lembaga. Kan tidak hanya menteri ya tapi ada lembaga ,apun badan setingkat menteri, termasuk polisi dan TNI. Menyangkut kewenangan yang luas, apalagi seperti arahan presiden. Ini narasinya ga boleh beda sehingga menimbulkan kebingungan masyarakat sehingga presiden memberi mandate pada kominfo untuk membuat narasi tunggal dsb nya nah ini yang dimaksud sinergi. Tapi kemudian narasi ini ketika sampai di masing masing lembaga mereka bisa menjelaskan di narasi tunggal itu lebih pada membangun manajemen dan pengelolaan informasi...”

Dalam kewenangannya Kominfo merumuskan narasi tunggal dan Kominfo tidak bersifat mengontrol, dan melainkan hanya mengintegrasikan dan menarasikan data untuk diklarifikasi secara jelas.

Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa Narasi Tunggal adalah sebuah penjelasan resmi yang dikeluarkan oleh pemerintah, disusun oleh Kominfo berdasarkan data yang diterima dari berbagai kementerian/lembaga yang terkait dengan isi narasi tunggal tersebut. Narasi tunggal merupakan informasi yang berisi data, fakta, kebijaksanaan yang disampaikan secara utuh dan sinergi dengan K/L yang terkait. Dalam kewenangannya Kominfo merumuskan narasi tunggal dan tidak bersifat mengontrol,

melainkan hanya mengintegrasikan serta menarasikan data untuk diklarifikasi secara jelas. Selain dari itu perlu adanya narasi turunan yang menjadi narasi lanjutan yang perlu dilakukan oleh lembaga atau Kementerian terkait. Narasi turunan merupakan detail penjabaran narasi tunggal yang dibuat oleh kominfo, biasanya berupa penjabaran teknik yang sudah berkaitan dengan unsur pelaksanaan program teknis baik pada K/L

c) Manfaat Program Sinergi Kehumasan Melalui Diskusi Media

Salah satu strategi komunikasi yang dilakukan oleh Kominfo dalam program sinergi kehumasan terkait dengan diskusi media adalah Forum Merdeka Barat (FMB). FMB menghadirkan narasumber para menteri yang membahas materi yang sedang hangat dibicarakan atau yang menjadi prioritas bagi pemerintah untuk disampaikan.

Direktur Jenderal Informasi Komunikasi Publik (Dirjen IKP), R. Niken Widiastuti menyampaikan bahwa:

“ FMB merupakan program unggulan dan biasanya terdapat sekitar 80 media massa yang meliput. Informasi yang diperoleh oleh media melalui FMB mendalam karena waktu kegiatan FMB 2 jam sehingga setiap isu / masalah dikupas secara tuntas. Para jurnalis dapat langsung melakukan klarifikasi langsung kepada Menteri dari berbagai kementerian yang terkait sehingga menghindari kesalahan persepsi atau *quote.*”

Contoh: FMB dengan tema “Utang: Untuk Apa dan Untuk Siapa?”

Narasumber adalah Menteri Keuangan, Sri Mulyani, Gubernur Bank Indonesia, Agus D.W Martowardjojo serta Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal, Thomas Trikasih.



Sumber: kominfo.go.id

d) Manfaat Program Sinergi Kehumasan Melalui *Cyber Government Public Relations*

Cyber Government Public Relations adalah strategi komunikasi humas Pemerintah dengan memanfaatkan media elektronik terutama media sosial. Saat ini terdapat situs web resmi 34 pemerintah propinsi di Indonesia dan lebih dari 70 situs web resmi K/L. Selain itu, beberapa K/L telah memiliki media sosial resmi baik itu Facebook, Twitter, Instagram dan Youtube. Semakin cepat arus informasi menyebar melalui media elektronik maka seringkali akan menimbulkan kesulitan untuk melakukan verifikasi, klarifikasi dan respon yang baik.

e) Manfaat Program Sinergi Kehumasan Melalui Jaring Pemberitaan Pemerintah (JPP)

JPP yang dapat diakses melalui <https://jpp.go.id/> adalah *newsroom* milik Pemerintah yang bertujuan untuk menyebarkan informasi yang kredibel serta mampu menjangkau seluruh kalangan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kementerian Dalam Negeri terlihat paling banyak menyampaikan informasi melalui JPP dengan jumlah berita tertulis sebanyak 73 artikel, diikuti dengan Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan dan Perumahan Rakyat sebanyak 39 berita.

f) Manfaat Program Sinergi Kehumasan Melalui Tenaga Humas Pemerintah (THP)

THP adalah pejabat humas yang direkrut secara khusus oleh Kominfo untuk ditempatkan di kementerian/lembaga dalam membantu meningkatkan kinerja kehumasan pemerintah. Sebanyak 47 Tenaga Humas Pemerintah (THP) pada awal 2017 yang direkrut secara profesional sebagai langkah terobosan untuk mengkomunikasikan program-program pemerintah kepada masyarakat. Para THP ini akan membantu masing-masing K/L menyebarkan informasi melalui berbagai saluran komunikasi kepada masyarakat secara tepat, cepat, obyektif dan berkualitas baik. Proses seleksi dilakukan secara ketat dengan mengedepankan kompetensi PR, penguasaan bahasa asing dan penguasaan IT.

Mengidentifikasi isu (tema) dalam kegiatan sinergi humas Pemerintah

Dirjen IKP menyampaikan mengenai tiga AGENDA ISU (Tema): Pertama, Masalah Kenegaraan, Negara, Indonesia saat ini sedang mendapat tantangan serius masalah kenegaraan yang berkaitan dengan dasar Negara Indonesia, Pancasila, UUD 1945, NKRI dan Bhineka Tunggal Ika. Terdapat pihak-pihak yang dengan sistematis membelokkan arah Negara. Tugas Humas Pemerintah untuk ikut aktif menyampaikan informasi-informasi tentang 4 pilar wawasan kebangsaan yaitu UUD 1945, Pancasila, NKRI, dan Bhineka Tunggal Ika.

Kedua, Program-program prioritas pemerintah Nawacita, kemudian program-program seperti infrastruktur, kedaulatan pangan, energi, pariwisata, kesehatan, pendidikan dan lain sebagainya.

Ketiga, *Fake Checking* yang merupakan agenda setting publik.

Tiga hal ini merupakan isu tematik yang menjadi panduan utama dalam melakukan strategi komunikasi.

Direktur Pengolahan dan Penyediaan Informasi, Ditjen IKP, Siti Meiningsih menambahkan bahwa isu tematik ini dalam kegiatan operasional penyampaian informasi kepada masyarakat akan dikaitkan dengan kalender kegiatan nasional, misal dalam rangka hari

pendidikan yang dikaitkan dengan penguatan pembangunan karakter. Hal ini menjadi contoh terciptanya sinergi dan narasi tunggal antar K/L.

Kesimpulan

GPR memiliki tugas sebagai berikut: 1) Sosialisasi program pemerintah, GPR harus secara aktif melakukan sosialisai program prioritas pemerintah. 2) Edukasi kepada masyarakat; 3) *Counter naracy* dan 4) *Nation branding* untuk bisa memposisikan Indonesia ditengah perkembangan dunia internasional,

Pemegang amanah Inpres No.9 tahun 2015 adalah Kominfo, yang bertugas untuk menyusun terkait dengan kebijakan dan program pemerintah kepada publik sesuai arahan pemerintah. Kominfo mengoordinasikan perencanaan, penyiapan dan pelaksanaan komunikasi publik terkait dengan kebijakan dan program pemerintah. Setiap K/L harus menyelaraskan penyebaran informasinya terkait dengan narasi tunggal yang sudah dibuat. Setiap K/L kementerian membuat narasi turunan untuk menjelaskan secara teknis kebijakan yang berkaitan dengan K/L, sehingga setiap adanya narasi tunggal yang disampaikan oleh Kominfo berkaitan dengan kebijakan pemerintah, maka setiap K/L dapat secara simultan membuat narasi turunan guna memperjelas kebijakan tersebut. Terdapat beberapa program sinergi kehumasan pemerintah melalui program Forum Bakohumas, Narasi Tunggal, Diskusi Media, *Cyber Government Public Relations*, Jaringan Pemberitaan Pemerintah, dan Tenaga Humas Pemerintah.

Tiga agenda isu (tema) dalam kegiatan sinergi humas Pemerintah adalah : 1) Masalah Kenegaraan, negara, Indonesia saat ini sedang medapat tantangan serius masalah kenegaraan yang berkaitan dengan dasar Negara Indonesia, Pancasila, UUD 1945, NKRI dan Bhineka Tunggal Ika. Terdapat pihak-pihak yang dengan sistematis membelokkan arah Negara. Tugas Humas Pemerintah untuk ikut aktif menyampaikan informasi-informasi tentang 4 pilar wawasan kebangsaan yaitu UUD 1945, Pancasila, NKRI, dan Bhineka Tunggal Ika; 2)

Program-program prioritas; 3) *Fake Checking* yang merupakan *agenda setting* publik. Dalam kegiatan operasional, penyampaian informasi terkait Isu Tematik kepada masyarakat akan dikaitkan dengan kalender event nasional

Hasil penelitian ini merekomendasikan setiap humas pemerintah K/L/D dapat bersinergi dengan menyusun narasi turunan yang sejalan dengan narasi tunggal untuk menjelaskan secara teknis kebijakan yang berkaitan dengan kementerian/lembaga masing-masing. Selain itu dapat dilakukan audit komunikasi guna mengevaluasi implementasi dari pelaksanaan ,mengetahui kekurangan dan kelebihan narasi tunggal serta mengukur kinerja humas Pemerintah yang aktif dalam membangun sinergi.

Referensi

Cutlip, S, Center, A and Broom, G (2006) *Effective Public Relations*, 9th edition, Pearson Education, NJ.

Inpres No 9 tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik.

Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika No.: 371/KEP/M.KOMINFO/8/2007 tentang Kode Etik Humas Pemerintah

Kriyantono, Rachmat (2014), *Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik*, Jakarta,:Kencana PrenadaMedia Group.

Lincoln, N. K. (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Ruslan, Rosady dan Umam, Khaerul, (2012). *Manajemen Public Relations*. Tangerang: Rajawali Pers.

<https://jpp.go.id/>

Twitter @Bakohumas