

**LAPORAN**  
**KULIAH KERJA LAPANGAN**  
**AKTIVITAS *PUBLIC RELATIONS* DI KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN**  
**INFORMATIKA**



**Oleh:**

**Skolastiko Adventura Krisnariandi**

**130905153**

**Dosen Pembimbing: Dr. MC Ninik Sri Rejeki, M.Si.**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2017**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**AKTIVITAS *PUBLIC RELATIONS RELATIONS* DI KEMENTERIAN  
KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA**

**Disusun Oleh :**

**Oleh:**

**Skolastiko Adventura Krisnariandi**

Diajukan guna melengkapi syarat kelulusan jenjang kuliah strata 1 pada program studi Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi studi *Public Relations* Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

**Disetujui Oleh :**

**Dosen Pembimbing**

**Dr. MC Ninik Sri Rejeki, M.Si.**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2017**

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan ini telah diuji oleh Dosen Penguji pada :

Hari/tanggal : Rabu, 19 Juli 2017

Pukul : 09.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran 3 Kampus FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Tim Penguji

Penguji I : Dr. MC Ninik Sri Rejeki, M.Si.



FAKULTAS  
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Penguji II : Rifka Ade Osinta Sibarani, S.IP., M.A.



## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Skolastiko Adventura Krisnariandi

NPM : 130905153

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa laporan kuliah kerja lapangan yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, dan tidak sama sekali mengambil alihan tulisan orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti laporan kuliah kerja lapangan ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima resiko atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 2 Agustus 2017

Saya yang menyatakan



Skolastiko Adventura Krisnariandi

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Semesta Maha Bijaksana, atas segala kausalitasnya yang hingga saat ini selalu membawa dan menempatkan saya hingga sampai melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan di Kementerian Komunikasi dan Informatika dan menyelesaikan laporan KKL ini dengan baik. Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini membahas mengenai pengelolaan *employee relations* yang dilaksanakan di Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Kuliah Kerja Lapangan serta laporan KKL ini tidak dapat berjalan dengan baik tanpa adanya bahu dan tangan dari banyak pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih atas dorongan yang telah diberikan walaupun tidak dapat penulis sebutkan semua, yakni di antaranya :

1. Bapak, Ibu, Adikku Anastasia Refina Renate dan Maria Luspietta Christie berserta keluarga besarku, yang selalu mendukung dan mendoakanku selama saya melaksanakan KKL.
2. Ibu Ninik, selaku dosen pembimbing yang selalu secara sabar dan keibuan dalam membimbing dan mendampingiku saat bimbingan informal hingga laporan KKL ini selesai. Terimakasih Bu Ninik.
3. Menteri Kementerian Komunikasi dan Informatika Yang Terhormat Bapak Rudiantara yang telah memberikan dan meluangkan waktunya yang sangat padat untuk menerima dan mengapresiasi hasil program kerja kami dalam proyek #KerjaNyata dan mengundang kami secara khusus untuk

menyerahkan baju produksi divisi kami secara simbolis dan berfoto bersama.

4. Ditjen IKP Kementerian Komunikasi dan Informatika Divisi GPR terkhusus untuk Mas Dimas, Mas Yozar, Mbak Putri, Mas Andi, Mbak Anas, Bu Yuni, Mbak Anggi, Mas Marolli, dan Mas Fizan, yang bersedia membimbing dalam pelaksanaan KKL, memberikan ilmu dan pengalaman yang berharga selama pelaksanaan KKL ini secara maksimal.
5. Om Djarot beserta keluarga yang telah membantu dan memberikan *support* untuk saya hingga bisa diterima ke Kementerian Komunikasi dan Informatika. Tante Vera, Dik Tessa, dan Dik Davin yang selama kegiatan KKL berlangsung telah menyediakan tempat tinggal, makan, dan minum yang lebih dari cukup.

Penulis dengan segala kerendahan hati sungguh menyadari bahwa laporan ini masih memiliki banyak kekurangan. Untuk itu, dengan terbuka penulis mempersilahkan bagi pihak manapun yang ingin memberikan saran, kritik dan segala bentuk masukan bagi penulis agar dapat menjadi lebih baik ke depannya

Yogyakarta, 2 Agustus 2017

Penulis



Skolastiko Adventura Krisnariandi

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>A. Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah.....</b>	<b>10</b>
<b>C. Tujuan Kuliah Kerja Lapangan.....</b>	<b>10</b>
<b>D. Manfaat Kuliah Kerja Lapangan.....</b>	<b>10</b>
<b>E. Kerangka Teori</b>	<b>11</b>
a. Definisi <i>Public Relations</i> .....	11
b. Tujuan <i>Public Relations</i> .....	13
c. Fungsi <i>Public Relations</i> .....	14
d. Ruang Lingkup <i>Public Relations</i> .....	15

f. Kaitan <i>Employee Relations</i> dengan <i>Public Relations</i> .....	17
g. Definisi <i>Employee Relations</i> .....	18
h. Pengelolaan <i>Employee Relations</i> .....	19
i. Maksud dan Tujuan <i>Employee Relations</i> .....	22
j. Bentuk Aktivitas <i>Employee Relations</i> .....	25
<b>BAB II DESKRIPSI PROFIL ORGANISASI</b>	27
A. Kelembagaan Kementerian.....	27
B. Profil Organisasi.....	28
1. Sejarah Kemkominfo.....	28
2. Logo Kemkominfo.....	32
3. Tugas dan Fungsi Kemkominfo.....	35
4. Visi dan Misi Kemkominfo.....	36
5. Prioritas Pembangunan Komunikasi dan Informatika.....	37
6. Sasaran Strategis Pembangunan Komunikasi dan Informatika....	38
7. Daftar Menteri Kementerian Komunikasi dan Informatika.....	39
8. Struktur Organisasi Kementerian Komunikasi dan Informatika...	41
9. Rencana Strategis Kemkominfo 2015-2019.....	42
10. Unit Kerja Kementerian Komunikasi dan Informatika.....	43
<b>BAB III HASIL PELAKSANAAN DAN ANALISIS KKL</b>	45
A. Deskripsi Hasil Pelaksanaan KKL.....	45
1. Definisi <i>Public Relations</i> menurut Kominfo.....	45
2. Definisi <i>Employee</i> menurut Kominfo.....	49
3. Definisi <i>Employee Relations</i> menurut Kominfo.....	51
4. Penerapan <i>Employee Relations</i> di Kominfo.....	54

4. Penerapan <i>Employee Relations</i> di Kominfo.....	54
5. Bentuk Aktivitas <i>Employee Relations</i> di Kominfo.....	57
B. Temuan dan Analisis Hasil Pelaksanaan KKL.....	67
1. Kegiatan Kuliah Kerja Lapangan di Kominfo.....	67
2. Analisis Aktivitas <i>Employee Relations</i> di Kominfo.....	87
<b>BAB IV PENUTUP</b>	
1. Kesimpulan.....	95
2. Saran.....	101
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>105</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Hlm

Gambar 1	: Logo Kementerian Komunikasi dan Informatika.....	34
Gambar 2	: Gambar Daftar Menteri.....	39
Gambar 3	: Struktur Organisasi Kominfo.....	41
Gambar 4	: Senam Pagi Kominfo.....	60
Gambar 5	: TV Plasma.....	65
Gambar 6	: Majalah Konvergensi.....	66
Gambar 7	: Buku Media Monitoring.....	67
Gambar 8	: Stand Banner Informasi.....	69
Gambar 9	: Contoh <i>Media Monitoring</i> imm.today.....	76
Gambar 10	: Analisis Media Tracking.....	78
Gambar 11	: Poster Lomba Foto dan Video.....	83
Gambar 12	: Foto Fakta Indonesia.....	84
Gambar 13	: Foto Tokoh Berprestasi Indonesia.....	85
Gambar 14	: Presentasi bersama Menteri.....	89
Gambar 15	: Presentasi bersama Menteri.....	90

## DAFTAR TABEL

Hlm

Tabel 1	: Senam Pagi dan Rapat Rutin .....	93
Tabel 2	: Family Gathering dan Bimbingan Teknis Pegawai.....	94
Tabel 3	: Program Acara Khusus ( <i>Special Events</i> ).....	95
Tabel 4	: Program Media Komunikasi Internal.....	96
Tabel 5	: Fasilitas Karyawan, Media Sosial <i>Whatsapp</i> , dan HUT RI.....	98

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Keterangan Kuliah Kerja Lapangan

Lampiran 2 : Form Penilaian

Lampiran 3 : Lembar Presensi Kegiatan Kuliah Kerja Lapangan

Lampiran 4 : Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2015

Lampiran 5: Struktur Organisasi dan Rincian di Kemkominfo

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Berbicara mengenai komunikasi organisasi, tentu kita akan membahas pula mengenai aspek apa saja yang terkandung dan berkaitan di dalamnya. Aspek-aspek tersebut dapat berupa teori-teori yang berkembang dan yang nantinya, akan sangat berpengaruh tentang seseorang atau kelompok organisasi seperti misalnya perusahaan dapat bergerak dalam serta menerapkan dan menjalankan peran dan fungsinya secara baik. Berbicara komunikasi organisasi lebih dalam, implementasi dari kelancaran dan mulusnya suatu organisasi berjalan pada dasarnya bertumpu pada komunikasi dan relasi yang terjalin dengan baik dan tepat antara tiap-tiap anggotanya. Melalui peran dan fungsi komunikasi antar anggota organisasi yang dijalankan dengan baik dan tepat, maka dapat dipastikan bahwa organisasi-organisasi yang bergerak dalam satu kesatuan.

Oleh karena itu, suatu organisasi atau institusi yang bergerak baik dalam hal profit maupun non-profit perlu untuk memperhatikan keseimbangan dalam organisasinya baik dalam hal komunikasi antar public eksternal dan internal. Komunikasi organisasi menurut Pace dan Faules (1998: 31-33) adalah perilaku pengorganisasian yang terjadi dan merupakan persoalan tentang cara mereka terlibat dalam proses berinteraksi dan memberikan makna atas apa yang sedang

terjadi. Dengan demikian pengaruh komunikasi dapat bermacam-macam dan berubah menurut cara-cara pengaruh komunikasi ini ditentukan dan di teguhkan melalui interaksi di antara para anggota organisasi.

Proses komunikasi dalam melakukan pengelolaan hubungan karyawan, sebagai faktor keberlangsungan suatu organisasi menjadi sangat penting. Komunikasi membantu anggota-anggota organisasi mencapai tujuan individu dan juga organisasi, merespon dan mengimplementasikan perubahan organisasi, mengkoordinasikan aktivitas organisasi, dan ikut memainkan peran dalam hampir semua tindakan organisasi yang relevan (Romli, 2011: 7).

Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam jaringan yang lebih besar dari pada komunikasi kelompok. Oleh karena itu, organisasi dapat diartikan sebagai kelompok dari kelompok-kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi, dan ada kalanya juga komunikasi publik. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi ke bawah, ke atas, dan komunikasi horisontal, sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi (Mulyana, 2007: 83).

Berdasarkan penjelasan di atas, terlihat bahwa pola komunikasi yang baik dalam menyampaikan maksud dan tujuannya kepada karyawan akan menimbulkan rasa nyaman yang dirasakan karyawan itu sendiri, sehingga

nantinya akan berdampak pada kinerja yang dimiliki oleh si karyawan dan akan lebih bisa meningkatkan efektivitas kerjanya dalam jangka waktu ke depannya. Oleh karenanya siapa saja yang menjadi pemimpin dalam suatu organisasi jangan sampai menyalahgunakan kepemimpinannya untuk hal-hal yang berada di luar ranah profesionalisme serta mengabaikan hal-hal yang erat kaitannya dengan kepentingan karyawan yang bekerja dalam organisasi yang dipimpinnya.

Suatu organisasi dalam memimpin dan mengelola karyawannya melalui sebuah manajemen, dituntut untuk dapat bersinergi dan terbuka agar senantiasa menunjang kinerja anggota dalam organisasi. Manajemen suatu organisasi yang efektif dalam mengelola hubungan antar karyawannya, diharapkan dapat membuat kinerja pegawai meningkat yang mengakibatkan pencapaian visi dan misi yang maksimal. Keberhasilan atau kegagalan sebagian besar organisasi ditentukan oleh kualitas kepemimpinan yang dimiliki oleh orang-orang yang disertai tugas memimpin organisasi itu. (Siagian, 1995:28)

Melalui kegiatan *employee relations* yang baik akan menimbulkan hasil yang positif, yaitu karyawan akan merasa dihargai dan diperhatikan oleh pihak pimpinan perusahaan, sehingga dapat meningkatkan produktivitas kerja anggotanya. *Employee Relations* dipengaruhi oleh hubungan komunikasi internal antar karyawan dengan karyawan lainnya, atau hubungan antara karyawan dan manajemen perusahaan yang efektif. (Ruslan, 2008: 271)

Berdasarkan pernyataan di atas, pihak manajemen wajib menciptakan komunikasi internal yang baik menyangkut kepentingan-kepentingan yang mendasar dari pihak manajemen sendiri. Manajemen harus menyadari bahwa karyawan merupakan ujung tombak dan sekaligus representasi dari kebijakan manajemen atau organisasi. Baik buruknya kebijakan dan atau manajemen dapat dilihat dari kinerja karyawan.

Hubungan karyawan menjadi sangat penting bagi suatu organisasi untuk dikelola secara baik ialah karena setiap organisasi atau perusahaan terus berusaha untuk mendapatkan dukungan publiknya yang menjadi target perusahaan, sehingga penerapan strategi tertentu harus dilakukan untuk mempertahankan kondisi internal dari organisasi guna memelihara iklim kerja yang kondusif. Hal di atas dapat diwujudkan oleh organisasi dengan cara menjalin interaksi dan komunikasi yang baik dengan karyawannya, mengingat manajemen dan organisasi dapat merupakan satu kesatuan yang utuh, kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dari satu kesatuan yang lainnya (Effendy, 1992: 1).

Melalui adanya hubungan ini, maka peran kemampuan manajemen dalam mengelola komunikasi antar pegawainya menjadi sangat vital bagi organisasi itu sendiri. Keberadaan komunikasi yang baik tersebut dinilai penting bagi organisasi karena berperan sebagai jembatan komunikasi antara perusahaan dengan publik, baik publik *internal* maupun publik *eksternal* sehingga bisa menciptakan hubungan yang harmonis.

Berdasarkan penjelasan di atas, organisasi dapat dilihat sebagai suatu kumpulan dari beberapa individual yang memiliki sistem pembagian tugas untuk mencapai tujuan tertentu. Organisasi memiliki suatu jenjang jabatan atau kedudukan yang menginginkan semua individu dalam organisasi tersebut memiliki perbedaan posisi yang sangat jelas dan masing-masing memiliki tanggung terhadap posisinya tersebut. Dengan demikian, komunikasi organisasi adalah komunikasi antar manusia yang terjadi dalam konteks organisasi yang seringkali terdapat jaringan-jaringan pesan satu sama lain yang saling bergantung satu sama lain. (Bungin, 2006: 278)

Melihat pengelolaan komunikasi organisasi melalui *employee relations* dalam suatu organisasi merupakan hal yang sangat penting guna meningkatkan kinerja dari karyawan serta mendorong suatu organisasi dalam mencapai tujuannya secara lebih baik, mahasiswa akan melakukan kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Kementerian Komunikasi dan Informatika. Kementerian Komunikasi dan Informatika (sebelumnya bernama "Departemen Penerangan" (1945-1999), "Kementerian Negara Komunikasi dan Informasi" (2001-2005), dan Departemen Komunikasi dan Informatika (2005-2009), disingkat Depkominfo) adalah Departemen/kementerian dalam Pemerintah Indonesia yang membidangi urusan komunikasi dan informatika. Kementerian Kominfo dipimpin oleh seorang Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo) yang sejak tanggal 27 Oktober 2014 dijabat oleh Rudiantara. (<https://www.kominfo.go.id/profil>)

Kementerian Komunikasi dan Informatika memiliki visi dan misi yang mengacu pada visi dan misi Presiden Joko Widodo dan Wakil Presiden M. Jusuf Kalla. Melihat visi secara garis besar yakni terwujudnya Indonesia yang berdaulat, mandiri, dan berkepribadian berlandaskan gotong royong diwujudkan dalam agenda program rencana strategis kementerian komunikasi dan informatika yang dimulai sejak tahun 2015 hingga tahun 2019 nanti.

Pembangunan bidang komunikasi dan informatika lima tahun ke depan diprioritaskan pada upaya mendukung pencapaian kedaulatan pangan, kecukupan energi, pengelolaan sumber daya maritim dan kelautan, pembangunan infrastruktur, percepatan pembangunan daerah perbatasan, dan peningkatan sektor pariwisata dan industri, berlandaskan keunggulan sumber daya manusia dan kemampuan ilmu pengetahuan dan teknologi.  
(<https://www.kominfo.go.id/visi-dan-misi>)

Di dalam mencapai tujuan-tujuan besar di atas, maka Kementerian Komunikasi dan Informatika penting untuk melakukan dan menerapkan pengelolaan hubungan karyawan atau *employee relations* sebagai suatu bentuk dalam pemaksimalan para pegawainya. Pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam Kementerian Komunikasi dan Informatika menjadi sangat penting, mengingat visi dan misi yang dicanangkan dari tahun 2015 hingga 2019 nanti diperlukan tenaga-tenaga handal untuk memaksimalkan proses berjalannya suatu organisasi dalam mewujudkan visi dan misi tersebut. Hal ini juga yang menjadi landasan bagi mahasiswa selaku pelaksana kegiatan Kuliah Kerja

Lapangan (KKL) untuk melihat pengelolaan *employee relations* di Kementerian Komunikasi dan Informatika atau Kominfo Jakarta.

Kementerian Komunikasi dan Informatika atau biasa disebut Kominfo, merupakan lembaga pemerintahan yang bekerja dalam bidang penyelenggaraan urusan pemerintahan di bidang komunikasi dan informatika untuk membantu Presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara. Hal-hal tersebut ialah mencakup kedaulatan pangan, kecukupan energi, pengelolaan sumber daya maritim dan kelautan, pembangunan infrastruktur, percepatan pembangunan daerah perbatasan, dan peningkatan sektor pariwisata dan industri, berlandaskan keunggulan sumber daya manusia dan kemampuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Sebagai suatu lembaga pemerintahan yang bergerak di bidang komunikasi dan informatika, Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam perencanaan program dari tahun 2015 hingga 2019 akan berfokus membangun sektor telekomunikasi, tata kelola internet, dan digitalisasi siaran televisi. (<https://www.kominfo.go.id/visi-dan-misi>)

Melihat ruang lingkup yang menjadi cakupan Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam melakukan tugas dan fungsinya, hal ini menjadi alasan mengapa mahasiswa selaku pelaksana program Kuliah Kerja Lapangan (KKL) ingin melaksanakannya di Kominfo. Hal ini berkaitan dengan bagaimana Kominfo sebagai lembaga pemerintahan yang bergerak di bidang komunikasi dan informatika, terutama yang sifatnya untuk diketahui publik. Di dalam menjalankan fungsi dan tugasnya, Kominfo menjadi lembaga pemerintah

terdepan yang bertanggung jawab dalam mengelola serta mempublikasikan hal-hal yang berkaitan dengan pemerintahan yang sedang berjalan. Baik kegiatan dari pemerintahan itu sendiri serta program-program kerja apa saja yang selama ini dibuat dan dirancang sedemikian rupa.

Program-program kerja yang telah dirancang serta dijalankan berdasarkan tujuh misi dari Kominfo yang di antaranya yakni; 1.) Mewujudkan keamanan nasional, 2.) Mewujudkan masyarakat maju, 3.) Mewujudkan politik luar negeri bebas aktif, 4.) Mewujudkan kualitas hidup manusia Indonesia yang sejahtera, 5.) Mewujudkan bangsa yang berdaya saing, 6.) Mewujudkan Indonesia menjadi negara maritim yang mandiri, maju, kuat, serta 7.) Mewujudkan masyarakat yang berkepribadian dalam kebudayaan, membuat kominfo sebagai suatu lembaga pemerintahan yang penting dan besar harus dapat bersinergi antara pimpinan maupun pegawai yang terdapat di dalamnya guna bekerjasama serta berkonsolidasi dalam mencapai tujuan besar tersebut. (<https://www.kominfo.go.id/visi-dan-misi>)

Hal ini yang turut mendorong mahasiswa selaku pelaksana program Kuliah Kerja Lapangan (KKL) untuk memilih melaksanakan kewajiban akademiknya di organisasi Kementerian Komunikasi dan Informatika atau Kominfo ini. Selain itu menarik dilihat, Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam melakukan pengelolaan *employee relations* secara baik dan dalam bentuk aktivitasnya. Kominfo sebagai salah satu lembaga pemerintahan yang memegang peran krusial dalam mewujudkan visi dan misi organisasinya

yang besar, ingin dilihat bagaimana mengelola pegawainya agar menjadi maksimal, tanggap, dan senantiasa prima dalam menjalankan masing-masing tugasnya sesuai dengan pembagian divisinya masing-masing.

Pengelolaan *employee relations* itu sendiri menjadi faktor yang sangat penting yang harus dijalankan serta dikelola secara baik oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Jakarta. Sumber Daya Manusia (SDM) suatu organisasi di Kementerian Komunikasi dan Informatika, menjadi aset yang sangat penting guna mencapai hal-hal di atas. Di dalam melanggengkan serta memuluskan program kerja tersebut oleh para pegawainya, dibutuhkan kualitas pegawai yang baik serta maksimal. Kualitas pegawai yang baik serta maksimal dalam menjalankan tugasnya akan terwujud ketika suasana kerja menjadi kondusif dan mendukung para pegawainya untuk mencapai hasil yang maksimal (Hasibuan, 2001:94).

Berdasarkan penjelasan di atas, suasana kerja kondusif akan menciptakan proses komunikasi yang baik antara atasan dengan pegawai, pegawai dengan pegawai. Oleh karena itu, mengingat Kementerian Komunikasi dan Informatika merupakan suatu lembaga pemerintahan yang memegang peran yang sangat penting dalam rangka menyukseskan program kerja serta mewujudkan tujuan dari Kementerian Komunikasi serta Informatika itu sendiri yakni “Menuju Masyarakat Informasi Indonesia.” (<https://www.kominfo.go.id/visi-dan-misi>)

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana pengelolaan *public relations* di Kementerian Komunikasi dan Informatika?

## **C. Tujuan Kuliah Kerja Lapangan (KKL)**

Untuk mengetahui pengelolaan *public relations* di Kementerian Komunikasi dan Informatika.

## **D. Manfaat Kuliah Kerja Lapangan**

### **1. Akademis**

Kuliah Kerja Lapangan (KKL) ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya dalam kawasan kajian *Public Relations* serta fungsi *Employee Relations* dalam institusi pemerintahan.

### **2. Praktis**

Kuliah Kerja Lapangan (KKL) ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi Kominfo berupa deskripsi pengelolaan *employee relations* di Kominfo.

## E. Kerangka Teori

### a. Definisi *Public Relations*

*Public Relations* banyak didefinisikan oleh para ahli secara berbeda. Perbedaan definisi ini dikarenakan kriteria yang digunakan para ahli sangat beragam :

Definisi *Public Relations* menurut *J.C Seidel* dalam buku *Dasar-Dasar Public relations* (Abdurachman 2001:24-2):

“PR adalah proses yang kontinyu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh *Goodwill* dan pengertian dari para langganannya, pegawainya dan publik umumnya ke dalam dengan mengadakan analisa dan perbaikan-perbaikan terhadap diri sendiri, keluar dengan mengadakan pernyataan-pernyataan” (Abdurachman, 2001:24-25)

Definisi Humas menurut *Rhenald kasali*, dalam buku *Manajemen Public Relations (1994:9)*:

“Prinsip-prinsip yang diajukan oleh Prof. Melvin Sharpe merupakan prinsip-prinsip hubungan manusia modern yang semakin hari semakin menuntut adanya kerjasama, keterbukaan, dan kejujuran. Prinsip ini berkembang sehubungan dengan perubahan nilai-nilai perusahaan ditengah-tengah masyarakat dan perubahan drastis dari

teknologi yang mewarnai seluruh kehidupan manusia” (Kasali,1994:4).

Definisi *Public Relations* menurut *Cutlip* dan *Center* dalam buku *Dasar-dasar Public Relations (2000:4)* :

“PR adalah fungsi manajemen yang menilai sikap-sikap publik menentukan kebijaksanaan dan prosedur-prosedur individu atau suatu organisasi dengan intern publik, dan melaksanakan program aksi untuk memperoleh pengertian alam penerimaan publik” (Cutlip, Center & Broom, 2000:4)

Definisi *Public Relations* menurut *Deny Griswold*, dalam buku *Your Public Relations (1984:241)* :

“Bahwa PR adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi publik, memperkenalkan berbagai kebijakan dan prosedur dari suatu individu atau organisasi berdasarkan kepentingan publik, dan membuat perencanaan, dan melaksanakan suatu program kerja dalam upaya mendapatkan pengertian dan pengakuan publik” (Griswold, 1984:241).

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *Public Relations* adalah :

1. Aktivitas yang bersifat terencana, berorientasi pada fungsi manajemen organisasi / lembaga tertentu.

2. Mempunyai sasaran dalam mencapai komunikasi yang bersifat dua arah, saling mengerti dan berkerjasama dengan publik dalam mencapai suatu kepuasan dan keuntungan bersama.
3. Serta dapat memahami hakikat komunikasi, hakikat manajemen, visi dan misi organisasi atau perusahaan dalam menentukan publik dengan karakteristik berdasarkan pengetahuan, keahlian dan kreatifitas.

#### **b. Tujuan *Public Relations***

Tujuan dari *public relations* adalah mewujudkan hubungan yang harmonis atau menciptakan opini publik yang baik, termasuk internal maupun eksternal. Adapun fungsi dari *Public Relations* menurut Bertrand R. Canfield dalam bukunya *Public Relations, Principles and Problems* (1968: 6) adalah sebagai berikut :

1. Mengabdikan kepada kepentingan umum

Jika tidak untuk kepentingan publik baik itu internal maupun eksternal, maka tidak mungkin akan tercipta suatu hubungan yang menyenangkan. Sebaliknya suatu badan/perusahaan akan dapat sukses apabila segala tindakannya adalah sebagai pengabdian kepada kepentingan umum.

2. Memelihara komunikasi yang baik

Seorang pimpinan yang melakukan kegiatan *Public Relations* akan berhasil di dalam kepemimpinannya, apabila ia

ikut bergaul dengan para karyawannya. Ia harus melakukan kegiatan komunikasi bukan saja dalam hubungan dinas tetapi juga di luar dinasnya. Misalnya dengan mengadakan pertandingan olahraga, kegiatan anjongsana dan lain-lain.

3. Menitik beratkan kepada moral dan tingkah laku yang baik

Seorang pemimpin yang baik dalam tingkah lakunya akan menitik beratkan kepada moralitas, ia juga akan mempunyai wibawa apabila tidak memiliki cacat moral dan catatan yang buruk dalam perjalanan karirnya. Ia harus menjadi teladan bagi bawahannya dalam organisasi.

**c. Fungsi *Public Relations***

Kegiatan sehari-hari *Public Relations* adalah melaksanakan komunikasi dua arah atau timbal balik antara perusahaan dengan pihak publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya suatu tujuan tertentu atau kebijakan demi kemajuan perusahaan dan citra positif bagi perusahaan. Dalam menghadapi permasalahan, *Public Relations* perusahaan tidak dibenarkan untuk menutupi masalah atau krisis yang sedang terjadi di perusahaan dengan cara mengelabui masyarakat. (Griswold, 1984:241).

*Public Relations* mempunyai tugas ganda, di satu pihak berupaya menjaga citra perusahaan dan di lain pihak ia harus berhadapan dengan berbagai situasi yang kurang menguntungkan seperti opini publik yang negatif, kontroversial hingga krisis. Di dalam mengatasi perubahan opini publik, para praktisi *Public Relations* perlu mengingat kembali salah satu upaya *Public Relations* yaitu melakukan proses transfer dari situasi negatif diupayakan menjadi situasi positif yang menguntungkan, khususnya merekayasa atau menggalang opini publik sesuai tujuan dari *Public Relations*, untuk memperoleh citra yang baik bagi perusahaannya (Ruslan, 2008: 18).

**d. Ruang Lingkup *Public Relations***

Di dalam aktivitasnya, *Public Relations* berusaha menyelenggarakan komunikasi timbal balik (two-way communication) antara perusahaan atau lembaga dengan pihak publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya suatu tujuan tertentu, kebijakan, kegiatan produksi barang atau pelayanan jasa dan sebagainya, demi kemajuan perusahaan atau citra positif bagi lembaga bersangkutan. Pada pelaksanaan kegiatan komunikasi pada prakteknya tidak terlepas dari hubungannya dengan publik di luar lembaga ataupun instansi.

Hal ini di karenakan bahwa kegiatan *Public Relations* tersebut bertujuan untuk memperoleh dan memelihara hubungan baik dengan publik.

**e. Sasaran dalam Kegiatan *Public Relations***

Setelah dalam pembahasan di atas mengenai ruang lingkup *public relations* yang dibagi menjadi dua bagian yakni *internal public relations* dengan *eksternal public relations*, disadari bahwa teknik komunikasi yang digunakan akan sangat tergantung dengan publik sarannya. Oleh karena itu sangat penting untuk memahami apakah publik sasaran tersebut termasuk internal atau eksternal. Publik sasaran dari kegiatan *Public Relations* terbagi menjadi dua yakni publik intern dan publik ekstern. (Effendy, 2004: 107).

**1) Hubungan dengan Publik Intern**

Publik internal sebagai sasaran *Public Relations* terdiri atas orang-orang yang bergiat di dalam organisasi (perusahaan, instansi, lembaga, badan) dan yang secara fungsional mempunyai tugas dan pekerjaan serta hak dan kewajiban tertentu. Tujuan dari hubungan dengan publik intern ialah untuk meningkatkan kegairahan bekerja para karyawan lembaga dan instansi yang bersangkutan. Di publik

intern ini yang menjadi khalayak ialah karyawan dan pemegang saham. (Widjaja, 1993: 71)

**f. Kaitan *Employee Relations* dengan *Public Relations***

Di dalam *public relations* sasaran kegiatan dalam suatu organisasi terbagi menjadi dua, yakni *Internal Public Relations* dan *Eksternal Public Relations*. Keterkaitan antara *Employee Relations* dengan *Public Relations* dapat dilihat dari fungsi pertama, yakni *Internal Public Relations*. *Internal Public Relations* ialah orang-orang yang berada atau tercakup oleh lembaga/instansi, seluruh pegawai mulai dari staf sampai karyawan bawahan. (Effendy, 2004: 107). Keterkaitan seorang *public relations* dalam mengelola *employee relations* terlihat pada fungsi *internal public relations* yang berfokus pada pengelolaan komunikasi antara karyawan dengan karyawan, serta manajemen dengan karyawan melalui program-program tertentu.

Bentuk komunikasi tersebut dibuat untuk menciptakan dan mewujudkan hubungan yang harmonis antara pimpinan organisasi dengan para karyawan. Ini dilakukan dengan upaya membina hubungan yang sudah baik dan upaya mencegah terjadinya hubungan yang retak dan ini dilaksanakan dengan komunikasi. Sehubungan dengan fungsi *Public Relations* seperti itu, maka diperlukan seorang *Public Relations* yang cekatan dan terampil.

Oleh karena itu, upaya *Public Relations* dalam melaksanakan *employee relations* itu bermaksud (Siswanto, 1992: 17)

- (1) Memupuk iklim harmonisasi lingkungan tempat karyawan bekerja di antara satu sama lain, mempertebal rasa diri masing-masing karyawan dengan perusahaannya menjadi satu corps yang bulat
- (2) Membina selalu untuk mengembangkan semangat kerja
- (3) Menonjolkan selalu aspek kemanusiaan yang merupakan faktor terpenting bagi luncarnya proses manajemen
- (4) Memupuk perasaan kejiwaan yang dapat menyatukan setiap karyawan dengan pekerjaan mereka sebagai sumber suatu pencaharian.

**g. Definisi *Employee Relations***

Adanya banyak definisi *employee relations*, salah satunya menurut Cutlip dan Center secara lengkap menyatakan *employee relations* atau publik internal adalah sekelompok orang bekerja (karyawan atau pegawai) di dalam suatu organisasi/ lembaga/ perusahaan. (Cutlip dan Center, 1982: 290).

Menurut Frank Jefkins dalam bukunya *Public Relations* (1992), bahwa publik internal atau *employee relations* tersebut sama pentingnya dengan hubungan masyarakat eksternal, karena kedua bentuk hubungan

masyarakat tersebut diumpamakan sebagai dua sisi mata uang yang mempunyai arti yang sama dan saling terkait erat satu sama lain.

Definisi *employee relations* menurut Neni Yulianita dalam buku *dasar-dasar public relations*:

“*Employee relations* yaitu kegiatan *public relations* untuk memelihara hubungan, khususnya antara manajemen dengan para karyawannya”.  
(Neni, 2005: 59)

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat demikian juga diartikan bahwa hubungan kepegawaian (*employee relations*) tersebut tidak dilihat dalam pengertian yang sempit, yaitu sama dengan hubungan industrial yang hanya menekankan pada unsur-unsur proses “produksi dan upah”, yang terkait dengan “lingkungan kerja”. Pengertiannya lebih dari itu, hubungan tersebut dipengaruhi oleh hubungan komunikasi internal antara karyawan dengan karyawan lainnya, atau hubungan antara karyawan dan manajemen perusahaan yang efektif.

#### **h. Pengelolaan *Employee Relations***

Seorang ahli humas yaitu, Archibald Williams, dalam karyanya yang berjudul “*Employee relations*” sebagaimana dikutip dalam buku Onong Uchjana Effendy, hubungan masyarakat suatu studi komunikologis, menyatakan *Employee relations* sebagai berikut:  
“*Employee relations* are a living and dynamic force and are built up

torn down in the day-by-day personal relationship established at the bench, machine, or office desk.” (hubungan dengan karyawan merupakan suatu kekuatan yang hidup dan dinamis, yang dibangun dan diruntuhkan dalam hubungan dengan perseorangan sehari-hari, terbina di belakang bangku kerja, mesin dan meja tulis). (Effendy, 2002: 107)

1. Publik Internal

Publik Internal meliputi :

- a. Hubungan dengan Karyawan (*Employee Relations*)

Menurut ahli *Public Relations* Archibald William (Effendy, 1992: 142), *Employee Relations* adalah suatu kekuatan yang hidup dan dinamis yang dibina dan diabadikan dalam hubungan dengan perorangan sehari-hari di belakang bangku kerja tukang kayu, di belakang mesin, dan di belakang meja tulis.

Menurut Archibold Williams, hal-hal yang harus dilakukan oleh *Public Relations* terhadap *employee relations* (Abdurrachman, 1982: 36) :

- 1) Individu:

- a. Menjelaskan tentang tujuan baik dan perhatian pimpinan terhadap pribadi individu itu sendiri.

b. Menghilangkan perasaan tertekan dan memberikan kesempatan berpendapat.

c. Menghilangkan hal-hal yang mengganggu pikiran karyawan

2) Lembaga / Instansi:

a) Mengatasi keluhan-keluhan sebelum menjadi gawat terhadap kelancaran kerja.

b) Mempererat hubungan atasan dengan bawahan.

c) Memperbaiki perpecahan-perpecahan yang ada secepat mungkin.

Media yang berguna dalam *employee relations* atau hubungan karyawan sebagai berikut (Bonar, 1982: 57-58):

a) Majalah perusahaan atau *house journal*

b) Pertemuan-pertemuan antara pimpinan dengan bawahan baik rapat informal maupun rapat kedinasan.

c) Mengadakan *gathering* antar manajemen dan karyawan setiap sebulan sekali untuk olahraga atau makan bersama.

### **i. Maksud dan Tujuan *Employee Relations***

Maksud dan tujuan dari kegiatan komunikasi secara internal yang dilaksanakan oleh *public relations* melalui program kerja *employee relations* (Ruslan, 2008: 258), antara lain sebagai berikut:

1. Sebagai sarana komunikasi internal secara timbal balik dipergunakan dalam suatu organisasi/ perusahaan.
2. Untuk menghilangkan kesalahpahaman atau hambatan komunikasi antara manajemen perusahaan dengan para karyawannya.
3. Sebagai sarana saluran atau alat komunikasi dalam upaya menjelaskan tentang kebijaksanaan, peraturan dan ketatakerjaan dalam sebuah organisasi/perusahaan.
4. Sebagai media komunikasi internal bagi pihak karyawan untuk menyampaikan keinginan-keinginan sumbang saran dan informasi serta laporan kepada pihak manajemen perusahaan (pimpinan).

Menurut Cultip dan Center dalam buku Rosadi Ruslan *manajemen Public relations dan media komunikasi*, pengertian “publik internal atau dikenal *Employee relations*, yaitu sekelompok orang bekerja (karyawan atau

pegawai) di dalam suatu organisasi atau lembaga perusahaan” (Ruslan, 2006: 273).

Karyawan atau pekerja adalah asset yang cukup penting dalam suatu perusahaan dan karyawan itu sendiri secara praktik banyak terkait erat dengan status atau kedudukan antara satu orang dengan yang lainnya mempunyai perbedaan-perbedaan yang cukup mencolok, misalnya dapat dilihat pada tingkat kemampuan, pengalaman, pendidikan, pangkat, gaji, usia, dan lain sebagainya.

Hubungan antara manajemen dan karyawan dalam suatu organisasi biasanya didasarkan pada suatu kontrak atau perjanjian kerja. Kontrak tersebut nantinya akan mengatur berbagai hal yang terkait dengan hak-hak dan kewajiban-kewajiban yang harus dilaksanakan. Hak-hak karyawan yang tercantum dalam kontrak antara lain adalah gaji, bonus, hak cuti, kenaikan gaji dan lain-lain. Berkaitan dengan tugas, hubungan antara manajemen dan karyawan umumnya merupakan hubungan formal yang professional dan birokratis. Terdapat beberapa peraturan atau berbagai macam birokrasi yang mengikat yang membatasi komunikasi sehingga menjadi kurang efektif dan luwes.

Menurut Effendy, (2002: 69-70) hal-hal yang perlu diperhatikan oleh para pemimpin perusahaan untuk mensejahterakan karyawannya dan

menciptakan kinerja dan motivasi yang baik untuk karyawan adalah sebagai berikut:

- a. Upah yang diberikan cukup dan layak
- b. Ingin mendapatkan perlakuan yang adil dan sama dalam hal kesempatan untuk berfikir dari perusahaan dan meraih prestasi kerja yang maksimal
- c. Iklim tempat bekerja yang kondusif dan penuh ketenangan serta mendapatkan penghargaan yang baik dari pimpinan
- d. Keinginan-keinginan atau perasaan yang mendapat saluran positif dan diakui untuk dihargai oleh perusahaan atau pimpinan.

Jadi publik internal dapat juga disebut hubungan masyarakat internal atau hubungan dengan kepegawaian, berarti sekelompok orang-orang yang sedang bekerja di suatu organisasi atau perusahaan yang jelas baik secara fungsional, organisasi maupun bidang teknis dan jenis pekerjaan yang dihadapinya (Ruslan, 2006: 275).

#### j. Bentuk Aktivitas *Employee Relations*

Bentuk aktivitas *Employee Relations* dalam suatu organisasi atau perusahaan dapat dilaksanakan dalam bentuk berbagai macam implementasi di organisasi (Ruslan, 2002: 259-260), antara lain:

##### 1. Program pendidikan dan pelatihan

Program pendidikan dan pelatihan dilaksanakan oleh perusahaan, dalam upaya meningkatkan kinerja dan keterampilan karyawan, dan kualitas maupun kuantitas pemberian jasa pelayanan dan lain sebagainya.

##### 2. Program motivasi kerja berprestasi

Program tersebut dikenal dengan istilah *Achievment motivation training* (AMT), dimana dalam pelatihan tersebut diharapkan dapat mempertemukan antara motivasi dan prestasi (etos) kerja serta disiplin karyawan dengan harapan-harapan atau keinginan dari pihak perusahaan dalam mencapai produktivitas yang tinggi.

##### 3. Program penghargaan

Program penghargaan yang dimaksudkan disini adalah upaya pihak perusahaan (pimpinan) memberikan suatu penghargaan kepada para karyawan, baik yang berprestasi kerja maupun cukup

lama masa pengabdian pekerjaan. Dalam hal ini, penghargaan yang diberikan itu akan menimbulkan loyalitas dan rasa memiliki (sense of belonging) yang tinggi terhadap perusahaan.

4. Program acara khusus (*special events*)

Program khusus yang sengaja dirancang di luar bidang pekerjaan sehari-hari, misalnya dalam rangka perayaan ulang tahun perusahaan, diadakan kegiatan keagamaan, olah raga, lomba dan hingga berpiknik bersama yang dihadiri oleh pimpinan dan semua para karyawannya. Kegiatan dan program tersebut dimaksudkan untuk menumbuhkan rasa keakraban bersama diantara sesama karyawan dan pimpinan.

5. Program media komunikasi internal

Membentuk media komunikasi internal melalui buletin, *news release* (majalah dinding) dan majalah perusahaan / PR yang berisikan pesan, informasi dan berita yang berkaitan dengan kegiatan antar karyawan atau perusahaan dan pimpinan.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM OBJEK KKL

#### A. Kelembagaan Kementerian

Penjelasan mengenai profil Kementerian Komunikasi dan Informatika, penulis terlebih dahulu memaparkan tentang pengertian dari Kementerian Komunikasi dan Informatika itu sendiri. Kementerian (nama resmi: Kementerian Negara) adalah lembaga Pemerintah Indonesia yang membidangi urusan tertentu dalam pemerintahan. Kementerian berkedudukan di Jakarta dan beradadi bawah dan bertanggung jawab kepada presiden. ([www.indonesia.go.id](http://www.indonesia.go.id))

Landasan hukum kementerian adalah Bab V Pasal 17 UUD 1945 yang menyebutkan bahwa:

- (1) Presiden dibantu oleh menteri-menteri negara.
- (2) Menteri-menteri itu diangkat dan diperhentikan oleh Presiden.
- (3) Setiap menteri membidangi urusan tertentu dalam pemerintahan.
- (4) Pembentukan, pengubahan, dan pembubaran kementerian negara diatur dalam undang-undang.

Lebih lanjut, kementerian diatur dan ditetapkan sesuai dengan Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2008 tentang Kementerian Negara dan Peraturan Presiden Nomor 47 Tahun 2009 tentang Pembentukan dan Kementerian Negara. ([http://www.kemlu.go.id/Produk Hukum/Perpres\\_Nomor\\_47\\_Tahun\\_2009.pdf](http://www.kemlu.go.id/Produk_Hukum/Perpres_Nomor_47_Tahun_2009.pdf))

## **B. Profil Organisasi**

### **1. Sejarah Kementerian Komunikasi dan Informatika**

Kementerian Komunikasi dan Informatika atau Kemkominfo sebagaimana kita tahu ialah lembaga Pemerintah Indonesia yang memiliki tugas menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang komunikasi dan informatika untuk membantu Presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara. Sejarah berdirinya Kementerian Komunikasi dan Informatika itu sendiri pada awal berdiri memiliki nama Departemen Penerangan. Pembentukan Departemen Penerangan ditandai dengan penetapan Mr. Amir Sjarifuddin sebagai Menteri Penerangan oleh PPKI pada tanggal 19 Agustus 1945. Saat Orde Lama dan Orde Baru, Departemen Penerangan banyak mengatur dan membina pers, media massa, televisi, film, radio, grafika, percetakan dan penerangan umum. Departemen Penerangan sendiri terdiri atas Direktorat Jenderal Penerangan Umum, Direktorat Jenderal Radio, Televisi, Film, Direktorat Jenderal Urusan Penyiaran dan Media Massa, Direktorat Jenderal Pembinaan Pers dan Grafika, serta memiliki instansi vertikal (Kantor Wilayah dan Kantor Dinas) sampai daerah dan memegang kendali TVRI, RRI, dan Kantor Berita Antara.

Ketika Reformasi meletus pada tahun 1998, salah satu tuntutan nya yaitu kebebasan pers, Presiden B.J. Habibie membuat UU no. 40 tahun 1999 mengenai Pers yang menghilangkan SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers) yang selama ini menjadi 'momok' perusahaan pers selama Orde Baru. UU ini juga memperkuat Dewan Pers yang tadinya diketuai langsung ex-officio oleh Menteri Penerangan menjadi lembaga yang murni independen dari pemerintah dan berfungsi menjaga independensi pers. Pada tahun ini juga UU no. 36 tahun 1999 mengenai Telekomunikasi yang menjadi dasar telekomunikasi dan internet Indonesia diundangkan dan dibentuk Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia (BRTI) yang masih menjadi wewenang Departemen Perhubungan saat itu.

Saat Abdurrahman Wahid menjadi Presiden RI pada tahun 1999, Departemen Penerangan dan Departemen Sosial dibubarkan. Di dalam penjelasan yang diberikan secara terbuka pada sidang paripurna DPR, pada pertengahan November 1999, Abdurrahman Wahid menegaskan bahwa pembubaran itu dilakukan semata-mata untuk efisiensi dan perampingan kabinet pemerintahan, sekaligus dalam rangka implementasi sepenuhnya UU No. 22/1999 tentang otonomi daerah.[2] Selain itu juga pada tahun tersebut, Lembaga Sensor Film yang tadinya dikelola oleh Departemen Penerangan dialihkan ke lingkungan Departemen Pendidikan, yang nantinya setahun kemudian dialihkan kembali ke Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata.

Abdurrahman Wahid pun membentuk Badan Informasi Komunikasi Nasional (BIKN) sebagai lembaga pengganti Departemen Penerangan (Keppres

153 tahun 1999), dengan Kepala BIKN setara Eselon 1a. Dengan ditetapkannya Keputusan Presiden tersebut, seluruh aset dan personil eks Dep. Penerangan Tingkat Pusat dialihkan kepada Badan Informasi dan Komunikasi Nasional; kecuali aset dan personil Direktorat Televisi, TVRI Stasiun Pusat Jakarta, Balai Pendidikan dan Pelatihan Televisi Jakarta, Direktorat Radio, Stasiun Radio Republik Indonesia Nasional Jakarta, Balai Pendidikan dan Pelatihan Radio Jakarta, Balai Elektronika dan Laboratorium Radio Jakarta, dan Maintenance Center Jakarta. Dalam rangka pelaksanaan Undang-undang No. 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah, eks instansi vertikal Dep. Penerangan termasuk seluruh aset dan personilnya dialihkan menjadi Perangkat/Dinas Daerah Propinsi, Kabupaten/Kota, kecuali TVRI Stasiun Daerah, TVRI Stasiun Produksi, TVRI Sektor dan Satuan Transmisi, Stasiun Radio RI Regional I dan II, Multimedia Training Center Yogyakarta, serta Maintenance Center Medan dan Ujung Pandang.

Pada masa kepemimpinan Presiden Megawati, dibentuk Kementerian Negara Komunikasi dan Informasi pada tahun 2001. Saat itu yang ditunjuk sebagai Menteri Negara adalah Syamsul Mu'arif. Selain itu juga dibentuklah Lembaga Informasi Nasional (LIN). LIN mempunyai tugas melaksanakan tugas pemerintahan dibidang pelayanan informasi nasional. Selain itu, saat itu wewenang Kominfo dalam hal konten penyiaran dialihkan ke lembaga independen baru bernama Komisi Penyiaran Indonesia yang didirikan melalui UU no. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran. Berdasarkan UU tersebut juga, status

TVRI serta RRI diubah menjadi Lembaga Penyiaran Publik yang bersifat independen, netral, tidak komersial dan melayani masyarakat. Kantor Berita Antara diubah juga menjadi Perusahaan Umum (Perum).

Ketika Presiden Susilo Bambang Yudhoyono menjabat pertama kali sebagai Presiden, ia menggabungkan Kementerian Negara Komunikasi dan Informasi, Lembaga Informasi Nasional, dan Direktorat Jenderal Pos dan Telekomunikasi yang berasal dari Departemen Perhubungan dan ditambahkannya direktorat jenderal baru yaitu Direktorat Jenderal Aplikasi Telematika. Lembaga Informasi Nasional dipecahnya menjadi dua yaitu Ditjen Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi dan Badan Informasi Publik. Hasil seluruh penggabungan ini bernama Departemen Komunikasi dan Informatika (Depkominfo). Pada tahun 2008 juga dibentuk mitra baru Kominfo yaitu Komisi Informasi yang dibentuk berdasarkan UU no. 14 tahun 2008 mengenai Keterbukaan Informasi Publik. Undang Undang baru untuk Internet yaitu UU no. 11 tahun 2008 mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik juga mewarnai Depkominfo tahun-tahun ini.

Pada tahun 2009 ketika Presiden Susilo Bambang Yudhoyono memimpin Kabinet Indonesia Bersatu II, Depkominfo diubah menjadi Kementerian Komunikasi dan Informatika, dengan dipecahnya Ditjen Pos dan Telekomunikasi menjadi Ditjen Penyelenggaraan Pos dan Informatika serta Ditjen Sumber Daya Perangkat Pos dan Informatika. Ditjen Aplikasi Telematika berubah nama menjadi Ditjen Aplikasi Informatika. Sedangkan Ditjen Sarana

Komunikasi dan Diseminasi Informasi dan Badan Informasi Publik dilebur kembali menjadi Direktorat Jenderal Informasi Komunikasi Publik. Secara singkat, Kementerian Komunikasi dan Informatika (sebelumnya bernama "Departemen Penerangan" (1945-1999), "Kementerian Negara Komunikasi dan Informasi" (2001-2005), dan Departemen Komunikasi dan Informatika (2005-2009), disingkat Depkominfo) adalah Departemen/kementerian dalam Pemerintah Indonesia yang membidangi urusan komunikasi dan informatika. Kementerian Kominfo dipimpin oleh seorang Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo) yang sejak tanggal 27 Oktober 2014 dijabat oleh Rudiantara.

## **2. Logo Kementerian Komunikasi dan Informatika**

Setiap organisasi maupun lembaga pada umumnya memiliki lambang atau logo yang menjadi simbol sebagai ciri khas dari lembaga yang bersangkutan. Logo merupakan identitas visual yang dimiliki oleh sebuah organisasi/lembaga dan sekaligus dapat mencerminkan karakter dari organisasi/lembaga tersebut. Logo juga merupakan suatu penanda khas bahwa suatu organisasi/lembaga memang benar ada dan mencerminkan tujuan dan harapan yang ingin dicapai.

Arti Visualisasi Logo Kementerian Komunikasi dan Informatika menurut **KEPMENKOMINFO No. 144/KEP/M.KOMINFO/4/2007** tentang Penetapan Logo Kementerian Komunikasi dan Informatika adalah sebagai berikut:

a. Bentuk dasar mengambil dari unsur-unsur sebagai berikut :

1) Secara menyeluruh bentuk logo ini terbentuk dari susunan tiga huruf C yang merupakan singkatan dari : *Communication, Content and Computer*, yang merupakan bidang utama tugas Kementerian Komunikasi dan Informatika.

2) Bentuk geometris yang membentuk tiga bidang yang secara optis bersumber dari satu titik pusat memutar menyebar/melebar, mengandung pengertian bahwa Kemkominfo mempunyai tugas untuk meningkatkan akses komunikasi dan pos yang berkualitas, merata dan terjangkau, juga menggambarkan unsur kegiatan penyiaran. Bentuk ini pun menyiratkan kesan 'berkembang', sesuai dengan visi Kemkominfo dalam peningkatan litbang dan industri. Bentuk inipun secara garis besar membentuk lingkaran, menyiratkan kemandirian.

3) Secara sepintas bentuk logo ini menyerupai sebuah kerang, terinspirasi oleh Nafiri, alat komunikasi tradisional yang sering dipakai oleh leluhur bangsa Indonesia untuk berkomunikasi.

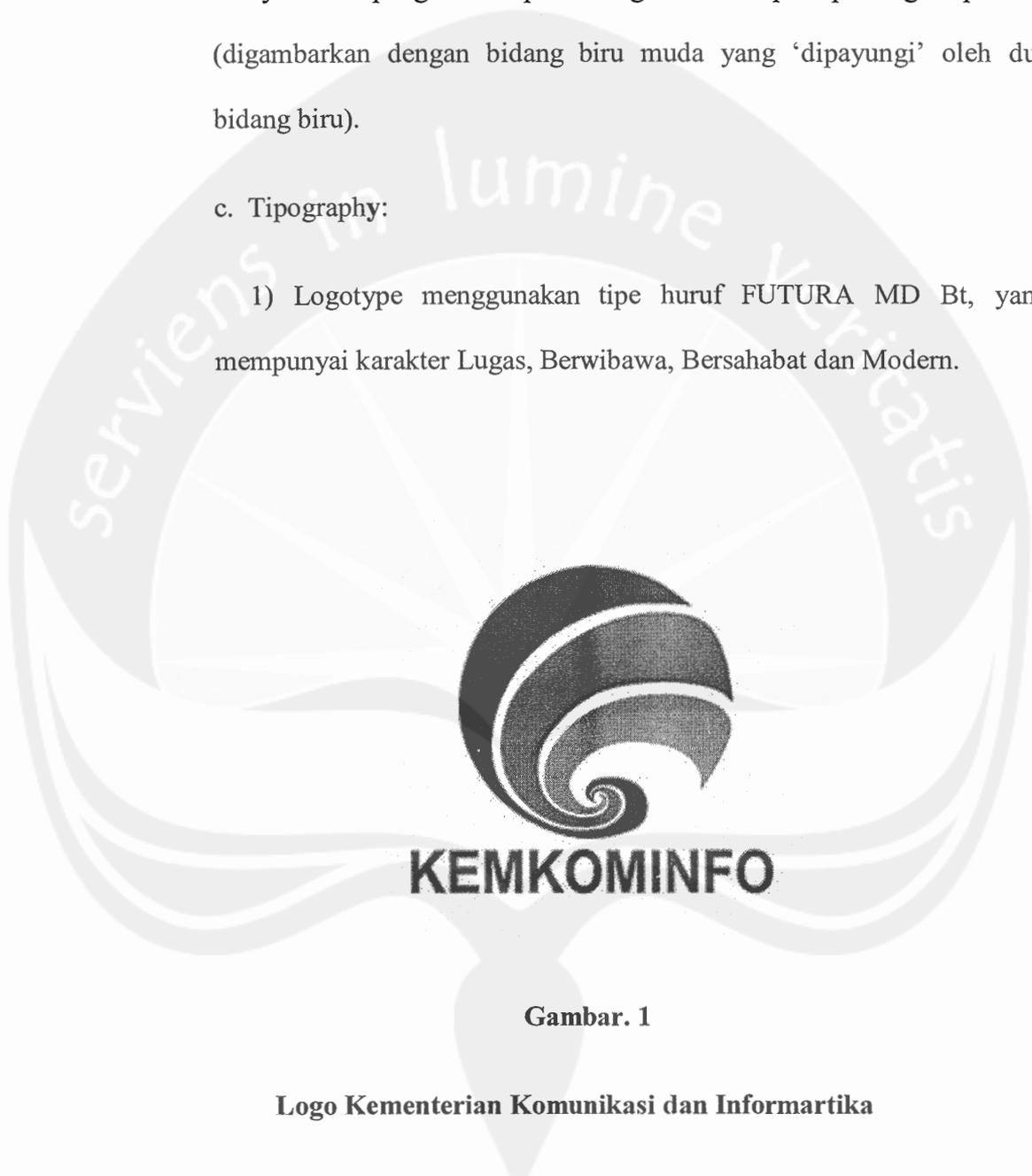
b. Warna:

1) Merupakan kombinasi warna biru, yang mempunyai karakter, Lugas, Kokoh, Teknologis, Dinamis, Optimis dan Profesionalisme.

2) Aksesoris warna biru muda, selain menambah kesan estetis, juga menyiratkan pengertian “perlindungan terhadap kepentingan publik” (digambarkan dengan bidang biru muda yang ‘dipayungi’ oleh dua bidang biru).

c. Tipografi:

1) Logotype menggunakan tipe huruf FUTURA MD Bt, yang mempunyai karakter Lugas, Berwibawa, Bersahabat dan Modern.



**Gambar. 1**

**Logo Kementerian Komunikasi dan Informatika**

**Sumber: Dokumen Kominfo**

### **3. Tugas dan Fungsi Kementerian Komunikasi dan Informatika**

#### **a. Tugas Kementerian Komunikasi dan Informatika**

Menurut Pasal 2 dan pasal 3 dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 54 Tahun 2015 Tentang Kementerian Komunikasi dan Informatika, Kementerian Komunikasi dan Informatika memiliki tugas menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang komunikasi dan informatika untuk membantu Presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara.

#### **b. Fungsi Kementerian Komunikasi dan Informatika**

Menurut Pasal 2 dan pasal 3 dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 54 Tahun 2015 Tentang Kementerian Komunikasi dan Informatika, Kementerian Komunikasi dan Informatika memiliki fungsi sebagai:

- 1) Perumusan dan penetapan kebijakan di bidang pengelolaan sumber daya dan perangkat pos dan informatika, penyelenggaraan pos dan informatika, penatakelolaan aplikasi informatika, pengelolaan informasi dan komunikasi publik.
- 2) Pelaksanaan kebijakan di bidang pengelolaan sumber daya dan perangkat pos dan informatika, penyelenggaraan pos dan informatika, penatakelolaan aplikasi informatika, pengelolaan informasi dan komunikasi publik.
- 3) Pelaksanaan bimbingan teknis dan supervisi atas pelaksanaan pengelolaan sumber daya dan perangkat pos dan informatika,

penyelenggaraan pos dan informatika, penatakelolaan aplikasi informatika, pengelolaan informasi dan komunikasi publik;

- 4) Pelaksanaan penelitian dan pengembangan sumber daya manusia di bidang komunikasi dan informatika.
- 5) Pelaksanaan dukungan yang bersifat substantif kepada seluruh unsur organisasi di lingkungan Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- 6) Pembinaan dan pemberian dukungan administrasi di lingkungan Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- 7) Pengelolaan barang milik/kekayaan negara yang menjadi tanggung jawab Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- 8) Pengawasan atas pelaksanaan tugas di lingkungan Kementerian Komunikasi dan Informatika

#### **4. Visi dan Misi Kementerian Komunikasi dan Informatika**

Visi dan Misi Kementerian Komunikasi dan Informatika mengacu pada Visi dan Misi Presiden Joko Widodo dan Wakil Presiden M. Jusuf Kalla.

##### **Visi**

Terwujudnya Indonesia yang Berdaulat, Mandiri dan Berkepribadian Berlandaskan Gotong Royong.

## Misi

- 1) Mewujudkan keamanan nasional yang mampu menjaga kedaulatan wilayah, menopang kemandirian ekonomi dengan mengamankan sumberdaya maritim, dan mencerminkan kepribadian Indonesia sebagai negara kepulauan.
- 2) Mewujudkan masyarakat maju, berkesimbangan dan demokratis berlandaskan negara hukum.
- 3) Mewujudkan politik luar negeri bebas aktif dan memperkuat jati diri sebagai negara maritim.
- 4) Mewujudkan kualitas hidup manusia Indonesia yang tinggi, maju dan sejahtera.
- 5) Mewujudkan bangsa yang berdaya saing.
- 6) Mewujudkan Indonesia menjadi negara maritim yang mandiri, maju, kuat dan berbasikan kepentingan nasional.
- 7) Mewujudkan masyarakat yang berkepribadian dalam kebudayaan.

### **5. Prioritas Pembangunan Komunikasi dan Informatika**

Di dalam Rencana Strategis Kementerian Komunikasi dan Informatika Tahun 2015— 2019, pembangunan bidang komunikasi dan informatika lima tahun ke depan diprioritaskan pada upaya:

- 1) mendukung pencapaian kedaulatan pangan
- 2) kecukupan energi
- 3) pengelolaan sumber daya maritim dan kelautan

- 4) pembangunan infrastruktur
- 5) percepatan pembangunan daerah perbatasan
- 6) peningkatan sektor pariwisata dan industri

Upaya di atas yang dilandaskan dalam prioritas pembangunan yang menjadi target dari Kementerian Komunikasi dan Informatika turut dilandaskan pada keunggulan sumber daya manusia dan kemampuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Sebagai leading sektor di bidang komunikasi dan informatika, Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam Renstra tahun 2015—2019 akan berfokus membangun sektor telekomunikasi, tata kelola internet, dan digitalisasi siaran televisi.

#### **6. Sasaran Strategis Pembangunan di Bidang Komunikasi dan Informatika**

- 1) Terwujudnya ketersediaan dan meningkatnya kualitas layanan komunikasi dan informatika untuk mendukung fokus pembangunan pemerintah sebagai wujud kehadiran negara dalam menyatakan kedaulatan dan pemerataan pembangunan
- 2) Tersedianya akses *broadband* nasional, internet dan penyiaran digital yang merata dan terjangkau untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, pendidikan, sosial, budaya, pertahanan, dan keamanan
- 3) Terselenggaranya tata kelola Komunikasi dan Informatika yang efisien, berdaya saing, dan aman

- 4) Terciptanya budaya pelayanan, revolusi mental, reformasi birokrasi dan tata kelola Kementerian Komunikasi dan Informatika yang berintegritas, bersih, efektif, dan efisien.

(Sumber : Renstra Kominfo 2014-2019)

## 7. Daftar Menteri Kementerian Komunikasi dan Informatika



Gambar. 2

### Daftar Menteri

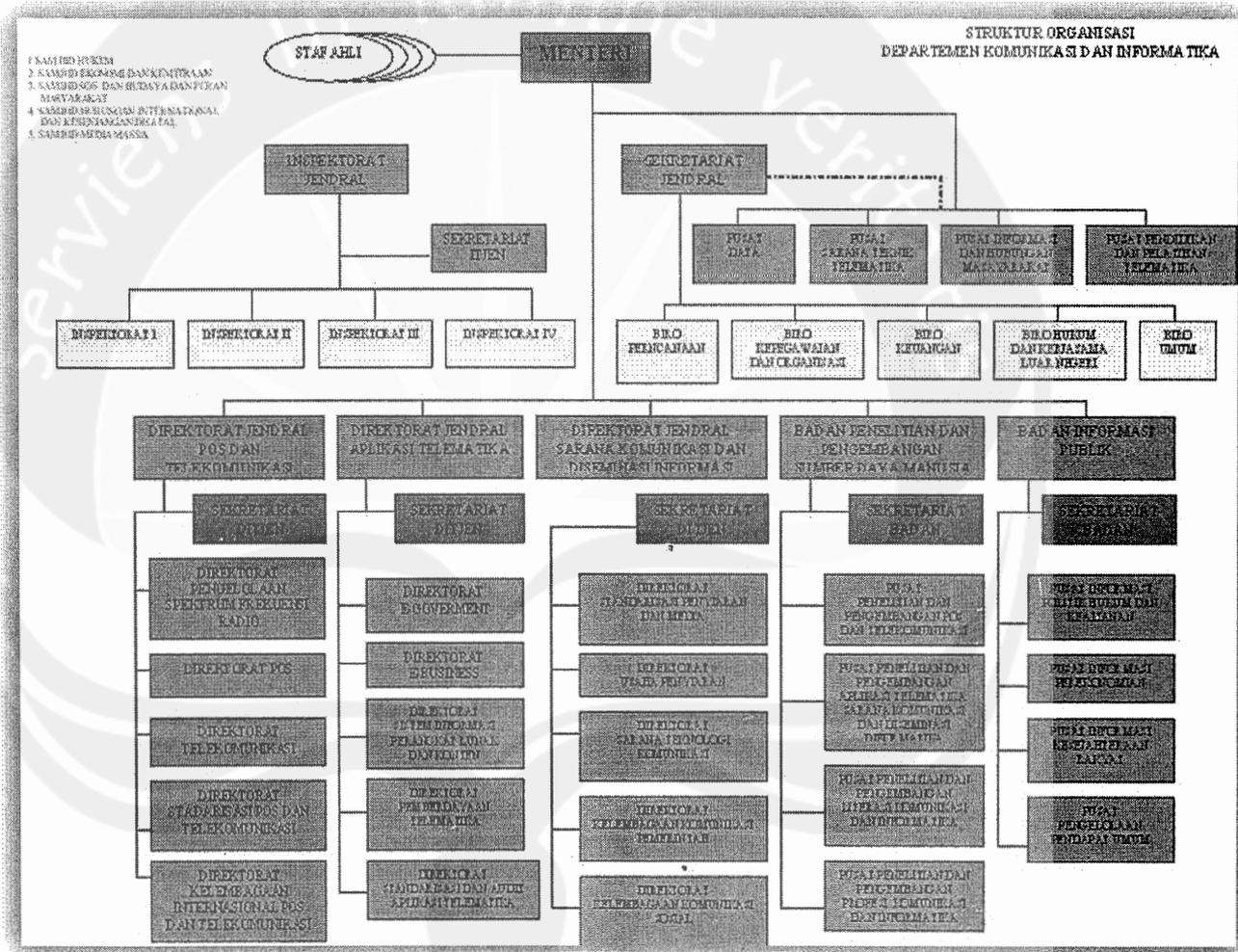
Sumber: [www.Kominfo.go.id](http://www.Kominfo.go.id)

Berikut adalah daftar tokoh Indonesia yang pernah menjabat sebagai Menteri Komunikasi dan Informatika mulai tahun 2001 sampai sekarang:

1. **H. Syamsul Mu'arif, B.A.** (Kabinet Gotong Royong, Masa Kerja: 9 Agustus 2001 s/d 20 Oktober 2004, Bernama Menteri Negara Komunikasi dan Informasi);
2. **Dr. Sofyan A. Djalil, SH, MA, MALD** (Kabinet Indonesia Bersatu, Masa Kerja: 21 Oktober 2004 s/d 9 Mei 2007);
3. **Prof. Dr. Ir. II. Mohammad Nuh, DEA** (Kabinet Indonesia Bersatu, Masa Kerja: 9 Mei 2007 s/d 22 Oktober 2009);
4. **Ir. H. Tifatul Sembiring** (Kabinet Indonesia Bersatu II, Masa Kerja : 22 Oktober 2009 s/d 30 September 2014);
5. **Rudiantara** (Kabinet Kerja, Masa Kerja: 27 Oktober 2014 s/d sekarang).

## 8. Struktur Organisasi Kementerian Komunikasi dan Informatika

Di dalam menjalankan tugasnya, Kementerian Komunikasi dan Informatika memiliki struktur organisasi sebagai berikut :



Gambar. 3

Struktur Organisasi Kominfo

Sumber: [www.Kominfo.go.id](http://www.Kominfo.go.id)

Di dalam struktur bagan di atas, organisasi Kominfo terdiri atas: a. Sekretariat Jenderal (Setjen); b. Direktorat Jenderal (Ditjen) Sumber Daya dan Perangkat Pos dan Informatika; c. Ditjen Penyelenggaraan Pos dan Informatika; d. Ditjen Aplikasi Informatika; e. Ditjen Informasi dan Komunikasi Publik; f. Inspektorat Jenderal.

Selain itu: f. Inspektorat Jenderal; g. Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia; h. Staf Ahli Bidang Hukum; i. Staf Ahli Bidang Sosial, Ekonomi, dan Budaya; j. Staf Ahli Bidang Komunikasi dan Media Massa; dan k. Staf Ahli Bidang Teknologi. Pada struktur sebelumnya struktur organisasi Kemenkominfo terdiri atas Setjen, 4 (empat) Ditjen, 4 (empat) Pusat; 1 (satu) Badan, Inspektorat Jenderal; dan 5 (lima) Staf Ahli.

## **9. Rencana Strategis Kementerian Komunikasi dan Informatika 2015-2019**

Rencana strategis (Renstra) Kementerian Komunikasi dan Informatika Tahun 2015—2019 disusun dengan berpedoman pada Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) Tahun 2005—2025 dan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) Tahun 2015—2019, yang merupakan penjabaran dari visi, misi, dan agenda (Nawacita) Presiden/Wakil Presiden, Joko Widodo dan M. Jusuf Kalla. Renstra Kementerian Komunikasi dan Informatika Tahun 2015—2019 adalah pedoman untuk arah pembangunan di bidang komunikasi dan informatika.

Pembangunan bidang komunikasi dan informatika lima tahun ke depan diprioritaskan pada upaya mendukung pencapaian kedaulatan pangan, kecukupan energi, pengelolaan sumber daya maritim dan kelautan, pembangunan infrastruktur, percepatan pembangunan daerah perbatasan, dan peningkatan sektor pariwisata dan industri, berlandaskan keunggulan sumber daya manusia dan kemampuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Sebagai leading sektor di bidang komunikasi dan informatika, Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam Renstra tahun 2015—2019 akan berfokus membangun sektor telekomunikasi, tata kelola internet, dan digitalisasi siaran televisi.

#### **10. Unit Kerja Kementerian Komunikasi dan Informatika**

Unit kerja yang terdapat dalam Kementerian Komunikasi dan Informatika terbagi menjadi tujuh unit, di antaranya :

- 1) Sekretariat Jenderal
- 2) Direktorat Jenderal Sumber Daya Perangkat Pos dan Informatika
- 3) Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Pos dan Informatika
- 4) Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika
- 5) Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik
- 6) Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia
- 7) Inspektorat Jenderal

Unit kerja yang saling bertautan ini dibagi dalam berbagai unit guna memaksimalkan kinerja dari Kementerian Komunikasi dan Informatika itu

sendiri. Selain itu tujuh unit yang bertugas memiliki tanggung jawab langsung terhadap Menteri.



## BAB III

### HASIL PELAKSANAAN DAN ANALISIS KKL

#### A. Deskripsi Hasil Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan

##### 1. Definisi *Public Relations* menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika

Berdasarkan hasil Kuliah Kerja Lapangan yang dilakukan di Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo), penulis mendapatkan pengertian dari *Public Relations* menurut sudut pandang Kominfo. Menurut Dimas Nugroho, Kementerian Komunikasi dan Informatika itu sendiri merupakan suatu institusi pemerintah yang berfungsi dan berperan sebagai humas dari Kementerian, Lembaga, maupun Departemen yang ada di Indonesia secara keseluruhan. Kemkominfo pun secara rutin dan berkala melakukan diseminasi terhadap khalayak mengenai aktivitas ataupun program kerja yang tengah dijalankan oleh pemerintah. Masih dengan narasumber yang sama, Dimas Nugroho yang sekaligus menjabat sebagai pejabat eselon IV di Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik atau Ditjen IKP menjelaskan bahwa secara umum pengertian *Public Relations* menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika yakni serangkaian kegiatan dan aktivitas yang dilakukan melingkupi diseminasi informasi, pengelolaan reputasi pemerintah, serta pendayagunaan aspirasi publik.

Selain itu, dalam mengelola *Public Relations*, Kementerian Komunikasi dan Informatika memiliki direktorat khusus yang menjalani fungsi dan peran tersebut yang bernama Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik atau Ditjen IKP. Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik itu sendiri membawahi berbagai macam turunan divisi yang apabila dilihat secara keseluruhan juga memiliki peran dalam mendongkrak kegiatan *Public Relations* itu sendiri, baik organisasi Kementerian Komunikasi dan Informatika secara internal maupun eksternal atau yang ditujukan kepada pihak luar. Jadi dapat disimpulkan bahwa tiap ranah kerja yang berhubungan dengan *Public Relations*, fungsi dan tugas-tugasnya dijalankan oleh Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik atau Ditjen IKP itu sendiri.

Seperti halnya pengertian *Public Relations* yang dikemukakan oleh Kasali (2000: 7) yakni fungsi manajemen yang melakukan evaluasi terhadap sikap-sikap publik, mengidentifikasi kebijakan-kebijakan dan prosedur seseorang/sebuah perusahaan terhadap publiknya, menyusun rencana serta menjalankan program-program komunikasi untuk memperoleh pemahaman dan penerimaan publik, Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik itu sendiri juga memiliki lima divisi yang tergabung dalam Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik sekaligus menjadi wakil dari Kementerian Komunikasi dan Informatika untuk menjalankan tugas sesuai dengan lingkup PR, di antaranya :

a. Direktorat Komunikasi Publik

Kementerian Komunikasi dan Informatika melalui Direktorat Komunikasi Publik, melakukan kegiatan diseminasi informasi terhadap publik dalam hal ini masyarakat Indonesia secara luas, guna menyampaikan kebijakan-kebijakan dari pihak pemerintah kepada masyarakat demi mewujudkan transparansi dan keterbukaan informasi publik secara luas dan menyeluruh. Proses diseminasi informasi ini dilakukan melalui berbagai medium seperti situs resmi kementerian, media cetak, media online seperti media sosial, laman *Facebook* resmi, media elektronik seperti televisi melalui stasiun televisi nasional maupun swasta, media luar ruang, serta infografis dan motiongrafis melalui media audiovisual.

b. Direktorat Pengelolaan Media Publik

Direktorat Pengelolaan Media Publik yang dibawah oleh Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik bertugas untuk mengelola persebaran informasi publik dalam rangka mendorong konten-konten yang telah disusun dengan basis edukasi dan informasi yang membangun. Direktorat Pengelolaan Media Publik juga berfungsi mengatur dan mengevaluasi konten-konten yang telah dibuat dan disebar di media publik agar dapat menjadi informasi yang lebih berbobot dan terbuka untuk ke depannya.

c. Direktorat Pengolahan dan Penyediaan Informasi

Direktorat Pengolahan dan Penyediaan Informasi dalam Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik bertugas menjalankan dan mengolah strategi komunikasi, promosi, serta publikasi kepada masyarakat terkait kampanye atau pun kebijakan yang digaungkan oleh pemerintah di berbagai tempat seluruh Indonesia dengan menggunakan medium yang dinilai tepat sasaran dan efektif.

d. Direktorat Kemitraan Komunikasi

Direktorat Kemitraan Komunikasi mendukung pengelolaan reputasi lembaga dengan menunjang pengelolaan komunikasi pemerintah. Sesuai dengan instruksi yang telah dikeluarkan Presiden secara resmi melalui Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 mengenai Pengelolaan Komunikasi Publik, Direktorat Kemitraan Komunikasi mengkoordinir setiap kementerian, lembaga, dan pemerintah daerah untuk bekerja sama dalam mengelola reputasi melalui kegiatan komunikasi yang strategis dan terintegrasi. Melalui penerapan Instruksi Presiden itu pula, peran Direktorat Kemitraan Komunikasi untuk secara konsisten menjalin kerjasama dengan Kementerian/Lembaga serta berkoordinasi dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika diseminasi informasi.

e. Direktorat Layanan Informasi Internasional

Direktorat Layanan Informasi Internasional menjalankan tugas untuk melakukan diseminasi informasi langsung kepada masyarakat Indonesia baik yang berada di luar negeri maupun masyarakat asing yang tinggal di dalam negeri. Tujuan dari dibentuk dan dijalankannya tugas dari Direktorat Layanan Informasi Internasional guna menjaga arus informasi maupun konten-konten yang berkenaan dengan kebijakan maupun informasi berhubungan dengan pemerintah untuk dapat disalurkan kepada masyarakat yang berada di luar wilayah kedaulatan Indonesia maupun warga negara asing yang tinggal di Indonesia.

2. Definisi karyawan menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika

Menurut Cecep Ahmed Feisal yang sekaligus menjabat sebagai Kepala Biro Kepegawaian dan Organisasi Kementerian Komunikasi dan Informatika menjelaskan bahwa karyawan tak ubahnya sebagai sebuah Mobil Pusat Layanan Internet atau biasa disebut Mobil Pintar Kominfo. Mobil Pintar Kominfo merupakan mobil yang berfungsi membantu akses penyebar luasan informasi dan koneksi jaringan internet yang disebar di berbagai daerah di Indonesia. Mobil ini dapat beroperasi apabila setiap komponen yang berada di dalamnya dapat bekerja dengan baik, diiringi dengan perawatan secara berkala dan pemaksimalan di setiap bagian Mobil Pintar tersebut. Apabila salah satu komponen tidak dapat bekerja dengan baik, maka keseluruhan dari Mobil Pintar

Kominfo tidak akan dapat beroperasi dengan baik dan tidak dapat berjalan sesuai dengan fungsi dan tujuannya.

Melihat penjelasan dari di atas, Kementerian Komunikasi dan Informatika melihat karyawan sebagai sebuah aset yang sangat penting bagi organisasi. Hal ini dapat disimpulkan karena apabila karyawan tidak memiliki kinerja yang maksimal sebagaimana mestinya, maka dapat dipastikan suatu organisasi tidak akan dapat berjalan dengan baik dan stagnan di tempat. Koordinasi antar lini serta komunikasi yang terbangun antar divisi menjadi sangat penting untuk menunjang kinerja dari Kementerian Komunikasi dan Informatika itu sendiri. Koordinasi antar lini dan divisi ini hanya akan dapat terjalin baik apabila karyawan di dalamnya bekerja sesuai dengan fungsi dan tujuannya secara baik serta dapat bersinergi menjadi suatu kesatuan dalam sebuah organisasi yang memiliki tujuan yang sama.

Kementerian Komunikasi dan Informatika sendiri melakukan pembukaan pendaftaran seleksi Calon Pegawai Negeri Sipil (CPNS) secara rutin dan dalam interval waktu tertentu. Pihak Kementerian hanya membuka pendaftaran apabila dirasa dibutuhkan pegawai yang mumpuni sesuai dengan bidangnya masing-masing. Apabila seleksi masuk CPNS tengah berlangsung, Kementerian Komunikasi dan Informatika memberikan seluas-luasnya kesempatan kepada para pelamar yang dirasa memiliki potensi untuk dapat berkontribusi dalam Kementerian sesuai dengan bidang yang digelutinya. Tahap seleksi pun dibagi menjadi tiga bagian. Tahap tersebut yakni tahap proses seleksi administratif,

tahap proses seleksi tertulis, dan tahap proses seleksi wawancara. Khusus untuk tahap proses seleksi pertama, para calon pelamar memiliki syarat yakni memiliki Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) untuk lulusan Perguruan Tinggi Negeri (PTN) sebesar 3,0 dan untuk Perguruan Tinggi Swasta (PTS) memiliki IPK sebesar 3,5. Setelah para peserta seleksi lolos dalam ketiga tahap tersebut maka akan ditempatkan sesuai dengan divisi yang telah dipilih sebelumnya sesuai dengan keahliannya masing-masing.

Selain itu, melalui divisi biro kepegawaian dan organisasi dan sehubungan dengan penerapan penilaian prestasi kerja pegawai negeri sipil dalam rangka mengimplementasi amanat Peraturan Presiden Nomor 46 Tahun 2011 tentang Penilaian Prestasi Kerja Pegawai Negeri Sipil, Kementerian Komunikasi dan Informatika mewajibkan secara rutim melaksanakan penilaian prestasi kerja pegawai negeri sipil guna menunjang kinerja dari para Pegawai Negeri Sipil (PNS) untuk kepentingan dan kemajuan organisasi Kementerian secara keseluruhan.

### 3. Definisi *Employee Relations* menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika

Sebagaimana yang penulis telah paparkan di atas mengenai definisi serta pentingnya karyawan atau pegawai yang bekerja dan berpartisipasi di Kementerian Komunikasi dan Informatika, dalam bagian ini akan dijelaskan secara lebih mendalam mengenai *employee relations* menurut sudut pandang dari Kementerian Komunikasi dan Informatika serta divisi yang secara

khusus mengelola bagian ini. Pada bagian profil organisasi Kementerian Komunikasi dan Informatika dijelaskan salah satu struktur keorganisasian Kementerian Komunikasi dan Informatika yakni Sekretariat Jenderal yang di dalamnya terdapat divisi yang secara khusus mengurus dan menangani hal-hal yang berhubungan dengan karyawan. Divisi tersebut ialah Biro Kepegawaian dan organisasi. Divisi ini secara garis besar mengurus kepentingan karyawan dalam Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam hal ini ialah Pegawai Negeri Sipil (PNS) sesuai dengan amanat Peraturan Presiden Nomor 46 Tahun 2011 tentang Penilaian Prestasi Kerja Pegawai Negeri Sipil.

Kementerian Komunikasi dan Informatika melalui divisi Biro Kepegawaian dan Organisasi mewajibkan secara rutin melaksanakan penilaian prestasi kerja pegawai negeri sipil guna menunjang kinerja dari para Pegawai Negeri Sipil (PNS) untuk kepentingan dan kemajuan organisasi Kementerian secara keseluruhan. Selain itu, tugas pokok dari divisi ini yakni melaksanakan koordinasi, pembinaan, perencanaan, pengembangan dan pelaksanaan sistem manajemen sumber daya manusia dan pengelolaan administrasi kepegawaian, serta penataan organisasi dan ketatalaksanaan di lingkungan Kementerian Komunikasi dan Informatika. Biro Kepegawaian dan Organisasi memiliki visi yakni Terwujudnya Sumber Daya Manusia (SDM) Kementerian Komunikasi dan Informatika yang

profesional dan produktif serta organisasi yang efektif dalam penyelenggaraan Komunikasi dan Informatika.

Adapula misi yang diemban oleh Biro Kepegawaian dan Organisasi yakni

- 1) Meningkatkan efektifitas dan efisiensi perencanaan kebutuhan pegawai.
- 2) Meningkatkan kualitas pembinaan Pegawai
- 3) Mewujudkan pelayanan administrasi kepegawaian yang tepat, cepat dan akurat
- 4) Mewujudkan organisasi dan tata laksana yang tepat fungsi dan tepat ukuran.

Di dalam melaksanakan tugasnya, Biro Kepegawaian dan Organisasi memiliki dan menyelenggarakan fungsi yang di antaranya:

- 1) penyusunan rencana dan program, serta evaluasi dan pelaporan biro;
- 2) penyiapan koordinasi, penyusunan rencana formasi pegawai dan pengadaan pegawai;
- 3) penyiapan peraturan perundang-undangan di bidang kepegawaian dan penyelesaian masalah-masalah kepegawaian;
- 4) penyiapan koordinasi dan pelaksanaan analisis jabatan, analisis kebutuhan pendidikan dan pelatihan, penyusunan pola pengembangan karier, dan penilaian jabatan;
- 5) pelaksanaan urusan administrasi pengangkatan, kepangkatan, dan pemindahan dalam jabatan struktural dan fungsional;

- 6) pelaksanaan urusan administrasi penyiapan koordinasi pembinaan dan angka kredit jabatan fungsional;
- 7) pelaksanaan urusan administrasi pemberhentian dan pemensiunan pegawai;
- 8) pengembangan, pemeliharaan basis data kepegawaian, penataan kearsipan, dan tata naskah dokumen pegawai;
- 9) analisis, evaluasi, penataan organisasi, dan tata laksana kementerian;
- 10) penyusunan pola pembinaan dan pengembangan karier pegawai; dan
- 11) pelaksanaan urusan tata usaha dan rumah tangga biro.

#### 4. Penerapan *Employee Relations* di Kominfo

Beberapa definisi menurut tokoh ahli sering kita temui, salah satunya menurut Cutlip, et al (2007, hal 6) mendefinisikan *Public relations* sebagai fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. Ada kata kunci dari definisi tersebut yaitu “fungsi manajemen” seorang PR haruslah mempunyai langkah-langkah perencanaan, pengoordinasian, pengorganisasian dan pengarahan agar tercipta suatu hubungan yang baik antara satu dengan yang lain. Hal ini juga sejalan dengan yang dilakukan oleh staf Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik terutama dalam divisi yang peserta tempati yakni divisi *Government Public Relations (GPR)* dalam melakukan dan menerapkan fungsi manajemen tersebut ke dalam berbagai aktivitas di

setiap divisi kerja yang ada di Kementerian Komunikasi dan informatika. *Output* yang dihasilkan dari penerapan manajemen yang baik dalam divisi ialah terciptanya koordinasi yang seimbang dan saling mengisi antar bagian dan hasil yang dituju dapat terpenuhi dengan baik dan maksimal.

Berdasarkan tujuh unit kerja terdiri dari 1 sekretariat jenderal dan 6 direktorat jenderal yang berada di Kementerian Komunikasi dan Informatika serta divisi GPR, masing-masing mempunyai tanggung jawab dan tugas pokok yang berbeda satu dengan lain, namun kordinasi antar lini serta kinerja antar bagian tersebut dapat saling berhubungan dan saling mengisi satu sama lain. Tidak terlihat ketimpangan dan kegamangan divisi tersebut dalam bekerja dan menjalankan fungsi dan perannya secara baik. Divisi GPR juga mempunyai karyawan khusus yang menjabat sebagai humas Kemkominfo sekaligus pemerintah secara keseluruhan. Kembali dari pada itu semua, fungsi, peran serta tugas sebagai humas senyatanya 7 unit kerja yang melaksanakan. Menurut penulis hal ini bisa dikatakan efisien dan baik mengingat fungsi dan peran humas dapat tetap berjalan dengan sebagaimana mestinya.

Ketika fungsi manajemen tersebut dilaksanakan dengan baik, satu divisi dengan divisi lainnya akan bersama-sama berjalan dengan lancar. Di dalam penerapan di dalam organisasi, struktur organisasi yang dimulai dari Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik hingga ke bawah termasuk divisi GPR memiliki pola yang strategis. Divisi GPR juga dapat

mengutarakan atau memberikan pendapat kepada jajaran pimpinan melalui rapat yang diadakan setiap hari Senin secara bersama-sama. Arus komunikasi yang dijalankan bias secara horisontal maupun vertikal, tergantung pada situasi dan kondisi saat itu.

*Government Public Relations* (GPR) merupakan program prioritas untuk memastikan masyarakat mengetahui apa yang dilakukan pemerintah dan berpartisipasi dalam pembangunan. Implementasi GPR dilaksanakan sesuai dengan Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik. Basis kerja *Government Public Relations* adalah pengelolaan informasi dan komunikasi yang berkelanjutan untuk memperoleh pemahaman dan dukungan publik terhadap Program dan Kebijakan Pemerintah.

Rencana strategis (Renstra) Kementerian Komunikasi dan Informatika Tahun 2015—2019 disusun dengan berpedoman pada Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) Tahun 2005—2025 dan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) Tahun 2015—2019, yang merupakan penjabaran dari visi, misi, dan agenda (Nawacita) Presiden/Wakil Presiden, Joko Widodo dan M. Jusuf Kalla. Renstra Kementerian Komunikasi dan Informatika Tahun 2015—2019 adalah pedoman untuk arah pembangunan di bidang komunikasi dan informatika.

Pembangunan bidang komunikasi dan informatika lima tahun ke depan diprioritaskan pada upaya mendukung pencapaian kedaulatan pangan, kecukupan energi, pengelolaan sumber daya maritim dan kelautan, pembangunan infrastruktur, percepatan pembangunan daerah perbatasan, dan peningkatan sektor pariwisata dan industri, berlandaskan keunggulan sumber daya manusia dan kemampuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Sebagai leading sector di bidang komunikasi dan informatika, Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam Renstra tahun 2015—2019 akan berfokus membangun sektor telekomunikasi, tata kelola internet, dan digitalisasi siaran televisi.

Divisi *Government Public Relations* secara rutin dan berkala senantiasa memberikan informasi berupa infografis maupun videografis/monografis kepada khalayak secara luas agar masyarakat menjadi paham dan terbuka mengenai kinerja-kinerja pemerintah, kejadian maupun peristiwa terkini, serta menjadi jembatan informasi yang kredibel guna mengedukasi masyarakat perihal kebijakan yang dibuat oleh pemerintah.

Hal ini juga sejalan dengan konsep PR dari Elvinaro & Soemirat (2003, hal. 87) yang mengatakan bahwa PR adalah untuk membentuk dan membina hubungan baik, dengan terciptanya hubungan yang baik guna menciptakan kinerja dan kualitas kerja yang baik serta mencapai keuntungan bagi institusi. Berdasarkan pernyataan tersebut sangat jelas bahwa antara praktik dan teori sudah sangat sejalan. Menurut Khasali (2005, hal. 81) aktivitas PR

dibedakan menjadi dua yaitu internal dan eksternal. Tugas PR dibagian internal yaitu hubungan karyawan (*employee relations*) yang bertugas *handle* semua yang berkaitan dengan aktivitas karyawan dan hubungan pemegang saham (*investor relations*). Selain itu PR yang bertugas dibagian eksternal muncul adanya empat macam relasi yaitu hubungan dengan pelanggan (*customer relations*), hubungan dengan media (*media relations*), hubungan dengan komunitas masyarakat sekitar (*community relations*) dan yang terakhir adalah hubungan dengan pemerintah yang berkuasa (*government relations*).

Berdasarkan konsep-konsep *Public Relations* yang dikemukakan oleh beberapa ahli di atas, Kemkominfo melalui salah satu unit kerjanya yakni Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik juga bersama-sama menjalankan aktivitas *media relations*, *employee relations*, *government relations*, *community relations*. Namun ada dua aktivitas yang tidak secara fokus dijalankan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika yaitu *customer relations* dan *investor relations*. Hal ini dikarenakan Kementerian Komunikasi dan Informatika merupakan lembaga yang bergerak di bidang pemerintahan dan bekerja sesuai dengan arahan pemerintah dan ditujukan untuk kepentingan masyarakat seluas-luasnya.

## 5. Bentuk Aktivitas *Employee Relations* Kementerian Komunikasi dan Informatika

Aktivitas *employee relations* di Kementerian Komunikasi dan Informatika, dikelola secara khusus oleh Biro Kepegawaian dan Organisasi. Secara garis besar, divisi inilah yang paling berperan aktif dalam pengelolaan serta pelaksanaan aktivitas *employee relations*. Berikut ialah aktivitas-aktivitas *employee relations* yang dikelola dan dilaksanakan di Kementerian Komunikasi dan Informatika :

### 1) Senam Pagi

Kegiatan senam pagi yang dilakukan dan diikuti oleh setiap pegawai Kementerian Komunikasi dan Informatika tanpa terkecuali. Kegiatan senam pagi ini dilaksanakan dengan berlokasi di lapangan utama Kementerian dan dimulai setiap jam 08.00 WIB. Aktivitas yang dilaksanakan setiap hari Jumat pagi ini memiliki tujuan agar tiap-tiap pegawai dan staf dari Kementerian Komunikasi dan Informatika tanpa terkecuali dapat bertemu dan bersilaturahmi secara langsung dalam suasana yang santai dan juga menyenangkan. Hal ini juga bertujuan agar interaksi dan komunikasi dapat terjalin dengan baik tanpa memandang struktur jabatan dan masing-masing divisi. Selain itu, tujuan diadakannya kegiatan senam pagi setiap hari Jumat ini juga bertujuan agar para pegawai dan staf di Kemkominfo dibiasakan dengan pola hidup sehat dan memiliki jiwa dan fisik yang buger dengan pikiran dan sikap mental yang positif.



**Gambar 4.**

**Kegiatan senam pagi pegawai Kemkominfo**

**Sumber: Dokumen Pribadi**

## 2) Rapat Rutin

Program rapat rutin antar pegawai dalam setiap divisi bertujuan agar terciptanya koordinasi dan kerjasama antar pegawai dan divisi yang baik dan bersinergi satu sama lain. Selain itu, di samping tujuan program rapat dalam menentukan keputusan yang berkaitan dengan program kerja, tujuan diadakannya rapat rutin bermaksud agar semua karyawan dapat bertemu secara langsung dan memberikan pendapatnya untuk disaring menjadi

keputusan bulat. Program ini juga menjadi hal yang sering dilakukan oleh Kementerian untuk mendekatkan diri antara atasan dengan bawahan, Jadi program ini meskipun terlihat sangat umum dan lumrah untuk dilakukan, namun menjadi aspek yang sangat penting jika program ini dapat dilakukan secara konsisten dan dapat menyatukan semua organisasi karyawan di semua tingkat dalam satu meja dan keputusan.

### 3) *Family Gathering*

Secara garis besar program ini merupakan program yang dapat dikatakan paling banyak melibatkan unsur keterlibatan dari para pegawai dan staf di Kementerian Komunikasi dan Informatika. Hal ini dikarenakan setiap pegawai dan staf dapat mengajak anggota keluarga inti mereka dalam acara sederhana yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika. Hal ini bertujuan agar tiap pegawai dan staf dari masing-masing divisi di Kementerian Komunikasi dan Informatika dapat saling bersilaturahmi dan menciptakan hubungan yang harmonis dan interaksi yang baik antar pegawai. Selain itu aktivitas ini dilajukan agar terciptanya suasana yang nyaman antar pegawai dan Kementerian dan rasa saling memiliki antar keduanya semakin erat dan mengikat.

### 4) Kegiatan Bimbingan Teknis Pegawai

Kegiatan bimbingan teknis pegawai yang dimaksudkan di sini adalah pada pertimbangan dalam mengukur tingkat kinerja dari para pegawai dan

staf di Kementerian Komunikasi dan Informatika. Standar penilaian prestasi kerja pegawai didasarkan pada 2 (dua) unsur, yaitu SKP (Sasaran Kerja PNS) dan perilaku kerja dengan bobot penilaian 60% dan 40%. Di dalam hal ini, setiap PNS wajib menyusun SKP, dan apabila tidak dapat memenuhi target sesuai dengan SKP yang telah disusun dan ditetapkan dapat dikenakan hukuman disiplin. Terkait dengan pelaksanaan peraturan tersebut, Biro Kepegawaian dan Organisasi melaksanakan kegiatan bimbingan teknis sebagai upaya meningkatkan kinerja dan pemahaman pejabat pengelola kepegawaian khususnya dalam penyusunan Sasaran Kerja PNS, yang selanjutnya diharapkan dapat meneruskan pemahamannya terhadap pegawai di satuan kerja masing-masing. Seperti yang telah dijelaskan di atas, program yang diselenggarakan oleh Biro Kepegawaian dan Organisasi ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan pemahaman dari setiap masing-masing divisi dan dijalankan secara bersama-sama.

#### 5) Program Acara Khusus (*Special Events*)

Aktivitas *employee relations* yang dilaksanakan di Kementerian Komunikasi dan Informatika terdapat di dalamnya kegiatan rapat program kerja dan kegiatan perayaan bersama pegawai. Khusus untuk kegiatan perayaan bersama pegawai bersifat insidental, dalam arti kegiatan ini berhubungan dengan ulang tahun pegawai dan *event-event* tertentu yang sifatnya tidak direncanakan. Secara umum kegiatan ini memang khusus ditujukan kepada pegawai Kemenkominfo di satuan kerja Pusat Informasi

dan Humas, namun dilaksanakannya kegiatan ini tetap memiliki tujuan untuk mempererat hubungan dan interaksi antara karyawan.

Kegiatan rapat program kerja ini sendiri merupakan kegiatan yang meskipun sedari awal dirancang untuk membahas tentang pekerjaan, namun di dalam kegiatan ini juga terdapat kegiatan yang dapat menjadi sarana membina hubungan yang harmonis antar pegawai. Melalui kegiatan ini, hubungan antar pegawai dengan pegawai serta pegawai dengan atasan diharapkan dapat berjalan dua arah dan harmonis. Bentuk kegiatan yang dilaksanakan adalah berupa jalan-jalan rekreasi dan piknik ke beberapa tempat wisata, Aktivitas ini sekaligus dapat menjadi bentuk *gathering* baik antar pegawai dengan atasan dalam suatu ruang lingkup yang santai dan cair. Mengingat kegiatan ini hanya secara khusus dilakukan oleh pegawai di Pusat Informasi dan Humas Kemenkominfo, maka Kementerian Komunikasi dan Informatika secara khusus tidak menyediakan dana untuk kegiatan ini oleh karena itu kegiatan yang dijelaskan di atas dikategorikan dalam bentuk kegiatan rapat program kerja.

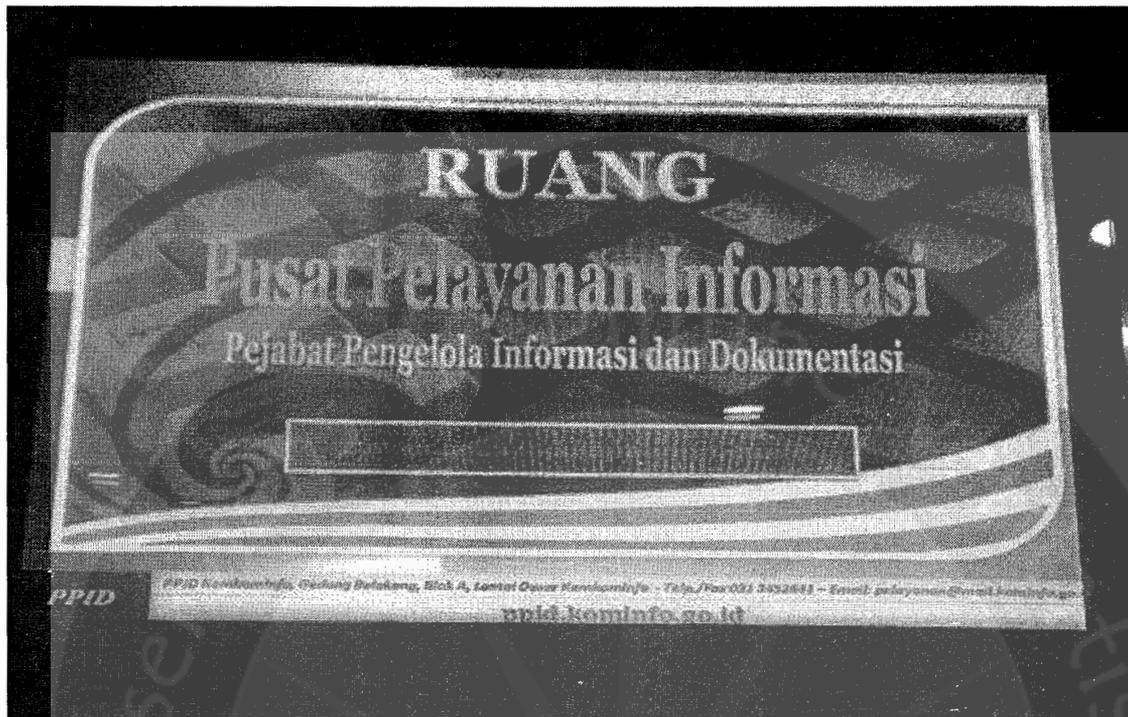
#### 6) Program Media Komunikasi Internal

Program media komunikasi internal merupakan bentuk kegiatan atau aktivitas *employee relations* yang dilakukan dalam ruang lingkup internal organisasi Kominfo guna mendiseminasi informasi antar pegawai di setiap divisi dalam organisasi Kementerian. Program media komunikasi internal ini

secara garis besar membentuk media komunikasi di antaranya buletin, *news release* (majalah dinding), dan majalah atau koran organisasi Kementerian yang berisi pesan, informasi dan berita yang berkaitan dengan kegiatan antar pegawai maupun kebijakan yang telah ditetapkan untuk keseluruhan organisasi kementerian Komunikasi dan Informatika. Media yang digunakan dalam program media komunikasi internal ini berupa TV Plasma, majalah Konvergensi, buku *media monitoring*, serta radio internal Kementerian Komunikasi dan Informatika.

a. TV Plasma

Media komunikasi elektronik yang digunakan untuk dapat melakukan proses diseminasi informasi secara baik dan tersalurkan pada setiap pegawai dan staf di Kementerian Komunikasi dan Informatika. Media ini termasuk dalam media audio-visual yang menampilkan infografis maupun videografis yang berisi tentang informasi yang berisi tentang informasi, kegiatan, serta kebijakan yang telah ditetapkan. Media dengan menggunakan TV Plasma ditempatkan di setiap lantai di berbagai tempat strategis, salah satunya ialah persis di depan pintu masuk lantai satu. Manfaat dari penggunaan media TV Plasma ini ialah untuk memudahkan tiap pegawai Kementerian Komunikasi dan Informatika untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dengan segera dan seefektif mungkin.



**Gambar. 5**

**TV Plasma**

**Sumber: Dokumen Pribadi**

**b. Majalah Konvergensi**

Majalah Konvergensi merupakan majalah internal institusi yang dibuat oleh humas dan didistribusikan secara internal yang berisikan tentang informasi, kebijakan, dan kegiatan yang berlangsung di Kementerian Komunikasi dan Informatika. Majalah ini menjadi salah satu media informasi bagi pegawai meskipun masih dirasa tidak

semaksimal media informasi lain seperti TV Plasma karena masih banyaknya pegawai yang memiliki minat baca yang kurang tinggi.



**Gambar. 6**

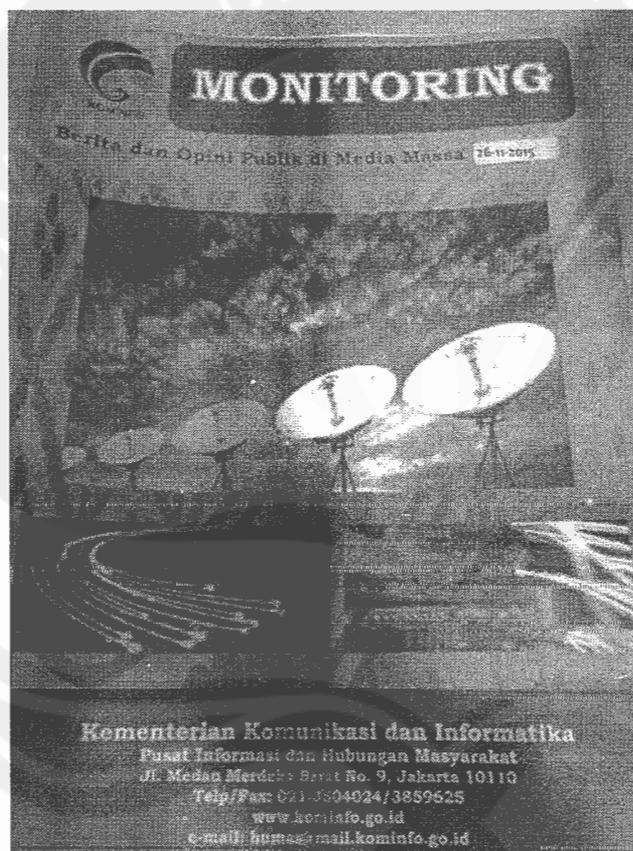
**Majalah Konvergensi**

**Sumber: Dokumen Pribadi**

*c. Buku Media Monitoring*

Buku *media monitoring* merupakan salah satu media internal humas Kementerian Komunikasi dan Informatika untuk mendiseminasikan berita-berita yang beredar di media tentang berbagai

hal yang memiliki keterkaitan dengan Kemenkominfo baik kegiatan serta kebijakan kepada publik internal termasuk pegawai dan staf yang ada di Kementerian Komunikasi dan Informatika. Buku *media monitoring* ini disebarakan baik secara cetak maupun *softcopy* melalui intranet “Portal Kominfo”.



**Gambar. 7**

**Buku Media Monitoring**

**Sumber: Dokumen Pribadi**

d. Radio Internal Kemkominfo

Media radio internal Kemkominfo menjadi media saluran komunikasi yang cukup interaktif, informasi-informasi yang disebarkan dan disampaikan oleh media ini juga sangat beragam dan sifatnya bias *real-time* sehingga dapat berguna bagi para pegawai Kemkominfo dalam proses mendapatkan informasi. Media ini juga dapat menjadi sarana hiburan bagi para pegawai melalui permintaan (request) pemutaran lagu dan saling bertukar salam.

e. *Stand Banner* Informasi

Salah satu media internal dari Kemkominfo yang menjadi salah satu media saluran informasi kepada seluruh pegawai Kementerian. *Stand Banner* informasi ini berisi tentang rangkuman program-program utama Kemkominfo, kampanye layanan masyarakat, sampai himbuan mengenai ketaatan pajak seluruh pegawai Kemkominfo.



## 7) Fasilitas Karyawan

Fasilitas karyawan yang tersedia di Kementerian Komunikasi dan Informatika terbilang cukup lengkap yang dapat digunakan oleh pegawai Kementerian untuk menunjang kinerja mereka. Fasilitas ini diberikan khusus untuk pegawai yang bekerja di Kementerian. Fasilitas tersebut berupa *Gym Center*, tempat penitipan bayi dan anak, kantin, tenis meja, dan jasa angkutan transportasi internal Kementerian Komunikasi dan Informatika. Khusus penggunaan fasilitas olah raga tenis meja dibatasi pada jam-jam tertentu yakni saat jam istirahat.

## 8) Media Sosial Whatsapp

Whatsapp yang dianggap sebagai media yang cukup efektif dalam bertukar informasi dan melakukan obrolan digunakan sampai saat ini oleh hampir semua karyawan di setiap Kementerian dengan memanfaatkan aplikasi chatting tersebut. Selain mendapatkan kemudahan dalam mengirim file seperti foto, rekaman suara, hingga *soft file data*, membuat pemilihan aplikasi whatsapp dianggap efektif karena penyebaran informasinya cepat serta ditunjang dengan tujuan penggunaan yang berkesinambungan dengan ranah kerja setiap pegawai Kemkominfo. Di Kementerian Komunikasi dan Informatika, grup whatsapp yang digunakan ada bermacam-macam dari mulai satu divisi, grup pimpinan setiap Direktorat, hingga grup dari tiap pimpinan

perwakilan Direktorat wilayah menggunakan whatsapp untuk menyebarkan informasi.

#### 9) HUT Kemerdekaan RI

Agenda rutin yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika secara rutin dalam setahun sekali yakni kegiatan perlombaan pada saat HUT Kemerdekaan RI. Kegiatan yang biasa dilakukan adalah senam bersama, lomba bola volley, lomba tenis meja, dan upacara bendera bersama yang dipimpin secara langsung oleh Menteri Kementerian Komunikasi dan Informatika. Pertandingan olah raga biasanya dilakukan antar divisi yang saling bertanding dan sembari menumbuhkan kedekatan dan kekompakan antar divisi. Kegiatan acara yang diselenggarakan oleh Kemkominfo ini diikuti oleh seluruh pegawai perwakilan divisi di Kemkominfo dan Menteri Kemkominfo sebagai pembina upacara. Upacara dalam rangka HUT RI ini dilaksanakan di lapangan utama Kementerian serta lapangan volley yang berlokasi di belakang gedung utama.

### **B. Temuan dan Analisis Hasil Pelaksanaan KKL**

#### 1. Kegiatan Kuliah Kerja Lapangan di Kementerian Komunikasi dan Informatika

Penulis melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) mulai dari tanggal 18 Juli 2016 sampai dengan 20 Agustus 2016 di kantor pusat Kementerian Komunikasi dan Informatika, Jakarta Pusat. Selama kurang lebih 1 bulan periode, penulis mengikuti serta melakukan berbagai kegiatan

dan aktivitas yang dijalankan dalam organisasi Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Selama proses menjalani Kuliah Kerja Lapangan (KKL) tersebut, penulis ditempatkan di Divisi *Government Public Relations* atau biasa disebut divisi GPR. Sebelum mendaftarkan diri dalam proses magang di Kementerian Komunikasi dan Informatika, terlebih dahulu penulis melakukan kontak dengan biro kepegawaian dan organisasi yang biasa mengurus administrasi dan proses mahasiswa atau mahasiswi yang ingin bergabung dalam program magang atau KKL di Kementerian. Setelah menyerahkan dan melengkapi beberapa bukti administratif seperti surat keterangan magang dari kampus, CV, Proposal KKL dan Fotokopi KHS sebagai salah satu persyaratan yang diajukan oleh pihak organisasi, penulis selaku peserta mendapatkan surat balasan dari Biro Kepegawaian dan Organisasi perihal diterimanya peserta untuk menjalani KKL di Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Di dalam surat keterangan magang yang diberikan oleh organisasi Kementerian, berisi keterangan mengenai divisi yang akan ditenpati oleh peserta selama menjalani proses kegiatan KKL. Selain itu, berisi pula aturan-aturan umum yang harus ditaati oleh peserta magang serta periode peserta dalam menjalani kegiatan KKL. Pada Hari Senin tanggal 18 Juli 2016, peserta resmi menjalani kegiatan KKL setelah sebelumnya menemui Bu Yuni selaku penanggung jawab Biro Kepegawaian untuk nantinya mengambil *ID-Card* dan *briefing* hari pertama sebelum penempatan ke divisi.

Setelah semua proses di Biro Kepegawaian selesai, Peserta langsung diarahkan ke ruangan yang bernama *GPR Room* untuk kemudian menjalankan tugas dan kewajiban selama jam kantor Kementerian. Khusus di Kementerian itu sendiri, jam kantor terhitung dimulai dari pukul 08:00 WIB sampai dengan 16:00 WIB. Kebijakan *Flexi Time* juga diterapkan dalam Kementerian, dalam arti khusus pegawai Kementerian yang datang lebih cepat 30 menit dan melakukan verifikasi melalui *fingerprint*, maka pegawai tersebut dapat pulang lebih cepat 30 menit dari waktu seharusnya. Begitu pula apabila datang lebih telat 30 menit, maka waktu pulang akan ditambah lebih lama 30 menit. Selama di *GPR Room*, penulis mendapatkan rekan KKL yang berasal dari Universitas Multimedia Nusantara (UMN) yang juga mengambil jurusan *Public Relations* dan rekan sesama Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY) yang kebetulan ditempatkan ke dalam satu divisi.

Selama proses kegiatan KKL dalam dua minggu pertama, peserta KKL hanya beranggotakan tiga orang yang bersamaan ditempatkan di *GPR Room* dan melaksanakan berbagai tugas sesuai dengan *jobdesk* masing-masing dalam divisi GPR. Sebagaimana yang telah dijelaskan di atas dalam bagian profil divisi, Divisi GPR sesuai dengan Instruksi Presiden No 9 Tahun 2015. Divisi ini merupakan divisi yang tergabung dalam Ditjen IKP yang nantinya akan mengelola informasi dan kebijakan dari pemerintah untuk disebarkan ke masyarakat secara luas. Setelah dua minggu pertama peserta melakukan magang, terdapat tambahan dua belas peserta magang

yang ditempatkan di dalam divisi GPR untuk nantinya menggarap proyek yang jauh lebih besar dari sebelumnya sesuai dengan ranah GPR itu sendiri. Mahasiswa dan Mahasiswi yang turut berpartisipasi dalam Divisi GPR berasal dari Universitas Padjajaran, Universitas Multimedia Nusantara, Universitas Budi Mulia, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Universitas Brawijaya Malang, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Universitas Negeri Jember, Institut Pertanian Bogor, serta Universitas Diponegoro Semarang. Berikut adalah rangkaian kegiatan yang penulis selaku peserta KKL lakukan selama 1 bulan di Kementerian Komunikasi dan Informatika :

1. Keterlibatan dalam internal Divisi GPR

Pada tanggal 18 Juli 2016 sebagai hari pertama peserta menjalani kegiatan KKL dalam divisi GPR, peserta bertemu dengan Harfizan selaku tim teknis dan analisis media dalam divisi GPR. Peserta mendapatkan briefing mengenai ranah kinerja serta asal-usul bagaimana divisi *Government Public Relations* dapat terbentuk dan beroperasi dalam struktur organisasi Kementerian.

2. Keterlibatan dalam Divisi *Government Public Relations*

Selama proses berkegiatan di Divisi *Government Public Relations* (GPR) peserta diberikan bimbingan dan pengarahan oleh Harfizan serta Dimas Nugraha selaku tim analisis media dan isu dari Divisi GPR. Pengarahan dan bimbingan tersebut berisi tentang

bagaimana mencermati isu yang tengah beredar di masyarakat, analisa mengenai kebijakan pemerintah yang berada di masyarakat, serta mengelompokkan dan menganalisis isu tersebut menjadi sebuah kesimpulan bahasan. Proses pengamatan isu yang beredar tersebut terbagi dalam berbagai cara seperti:

a. *Media Monitoring*

*Media Monitoring* dilakukan dengan proses pemantauan media baik cetak maupun elektronik online yang dipantau oleh *tools* yang dimiliki oleh Kemkominfo yakni Imm.today. Imm.today merupakan suatu laman internet khusus yang digunakan oleh Kemkominfo untuk memonitoring isu dengan lebih mudah, praktis, dan akurat. Peserta harus mengklasifikasikan berita tersebut berdasarkan pemberitaan (positif, netral atau negatif), lalu kutipan pembicaraan narasumber secara langsung, jenis media, inti dari pemberitaan tersebut. Setelah itu penulis harus membuat perbandingan lebih banyak pemberitaan positif, netral atau negatif terkait isu yang beredar. Pembertitaan dari berbagai media baik cetak maupun elektronik, isu yang berkembang, pihak-pihak yang dominan selama isu, korelasi pihak satu dan pihak lain, keterkaitan lembaga, hasil diagram baik table, diagram pie, maupun diagram batang untuk menunjukkan



turunannya yakni Etos Kerja, Gotong Royong, serta Integritas. Peserta yang bertugas dalam *Divisi Government Public Relations* memiliki tugas untuk merancang, menyusun, serta mematangkan konsep iklan layanan masyarakat bertema “REVOLUSI MENTAL” dengan ketiga aspeknya di atas. Iklan layanan masyarakat tersebut disusun dan dikembangkan dari hanya berupa konsep, narasi, visualisasi, alur, hingga pemantapan dan presentasi pada jajaran *Divisi Government Public Relations*.

### 3. Melakukan Rekap Top Isu

Secara umum kegiatan melakukan kegiatan *media tracking* tidak jauh berbeda dari kegiatan *media monitoring*, dalam *media tracking* isu yang telah ditemukan kemudian dikelompokkan menjadi lima jenis isu besar dan kemudian dari kelima isu tersebut dicari isu yang paling menjadi bahan paling hangat berdasarkan pemberitaan baik di media cetak, elektronik, maupun media sosial. *Media Tracking* merupakan cara yang dianggap dapat membantu penjabaran isu serta pembahasan mengenai isu yang beredar luas di masyarakat bagi *Divisi GPR*.

#### 4. Melakukan *Media Tracking*

*Media Tracking* merupakan kegiatan rutin dalam divisi *Government Public Relations* untuk merekapitulasi narasi tunggal yang telah disebarkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informarika untuk nantinya ditampilkan dalam laman resmi pemerintah tiap daerah, Kementerian, Departemen, maupun Lembaga di seluruh Indonesia. Tujuan dilakukannya *media tracking* adalah untuk memaksimalkan diseminasi narasi tunggal yang telah dibuat oleh Kementerian, Lembaga, maupun Departemen.

MEDIA TRACKING NARASI TUNGGAL			
Judul: Akhiri Kekerasan Pada Anak			
Keywords: Akhiri Kekerasan Pada Anak			
NO	NAMA K/L/D	LINK BERITA	WAKTU
1	Kemendagri	<a href="http://www.kemendagri.go.id/news/2016/07/24/pemerintah-berkomitmen-hapus-kekerasan-pada-anak">http://www.kemendagri.go.id/news/2016/07/24/pemerintah-berkomitmen-hapus-kekerasan-pada-anak</a>	Minggu, 24 Juli 2016 20:09:08
2	Pemerintah Kabupaten Banjar	<a href="http://banjarkab.go.id/akhiri-kekerasan-pada-anak/">http://banjarkab.go.id/akhiri-kekerasan-pada-anak/</a>	23 Juli 2016
3	PKBI Daerah Istimewa Yogyakarta	<a href="http://pkbi-diy.info/?p=4696">http://pkbi-diy.info/?p=4696</a>	23 Juli 2016
4	Kemenkopmk	<a href="http://www.kemenkopmk.go.id/artikel/kampanye-nasional-akhiri-kekerasan-terhadap-perempuan-dan-anak">http://www.kemenkopmk.go.id/artikel/kampanye-nasional-akhiri-kekerasan-terhadap-perempuan-dan-anak</a>	15 Februari 2016
5	PemProv Nusa Tenggara Barat	<a href="http://www.ntbprov.go.id/berita-peringatan-hari-anak-nasional-2016.html">http://www.ntbprov.go.id/berita-peringatan-hari-anak-nasional-2016.html</a>	Senin, 25 Juli 2016 07:00:33 WIB
6	Pemerintah Kabupaten Lombok Tengah	<a href="http://lomboktengahkab.go.id/2016/07/24/peringatan-hari-anak-nasional-2016-akhiri-kekerasan-pada-anak/">http://lomboktengahkab.go.id/2016/07/24/peringatan-hari-anak-nasional-2016-akhiri-kekerasan-pada-anak/</a>	24 Juli 2016
7	Kementerian BPN RI	<a href="http://www.bpn.go.id/Berita/Siaran-Pers/akhiri-kekerasan-pada-anak-63582">http://www.bpn.go.id/Berita/Siaran-Pers/akhiri-kekerasan-pada-anak-63582</a>	23 Juli 2016
8	Pemerintah Provinsi Jawa Barat	<a href="http://www.jabarprov.go.id/index.php/artikel/detail_artikel/267/2016/07/25/Akhiri-Kekerasan-Pada-Anak">http://www.jabarprov.go.id/index.php/artikel/detail_artikel/267/2016/07/25/Akhiri-Kekerasan-Pada-Anak</a>	25 Juli 2016
9	Pemerintah Kota Tangerang	<a href="http://tangerangkota.go.id/komunikasi-kunci-akhiri-kekerasan-pada-anak">http://tangerangkota.go.id/komunikasi-kunci-akhiri-kekerasan-pada-anak</a>	Rabu, 20 Juli 2016
10	Departemen Kesehatan	<a href="http://kliping.depkes.go.id/upload/6599f67bd87fdd619136e3f0f55e5dc7.pdf">http://kliping.depkes.go.id/upload/6599f67bd87fdd619136e3f0f55e5dc7.pdf</a>	15 Februari 2016
11	Kemenkeu	<a href="http://www.kemenkeu.go.id/SP/akhiri-kekerasan-pada-anak">http://www.kemenkeu.go.id/SP/akhiri-kekerasan-pada-anak</a>	23 Juli 2016
12	Pemerintah Kabupaten	<a href="https://www.bantulkab.go.id/berita/2667.html">https://www.bantulkab.go.id/berita/2667.html</a>	Selasa Pahing, 26

**Gambar. 10**

#### **Analisis Media Tracking**

## 5. Analisis Penyebaran Narasi Tunggal

Salah satu kegiatan yang dilaksanakan selama ditempatkan di divisi GPR adalah melakukan analisis penyebaran narasi tunggal. Analisis penyebaran narasi tunggal merupakan kegiatan *monitoring* narasi tunggal yang sebelumnya telah disebarkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika kepada Kementerian, Lembaga, dan Departemen lain yang berkaitan dengan isu, himbauan, kebijakan, informasi, ajakan, serta kegiatan-kegiatan penting untuk nantinya kembali ditampilkan dalam laman resmi masing-masing Kementerian, Lembaga, maupun Departemen yang terkait. Manfaat dalam melakukan analisis penyebaran narasi tunggal ini adalah untuk memantau apakah informasi atau hal-hal yang bersifat penting yang berkaitan dengan salah satu atau pihak dapat disebarkan melalui laman resmi masing-masing target sasaran dengan baik dan dapat dibaca oleh khalayak secara umum.

## 6. *Framing* isu dan menyusun konsep Infografis dan Videografis

Berkaitan dengan kegiatan sebelumnya yakni *media tracking* dan *media monitoring* mengenai isu yang telah diarahkan oleh pegawai Divisi GPR untuk dikerucutkan dan diolah, isu-isu yang telah didapat tersebut kemudian dilakukan *framing* guna melihat lebih luas hal-hal yang memiliki kaitan erat dengan isu tersebut. Setelah melakukan *framing* isu dan menemukan poin-poin penting, kemudian tim divisi

melakukan pencarian dan pengolahan data secara runtut untuk memenuhi kelengkapan informasi sebagai aspek pendukung dalam hasil dari *framing* isu tersebut. Ketika unsur kelengkapan informasi dilihat sudah cukup setelah melakukan beberapa kali proses konfirmasi dengan pendamping di Divisi GPR, maka hasil akhir tersebut ditelurkan dalam bentuk motion grafis serta video grafis. Motion grafis dan video grafis ini yang nantinya akan digunakan sebagai bentuk informasi dan iklan layanan masyarakat yang dipakai oleh Kemkominfo melalui divisi GPR untuk didiseminasikan melalui media sosial resmi yang sudah dimiliki.

#### 7. Proyek Kampanye #KERJANYATA

Proyek Kampanye #KERJANYATA selama berada di Divisi GPR merupakan salah satu program kegiatan paling inti dan krusial selama peserta menjalani KKL di Kementerian Komunikasi dan Informatika Jakarta. Secara keseluruhan, penulis selaku peserta KKL merancang konsep berupa lomba yang diselenggarakan untuk umum beserta peserta yang lain untuk bersama-sama menyusun konsep keseluruhan. Seluruh tim KKL dalam divisi *Government Public Relations* (GPR) sesuai arahan dibagi sesuai dengan *jobdesk* masing-masing. Berikut adalah kegiatan yang dijalankan selama proses pengerjaan proyek kampanye #KERJANYATA :

a. Tim Konsep

Selama proses penggodokan materi proyek program kampanye #KERJANYATA, terdapat dua tim khusus yang terdiri dari seluruh peserta KKL dan memiliki tugas masing-masing nantinya yakni tim konsep dan tim desain. Pembagian tim ini digolongkan berdasarkan jurusan dari setiap peserta, dalam hal ini penulis dimasukan dalam tim perancang konsep. *Jobdesk* dari tim perancang konsep ini adalah mencari, menyusun, dan mematangkan data untuk nantinya dijadikan sebagai suatu konsep dalam proses diseminasi informasi ke khalayak umum melalui media sosial baik pada tahap promosi, *sounding*, dan inti program. Proses pematangan konsep tersebut berupa hal-hal yang berhubungan tema #KERJANYATA dan memiliki unsur kedekatan kepada lingkungan di sekitar kita. Proyek #KERJANYATA sesuai dengan arahan dari pendamping divisi GPR menggolongkan tema menjadi dua kategori, yang pertama yakni fakta unik tentang Indonesia yang belum banyak diketahui dan yang kedua yakni putera dan puteri bangsa yang berprestasi bagi Indonesia dari waktu ke waktu. Sedangkan tugas dari tim desain ialah menelurkean keseluruhan konsep dan data yang telah disusun dan diolah oleh tim konsep untuk dijadikan

infografis dan videografis yang berisi informasi mengenai tema #KERJANYATA tadi.

Tim konsep mencari data-data mengenai tokoh-tokoh, latar belakang kesuksesan, serta kiprah dalam bidangnya masing-masing khusus untuk prestasi generasi muda. Khusus untuk fakta-fakta unik tentang Indonesia, tim konsep mencari data lengkap beserta sumber, kemudian dari kedua kategori disusun *caption* singkat untuk nanti dimasukkan ke dalam perencanaan diseminasi di media sosial Twitter, Facebook, dan Instagram dan pada jam-jam *prime time* yang telah dipertimbangkan sebelumnya. Selama proses perencanaan media diseminasi, tim konsep juga merencanakan untuk mengadakan kerjasama dengan pihak GNFI (Good News From Indonesia), radio Prambors, serta lintas Kementerian lain. Bentuk kerjasama tersebut ialah untuk ikut menggaungkan proyek kampanye ini dengan menyertakan pula tagar #KERJANYATA dan turut membantu diseminasi kampanye.

Berikut contoh poster lomba, contoh foto baik prestasi tokoh Indonesia serta fakta-fakta unik tentang Indonesia yang disusun oleh Tim Konsep dan Tim Desain yang telah di-*post* dalam akun *Instagram* @Indonesia\_Baik yakni :



indonesia\_baik



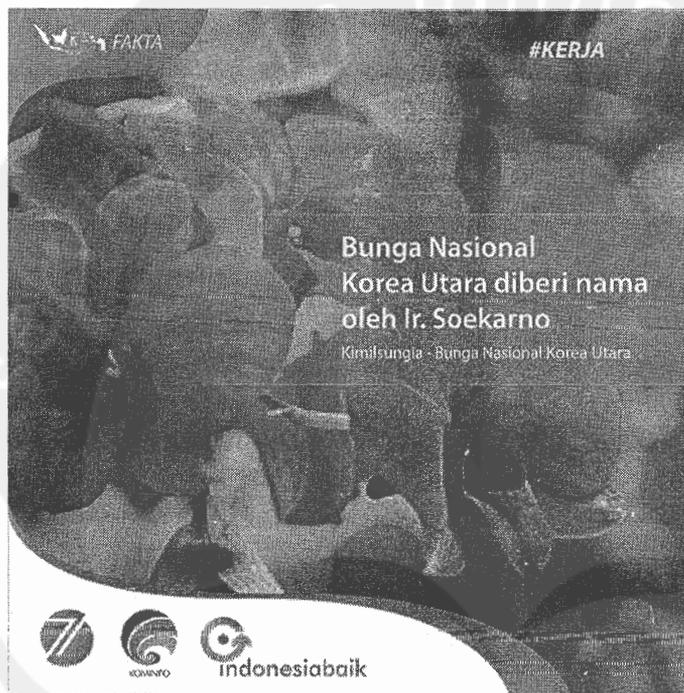
Gambar. 11

### Poster Lomba Foto dan Video

Sumber: Dokumen Pribadi 2016

Proyek Kampanye #KERJANYATA selama berada di divisi *Government Public Relations* merupakan salah satu program kegiatan inti selama peserta menjalani KKL di Kementerian Komunikasi dan Informatika Jakarta. Secara keseluruhan, penulis sebagai peserta KKL merancang konsep berupa lomba yang diselenggarakan untuk umum. Seluruh tim KKL dalam divisi *Government Public Relations* (GPR) sesuai arahan dibagi sesuai

dengan *jobdesk* masing-masing. Berikut contoh foto baik prestasi tokoh Indonesia serta fakta-fakta unik tentang Indonesia yang disusun oleh Tim Konsep dan Tim Desain yang telah di-post dalam akun Instagram @Indonesia\_Baik yakni :



**Gambar. 12**

**Foto Fakta Indonesia**

**Sumber: Instagram @Indonesia\_baik**



**Gambar. 13**

**Foto Tokoh Berprestasi Indonesia**

**Sumber: Instagram @Indonesia\_baik**

**b. Monitoring Media Diseminasi**

Media-media diseminasi yang telah direncanakan oleh tim konsep sebelumnya dilakukan pemantauan secara rutin dan berkala. Maksud dan tujuan dari monitoring media ini adalah agar target yang sebelumnya telah ditetapkan oleh tim konsep dapat terealisasi dengan baik dan dapat mengukur seberapa efektif penggunaan media untuk turut menggaungkan program kampanye ini. Tim konsep secara khusus membentuk tim monitoring media sebanyak tiga orang untuk

terus memberikan kabar terbaru mengenai proses diseminasi dan respon yang dihasilkan dari program lomba kampanye #KERJANYATA. Media sosial yang dijadikan sebagai basis dalam mengadakan lomba adalah *Intagram*, *Facebook*, serta *Twitter*. Khusus untuk *Facebook* pengelolaan dilakukan oleh tim dari pegawai Kemkominfo, khusus untuk *Twitter* dan *Instagram* proses monitoring dilakukan oleh Tim Konsep dari peserta KKL. Media Sosial yang digunakan ialah @GPRIndonesia (Indonesia Baik) untuk akun *Twitter*, dan @Indonesia\_Baik untuk akun *Instagram*, serta akun Indonesia Baik untuk *Facebook*.

c. Kerjasama lintas Kementerian/Lembaga/Departemen (K/L/D)

Kerjasama yang dibangun dengan mengadakan konsolidasi beberapa Kementerian/Lembaga/Departemen (K/L/D) yang nantinya akan membantu proses penyebaran atau diseminasi materi program kampanye #KERJANYATA yang menjadi jargon atau tema dari era pemerintahan Presiden Joko Widodo. Proses lintas kerjasama ini dibantu oleh beberapa pegawai Kementerian Komunikasi dan Informatika dari divisi GPR untuk dapat memaksimalkan proses lintas kerjasama tersebut. Bentuk kerjasama dari lintas K/L/D ini adalah untuk menggaungkan pesan kampanye

#KERJASAMA yang telah dibuat oleh tim konsep dari divisi GPR dengan membantu menyebarkan serta melakukan *post* ulang melalui media sosial resmi serta laman resmi masing-masing K/L/D.

d. Membuat contoh foto dan video lomba

Konsep kampanye #KERJANYATA ini adalah dengan mengadakan lomba foto dan video. Tim Konsep beserta Tim Desain diarahkan untuk membuat contoh foto dan video yang memenuhi kriteria dan memenuhi syarat dalam mengikuti lomba. Hal ini bertujuan agar peserta yang mengikuti lomba baik foto maupun video memiliki patokan dalam membuat contoh foto dan video yang benar sehingga nanti dapat mencapai hasil yang maksimal.

e. Melakukan seleksi lomba kampanye #KERJANYATA

Peserta yang telah mengikuti lomba foto maupun video dan telah menautkan foto dan videonya ke akun *Instagram* #KERJANYATA kembali diseleksi oleh tim dari Divisi GPR. Kriteria penilaian tersebut yakni orisinal, tidak mengandung SARA, kesesuaian terhadap tema, serta narasi atau *caption* yang ditulis memiliki sudut pandang yang berbeda serta dapat menceritakan secara singkat padat dan jelas mengenai apa yang tercantum dalam foto dan video. Setelah menetapkan

batas waktu terakhir untuk melakukan *posting* kemudian para panitia melakukan proses seleksi dan menentukan pemenang baik dari lomba foto maupun video.

- f. Presentasi hasil program kepada Menteri Komunikasi dan Informatika.

Pada saat serangkaian kegiatan kampanye dengan mengadakan lomba foto dan video melalui media sosial serta melakukan *posting* di media sosial tentang materi kampanye #KERJANYATA melalui foto dan video prestasi tokoh serta fakta unik tentang Indonesia telah selesai, sampai pada hari H presentasi yang jatuh pada Hari Rabu tanggal 17 Agustus 2016 peserta KKL dari Divisi GPR baik dari tim konsep maupun tim desain melakukan presentasi hasil kepada Menteri Komunikasi dan Informatika Jakarta Rudiantara. Seluruh tim dari Divisi GPR, dengan dihadiri oleh Menteri Kemkominfo Chief Rudiantara, Direktur Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika Dra. Rosarita Niken Widyastuti, M.Si., dan seluruh pegawai Divisi *Government Public Relations* di ruang GPR Room. Seluruh anggota dari tim konsep dan tim desain mempresentasikan hasil-hasil dari program kampanye #KERJANYATA baik dari proses perencanaan,

pengimplementasian, sampai ke tahap evaluasi. Hal yang menjadi perhatian dari hasil program kampanye ialah respon dan *public awareness* terhadap kampanye ini melalui media-media sosial yang digunakan sebagai alat diseminasi informasi dan seberapa jauh target yang dicapai. Peserta mempresentasikan hingga sampai pada tingkat perhatian publik terhadap kampanye melalui lomba tersebut. Lewat *twitonomy\_#KERJANYATA*.



**Gambar. 14**

**Presentasi bersama Menteri Kemkominfo dan Dirjen IKP Kemkominfo**

**Sumber: Dokumentasi Pribadi 2016**



**Gambar. 15**

**Presentasi bersama Menteri Kemkominfo, Dirjen IKP Kemkominfo dan jajaran staf Kominfo**

**Sumber: Dokumentasi Pribadi**

## 2. Analisis Aktivitas *Employee Relations* Kementerian Komunikasi dan Informatika

Sejalan dengan definisi konsep hubungan karyawan menurut Cutlip dan Center yang secara lengkap menyatakan *employee relations* atau publik internal adalah sekelompok orang bekerja (karyawan atau pegawai) di dalam suatu organisasi/ lembaga/ perusahaan. (Cutlip dan Center, 1982: 290).

Menurut Frank Jefkins dalam bukunya *Public Relations* (1992), bahwa publik internal atau *employee relations* tersebut sama pentingnya dengan hubungan masyarakat eksternal, karena kedua bentuk hubungan masyarakat tersebut diumpamakan sebagai dua sisi mata uang yang mempunyai arti yang sama dan saling terkait erat satu sama lain.

Definisi *employee relations* menurut Yulianita (2005: 59) dalam buku dasar-dasar *public relations* mengungkapkan *employee relations* yaitu kegiatan *public relations* untuk memelihara hubungan, khususnya antara manajemen dengan para karyawannya.

Berdasarkan berbagai macam pengertian *employee relations* di atas, dapat disimpulkan bahwa organisasi perlu untuk memahami arti penting strategi hubungan karyawan, karena untuk mencapai tujuan organisasi, sebuah organisasi harus mampu untuk menciptakan iklim kerja yang kondusif dan positif untuk masing-masing karyawannya berkembang. Salah satu cara untuk mewujudkannya adalah dengan membangun komunikasi

yang baik, antara perusahaan dan karyawan dengan salah satunya menerapkan strategi hubungan karyawan.

Karyawan-karyawan tersebut juga tidak mendapatkan perlakuan yang berbeda dalam pemenuhan hak dan kewajibannya, baik itu fasilitas, akses, penghargaan, maupun perlakuan yang diterima secara umum sama. Tentunya karyawan tetap Kementerian Komunikasi dan Informatika menjadi prioritas utama bagi karyawan lepas. Namun dalam hal pemberian informasi melalui berbagai channel komunikasi, kedua jenis karyawan tersebut mendapatkan hal yang sama.

Sebagaimana yang telah dijelaskan di atas mengenai berbagai bentuk aktivitas hubungan karyawan yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika, aktivitas-aktivitas yang diterapkan memiliki banyak variasi dan ditujukan untuk semua karyawan Kemkominfo. Aktivitas *employee relations* yang dikelola secara khusus oleh Biro Kepegawaian dan Organisasi menjadi paling aktif dalam pengelolaan serta pelaksanaan aktivitas *employee relations*.

Aktivitas-aktivitas *employee relations* yang dikelola dan dilaksanakan di Kementerian Komunikasi dan Informatika terdiri dari berbagai macam bentuk. Berikut penjelasan aktivitas *employee relations* yang ada di Kementerian Komunikasi dan Informatika :

<b>Kegiatan Employee Relations</b>	<b>Penjabaran Kegiatan</b>
<b>Senam Pagi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kegiatan senam pagi yang dilakukan dan diikuti oleh setiap pegawai Kementerian Komunikasi dan Informatika tanpa terkecuali. Kegiatan senam pagi dilaksanakan dengan berlokasi di lapangan utama Kementerian dan dimulai setiap jam 08.00 WIB.</li> <li>- Aktivitas yang dilaksanakan setiap hari Jumat pagi ini memiliki tujuan agar tiap-tiap pegawai dan staf dari Kementerian Komunikasi dan Informatika tanpa terkecuali dapat bertemu dan bersilaturahmi secara langsung dalam suasana yang santai dan juga menyenangkan.</li> <li>- Hal ini bertujuan agar interaksi dan komunikasi dapat terjalin dengan baik tanpa memandang struktur jabatan dan masing-masing divisi. Selain itu, tujuan diadakannya kegiatan senam pagi setiap hari Jumat ini juga bertujuan agar para pegawai dan staf di Kemkominfo dibiasakan dengan pola hidup sehat dan memiliki jiwa dan fisik yang bugar dengan pikiran dan sikap mental yang positif.</li> </ul>
<b>Rapat Rutin</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Program rapat rutin antar pegawai dalam setiap divisi bertujuan agar terciptanya koordinasi dan kerjasama antar pegawai dan divisi yang baik dan bersinergi satu sama lain. Selain itu, di samping tujuan program rapat dalam menentukan keputusan yang berkaitan dengan program kerja, bertujuan agar semua karyawan dapat bertemu secara langsung dan memberikan pendapatnya untuk disaring menjadi keputusan bulat.</li> <li>- Program ini juga menjadi hal yang sering dilakukan oleh Kementerian untuk mendekatkan diri antara atasan dengan</li> </ul>

	<p>bawahan, Jadi program ini meskipun terlihat sangat umum dan lumrah untuk dilakukan, namun menjadi aspek yang sangat penting jika program ini dapat dilakukan secara konsisten dan dapat menyatukan semua organisasi karyawan di semua tingkat dalam satu meja dan keputusan.</p>
<p><i>Family Gathering</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Secara garis besar program ini merupakan program yang dapat dikatakan paling banyak melibatkan unsur keterlibatan dari para pegawai dan staf di Kementerian Komunikasi dan Informatika. Hal ini dikarenakan setiap pegawai dan staf dapat mengajak anggota keluarga inti mereka dalam acara sederhana yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika.</li> <li>- Hal ini bertujuan agar tiap pegawai dan staf dari masing-masing divisi di Kementerian Komunikasi dan Informatika dapat saling bersilaturahmi dan menciptakan hubungan yang harmonis dan interaksi yang baik antar pegawai. Selain itu aktivitas ini dilajukan agar terciptanya suasana yang nyaman antar pegawai dan Kementerian dan rasa saling memiliki antar keduanya semakin erat dan mengikat.</li> </ul>
<p>Kegiatan Bimbingan Teknis Pegawai</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kegiatan bimbingan teknis pegawai pada pertimbangan dalam mengukur tingkat kinerja dari para pegawai dan staf di Kementerian Komunikasi dan Informatika. Standar penilaian prestasi kerja pegawai didasarkan pada 2 (dua) unsur, yaitu SKP (Sasaran Kerja PNS) dan perilaku kerja dengan bobot penilaian 60% dan 40%.</li> <li>- Setiap PNS wajib menyusun SKP, dan apabila tidak dapat memenuhi target sesuai dengan SKP yang telah disusun dan ditetapkan dapat dikenakan hukuman disiplin. Terkait dengan</li> </ul>

	<p>pelaksanaan peraturan tersebut, Biro Kepegawaian dan Organisasi melaksanakan kegiatan bimbingan teknis sebagai upaya meningkatkan kinerja dan pemahaman pejabat pengelola kepegawaian khususnya dalam penyusunan Sasaran Kerja PNS, yang selanjutnya diharapkan dapat meneruskan pemahamannya terhadap pegawai di satuan kerja masing-masing.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Program yang diselenggarakan oleh Biro Kepegawaian dan Organisasi ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan pemahaman dari setiap masing-masing divisi dan dijalankan secara bersama-sama.</li> </ul>
<p>Program Acara Khusus (<i>Special Events</i>)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Khusus untuk kegiatan perayaan bersama pegawai bersifat insidental, dalam arti kegiatan ini berhubungan dengan ulang tahun pegawai dan <i>event-event</i> tertentu yang sifatnya tidak direncanakan. Secara umum kegiatan ini memang khusus ditujukan kepada pegawai Kemenkominfo di satuan kerja Pusat Informasi dan Humas, namun dilaksanakannya kegiatan ini tetap memiliki tujuan untuk mempererat hubungan dan interaksi antar karyawan.</li> <li>- Menjadi sarana membina hubungan yang harmonis antar pegawai. Melalui kegiatan ini, hubungan antar pegawai dengan pegawai serta pegawai dengan atasan diharapkan dapat berjalan dua arah dan harmonis.</li> <li>- Bentuk kegiatan yang dilaksanakan adalah berupa jalan-jalan rekreasi dan piknik ke beberapa tempat wisata, Aktivitas ini sekaligus dapat menjadi bentuk <i>gathering</i> baik antar pegawai dengan atasan dalam suatu ruang lingkup yang santai dan cair.</li> </ul>

	<p>Mengingat kegiatan ini hanya secara khusus dilakukan oleh pegawai di Pusat Informasi dan Humas Kemenkominfo, maka Kementerian Komunikasi dan Informatika secara khusus tidak menyediakan dana untuk kegiatan ini oleh karena itu kegiatan yang dijelaskan di atas dikategorikan dalam bentuk kegiatan rapat program kerja.</p>
<p>Program Media Komunikasi Internal</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Secara garis besar membentuk media komunikasi di antaranya buletin, <i>news release</i> (majalah dinding), dan majalah atau koran organisasi Kementerian yang berisi pesan, informasi dan berita yang berkaitan dengan kegiatan antar pegawai maupun kebijakan yang telah ditetapkan untuk keseluruhan organisasi kementerian Komunikasi dan Informatika. Media yang digunakan dalam program media komunikasi internal ini berupa TV Plasma, majalah Konvergensi, buku <i>media monitoring</i>, serta radio internal Kementerian Komunikasi dan Informatika. <ul style="list-style-type: none"> <li>a. TV Plasma <ul style="list-style-type: none"> <li>- Media komunikasi elektronik yang digunakan untuk dapat melakukan proses diseminasi informasi secara baik dan tersalurkan pada setiap pegawai dan staf di Kementerian Komunikasi dan Informatika. Media ini termasuk dalam media audio-visual yang menampilkan infografis maupun videografis yang berisi tentang informasi yang berisi tentang informasi, kegiatan, serta kebijakan yang telah ditetapkan.</li> </ul> </li> <li>b. Majalah Konvergensi <ul style="list-style-type: none"> <li>Majalah Konvergensi merupakan majalah internal institusi yang dibuat oleh humas dan didistribusikan secara internal yang berisikan tentang informasi, kebijakan, dan kegiatan yang berlangsung di</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>

c. *Buku Media Monitoring*

Mendiseminasikan berita-berita yang beredar di media tentang berbagai hal yang memiliki keterkaitan dengan Kemkominfo baik kegiatan serta kebijakan kepada publik internal termasuk pegawai dan staf yang ada di Kementerian Komunikasi dan Informatika. Buku *media monitoring* ini disebarluaskan baik secara cetak maupun *softcopy* melalui intranet "Portal Kominfo".

d. *Radio Internal Kominfo*

Media radio internal Kemkominfo menjadi media saluran komunikasi yang cukup interaktif, informasi-informasi yang disebarluaskan dan disampaikan oleh media ini juga sangat beragam sehingga dapat berguna bagi para pegawai Kemkominfo dalam proses mendapatkan informasi. Media ini juga dapat menjadi sarana hiburan bagi para pegawai melalui permintaan (*request*) pemutaran lagu dan saling bertukar salam.

e. *Stand Banner Informasi*

Salah satu media internal dari Kemkominfo yang menjadi salah satu media saluran informasi kepada seluruh pegawai Kementerian. *Stand Banner* informasi ini berisi tentang rangkuman program-program utama Kemkominfo, kampanye layanan masyarakat, sampai himbuan mengenai ketaatan pajak seluruh pegawai Kemkominfo.

<p>Fasilitas Karyawan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fasilitas ini diberikan khusus untuk pegawai yang bekerja di Kementerian. Fasilitas tersebut berupa <i>Gym Center</i>, tempat penitipan bayi dan anak, kantin, tenis meja, dan jasa angkutan transportasi internal Kementerian Komunikasi dan Informatika. Khusus penggunaan fasilitas olah raga tenis meja dibatasi pada jam-jam tertentu yakni saat jam istirahat.</li> </ul>
<p>Media Sosial Whatsapp</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemudahan dalam mengirim file seperti foto, rekaman suara, hingga <i>soft file</i> data, membuat pemilihan aplikasi whatsapp dianggap efektif karena penyebaran informasinya cepat serta ditunjang dengan tujuan penggunaan yang berkesinambungan dengan ranah kerja setiap pegawai Kemkominfo.</li> <li>- Grup whatsapp digunakan untuk bermacam-macam dari mulai satu divisi, grup pimpinan setiap Direktorat, hingga grup dari tiap pimpinan perwakilan Direktorat wilayah menggunakan whatsapp untuk menyebarkan informasi.</li> </ul>
<p>HUT Kemerdekaan RI</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Agenda rutin yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika secara rutin dalam setahun sekali yakni kegiatan perlombaan pada saat HUT Kemerdekaan RI.</li> <li>- Kegiatan yang biasa dilakukan adalah senam bersama, lomba bola volley, lomba tenis meja, dan upacara bendera bersama yang dipimpin secara langsung oleh Menteri Kementerian Komunikasi dan Informatika. Pertandingan olah raga biasanya dilakukan antar divisi yang saling bertanding dan sembari menumbuhkan kedekatan dan kekompakan antar divisi.</li> <li>- Kegiatan acara yang diselenggarakan oleh Kemkominfo ini diikuti oleh seluruh pegawai perwakilan divisi di Kemkominfo dan Menteri Kemkominfo sebagai pembina upacara.</li> </ul>

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Secara garis besar, kegiatan *public relations* yang diterapkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika bertujuan untuk memelihara hubungan, khususnya antara manajemen dengan para karyawannya. Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan, ditarik beberapa kesimpulan mengenai aktivitas serta peran *employee relations* sesuai dengan definisi *public relations* di Kementerian Komunikasi dan Informatika sebagai berikut :

#### 1. Fungsi *public relations* di Kementerian Komunikasi dan Informatika

- a. Menunjang kegiatan manajemen dan mencapai tujuan organisasi telah berjalan melalui program pelatihan karyawan secara khusus guna meningkatkan kualitas dan produktivitas ketika sudah berada dalam organisasi.
- b. Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari perusahaan kepada publik dan menyalurkan opini publik pada perusahaan telah berjalan melalui kegiatan komunikasi melalui media komunikasi internal yang digunakan Kementerian Komunikasi dan Informatika.

- c. Melayani publik untuk kepentingan umum sesuai dengan tujuan organisasi sudah berjalan namun belum ada kegiatan khusus yang bertugas untuk menasehati pimpinan secara langsung.
- d. Membina hubungan secara harmonis antara organisasi dan publik, baik internal maupun eksternal sudah berjalan antara lain dengan melakukan kegiatan khusus dengan karyawan di luar kegiatan kerja sehari-hari.

Penerapan aktivitas *employee relations* di Kementerian Komunikasi dan Informatika melihat dan memosisikan para karyawannya sebagai sebuah unsur paling penting organisasi yang tidak hanya sebagai roda penggerak namun menjadi unsur yang berperan aktif sebagai corong komunikasi dari setiap aktivitas yang Kemkominfo lakukan. Aktivitas dan strategi komunikasi yang diterapkan guna mendukung proses interaksi dan hubungan timbal balik antar pegawai. Strategi komunikasi *employee relations* merupakan persiapan untuk mencapai tujuan perusahaan, yaitu agar seluruh karyawan mengetahui mengenai perubahan yang telah terjadi di perusahaan.

Strategi *employee relations* sendiri dirancang berdasarkan pada target sasaran yang akan dituju yaitu karyawan. Karyawan merupakan pihak pertama yang harus mengetahui mengenai dinamika apapun yang terjadi di Kementerian Komunikasi dan Informatika karena pihak karyawan adalah unsur penting bagi perusahaan. Di dalam perancangan sebelum ditetapkan strategi komunikasi yang akan

digunakan, tim melakukan serangkaian alur yang meliputi kegiatan rapat rutin antar divisi, kegiatan bimbingan teknis pegawai, program acara khusus rutin,

Kementerian Komunikasi dan Informatika sangat menganggap penting keberadaan karyawan terbukti dari banyaknya aktivitas hubungan karyawan yang organisasi ini terapkan. Secara keseluruhan terdapat Sembilan bentuk aktivitas hubungan karyawan yang dijalankan oleh Kemkominfo.

Melihat konsep *employee relations* di Kementerian Komunikasi dan Informatika, karyawan merupakan aset perusahaan yang sangat penting dan bersinergi sebagai suatu kesatuan. Kinerja organisasi dikatakan bergantung pada aktivitas dan produktivitas karyawannya. Hal ini sejalan dengan definisi karyawan menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika yang mengartikan bahwa karyawan sebagai aset perusahaan dan karyawan menjadi penggerak dari segala proses kerja perusahaan selayaknya mobil pintar Kemkominfo.

Karyawan di Kemkominfo tidak hanya dilihat sebagai sebuah roda penggerak namun sekarang difungsikan sebagai corong komunikasi. Karyawan Kementerian Komunikasi dan Informatika harus bisa mengkomunikasikan setiap kebijakan-kebijakan yang telah dibuat oleh organisasi dan menjadi saluran komunikasi antara publik internal dan eksternal.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat pula diartikan bahwa hubungan kepegawaian (*employee relations*) tersebut tidak dilihat dalam pengertian yang sempit, yaitu sama dengan hubungan industrial yang hanya menekankan karyawan

sebagai pekerja kasar dan hanya cukup diupah, yang terkait dengan “lingkungan kerja”. Pengertiannya lebih dari itu, hubungan tersebut dipengaruhi oleh hubungan komunikasi internal antara karyawan dengan karyawan lainnya, atau hubungan antara karyawan dan manajemen perusahaan yang efektif. Sebagaimana yang telah penulis paparkan di atas bahwa Kementerian Komunikasi dan Informatika memandang karyawan sebagai sebuah aset perusahaan.

Jika dilihat secara praktiknya menurut Dimas Nugraha selaku pejabat eselon empat sekaligus staf divisi *Government Public Relations* (GPR), definisi hubungan karyawan merupakan sebuah aktivitas yang mencerminkan lingkungan kerja yang lebih telaten, lebih kondusif, saling memahami dan saling akrab satu karyawan dengan karyawan lainnya sehingga saat bekerja, karyawan akan meyakini bahwa Kementerian Komunikasi dan Informatika merupakan organisasi yang menjunjung tinggi kepentingan bersama. Oleh karena itu, penulis mengambil gambaran besar bahwa Kementerian Komunikasi dan Informatika kondusif dalam mengelola hubungan antar karyawannya.

Bentuk hubungan karyawan yang dijalankan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika melalui Biro Kepegawaian dan Organisasi direalisasikan dalam proses menjalankan aktivitas hubungan karyawan bersifat intens dan berkelanjutan. Memiliki artian bahwa aktivitas tersebut tidak hanya berjalan di waktu-waktu tertentu tetapi pula dijalankan secara rutin dan berkelanjutan. Aktivitas yang terlihat pun dirasa begitu mengena dan menysar pada tiap anggota pimpinan maupun karyawan dari Kementerian Komunikasi dan

Informatika. Penulis selaku peserta KKL dalam tiap harinya melihat aktivitas karyawan yang salah satunya masuk dalam bentuk kegiatan hubungan karyawan yang diterapkan yakni rapat rutin, senam bersama, hingga berkumpul dalam ruangan gym untuk berolahraga.

Jika dilihat dari keseluruhan pelaksanaan kegiatan hubungan karyawan, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa hubungan antara Kementerian Komunikasi dan Informatika dengan karyawannya telah mencapai tahap saling menguntungkan atau biasa disebut *mutual benefit*. Hal tersebut dapat terlihat dari banyaknya *input* yang diberikan untuk karyawan sehingga hal ini dapat berguna untuk memaksimalkan *output* karyawan yang akan dihasilkan. Tidak hanya itu, penulis juga berkesimpulan bahwa melalui banyaknya aktivitas hubungan karyawan yang dijalankan, Kementerian Komunikasi dan Informatika benar-benar berusaha menunjukkan bahwa karyawan merupakan unsur penting organisasi yang tidak bisa begitu saja dipandang sebelah mata.

### C. Saran

Saran akademik yang dapat disampaikan dari kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya dalam kawasan kajian *Public Relations* serta fungsi *Employee Relations* dalam institusi pemerintahan khususnya Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Secara praktis, Kuliah Kerja Lapangan (KKL) ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi Kominfo berupa deskripsi pengelolaan *employee*

*relations* di Kementerian Komunikasi dan Informatika dan dapat menjadi evaluasi untuk waktu ke depannya.

Hasil dari analisis dan pengamatan penulis selaku peserta KKL mengenai aktivitas hubungan karyawan di Kementerian Komunikasi dan Informatika, terdapat beberapa hal yang ingin disampaikan dalam bentuk saran kepada Biro Kepegawaian dan Organisasi yang bertanggung jawab dalam menjalankan tugas dan fungsinya sebagai berikut :

1. Jumlah total anggota dalam Biro Kepegawaian dan Organisasi yang dirasa perlu adanya penambahan. Mengingat bentuk aktivitas yang dijalankan oleh biro ini begitu banyak dan mencakup keseluruhan organisasi sehingga penampahan anggota dirasa menjadi pilihan yang relevan.
2. Penulis selaku peserta KKL memberikan saran berupa pembaharuan sarana dan prasarana penunjang aktivitas hubungan karyawan seperti peremajaan angkutan transportasi karyawan Kementerian Komunikasi dan Informatika agar karyawan merasa lebih nyaman dan lebih diapresiasi kenyamanan serta keselamatannya sampai tempat tujuan.
3. Selanjutnya penulis menyarankan agar diadakannya pelatihan kepegawaian dan karyawan menjadi lebih intens dan mendalam. Kegiatan tidak lagi bersifat hanya seminar saja tapi juga materi yang lebih konkret dan berhubungan dengan hal positif yang dibangun dalam lingkungan kerja kesehariannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Oemi. 2001. *Dasar-Dasar Public Relations* (Cetakan Keduabelas). Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Bonar, S.K. 1993. *Hubungan Masyarakat Modern*, Jakarta: Rieka Cipta
- Bungin, Burhan. 2006. *Buku Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Cutlip, Scott M., Allen H. Center, dan Glen M. Broom. 2006. *Effective Public Relations*. Edisi Kesembilan. Terjemahan. Jakarta: Kencana
- Effendy, Onong Uchjana. 2004. *Hubungan Masyarakat Suatu Komunikator*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong. Uchajana. 1992. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Penerbit PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Glen Griswold and Denny Griswold. 1984. *Your Public Relation*. Fark & Wangnalis Company. New York, Grading Teaching Notes oleh NUFFIC.
- Hasibuan, Malik. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara Jakarta.
- Kasali, Rhenald. 1994. *Manajemen Public Relations, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.

Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Pace. R. Wayne & Faules. Don. F. 1998. *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

Romli, Khomsahrial. 2011. *Komunikasi Organisasi Lengkap*. Jakarta: PT Grasindo

Ruslan, Rosady, 2008. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta : PT. Rajawali Pers.

Siagian, Sondang, P. 1995. *Organisasi, Kepemimpinan dan Perilaku Administrasi*, Cetakan 13, Penerbit PT Toko Gunung Agung, Jakarta.

Siswanto, Bambang. 1992. *Hubungan Masyarakat Teori dan Praktek*. Jakarta: Bumi

Thoha, Miftah. 1983. *Kepemimpinan dalam Manajemen*. Jakarta: Rajawali Pers

Widjaja, AW. 1993. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara

Yulianita, Neni. 2001. *Dasar-Dasar Public Relations*, Pusat Penerbitan Universitas (P2U), Bandung.

<http://e-journal.uajy.ac.id/1926/2/1KOM03029.pdf>

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/17912/5/Chapter%20I.pdf>

<http://www.viva.co.id/ramadan2016/read/236159-beda-gaji-pilot-asing-dan-lokal-di-garuda>



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

INSTRUKSI PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR 9 TAHUN 2015  
TENTANG  
PENGELOLAAN KOMUNIKASI PUBLIK

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

Dalam rangka menunjang keberhasilan Kabinet Kerja, menyerap aspirasi publik, dan mempercepat penyampaian informasi tentang kebijakan dan program pemerintah, dengan ini menginstruksikan:

- Kepada :
1. Para Menteri Kabinet Kerja;
  2. Sekretaris Kabinet;
  3. Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia;
  4. Jaksa Agung Republik Indonesia;
  5. Panglima Tentara Nasional Indonesia;
  6. Kepala Badan Intelijen Negara;
  7. Kepala Lembaga Pemerintah Non Kementerian;
  8. Para Gubernur;
  9. Para Bupati/Walikota.

Untuk :

- PERTAMA** : Mengambil langkah-langkah yang diperlukan sesuai tugas, fungsi dan kewenangan masing-masing dalam rangka mendukung pelaksanaan komunikasi publik, dengan:
1. menyampaikan data dan informasi terkait dengan pelaksanaan tugas dan fungsi kepada Menteri Komunikasi dan Informatika secara berkala;

2. menyebarluaskan ...



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

- 2 -

2. menyebarluaskan kepada publik narasi tunggal dan data pendukung lainnya yang disusun oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika terkait dengan kebijakan dan program pemerintah;
3. menyampaikan setiap kebijakan dan program pemerintah secara lintas sektoral dan lintas daerah kepada publik secara cepat dan tepat;
4. menyampaikan informasi melalui berbagai saluran komunikasi kepada masyarakat secara tepat, cepat, obyektif, berkualitas baik, berwawasan nasional, dan mudah dimengerti terkait dengan kebijakan dan program pemerintah.

**KEDUA** : Dalam hal informasi kepada masyarakat dibuat dalam bentuk iklan layanan masyarakat, harus memenuhi kriteria tertentu antara lain:

1. menimbulkan respon positif masyarakat.
2. tidak menyangkan kepentingan pribadi dan golongan.

**KETIGA** : Menteri Komunikasi dan Informatika untuk:

1. mengoordinasikan perencanaan, penyiapan dan pelaksanaan komunikasi publik terkait dengan kebijakan dan program pemerintah;
2. melakukan kajian terhadap data dan informasi yang disampaikan kementerian dan lembaga pemerintah non kementerian;

3. melakukan ...



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

- 3 -

3. melakukan media monitoring dan menganalisis konten media terkait dengan kebijakan dan program pemerintah;
4. menyusun narasi tunggal terkait dengan kebijakan dan program pemerintah kepada publik sesuai arahan Presiden;
5. melaksanakan diseminasi dan edukasi terkait kebijakan dan program pemerintah melalui seluruh saluran komunikasi yang tersedia;
6. melakukan pemantauan dan evaluasi pelaksanaan komunikasi publik;
7. dapat mengundang dan mengikutsertakan Menteri, Pimpinan Lembaga Pemerintah Non Kementerian, dan/atau pihak lain dalam merumuskan materi informasi yang akan dikomunikasikan kepada publik.

**KEEMPAT** : Menteri Komunikasi dan Informatika menyampaikan laporan pelaksanaan Instruksi Presiden ini kepada Presiden setiap bulan atau sewaktu-waktu apabila diperlukan.

**KELIMA** : Segala biaya yang diperlukan untuk melaksanakan Instruksi Presiden ini dibebankan kepada anggaran masing-masing instansi.

**KEENAM** : Melaksanakan Instruksi Presiden ini dengan penuh tanggung jawab.

Instruksi ...



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

- 4 -

Instruksi Presiden ini mulai berlaku pada tanggal dikeluarkan.

Dikeluarkan di Jakarta  
pada tanggal 25 Juni 2015  
PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

JOKO WIDODO

Salinan sesuai dengan aslinya  
SEKRETARIAT KABINET RI  
Deputi Bidang Politik, Hukum,  
dan Keamanan,

ttd.

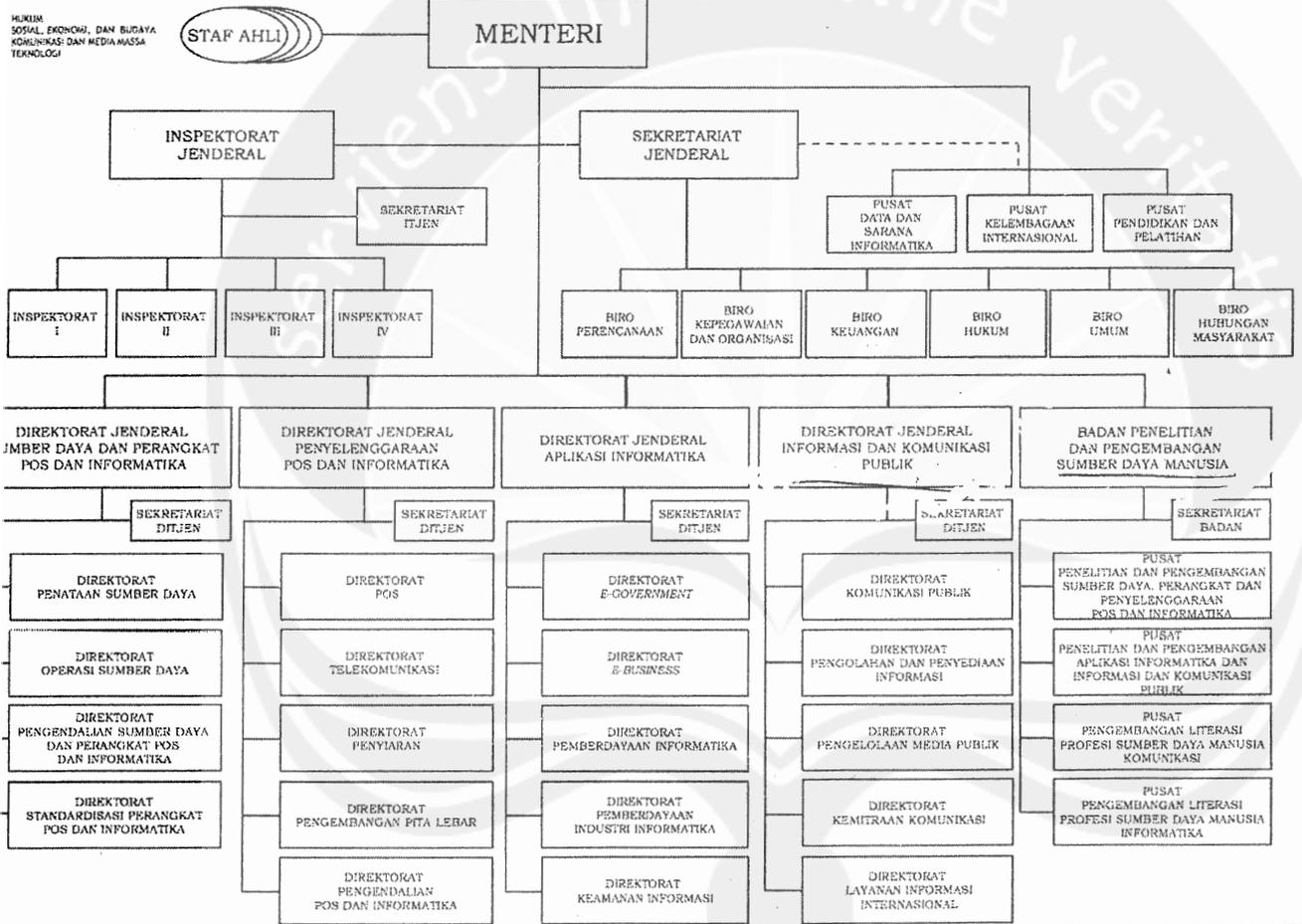
Fadlansyah Lubis

Tekad Pemerintah Hubungkan Sekolah dengan Internet Kecepatan Tinggi (/content/detail/101

4035

Struktur Organisasi

/content/all/page) Page | bintang.suyardi



KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
 I MENTERI BIDANG HUKUM  
 I MENTERI BIDANG KOMUNIKASI DAN MEDIA MASSA  
 I MENTERI BIDANG SOSIAL, EKONOMI DAN BUDAYA  
 I MENTERI BIDANG TEKNOLOGI

RUDIANTARA  
 DR. Drs. HENRI SUBIAKTO ,SH, MA  
 Ir. DJOKO AGUNG HARIJADI ,MM  
 Ir. WORO INDAH WIDIASTUTI

RIS JENDERAL  
 EPALA BIRO PERENCANAAN  
 EPALA BIRO KEPEGAWAIAN DAN ORGANISASI  
 EPALA BIRO KEUANGAN  
 EPALA BIRO HUKUM  
 EPALA BIRO UMUM

Dra. FARIDA DWI CAHYARINI ,MM  
 CECEP AHMED FEISAL ,SH  
 BAMBANG SIGIT NUGROHO ,SH, M.SI  
 BERTIANA SARI, SH, MBA  
 SUTARMAN ,SH

# STRUKTUR ORGANISASI

Menteri Komunikasi dan Informatika [Profil Lengkap](#)

Staf Ahli Menteri Komunikasi dan Informatika [Profil Lengkap](#)

STAF AHLI MENTERI BIDANG TEKNOLOGI

STAF AHLI MENTERI BIDANG KOMUNIKASI DAN MEDIA MASSA

STAF AHLI MENTERI BIDANG SOSIAL, EKONOMI DAN BUDAYA

STAF AHLI MENTERI BIDANG HUKUM

Sekretariat Jenderal [Profil Lengkap](#)

Pit. KEPALA BIRO PERENCANAAN

KEPALA BIRO KEPEGAWAIAN DAN ORGANISASI

KEPALA BIRO KEUANGAN

KEPALA BIRO HUKUM

Pit. KEPALA BIRO UMUM

Pit. KEPALA BIRO HUBUNGAN MASYARAKAT

KEPALA PUSAT DATA DAN SARANA INFORMATIKA

KEPALA PUSAT KELEMBAGAAN INTERNASIONAL

KEPALA PUSAT PENDIDIKAN DAN PELATIHAN

SEKRETARIS KOMISI PENYIARAN INDONESIA PUSAT

SEKRETARIS DEWAN PERS

Pih. SEKRETARIS KOMISI INFORMASI PUSAT

Direktorat Jenderal Sumber Daya Perangkat Pos dan Informatika [Profil Lengkap](#)

SEKRETARIS DITJEN SUMBER DAYA DAN PERANGKAT POS DAN INFORMATIKA

Pit. DIREKTUR PENATAAN SUMBER DAYA

DIREKTUR OPERASI SUMBER DAYA

DIREKTUR PENGENDALIAN SUMBER DAYA DAN PERANGKAT POS DAN INFORMATIKA

Pit. DIREKTUR STANDARDISASI PERANGKAT POS DAN INFORMATIKA

KEPALA BALAI BESAR PENGUJIAN PERANGKAT TELEKOMUNIKASI

Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Pos dan Informatika [Profil Lengkap](#)

SEKRETARIS DIREKTORAT JENDERAL PENYELENGGARAAN POS DAN INFORMATIKA

DIREKTUR POS

DIREKTUR TELEKOMUNIKASI

DIREKTUR PENYIARAN

Pit. DIREKTUR PENGEMBANGAN PITA LEBAR

Pit. DIREKTUR PENGENDALIAN POS DAN INFORMATIKA

Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika [Profil Lengkap](#)

SEKRETARIS DIREKTORAT JENDERAL APLIKASI INFORMATIKA

DIREKTUR E-GOVERNMENT

DIREKTUR E-BUSINESS

DIREKTUR PEMBERDAYAAN INFORMATIKA

DIREKTUR PEMBERDAYAAN INDUSTRI INFORMATIKA

DIREKTUR KEAMANAN INFORMASI

Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik [Profil Lengkap](#)

SEKRETARIS DIREKTORAT JENDERAL INFORMASI DAN KOMUNIKASI PUBLIK

Pit. DIREKTUR KOMUNIKASI PUBLIK

DIREKTUR PENGOLAHAN DAN PENYEDIAAN INFORMASI

DIREKTUR PENGELOLAAN MEDIA PUBLIK

DIREKTUR KEMITRAAN KOMUNIKASI

DIREKTUR LAYANAN INFORMASI INTERNASIONAL

Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia [Profil Lengkap](#)

SEKRETARIS BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA

KEPALA PUSAT PENGEMBANGAN LITERASI DAN PROFESI SUMBER DAYA MANUSIA  
KOMUNIKASI

KEPALA PUSAT PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA, PERANGKAT DAN  
PENYELENGGARAAN POS DAN INFORMATIKA

KEPALA PUSAT PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN APLIKASI INFORMATIKA DAN INFORMASI  
DAN KOMUNIKASI PUBLIK

KEPALA PUSAT PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN LITERASI DAN PROFESI SUMBER DAYA  
MANUSIA INFORMATIKA

KEPALA SEKOLAH TINGGI MULTI MEDIA (STMM)

KEPALA BALAI BESAR PENGKAJIAN DAN PENGEMBANGAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
(BBPPKI) MEDAN

KEPALA BALAI BESAR PENGKAJIAN DAN PENGEMBANGAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
(BBPPKI) MAKASSAR

Inspektorat Jenderal [Profil Lengkap](#)

SEKRETARIS INSPEKTORAT JENDERAL

INSPEKTUR I

INSPEKTUR II

INSPEKTUR III

INSPEKTUR IV