



# **Strategi Komunikasi Publik Jelas, Akurat dan Terpercaya**

**Johan Budi SP**

**Staf Khusus/ Juru Bicara Presiden**

# Arahan Presiden tentang Komunikasi Pemerintah



“Perubahan itu mutlak..  
Kehumasan Pemerintah  
harus selalu berubah dan  
beradaptasi secara kreatif  
mengikuti perkembangan  
teknologi.

Isi dengan pembicaraan baik  
dan optimisme di media  
sosial dan mainstream..”

Presiden Joko Widodo, 18 Oktober 2017  
Istana Bogor

“Negara lain sukses  
dalam komunikasi  
pemerintah, karena  
timnya solid.  
Narasinya satu  
agenda yang  
dikeluarkan,  
terkoordinasi dan  
terkonsolidasi  
dengan baik,”

*Presiden Jokowi,*  
4 Februari 2016

# Strategi Komunikasi Publik



- Menempatkan Kehumasan pada posisi yang strategis
- Memiliki rencana komunikasi, tidak hanya menunggu sesuatu terjadi
- Memiliki fungsi dan person Juru Bicara
- Sangat memahami stakeholder dan audiences-nya
- Mengolah pesan secara kreatif sesuai stakeholder
- Selalu melakukan proses evaluasi komunikasi sebelumnya

# Kehumasan pada Lembaga Publik

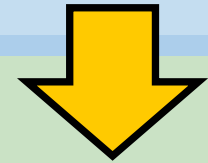


- Humas mengelola Strategi Komunikasi
- Humas membangun hubungan dengan stakeholder demi terwujudnya citra positif lembaga
- Citra positif akan mendukung keberhasilan kinerja lembaga
- Menarik dukungan publik bagi tercapainya tujuan lembaga

# Persepsi tentang Humas Pemerintah

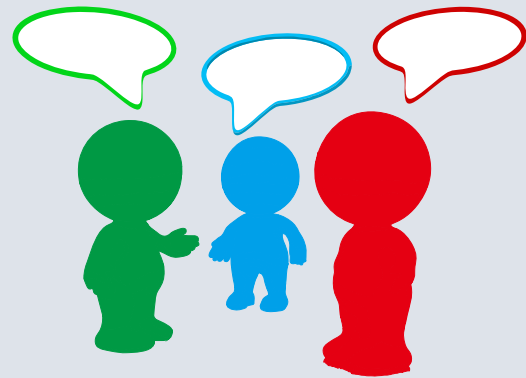


1. Hanya klipings koran lalu di analisis
2. Berada di posisi tidak penting, atau level bawah
3. Menyampaikan yang baik-baik dan cenderung menutupi keburukan pimpinan perusahaan atau lembaga



# Peran Humas yang Ideal

**1** Menjadi bagian dari pemutus keputusan dan pemberi saran kepada pimpinan lembaga



**2** Berada pada posisi yang strategis. Bukan Pencitraan namun keselarasan Dengan program dan kinerja

**3** Paham mengenai stakeholdernya dan aware terhadap perkembangan teknologi dan content creative



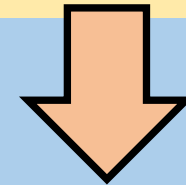
# Humas yang Ideal

4

Humas/Jubir tidak boleh bohong, menutupi fakta dan data. Namun tidak harus menyatakan semuanya.

5

Menguasai materi atau konsep terkait sebuah kebijakan Kementrian/Lembaganya.



Humas/Jubir harus bisa membatasi mana yang bisa di-*share* ke media dan yang tidak.



# Kompetensi SDM Humas/ Jubir

Paham pekerjaan wartawan

Paham Sifat/ Sikap Media

Paham Redaksional berita

Paham Kebutuhan Pemberitaan

Paham Stakeholder terkait

Menguasai bauran media komunikasi





# Juru Bicara



- Memiliki akses langsung ke Pimpinan Lembaga
- Harus selalu dapat diakses (24 jam sehari 7 hari seminggu)
- Jangan menjawab pertanyaan yang belum paham jawabannya
- Harus berdasarkan **data yang benar dan akurat**
- Gunakan kalimat yang tepat, mudah dipahami dan tidak multi tafsir
- Tidak boleh jawab no comment

# Diseminasi Informasi Humas

Melakukan Perencanaan, analisis, dan pelaksanaan pemberitaan bertujuan agar masyarakat mengetahui dan memahami dengan tepat dan akurat tentang kebijakan dan kinerja lembaga

- Pembuatan siaran pers
- Perencanaan konferensi pers
- Media Visit
- Narasumber berita
- Lokakarya Jurnalis
- Diskusi Media
- Berita Internal
- Analisis media
- Media monitoring

# Media sebagai Mitra Strategis

1. Media salah satu pembentuk Citra Lembaga
2. Media memiliki fungsi kontrol sosial
3. Media sebagai jembatan desiminasi informasi
4. Media sebagai pembentuk opini publik dalam upaya membentuk perilaku
5. Media sebagai pendidik masyarakat



# Perkembangan Media Terkini

## Era Digital

- 132,7 juta penduduk Indonesia aktif menggunakan internet
- 106 juta atau 40% penduduk Indonesia aktif di sosial media
- 111 juta diantaranya aktif menggunakan facebook
- 371,4 juta penduduk menggunakan telepon selular

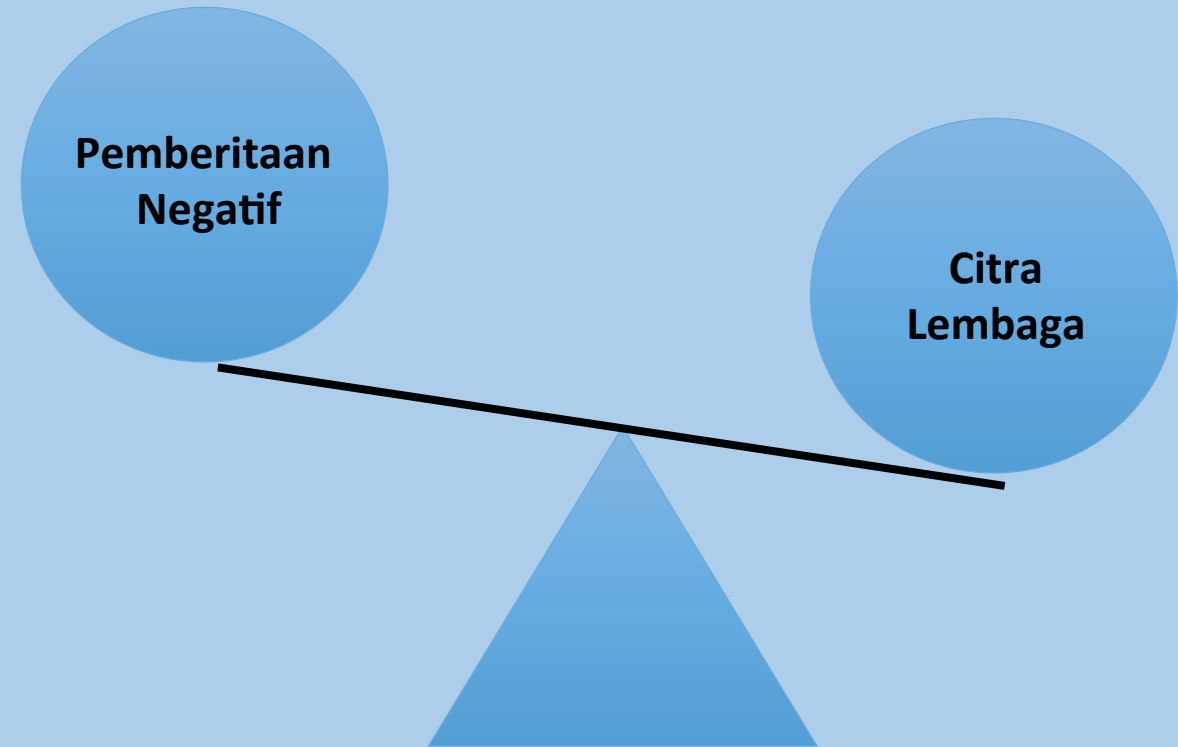
## Tantangan Media Handling

- Munculnya media sosial sebagai penyampai pesan/ ruang berinteraksi dan berkomunikasi
- Pemilik media berafiliasi dengan parpol dan kepentingan politik/ bisnis tertentu
- Mudah membuat media baik online maupun cetak
- Tidak semua jurnalis memahami prinsip jurnalistik seperti cover both side dan kode etik jurnalistik (UU No 40 tahun 1999)



# Manajemen Pemberitaan Negatif

- Hater akan selalu ada
- Pemberitaan Negatif tidak bisa dihilangkan, namun bisa dikelola
- Perkembangan teknologi mempercepat dan memperluas pemberitaan negatif
- Diperlukan Strategi Komprehensif Kehumasan



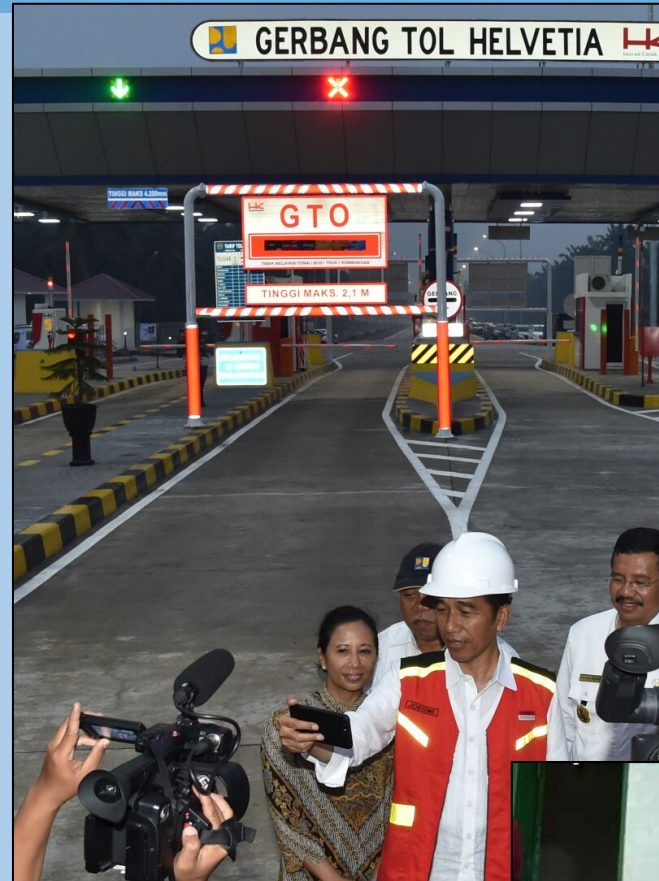
# Strategi Komunikasi Pemberitaan Negatif

- Peran penting Juru Bicara
- Mempersiapkan sebanyak mungkin konten yang kreatif sesuai segmentasi
- Bekerjasama dengan Komunitas (Endorser anak muda, Vlogger, Blogger, You Tuber dsb)
- Akses mudah kepada media mainstream



# Penutup

- Konsisten dengan Narasi Tunggal Pemerintah
- Komunikasi Pemerintah harus beradaptasi secara kreatif dengan perkembangan masyarakat dan teknologi
- Strategi Komunikasi dua arah yang melibatkan publik
- Sinergi dengan lembaga publik lainnya
- Peran Juru bicara lembaga



Terima Kasih